

ORIOR
★★★★★
EXCELLENCE IN FOOD

INVESTORENTAG

Update ORIOR 2020



Dienstag, 31. Mai 2016

Daniel Lutz, CEO
Ricarda Demarmels, CFO

Disclaimer

This presentation is not a prospectus within the meaning of Article 652A of the Swiss Code of Obligations, nor is it a listing prospectus as defined in the listing rules of the Six Swiss Exchange AG or a prospectus under any other applicable laws.

These materials do not constitute or form part of any offer to sell or issue, or any solicitation or invitation of any offer to purchase or subscribe for, any securities, nor shall part, or all, of these materials or their distribution form the basis of, or be relied on in connection with, any contract or investment decision in relation to any securities.

The materials might contain forward-looking statements based on the currently held beliefs and assumptions of the management of ORIOR AG, which are expressed in the management's own opinion, reasonable. Forward-looking statements involve known and unknown risks, uncertainties and other factors, which may cause the actual results, financial condition, performance, or achievements of ORIOR AG, or industry results, to differ materially from the results, financial condition, performance or achievements expressed or implied by such forward-looking statements. Given these risks, uncertainties and other factors, recipients of this document are cautioned not to place undue reliance on these forward-looking statements. ORIOR AG disclaims any obligation to update these forward-looking statements to reflect future events or developments. Opinions and forward-looking information presented herein are based on general information gathered at the time of writing.



Agenda

- I. CEO Statement
- II. Update ORIOR 2020
- III. Portrait Rapelli
- IV. Appendix



CEO Statement

Umfeld & Markt

- Schwierige gesamtwirtschaftliche Entwicklung
- Zusehends getrübt Konsumentenstimmung
- Schweizer Detailhandel und Gastronomie weiter unter Druck (Einkaufstourismus, Import- und Preisdruck)
- Schweinefleischpreise leicht steigend, Rindfleisch hoch

ORIOR Fokus

- Konsequente Umsetzung der Strategie ORIOR 2020
- Produkt- und Konzeptinnovation
- Marken stärken: Rapelli / Neu-Positionierung Kernmarken
- Portfoliomanagement
- Kosteneffizienz
- Nachhaltigkeit

Ausblick

- Bessere Entwicklung als der Markt
- Wachstum und erhöhen von Marktanteilen bei Kernproduktgruppen
- Absolute EBITDA Verbesserung



Unser Anspruch:
Excellence in Food

ORIOR
★★★★★
EXCELLENCE IN FOOD

Mit **unermüdlichem Engagement**
streben wir nach **Einzigartigkeit** und **besten Qualität**,
um **Konsumentinnen und Konsumenten**
immer wieder mit **genussvollen Erlebnissen**
zu **überraschen**.

ORIOR
★★★★★
EXCELLENCE IN FOOD



ORIOR im Jahr 2020

- ORIOR wird weiterhin eine stabile und finanzstarke Lebensmittelgruppe sein.
- ORIOR hat in der Schweiz ein solides Wachstum inklusive Arrondierungen erzielt.
- ORIOR hat stetig das operative Ergebnis verbessert, untermauert u.a. mit hoher Kosten-Effizienz.
- ORIOR ist weiterhin Marktführerin in bestehenden und neuen Nischen.
- ORIOR ist die innovativste Lebensmittel-Gruppe der Schweiz und besitzt starke und einzigartige Marken.
- ORIOR ist europäisch.
- ORIOR ist eine attraktive Arbeitgeberin.
- ORIOR ist ein attraktiver Dividententitel für Investoren und hat die Dividende kontinuierlich erhöht.



ORIOR 2020 – Ziel: stetige Wertsteigerung



Strategische Eckpfeiler



**Stetige
Wertsteigerung**



Innovations-Haus

- Konsumenten-Insight: Neue Bedürfnisse/Trends früher erkennen, den hybriden Konsumenten besser verstehen, Foodscouting.
- Konzept-Innovationen: Neue Formate für bestehende und neue Nischen, für bestehende Verkaufs-Flächen und neue Verkaufskanäle inklusive Dienstleistungen.
- Kategorie Innovator dank Kompetenz-Zentrum Modell: Fokus, Flexibilität und Geschwindigkeit für Marken und Handelsmarken (30 Tage).
- Innovationskompetenz innerhalb der Gruppe verstärken dank neuer Organisation.

