Procter & Gamble wil meeste merken verkopen

06-08-2014 00:00

Merkfabrikant Procter & Gamble wil meer dan de helft van zijn merken van de hand doen. De Amerikaanse multinational wil zich concentreren op zeventig tot tachtig merken en zoekt daarom een oplossing voor de negentig tot honderd andere merken. Dat heeft topman A.G. Lafley laten weten tijdens een teleconferentie met analisten.

Welke merken P&G in een partnerschap plaatst, verkoopt of stopzet is niet duidelijk. Lafley heeft alleen laten weten dat hij de populairste merken zoals Pampers wil behouden. Die waren de afgelopen drie jaar goed voor negentig procent van de omzet en 95 procent van de winst. Andere grote merken van P&G zijn onder meer Ariel, Duracell en Gillette, Head & Shoulders en Oral-B.

De productherschikking moet zorgen dat P&G sneller groeit en rendabeler wordt, stelt Lafley. De afgelopen jaren werd al een kostenbesparingsprogramma doorgevoerd. Dat heeft tot een verbeterde rentabiliteit geleid, maar niet tot verbeterde verkopen. Zo groeide de omzet van het concern over zijn afgelopen boekjaar met slechts één procent tot 83,1 miljard dollar. De nettowinst kwam drie procent hoger uit op 11,6 miljard euro, mede dankzij een plus van 38 procent in het laatste kwartaal.