

ORIOR GRUPPE

Halbjahresresultat 2017



22. August 2017

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.

CEO Statement zum 1. Halbjahr 2017

- Erfolgreiches 1. Halbjahr dank konsequenter Umsetzung der Strategie ORIOR 2020.
- Strategisch wichtiger Schritt ins Ausland ist gelungen: Die Culiner Food Group übertrifft die Umsatz- und Ertragserwartungen.

Führender Hersteller in den Benelux-Staaten

- Breites Produktportfolio und starke Positionierung im attraktiven Premium Frisch-Convenience Markt.
- Betreibt vier Produktionszentren und ein Logistikzentrum in Belgien.
- Ausgezeichnetes Gastro- und Retail-Kundenportfolio.



culinor



vaco's kitchen

Ultra Frisch



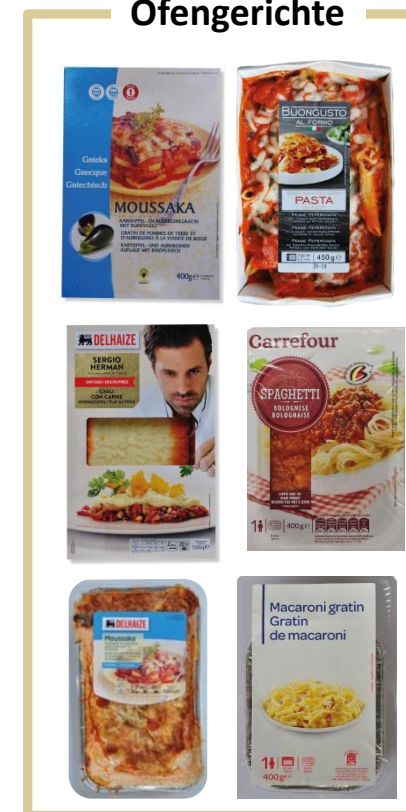
Fertigmenüs



Menükomponenten



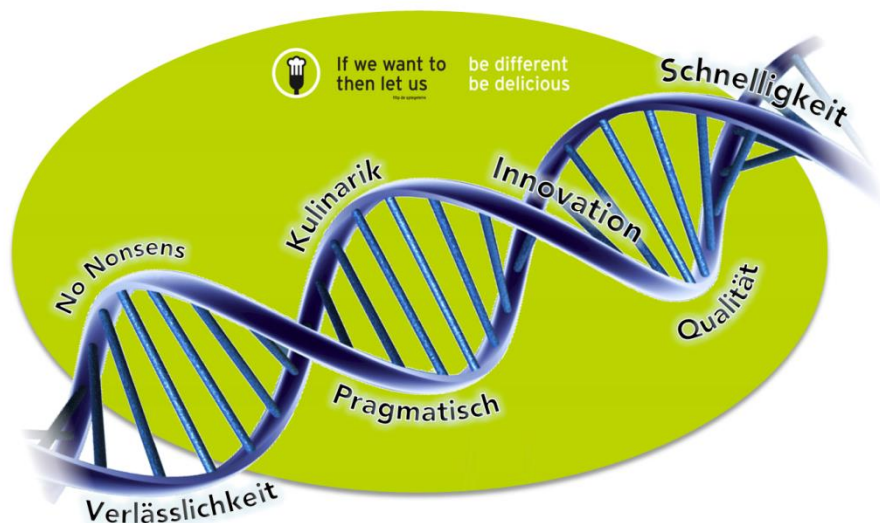
Ofengerichte



Gemeinsame Werte als Basis

- Pioniergeist, Unternehmertum und Streben nach Excellence.
- Culinor CEO, Filip De Spiegeleire, wird CEO von ORIOR Europa und Konzernleitungsmitglied der ORIOR AG.
- Das gesamte Management-Team der Culinor Food Group verbleibt im Unternehmen.