Stetige Wertsteigerung

Einblick in aufgenommene Projekte und Massnahmen

- Group Innovation Manager (Champion-Modell); Oscar Marini seit 1. Januar 2016
- Innovation-Champions: 3-Jahres Pipeline 2016-2018 pro Kompetenzzentrum
- 360° Innovation entlang der gesamten Wertschöpfungskette
- Weitere Investitionen für Entwicklung und Innovation gesprochen



Innovations-Haus

Produktneuheiten



Vegetarische Pasteten



Fussball EM-Sortiment



Ravioli Zucchini-Provençale



Kuchenteig aha!
Gluten-, Laktose- und Weizenfrei



Salametti mit Bärlauch



Geflügel-Salsiccia

Stetige
Wertsteigerung



Innovations-Haus

Produktneuheiten



Cornatur Grill-Mix



Eglifilets im Teig



Bündner EM-Snacks



Noppa's Tofu-Burger



Naturplan Schulterwürfeli



Kichererbsen-Falafel

Stetige
Wertsteigerung



Marken stärken und ausbauen

- Kernmarken besser differenzieren und Markenbekanntheit steigern.
- Moderne Kommunikationsmittel einsetzen, um unsere Konsumenten besser und relevanter zu erreichen (Facebook, Digitale Kommunikation, etc.).
- Erhöhter Fokus auf In-Store Konzepte, welche direkt mit den Konsumenten am POS kommunizieren (Impuls-Verkäufe).
- Gruppen-Marketing-Kompetenzen gezielt weiter auf- und ausbauen (Champion-Modell).

Stetige
Wertsteigerung

Einblick in aufgenommene Projekte und Massnahmen

- Albert Spiess / Natura Farm; seit Ende 2015
- Rapelli neuer Markenauftritt; erfolgreicher Launch im Februar 2016
- Neupositionierung aller Kernmarken; aktuell Noppa's und Le Patron
- Zusätzliche Investition in Marketing



Marken stärken und ausbauen

Neupositionierung Kernmarke Noppa's

noppa's



Stetige Wertsteigerung



Agilität und Kosten-Effizienz

- Kompetenz-Zentrum Modell stärken: flache Hierarchien fördern schnelle Entscheidungswege und Nähe zu unseren Kunden und Konsumenten.
- Die Stärke der Gruppe gewinnbringend einsetzen (Champion-Modell):
 - ✓ Effizienz Mehrwerte erzielen dank gemeinsamen Systemen, Prozessen und Optimierungs-Projekten
 - ✓ Know-How Mehrwerte schaffen dank funktionalem Champion-Modell
- Stetige Optimierung der Produktions- und Prozessabläufe.
- Regelmässige Portfolio-Optimierung.

Stetige Wertsteigerung

Einblick in aufgenommene Projekte und Massnahmen

- Champion-Modell; Einkauf, Innovation, Verkauf
- Einkaufsprojekt; laufende Umsetzung
- Werksentwicklungsplanung; grosse Analyse mit 5-Jahresplanung pro Standort und über die gesamte Gruppe abgeschlossen; laufende Umsetzung, Integration Rüti in Standort Root
- IT: Ausbau BI und Führungcockpit, Outsourcing Rechenzentrum, div. weitere Projekte
- Portfolio-Analyse: Fokus des Strategie-Updates 2020



Die ORIOR Verantwortung (Nachhaltigkeit)

- Nachhaltigkeit ist Teil unseres Kerngeschäfts und Grundlage für Excellence in Food.
- Wir übernehmen Verantwortung entlang der gesamten Wertschöpfungskette.
- Nachhaltige Beschaffung der Rohstoffe, Verantwortung gegenüber der Umwelt und der Respekt gegenüber dem Tier (Tierwohl)
- Weitere Reduktion von Food & Non-Food Waste, Energie und Abwasser in der Produktion. Reduktion von Verpackung beim Konsumenten.
- Kontinuierliche Erneuerung unserer Sortimente mit natürlichen Rohstoffen, ohne künstliche Zusatzstoffe und salz- und zuckerreduzierten Rezepturen.
- Kompetente Mitarbeitende, die gezielt weiterentwickelt werden.

