



alanheri nv

moleneind 2
p.o. box 25
the netherlands
telephone
fax
e-mail
website
bankers

v.a.t. no.
chamber of commerce

4268 gd meeuwen
4260 aa wijk en aalburg

+31 (416) 358358
+31 (416) 358387
alanheri@alanheri.nl
www.alanheri.com
fortis bank (nederland) nv
rotterdam acc. no. 64.01.06.552
nl006309884b01
tilburg no. 12016134

SPECIALIST IN
KLEINDIERVOEDERS

PERSBERICHT

Meeuwen, 15 mei 2009

Trading update Alanheri N.V.

1. Herontwikkeling bedrijfsterrein

Alanheri praat met externe partijen over mogelijkheden tot de herontwikkeling van een gedeelte van haar onroerend goed. Hieronder is mede begrepen de eventuele verkoop van een deel van het bedrijfsterrein. Deze stap is genomen omdat de onderneming mede door de recent doorgevoerde aanpassingen in de organisatie te ruim in haar jasje is komen te zitten. Bovendien zullen voorgenomen investeringen ertoe leiden dat zelfs bij een groeiende productie minder ruimte nodig is. Eventuele vrijkomende middelen uit de transactie zullen worden gebruikt voor efficiencyverhogende projecten in de productiesfeer en innovatieve commerciële trajecten in zowel binnen- als buitenland. De gesprekken terzake de herontwikkeling bevinden zich overigens nog in een oriënterend stadium.

2. Beursnotering

Hoewel de onderneming – althans bij de huidige bedrijfsomvang - twijfelt aan het nut van de beursnotering ziet het er niet naar uit dat op korte termijn een voor aandeelhouders aantrekkelijke exit bewerkstelligd kan worden. Anderzijds kan de beursnotering wel degelijk een toegevoegde waarde hebben indien het eerder geschilderde strategisch vergezicht geheel of gedeeltelijk wordt ingekleurd. Die voorziet in een samenwerking met partijen (alliantie, fusie of overname) in de eigen niche-markt of op aanpalende terreinen binnen de diervoederbranche.

Tot dat duidelijk wordt welke strategische keuzes geëffectueerd kunnen worden, zal de vennootschap trachten de kosten van de beursnotering zoveel mogelijk te beperken. Concreet betekent dit het opzeggen van de overeenkomst met de liquidity provider (waardoor vanaf september 2009 de mogelijkheid tot doorlopende handel in onze aandelen weer wordt vervangen door het systeem van twee handelsmomenten per dag). Daarnaast wordt bekeken of een overgang naar Alternext - mede gelet op de verlichte verslaggevingseisen - voor Alanheri voordelen biedt.

3. Marketingstrategie

Met het nagenoeg voltooien van de - per definitie - eindige saneringsmogelijkheden heeft de vennootschap haar focus verlegd in de richting van groei. In eerste instantie gaat het daarbij om de ontwikkeling van een aantal onderscheidende, innovatieve, product(lijn)en. Witte Molen brengt onder een submerk een productlijn op de markt die vooral in geur, maar ook in verpakking bijzonder onderscheidend is en consumenten aanspreekt. De eerste presentatie o.m. tijdens de Zoomark in Bologna vorige week leidde tot duidelijke interesse onder distributeurs uit verschillende landen. De nieuwe Nature Select-lijn omvat in eerste instantie twee referenties in het knaagdiersegment, maar zal op korte termijn worden uitgebreid met tenminste drie andere o.a. binnen het vogelsegment. Deze aanpak is gekozen om de productlijn snel op de schappen te kunnen krijgen en distributieopbouw niet te hinderen door direct een te groot ruimtebeslag te claimen. Daarnaast ontwikkelt Witte Molen ook in aanpalende segmenten nieuwe producten en zal zij de tweede helft van 2009 dan ook regelmatig andere innovaties op de markt brengen. Daarnaast start Witte Molen in mei met een consumenten-marketingprogramma dat een positieve impact moet hebben op het merk Witte Molen en uiteindelijk ook op de verkoop.

4. Distributieproblematiek

Hoe goed een commerciële propositie ook in elkaar steekt, uiteindelijk is de verkrijgbaarheid van een product een belangrijke randvoorwaarde voor het genereren van omzet. Vandaar dat wij veel tijd en energie steken in het vinden van solide distributeurs voor onze producten in Nederland en daarbuiten. De eerste overeenkomsten zijn inmiddels afgesloten maar om de door ons gewenste dekking te realiseren is het noodzakelijk om hiervoor nog meer partijen te interesseren. Gesprekken zijn dan ook gaande. Daarnaast ontwikkelt Witte Molen een nieuwe, onderscheidende channel management aanpak om distributeurs in Nederland en daarbuiten goed in verkoop te kunnen ondersteunen. De eerste resultaten van deze aanpak worden door distributeurs met enthousiasme ontvangen.

5. Afbouw groothandelsactiviteiten in dierbenodigdheden

Zoals eerder aangekondigd is de voorgenomen beëindiging van de groothandelsactiviteiten in dierbenodigdheden die oorspronkelijk gepland stond voor 31/12/2008 vertraagd. Inmiddels is deze geëffectueerd maar de financiële afwikkeling met de voormalige partner is nog onderwerp van een juridische procedure.

De uitkomsten ervan worden mede op basis van een gunstig tussenvonnis in kort geding met vertrouwen tegemoet gezien. De positieve of negatieve financiële consequenties zullen niet van invloed zijn op het geprognoseerde resultaat omdat ze verantwoord worden onder de resultaten uit beëindigde bedrijfsactiviteiten.

6. Gang van zaken/Verwachtingen

Er is momenteel geen aanleiding om de eerder afgegeven resultaatverwachting over 2009 te herzien. Hoewel – zoals eerder gemeld - de omzet mede vanwege de gewijzigde distributiestructuur enigszins achterblijft ten opzichte van vorig jaar en het eerste halfjaar daardoor licht verliesgevend zal zijn, verwachten wij deze trend in het tweede halfjaar te kunnen ombuigen met behulp van onze onlangs geïmplementeerde marketingstrategie. Per saldo moet er dan een resultaat worden behaald dat minimaal op het break even niveau uitkomt.

Einde bericht

Noot voor de redactie:

Voor nadere informatie

Frans Faas
CEO Alanheri
0416-358392
06-23122456