DNA der Culinor Food Group



Management Team der Culinor Food Group



Standorte ORIOR

Culinor, Destelbergen
Produktion von Ofen- und Frischmahlzeiten

Culinor, Gent
Produktion von Cuisson Sous-Vide, Chefmahlzeiten, Menükomponenten

Culinor, Destelbergen
Logistisches Zentrum Verpackung, Beförderung und Rohstoffannahme

Vaco's Kitchen, Olen
Produktion von Ultrafrisch-Menüs und Sous-Vide Produkten

Vaco's Kitchen, Herselt
Produktion von Fertigmenüs und Ofengerichten

Rapelli SA, Stabio
Charcuterie-Spezialitäten wie Salami, Rohschinken oder Coppa

Albert Spiess, Schiers
Bündner Spezialitäten wie Bündnerfleisch, Salsiz oder Rohesspeck

Möfag, Zuzwil
Fürstentümer Spezialitäten wie Mostbröckli und Schinkencreations

Fredag AG, Root
Geflügelspezialitäten, Fleisch-Convenceince und Vegi/Vegan

Le Patron, Böckten
Pasteten und Terrinen, Fertigmenüs, Menükomponenten

Pastinella, Oberentfelden
Frische, gefüllte und ungefüllte Pasta nach italienischer Art

ORIOR/Spieß Europe

CEO Statement zum 1. Halbjahr 2017

- Erfolgreiches 1. Halbjahr dank konsequenter Umsetzung der Strategie ORIOR 2020.
- Strategisch wichtiger Schritt ins Ausland ist gelungen: Die Culiner Food Group übertrifft die Umsatz- und Ertragserwartungen.
- Der konsequente Fokus auf die strategischen Eckpfeiler Innovationshaus, Marken stärken und Kosteneffizienz zahlen sich wiederum aus.
- Schweiz im Rahmen der Erwartungen in einem weiterhin herausforderndem Umfeld.
- Gute und solide Finanz- und Bilanzkennzahlen.

Agenda

1. Halbjahr 2017

- I. Highlight 1. Halbjahr 2017
- II. Kennzahlen ORIOR Gruppe
- III. Kennzahlen Segmente
- IV. Erfolgsrechnung, Bilanz und Cash Flow

Update ORIOR 2020

- I. Wertsteigerungsmodell
- II. Strategische Eckpfeiler und Einblick in aufgenommene Projekte und Massnahmen

