

Persbericht

CSM Interim Management Statement: eerste kwartaal 2010

Diemen, 28 april 2010

CSM heeft over het eerste kwartaal van 2010 de EBITA substantieel verbeterd tot € 40,5 miljoen, meer dan een verdubbeling ten opzichte van hetzelfde kwartaal vorig jaar. De EBITA-marge herstelde zich tot 6,3%. De verbeteringen ten opzichte van het eerste kwartaal 2009 zijn toe te schrijven aan hogere volumes bij Purac en een betere kostenbasis voor grondstoffen. In het eerste kwartaal van 2010 werden ook belangrijke mijlpalen op ons strategische pad naar groei bereikt met de acquisitie van Best Brands en de start van de bouw van de lactide fabriek in Thailand.

Hoofdpunten

- De omzet in het eerste kwartaal van 2010 bedroeg € 644,4 miljoen tegenover € 636,1 miljoen in hetzelfde kwartaal van 2009; de autonome groei was licht positief met 0,6% (€ 4,0 miljoen). De volumes stegen met 1,1% bij een licht negatieve prijsontwikkeling. Valuta-effecten hadden een negatieve impact van € 14,1 miljoen (-2,2%) als gevolg van de zwakkere US dollar. Best Brands, dat per 19 maart is geconsolideerd, droeg € 17,7 miljoen bij.
- De EBITA kwam uit op € 40,5 miljoen in het eerste kwartaal, een stijging van € 20,4 miljoen vergeleken met dezelfde periode vorig jaar. Deze stijging is inclusief acquisitiekosten ten bedrage van US\$ 6,5 miljoen voor Best Brands. Valuta-effecten hadden een negatieve impact van € 1,5 miljoen.
- De vraag bij Bakery Supplies bleef licht negatief, met een volumedaling van 1,2% vergeleken met het eerste kwartaal van 2009. Margeherstel in combinatie met een duidelijke focus op operationele efficiency leidde tot een sterke verbetering van de EBITA met 45%.
- De netto-omzet van Purac kwam 13% hoger uit, voornamelijk door grotere volumes als gevolg van herstel bij klanten in cyclische sectoren. De EBITA verbeterde met € 11,3 miljoen tot € 14,8 miljoen.

Kerncijfers

x € miljoen*)	Eerste kwartaal	
	2010	2009
Netto-omzet	644,1	636,1
EBITA^{1,2}	40,5	20,1
ROS² (in %)	6,3%	3,2%

*) Op de cijfers in dit persbericht is geen accountantscontrole toegepast

¹ EBITA: bedrijfsresultaat vóór amortisatie van immateriële vaste activa.

² EBITA en ROS zijn inclusief eenmalige acquisitiekosten (Best Brands) ten bedrage van € 4,7 miljoen.

CEO Gerard Hoetmer van CSM gaf de volgende toelichting op de resultaten over het eerste kwartaal:

"Al onze bedrijven zetten de trend van resultaatverbetering voort, voornamelijk door aanhoudend margeherstel en volumegroei bij Purac. Onze Bakery Supplies activiteiten worden nog geconfronteerd met een uitdagend marktklimaat, hoewel de trend van dalende volumes afvallend is. Purac presteerde sterk zowel op het vlak van volume als EBITA en profiteerde vooral van vraagherstel bij klanten in cyclische sectoren. Hoewel ik met genoegen deze sterke verbetering ten opzichte van vorig jaar presenteer, dient er rekening mee te worden gehouden dat het eerste kwartaal van 2009 in termen van verhoudingsgewijs een zwak kwartaal was voor zowel Bakery Supplies als Purac.

In maart zijn we begonnen met de integratie van Best Brands, volgend op de afronding van de transactie op 19 maart 2010. Het integratieproces is goed van start gegaan en verloopt volgens plan, met een blijvende focus op realisatie van de business opportuniteiten.

De onderliggende business trend bij Best Brands is in lijn met die van onze overige Noord-Amerikaanse activiteiten. We zien de bevestiging van de revenuen zoals verwoord in onze eerdere aankondigingen ondersteund door het samenbrengen van deze twee prachtige bedrijven en hun management.