Einblick in aufgenommene Projekte und Massnahmen

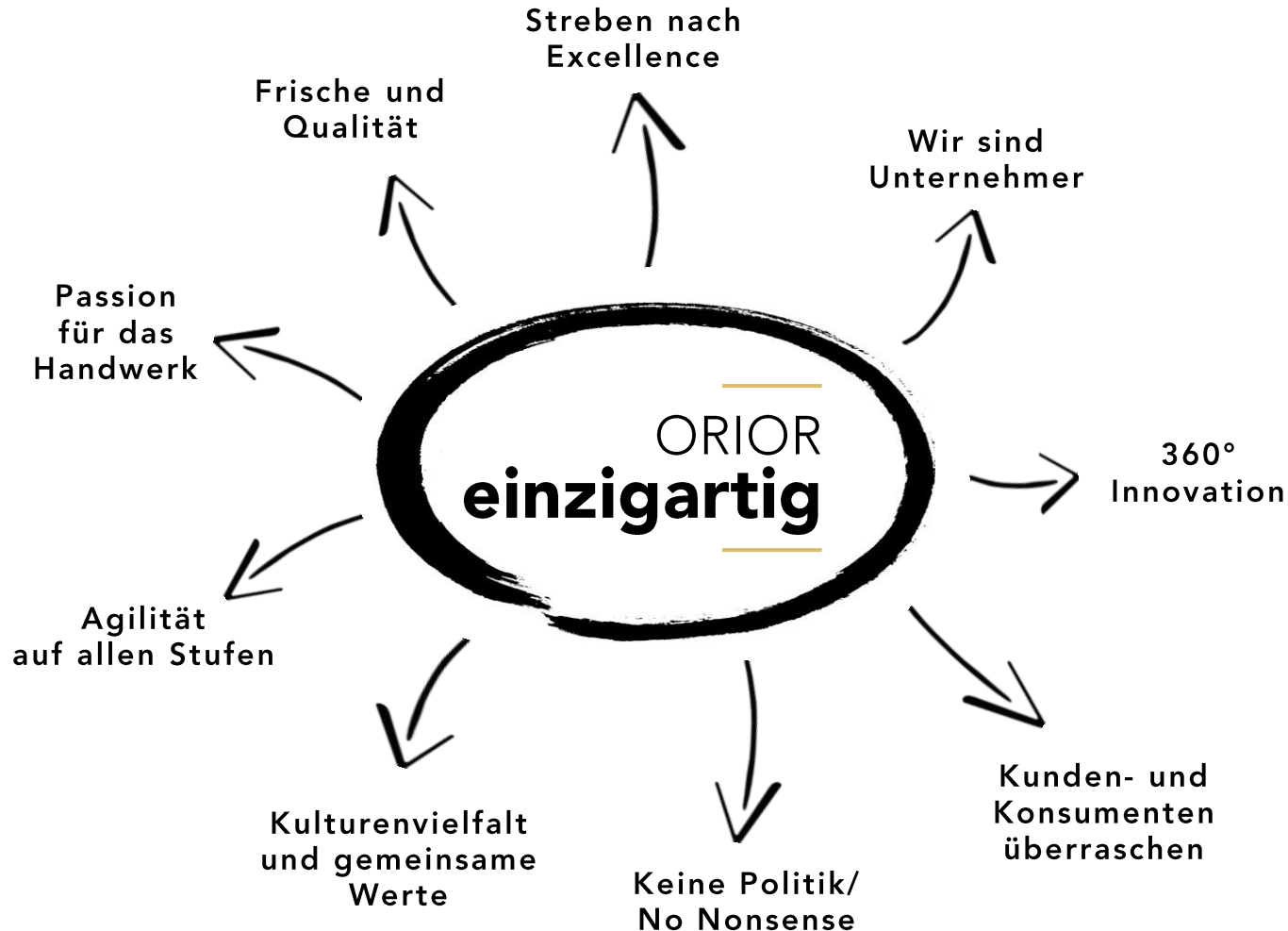
- Nachhaltigkeits-Reporting mit monatlichen Massnahmen
- ORIOR Campus: Führungstraining Top 30
- ORIOR Campus: Verkaufs-Trainings ab H2 16 bis H1 17

Stetige Wertsteigerung



Wir sind ORIOR

Einzigartig und unternehmerisch zum Erfolg



Stetige Wertsteigerung



ORIOR 2020 – M&A Ausrichtung

- M&A zur Stärkung unseres Kerngeschäfts:
 - Marktposition ausbauen / Innovationskraft stärken / Kosten-/Effizienzgewinne realisieren
- Beibehalten der Dividendenpolitik.