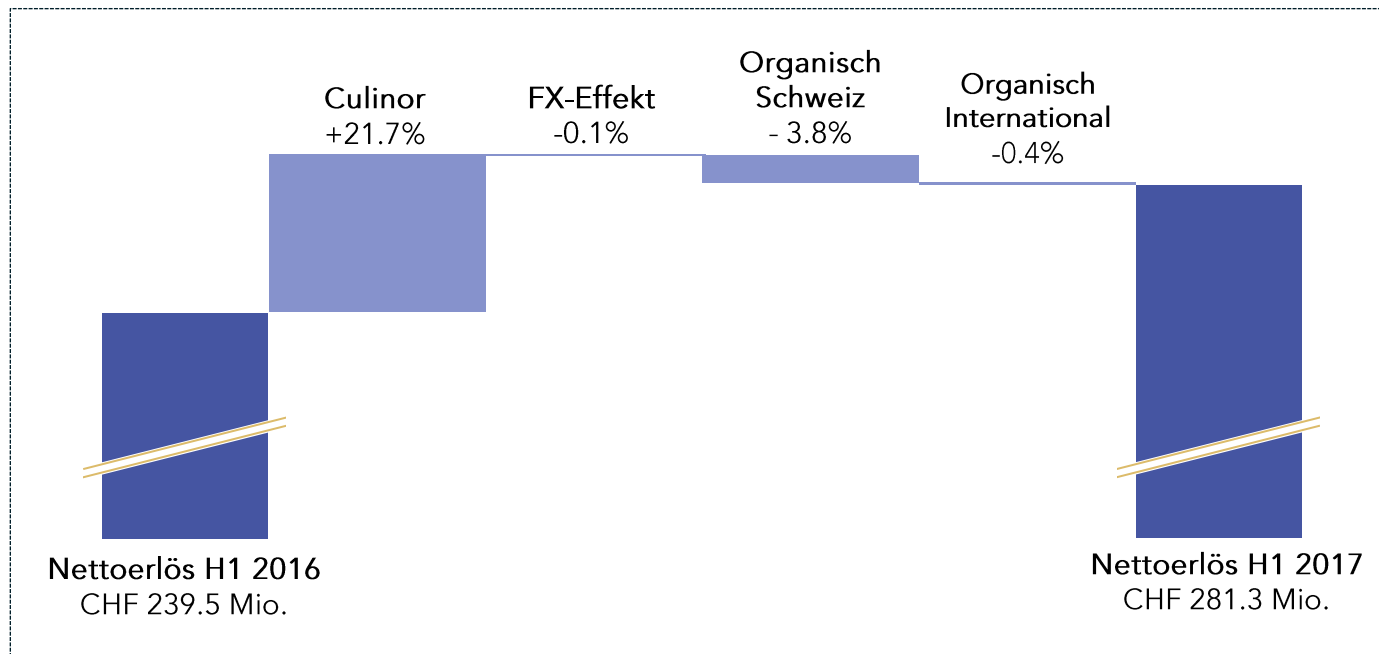
Ausblick 2. Halbjahr 2017

Appendix

Gutes 1. HY 2017 erneut mit Margenverbesserung

Nettoerlös	EBITDA	Reingewinn	Cash Flow
CHF 281.3 Mio. +17.4%	CHF 27.7 Mio. +22.0%	CHF 14.8 Mio. +22.3%	CHF 28.5 Mio. +51.4%
Massgeblich aus Akquisition Culinor Food Group	EBITDA-Marge 9.9% +37 bps	Reingewinn-Marge 5.3% +21bps	Cash Conversion (Ø letzte 5 Jahre) 71%

Nettoerlös +17.4%



- Konsolidierung Culiner Food Group per 1. September 2016.
- Strategisch wichtiger Schritt ins Ausland gelungen: Culiner Food Group übertrifft erneut Erwartungen.
- ORIOR Schweiz im Rahmen der Erwartungen
 - Marktumfeld weiterhin herausfordernd und mit hohem Wettbewerbsdruck
 - Zusätzlich belasten Aktionsverschiebungen und Konsolidierungen im Markt die Umsätze im H1.

EBITDA +22.0%

in Mio. CHF	Jan – Jun 2017	Jan – Jun 2016	Δ in %
Nettoerlös	281.3	239.5	+17.4%
Warenaufwand	-163.9	-144.5	
Bruttogewinn	117.4	95.0	
in % vom Nettoerlös	41.7%	39.7%	
OPEX	-89.7	-72.3	
EBITDA	27.7	22.7	+22.0%
in % vom Nettoerlös	9.9%	9.5%	
Abschreibungen + Amortisationen	-9.2	-7.3	
EBIT	18.5	15.5	+19.9%
in % vom Nettoerlös	6.6%	6.5%	

- Steigerung der Bruttomarge um 206 Basispunkte auf 41.7%.
- Erhöhung EBITDA; Akquisitionseffekt, konsequente Kostendisziplin und operative Effizienz.

ORIOR Segmente

- Segmentberichterstattung erfolgt in den drei Segmenten: ORIOR Convenience, ORIOR Refinement und ORIOR International.
- Der Bereich Corporate wird über alle Segmente verteilt.

Convenience <i>Kategorie-Pioniere</i>			Refinement <i>Starke Traditions-Marken</i>			International	
Fredag	Le Patron	Pastinella	Rapelli	Spiess	Möfag	Culinor	Export
							
							 

Segment Convenience

in Mio. CHF	Jan – Jun 2017	Jan – Jun 2016	Δ in %
Nettoerlös	89.9	95.4	-5.8%
EBITDA in % vom Nettoerlös	12.1 13.5%	12.2 12.7%	-0.6%
EBIT in % vom Nettoerlös	9.3 10.3%	9.1 9.6%	+2.1%
Investitionen	1.6	1.4	

- Anhaltend herausforderndes Marktumfeld im Detailhandel und der Gastronomie, Wettbewerbsdruck und kundenseitiges Insourcing im Detailhandel.
- Stabilisierung Pastageschäft dank Konzept- und Produktinnovationen.
- EBITDA Margensteigerung +70 bps
 - Stärkung Portfolio Mix und Ausrichtung auf Kernproduktgruppen.
 - Anpassung Strukturen, Prozesse und hohe Kostendisziplin.

CONVENIENCE

in % der
Gesamtgruppe

31.6%



Segment Refinement

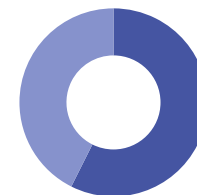
in Mio. CHF	Jan – Jun 2017	Jan – Jun 2016	Δ in %
Nettoerlös	139.9	144.8	-3.4%
EBITDA in % vom Nettoerlös	10.6 7.6%	10.5 7.2%	+1.2%
EBIT in % vom Nettoerlös	6.9 4.9%	6.3 4.4%	+9.3%
Investitionen	3.7	1.8	

- Aktionsverschiebungen ins 2. Halbjahr 2017.
- In den meisten Kategorien bessere Entwicklung als der Markt.
- Erfolgreiches Rebranding Rapelli.
- EBITDA Margensteigerung +35 bps
 - Stärkung Portfolio Mix.
 - Anpassung Strukturen, Prozesse und hohe Kostendisziplin.

