**Milliardvækst: Arlas salg til fjerne markeder brager op**Jyllands Posten 20.02.2020

Arla Foods har det seneste år slået turboen til på en række fjerne eksportmarkeder. Salget til Kina er vokset 60 pct. Også eksporten til vækstmarkederne i Sydøstasien, Mellemøsten og Afrika sætter rekord.



Mejerikoncernen Arla Foods har i 2019 haft en rekordstor eksport til fjerne markeder i Asien og Afrika. Samlet set er eksporten til de fjerne markeder vokset med 14,5 %, og salget til Kina er øget med hele 54 pct.

Det fremgår af Arlas 2019-regnskab, som blev offentliggjort onsdag.

»Vores forretning i Kina har haft et fantastisk år. I alle varekategorier har der været meget høje vækstrater,« fortæller Arlas adm. direktør, Peder Tuborgh.

Han understreger, at vækstraterne i Kina har været ekstraordinært høje, fordi lokale lovændringer i slutningen af 2018 medførte en ophobning af varer, som først blev sluppet ind i Kina i 2019.

»Renset for den effekt har den reelle vækst været 15-25 pct. Det aktuelle udbrud af corona-virus betyder dog, at vi nok skal være glade, hvis vi kan fastholde et uændret salg i år,« vurderer Peder Tuborgh.

Udbruddet af den stærkt smitsomme, dødelige virus har medført, at kineserne holder sig mest muligt hjemme, hvilket ventes at få salget til at falde de kommende måneder. Når udbruddet er nedkæmpet, ventes eksporten af mejerivarer til Kina igen at vokse hastigt.

Også Arlas eksport til Mellemøsten var på rekordkurs i 2019. Mejerikoncernens omsætning i regionen voksede 14 pct.

Arla overtog i 2019 et stort ostemejeri i Bahrain, og kapaciteten på denne fabrik skal seksdobles til 100.000 tons i løbet af tre år. Peder Tuborgh venter årlige vækstrater på 5 pct. i Mellemøsten fremover.

Med vækstrater på henholdsvis 35 pct. og 24 pct. har der også været fuld fart på Arlas eksport til Nigeria og Sydøstasien det seneste år.

Mejerigiganten har i 2019 øget omsætningen med 102 mio. EUR til 10.527 mio. EUR, mens årets resultat før skat er forbedret 1,5 pct. til 347 mio. EUR. Arla er ejet af mælkeproducenterne, og størstedelen af selskabets indtjening udbetales løbende til andelshaverne i form af afregning for deres leverancer af mælk. Målt på mælkeafregningen har Arlas indtjening været stort set uændret i 2019.

Bag denne stabilitet er der imidlertid sket dramatiske ændringer af Arlas forretning. Selskabet har trukket sig ud af store, tabsgivende kontrakter på discountmælk i Europa og har i stedet øget salget af mærkevarer og eksporten til fjerne markeder.

»Vores leverancer af mælk fra andelshaverne faldt med 200 mio. liter i 2019. Alligevel er omsætningen vokset, fordi vi har øget salget af mærkevarer med 5,1 pct. Mærkevarerne tegner sig nu for 46,7 pct. af vores omsætning, og de giver en højere og mere stabil indtjening,« forklarer Arlas koncernfinansdirektør, Natalie Knight.