Die vier Felder der M&A-Ausrichtung

Arrondierung Schweiz Kleine/mittelgrosse «ungeschliffene» Diamanten, die in unsere bestehenden Produktgruppen passen.	Neues Standbein Schweiz Lebensmittelproduzent mit einer neuen Produktkategorie. Als neues Kompetenzzentrum in der Schweiz.	Akquisition Ausland Ausländisches Kompetenzzentrum zur Stärkung unseres Kerngeschäfts.	Alternative Geschäftsmodelle Institutionalisiertes Out of the Box. Ideenwerkstatt, Kreativteam, neue Wege und Konzepte.
Kooperationen: Parallel proaktiv vorantreiben. Situativ auch als Modell zur künftigen Übernahme.			

Einblick in Projekte und Massnahmen

- Lizenz- und Kooperationsvertrag mit Tofutown; Start März 2016
- Installation M&A-Committee
- Permanente Suche/Analyse von Opportunitäten

Stetige Wertsteigerung



ORIOR 2020 – Stetige Wertsteigerung

Konsequente Umsetzung des finanziellen Zielsystems



Wachstum

Attraktive Nischenmärkte

Portfolio-Ausrichtung

Margen

Leistungssteigerung, operative Effizienz und Gruppensynergien

Cash Flow

Kapitaleffizienz

Erfolgskontrolle und Führungscockpit

Organisation, Führung, Performance-Management

- **Langfristiges durchschnittliches Umsatzwachstum der Gruppe von 1-2%.**
- **Kontinuierliche Steigerung unseres absoluten EBITDA.**
- **Stetige Erhöhung unserer absoluten Dividende.**



APPENDIX



ORIOR Geschäftsmodell – Nische und Frische

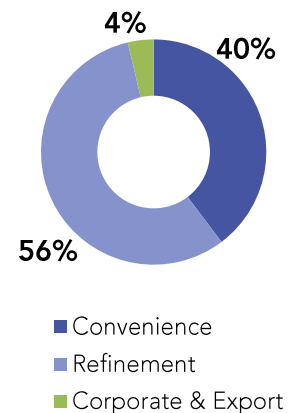
ORIOR ist eine Schweizer Lebensmittelgruppe, die sechs Kompetenzzentren betreibt und auf die Herstellung von **Frisch-Convenience-Food** und **Fleischveredelung** spezialisiert ist.

ORIOR ist **Marktführerin** in attraktiven und wachsenden **Nischenmärkten**; präsent in **allen Schweizer Detailhandels- und Food Service-Kanälen**, dank langfristigen Partnerschaften zu ihren Kunden.

ORIOR ist **Innovationsleaderin**, sowohl für **Marken** wie auch für **Handelsmarken**, und gestaltet den Markt an vorderster Front.

Convenience <i>Kategorie-Pioniere</i>			Refinement <i>Starke Traditions-Marken</i>			Corporate und Export
Fredag	Le Patron	Pastinella	Rapelli	Spieß	Möfag	Export
						  

Umsatz
in % der
Gesamtgruppe



Standorte



Unser Anspruch: **Excellence in Food**

ORIOR ist eine unabhängige Schweizer Lebensmittelproduzentin, die Handwerkskunst mit Pioniergeist verbindet und auf Unternehmertum und starken Werten aufbaut. Die auf Frisch-Convenience und Fleischveredelung spezialisierte Gruppe hält führende Positionen in wachsenden Nischenmärkten im Detailhandel und in der Gastronomie. Mit Rapelli, Ticinella, Albert Spiess, Fürstenländer Spezialitäten, Fredag, Pastinella und Le Patron verfügt ORIOR über ein Portfolio von etablierten Unternehmen und bekannten Marken.

Erklärtes Ziel von ORIOR ist die stetige Wertsteigerung für alle Stakeholder. Die Nähe zum Markt, enge Partnerschaften und die schlanke, agile Gruppenstruktur bilden die Grundlage, um mit innovativen Produkten, Konzepten und Services den Markt an vorderster Front zu gestalten. Motivierte Mitarbeitende, die Freude haben an ihrem täglichen Tun und für sich und ihre Arbeit Verantwortung übernehmen, sind der Schlüssel, um Ausserordentliches zu erreichen.