REFINEMENT

in % der
Gesamtgruppe

47.5%



Segment International

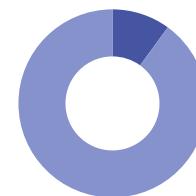
in Mio. CHF	Jan – Jun 2017	Jan – Jun 2016	Δ in %
Nettoerlös	58.6	7.8	+651.5%
EBITDA in % vom Nettoerlös	5.1 8.6%	0.1 1.0%	
EBIT in % vom Nettoerlös	2.4 4.0%	0.0 0.4%	
Investitionen	1.0	0.0	

- Akquisitionseffekt + 664.7%
 - Culinor Food Group erneut mit Entwicklung über den Erwartungen; Vollkonsolidierung seit 1. September 2016
- FX-Effekt – 1.5%
- Organisches Wachstum – 11.7%
 - Umstellung Geschäftsmodell für den Export von «Nature Gourmet-Spezialitäten» und markt- und wettbewerbsbedingt schwierigem Bündnerfleisch-Export

INTERNATIONAL

in % der
Gesamtgruppe

20.9%



Albert®
Spieß



Reingewinn +22.3%

in Mio. CHF	Jan – Jun 2017	Jan – Jun 2016	Δ in %
EBIT in % vom Nettoerlös	18.5 6.6%	15.5 6.5%	+19.9%
Finanzertrag/Finanzaufwand	-1.7	-0.8	
Gewinn vor Steuern in % vom Nettoerlös	16.8 6.0%	14.6 6.1%	
Ertragssteuern	-2.0	-2.5	
Reingewinn in % vom Nettoerlös	14.8 5.3 %	12.1 5.1 %	+22.3%

- Reingewinn +22.3 % mit Margenverbesserung +21 Basispunkte
- Reingewinn pro Aktie + 22.7% auf CHF 2.51

Starke Bilanz und hohe Cash Conversion

in Mio. CHF	30.06.2017		30.06.2016	
Umlaufvermögen	176.1	32.7%	146.0	36.2%
Sachanlagen	108.9		77.2	
Immaterielle Anlagen	252.8		179.1	
Latente Steueraktiven	0.2		0.8	
Total Aktiven	537.9	100.0%	403.1	100.0%

in Mio. CHF	30.06.2017		30.06.2016	
Fremdkapital	284.4	52.9%	179.5	44.5%
Eigenkapital	253.5	47.1%	223.6	55.5%
Total Passiven	537.9	100.0 %	403.1	100.0%

- Stärkung Eigenkapitalquote nach Akquisition der Culinor Food Group per 1.9.2016
 - Solide EK Quote von 47.1% resp. + 2.8%-Punkte ggü. FY 2016 (44.3%)
- Hoher und erneut verbesserter Cash Flow von CHF 28.5 Mio.
- Konsequenter Deleverage: Pro forma annualisierter Leverage 2.06x

Agenda

1. Halbjahr 2017

- I. Highlight 1. Halbjahr 2017
- II. Kennzahlen ORIOR Gruppe
- III. Kennzahlen Segmente
- IV. Erfolgsrechnung, Bilanz und Cash Flow

Update ORIOR 2020

- I. Wertsteigerungsmodell
- II. Strategische Eckpfeiler und Einblick in aufgenommene Projekte und Massnahmen

Ausblick 2. Halbjahr 2017

Appendix

ORIOR 2020 – Ziel: stetige Wertsteigerung



Strategische Eckpfeiler

Innovations-
Haus

Marken
stärken und
ausbauen

Agilität und
Kosteneffizienz

Die ORIOR
Verantwortung

Wir sind
ORIOR

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

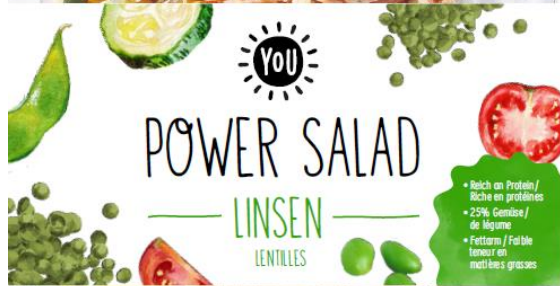
Einblick in aufgenommene Projekte und Massnahmen