De bouw van de lactidefabriek in Thailand is begin 2010 gestart, maar het officiële startsein werd gegeven in maart met een traditionele Thaise eerstesteenleggingsceremonie. De faciliteit zal medio 2011 in gebruik worden genomen, in lijn met eerdere mededelingen. Teneinde onze bioplasticsstrategie te kunnen versnellen, blijven wij investeren in versterking van de organisatie, onder meer in Marketing en Business Development; deze investeringen zullen de organisatorische kosten van Purac in het komende jaar beïnvloeden (enkele miljoenen euro's).

Volumeherstel is van essentieel belang voor ons resultaat, maar door het volatile economische klimaat is het zicht op geheel 2010 nog steeds beperkt. Wij zijn voorzichtig optimistisch over continuering van de onderliggende trend in het tweede kwartaal, hoewel we ons realiseren dat de vergelijkingsbasis voor de komende kwartalen uitdagender zal zijn."

Vooruitzichten

Door het aanhoudend volatiele economische klimaat in de belangrijkste markten waarin wij actief zijn, ontbreekt het ons nog steeds aan voldoende zicht om een duidelijke prognose af te geven voor de toekomstige ontwikkeling van ons omzetvolume. Bij Bakery Supplies, in zowel Europa als Noord-Amerika, zien we de negatieve groeitrend afzwakken, maar er zijn geen directe signalen dat de markten blijvend weer aantrekken. Wij blijven gefocust op handhaving van onze marges en beheersing van onze kostenbasis en zullen onverminderd inzetten op stimulering van de groei door middel van innovatie. Wij verwachten dat Best Brands, per saldo, na eenmalige acquisitiekosten, zal bijdragen in lijn met het resultaat van de onderneming over 2009 (pro rata over de geconsolideerde periode, exclusief non-cash IFRS purchase accounting aanpassingen), waarbij de voorziene integratiekosten zullen worden gecompenseerd door synergievoordelen. We blijven positief over de ontwikkeling van omzet en EBITA van Purac, hoewel we wel verwachten dat het tempo van volumegroei in het tweede kwartaal zal afzwakken omdat het volume in het eerste kwartaal profiteerde van klanten die hun voorraad vergrootten.

Voor beide activiteiten verwachten we enige opwaartse druk in de grondstoffen prijzen die we, in lijn met het in het verleden gevoerde beleid, van plan zijn te verwerken in onze verkoopprijzen. De vergelijkingsbasis zal in het tweede kwartaal uitdagender zijn, maar desondanks verwachten wij een goede verbetering van de EBITA vergeleken met het tweede kwartaal van 2009.

Gang van zaken divisies

Uitsplitsing omzetgroei Q1 2010 vergeleken met Q1 2009:

	Absolute groei	Autonoom	Volume	Prijs/mix
BSNA	\$ -3,1 miljoen	-1,4%	-1,6%	0,2%
BSNA	€ -1,2 miljoen	-1,4%	-1,6%	0,2%
BSEU	€ -2,0 miljoen	-1,5%	-0,5%	-1,0%
Purac	€ 11,1 miljoen	14,1%	16,3%	-2,2%

Bakery Supplies Totaal

x € miljoen	Eerste kwartaal	
	2010	2009
Netto-omzet	547,1	550,2
EBITA ¹	32,7	22,5
ROS ¹ (in %)	6,0%	4,1%

¹ EBITA en ROS zijn inclusief eenmalige acquisitiekosten (Best Brands) ten bedrage van € 4,7 miljoen.

• Bakery Supplies North America

x \$ miljoen	Eerste kwartaal	
	2010	2009
Netto-omzet	414,4	391,8
EBITA ¹	22,6	21,1
ROS ¹ (in %)	5,4%	5,4%

¹ EBITA en ROS zijn inclusief eenmalige acquisitiekosten (Best Brands) ten bedrage van \$ 6,5 miljoen.

x € miljoen	Eerste kwartaal	
	2010	2009
Netto-omzet	299,8	301,0
EBITA ¹	16,3	16,2
ROS ¹ (in %)	5,4%	5,4%

¹ EBITA en ROS zijn inclusief eenmalige acquisitiekosten (Best Brands) ten bedrage van € 4,7 miljoen.