Mit unermüdlichem Engagement streben wir nach Einzigartigkeit und bester Qualität, um Konsumentinnen und Konsumenten immer wieder mit genussvollen Erlebnissen zu überraschen.

Dafür steht unser Anspruch: **Excellence in Food.**



Dynamische Organisation

Kompetenzzentren-Philosophie, neues Champion-Modell & schlanke Holding



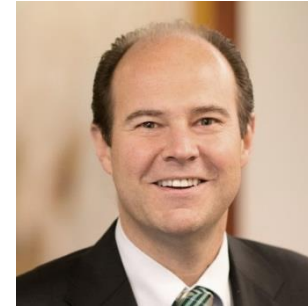
Daniel Lutz
CEO ORIOR Gruppe



Ricarda Demarmels
CFO ORIOR Gruppe



Bruno de Gennaro
CEO Segment
Convenience



Glauco Martinetti
CEO Rapelli SA



Bruno Bürki
CEO Albert Spiess AG



Urs Möсли
CEO Möfag AG



Michel Nick
CEO Le Patron



Oscar Marini
CEO Pastinella



Bernhard Pfulg
COO Segment
Convenience



Joachim Huber
CIO ORIOR Gruppe

Verwaltungsrat

Name	Geburtsdatum	Position	Erstes Amtsjahr	Gewählt bis GV
Rolf U. Sutter	1955	Präsident des Verwaltungsrats, Mitglied des Nomination and Compensation Committee	2006	2017
Edgar Fluri	1947	Vizepräsident des Verwaltungsrats, Vorsitz des Audit Committee	2010	2017
Christoph Clavadetscher	1961	Mitglied des Verwaltungsrats, Vorsitz des Nomination and Compensation Committee	2007	2017
Walter Lüthi	1953	Mitglied des Verwaltungsrats, Mitglied des Audit Committee	2016	2017
Dominik Sauter	1963	Mitglied des Verwaltungsrats, Mitglied des Audit Committee	2013	2017
Monika Walser	1965	Mitglied des Verwaltungsrats, Mitglied des Nomination and Compensation Committee	2013	2017



Aktieninformationen

Kotierung	SIX Swiss Exchange
Valorennummer	11167736
ISIN-Code	CH011 1677 362
Ticker-Symbol	ORON

Aktienkurs per 27.05.2016 CHF 64.15

Dividende	2015	2014	2013	2012	2011
Ausschüttungsquote <i>in %</i>	47.0	44.6	45.2	42.3	40.5
Dividende pro Aktie <i>in CHF</i>	2.03	2.00	1.97	1.95	1.93

→ Im Rahmen der Strategie ORIOR 2020 wurde die attraktive Dividendenpolitik bestätigt und eine stetige Erhöhung der absoluten Dividende für die nächsten Jahre als Messgrösse festgelegt

Aktionäre mit mehr als 3% des Aktienkapitals der ORIOR AG (20.05.16)

Ernst Göhner Stiftung (CH)	10.46 %
UBS Fund Management AG (CH)	6.21 %
Schroders Plc (GB)	4.88 %
Rolf U. Sutter / Gruppe (CH)	3.36 %
Swisscanto Fondsleitung (CH)	3.28 %
Credit Suisse Funds AG (CH)	3.11 %

Börseninformationen / Kennzahlen		31.12.15	31.12.14
Kurs der Aktie am 31.12.	in CHF	60.90	54.90
Jahreshöchst	in CHF	62.00	57.75
Jahrestiefst	in CHF	52.00	49.25
Marktkapitalisierung	in Mio. CHF	360.8	325.3
Reingewinn pro Aktie	in CHF	4.32	4.48
Operativer Cash Flow pro Aktie	in CHF	7.05	4.84
Eigenkapital pro Aktie	in CHF	39.52	38.33

Unternehmenskalender

23.08.16	Publikation Halbjahresresultat 2016
12.09.16	Food Day Vontobel
28.02.17	Publikation Jahresresultat 2016
28.02.17	Publikation Geschäftsbericht 2016
28.03.17	7. Generalversammlung
22.08.17	Publikation Halbjahresresultat 2017