- Innovation-Champions: 3-Jahres Pipeline 2016-2018 pro Kompetenzzentrum
- Innovations-Controlling aufgebaut
- Neue Konzepte und Saison-Spezialitäten erfolgreich eingeführt





POWER SALAD



Reich an Protein – 25% Gemüse – Fettarm

MY ENERGY BEEF



100% RINDFLEISCH

100% SCHWEIZ

36% EIWEISS

3% FETT





culinor



Albert® Spiess

SEIT 1906



Die Bündner Trockenfleisch Spezialitäten
handgelegt in der Frischeschale.

NEU

Bündner
Spezialitäten –
sichtbar frisch





NEW

LUGANIGHE TICINESI

Terroir



Specialità grill con ingredienti tipici del nostro territorio
Grill-Spezialitäten mit typischen, einheimischen Tessiner Zutaten
Spécialités à griller avec des ingrédients typiques du Tessin





culinor



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

- Rapelli erfolgreicher neuer Markenauftritt; weiterhin hohe Investitionen in Marke und Marketing
- Zusätzliche Investition in Marketing; im 1. Halbjahr 2017 erneut erhöht
- Neueröffnung Bottega Mario Rapelli in Zürich





La Bottega di Mario – Nüscherstrasse 6 – 8001 Zürich
Tel. 044 227 19 22 – info@labottegadimario.ch – www.labottegadimario.ch
Ein Betrieb der Segmüller Collection, Carlton Zürich AG, Bahnhofstrasse 41, 8001 Zürich

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.

Einblick in aufgenommene Projekte und Massnahmen

- Champion-Modell; Innovation, Einkauf, Verkauf Retail, Verkauf Food Service, Qualitätsmanagement, Web
- Werkentwicklung; Erweiterungsbau Möfag
- Leiter Supply Chain Excellence seit Q2 2017
- Einführung automatisches Rechnungsverarbeitungssystem

Stetige Wertsteigerung



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 inkl. Reduktion Food- und Verpackungsabfälle
- Gesundheitsmanagement inkl. entsprechender Führungskurse
- Lancierung ORIOR Campus
- Kontinuierliche Erneuerung Sortimente

Stetige Wertsteigerung



Agenda

1. Halbjahr 2017

- I. Highlight 1. Halbjahr 2017
- II. Kennzahlen ORIOR Gruppe
- III. Kennzahlen Segmente
- IV. Erfolgsrechnung, Bilanz und Cash Flow

Update ORIOR 2020

- I. Wertsteigerungsmodell
- II. Strategische Eckpfeiler und Einblick in aufgenommene Projekte und Massnahmen

Ausblick 2. Halbjahr 2017

Appendix

Ausblick 2. Halbjahr 2017

Umfeld & Markt

- Schweiz:
 - Umfeld und Rahmenbedingungen bleiben weiterhin anspruchsvoll; Konsolidierungen im Markt und hoher Wettbewerbsdruck
 - Detailhandel und Gastronomie mit strukturellen Herausforderungen
 - Rohstoffpreise tendenziell Seitwärtsbewegung erwartet
- Europa
 - Gutes Wachstumspotential
 - Rohstoffpreise tendenziell steigend

ORIOR Fokus

- Konsequente Umsetzung der Strategie ORIOR 2020
- Investitionen in Innovation und Marken werden weiterhin hoch gehalten
- Kosteneffizienz und Agilität weiter vorantreiben

Ausblick

- Tolle neue Produkte, Konzepte und Verpackungsdesigns sowie Innovationen entlang der Wertschöpfungskette
- Weitere Verbesserung unserer operativen Leistungsfähigkeit und Effizienz
- Gutes 2. Halbjahr 2017 erwartet

*Coming
soon*

Neuer Markenauftritt Ticinella, neues Branding Pastinella,
Herbstkreationen wie z.B. Sortiment Feldküche, Weihnachtssortiment Le Patron



Agenda

1. Halbjahr 2017

- I. Highlight 1. Halbjahr 2017
- II. Kennzahlen ORIOR Gruppe
- III. Kennzahlen Segmente
- IV. Erfolgsrechnung, Bilanz und Cash Flow