De autonome omzetgroei bij Bakery Supplies North America was licht negatief (-1,4%), voornamelijk door een daling van de volumes bij stabiele prijzen. We blijven een volatiele consumentenvraag zien. De stijging van de EBITA ten opzichte van het eerste kwartaal van 2009, exclusief het Best Brands-effect, bedroeg US\$ 6,8 miljoen. Verbeterde marges als gevolg van lagere grondstoffenkosten vergeleken met het eerste kwartaal van 2009 waren de belangrijkste aanjager van de EBITA-verbetering. Op basis van de voorlopige cijfers is de bijdrage van Best Brands aan de EBITA US\$ 1,2 miljoen, inclusief een voorziene purchase accounting correctie van US\$ 2,1 miljoen. Aanvullend daarop zijn US \$ 6,5 miljoen aan acquisitiekosten opgenomen. Hoewel het proces nog in de beginfase is, leiden de integratieactiviteiten al tot veel positieve energie bij zowel H.C. Brill als Best Brands.

- **Bakery Supplies Europe**

x € miljoen	Eerste kwartaal	
	2010	2009
Netto-omzet	247,3	249,2
EBITA	16,4	6,3
ROS (in %)	6,6%	2,5%

De volumes bij BSEU waren stabiel vergeleken met het eerste kwartaal van 2009. We zagen enige groei bij onze diepgevroren producten waar met name het Verenigd Koninkrijk enigszins lijkt te herstellen van de zware economische terugslag in 2009.

De EBITA nam toe van € 6,3 miljoen in 2009 tot € 16,4 miljoen in het eerste kwartaal van 2010.

Verbeterde marges als gevolg van gunstiger grondstoffencontracten vergeleken met het eerste kwartaal van 2009 waren de belangrijkste aanjager van het betere resultaat. Valuta-effecten (hoofdzakelijk het pond sterling) hadden een positieve impact van € 1,5 miljoen op de omzet.

Purac

x € miljoen	Eerste kwartaal	
	2010	2009
Netto-omzet	97,0	85,9
EBITA	14,8	3,5
ROS (in %)	15,3%	4,0%

De geleidelijke toename van het omzetvolume, zichtbaar sinds het derde kwartaal van 2009, hield aan in het eerste kwartaal van 2010. Het volume steeg met 16,3% vergeleken met het eerste kwartaal van 2009. Groei werd gerealiseerd bij zowel Food & Nutrition als Chemicals & Pharma. Onze business unit Chemicals & Pharma realiseerde de sterkste groei dankzij een herstel van de vraag bij klanten in de halfgeleider- en chemische industrie. Deze toename is deels toe te schrijven aan klanten die hun voorraadniveaus aanvullen. De gestegen EBITA is voornamelijk het gevolg van de toename van het omzetvolume. De US dollar had een negatieve impact van € 0,9 miljoen op de omzet.



Voor beleggers en analisten is er om 11.00 uur MET een conference call. De Raad van Bestuur zal dan vragen beantwoorden.

Inbeldetails

Naam conference call: Q1 Interim Management report – conference ID 4287946

Telefoonnummers:	Nederland	+31 20 794 8505
	Verenigd Koninkrijk	+44 207 190 1492
	Duitsland	+49 69 5899 90708
	VS	+1 480 629 9799
	Frankrijk	+33 1 7099 3433
	Denemarken	+45 3271 4691
	Zweden	+46 8 5052 0188

Voor meer informatie kunt u contact opnemen met:

Pers: Eva Lindner, Communication Director, tel. +31 20 5906320

Analisten: Ian Blackford, Investor Relations Manager, tel. +31 (0)20 5906349 / mobiel +44 (0)7767 227506

Achtergrondinformatie

CSM is wereldwijd de grootste leverancier van bakkerijproducten en marktleider op het gebied van melkzuur en melkzuurderivaten. CSM produceert en distribueert een breed spectrum aan bakkerijproducten en ingrediënten voor artisanale en industriële bakkerijen en voor zowel in-store als out-of-home markten. Daarnaast produceert CSM uiteenlopende melkzuurtoepassingen voor de voedings-, chemische en farmaceutische industrie. CSM is actief in business-to-business markten in Europa, Noord-Amerika, Zuid-Amerika en Azië, genereert een jaaromzet van € 3 miljard (pro forma 2009) en heeft een personeelsbestand van circa 10.000 medewerkers in 25 landen. CSM is genoteerd aan Euronext Amsterdam. Meer informatie: www.csmglobal.com.