Update ORIOR 2020

- I. Wertsteigerungsmodell
- II. Strategische Eckpfeiler und Einblick in aufgenommene Projekte und Massnahmen

Ausblick 2. Halbjahr 2017

Appendix

Convenience – Kategorie-Pioniere



Fredag

- Pionierin mit führender Stellung in den stark wachsenden vegetarischen und veganen Produktkategorien
- Marktführerin und Innovationstreiberin für die Herstellung von Tofu
- Grosse Kompetenz in der Herstellung von Geflügel-Convenience-Produkten für den Detailhandel und die Gastronomie

Le Patron

- Erfinderin und Innovationstreiberin von ultrafrischen Menüs und Menükomponenten
- Pionierin und Marktführerin für Pasteten und Terinnen
- Herstellung von Frisch-Frisch Pasta im High Premium Segment

Pastinella

- Spezialist für gefüllte und ungefüllte denaturierte Frisch-Pasta
- Marktführerin im Bereich Premium Frisch Pasta
- Erfinderin von gluten- und laktosefreien Frisch-Pasta sowie von Pasta für Menschen mit anderen Intoleranzen und/oder Diäten



Refinement – Starke Marken mit Tradition



Rapelli SA

- Traditions Handwerk
- Modernità mit einer Prise Geschichte
- Mastri Salumieri
- Tessiner Spezialitäten
- Höchste Markenbekanntheit in der Schweiz
- Seit 1929

Albert Spiess

- Edelstes Rohmaterial
- Bündnerfleisch = GGA geschützter Markenartikel
- Höchstgelegene Fleisch-trocknerei Europas
- Reine Alpenluft und uralte Tradition
- Seit 1906

Möfag

- Traditionelle Schweizer Rezepte
- Reinraum-Technologie
- Innovativ / flexibel / kundenorientiert
- Effiziente Abwicklung von Kleinvolumen
- Time to market
- Seit 1978



ORIOR International



Culinor Food Group

- Culinor ist ein eigenständiges Kompetenzzentrum der ORIOR und bearbeitet als ORIOR Europa-Plattform den gesamten europäischen Markt.
- Führende Herstellerin von Fertighenüs und Menükomponenten für den Detailhandel und die Gastronomie in den Benelux-Staaten.
- Alle Produktionsbetriebe verfügen über modernste Anlagen und vielfältige Technologien zur Herstellung von Premium-Frisch-Convenience-Produkten.
- Qualitativ hochstehendes und breites Produktportfolio mit Spezialisierung auf gekühlte Fertighenüs und Fertighenükomponenten.

Export

- Der Bereich Export ist verantwortlich für den Export und die Vermarktung der Gruppenprodukte unter den entsprechenden Marken.
- Bündnerfleisch «Albert Spiess of Switzerland» ist derzeit das wichtigste Export-Spezialität.
- Die veganen und vegetarischen Spezialitäten unter der Marke «Nature Gourmet» werden neu für definierte EU-Länder von einem Partner in Deutschland produziert und vertrieben.



Aktieninformationen

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

Aktienkurs per 18.08.2017 CHF 73.25

Dividende	2016	2015	2014	2013	2012	2011
Ausschüttungsquote <i>in %</i>	43.6	47.0	44.6	46.2	42.3	40.5
Dividende pro Aktie <i>in CHF</i>	2.09	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 (30.06.2017)

Ernst Göhner Stiftung (CH)	10.46 %
UBS Fund Management AG (CH)	6.21 %
Schroders Plc (GB)	4.88 %
Rolf U. Sutter / Gruppe (CH)	3.37 %
Swisscanto Fondsleitung (CH)	3.28 %

Börseninformationen / Kennzahlen		30.06.17	30.06.16
Kurs der Aktie am 30.06.	in CHF	76.20	65.90
Jahreshöchst	in CHF	86.00	68.00
Jahrestiefst	in CHF	64.80	52.00
Marktkapitalisierung	in Mio. CHF	451.5	390.5
Reingewinn pro Aktie	in CHF	2.51	2.05
Operativer Cash Flow pro Aktie	in CHF	4.82	3.17
Eigenkapital pro Aktie	in CHF	42.93	37.77

Unternehmenskalender

01.03.18	Publikation Jahresresultat 2017
01.03.18	Publikation Geschäftsbericht 2017
12.04.18	Generalversammlung

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**.

