



# ORIOR GRUPPE

## Jahresresultat 2017



1. März 2018

**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

## Einleitende Worte des CEOs

- CEO Statement
- Übernahme Bio-Pionier «Biotta»; Einstieg in Bio-Getränkebereich

## Geschäftsjahr 2017

- ORIOR Gruppe im Überblick
- Kennzahlen ORIOR Gruppe
- Kennzahlen ORIOR Segmente
- Konsolidierte Erfolgsrechnung und Bilanz
- Dividendenentwicklung

## Update ORIOR 2020

- Ziel: stetige Wertsteigerung für alle Stakeholder
- Strategische Eckpfeiler: «Innovations-Haus», «Marken stärken und ausbauen», «Agilität und Kosten-Effizienz», «Die ORIOR Verantwortung» und «Wir sind ORIOR»

## Ausblick 2018

## Appendix

## CEO Statement

- Strategisch und operativ gutes Geschäftsjahr 2017.
- Eingeleitete Initiativen und Massnahmen aus der Strategie ORIOR 2020 mit positiven Auswirkungen auf das Resultat.
- Culinor Food Group übertrifft – wie bereits im ersten Halbjahr 2017 – die Erwartungen.
- ORIOR Schweiz weiterhin in herausforderndem Umfeld; hoher Preis- und Wettbewerbsdruck sowie Konsolidierungen im Markt.
- ORIOR übernimmt Bio-Pionier «Biotta»; Einstieg in die wachsende Premium-Nische von Bio-Getränken sowie Stärkung des internationalen Geschäfts.



biottaCH

# GELBE RANDE

## ♥ KURKUMA

**Biotta**  
Der Schweizer Bio-Pionier

AN BIOTTA - JETZT IM KÜHLREGAL

traktor  
BIO-SMOOTHIES

Trink pink und mach die Welt bunter!

traktor  
BIO-SMOOTHIE  
FRÜHBLAUER RUCOLA-ROSE

**Biotta**  
Der Schweizer Bio-Pionier

# Mein Naturmoment

Unser Versprechen

- ✓ 100% naturbelassen
- ✓ 100% Bio
- ✓ 100% direkt gepresster Saft, kein Rückverdrünkt-Konzentrat
- ✓ ohne Zuckerzusatz (enthält von Natur aus Zucker)
- ✓ ohne Farbstoffe, Konservierungsmittel und Aromen

Natur geht in keine Flasche



biottaCH

# HAPPY HOURS

## FÜR IHREN KÖRPER.

Meine Wellness Woche

FRISCH AUFGEBAUTER  
BIO EISTEE

**VIVITZ**  
MEIN SCHLÖCK FREIHEIT

HANF  
ALKOHOLFREI  
KRISTALLZUCKER  
VEGAN

biottaCH

**Biotta**  
Der Schweizer Bio-Pionier

# Bio Energy - und die Post geht ab!

Nimm die natürliche Alternative!

#BOMBASTIC NATURAL FEELING

**CICE**

Cannabis Ice Tea

Die leichten Bio-Smoothies mit einem Hauch von Tee

Weniger Fruchtzucker. Weniger Kalorien!

**Biotta**  
SMOO'TEA

Organic APRICOT & APPLE MINT

# Biotta im Kontext unserer strategischen Ziele 2020

ORIOR im Jahr 2020 (Ziele Strategie ORIOR 2020)



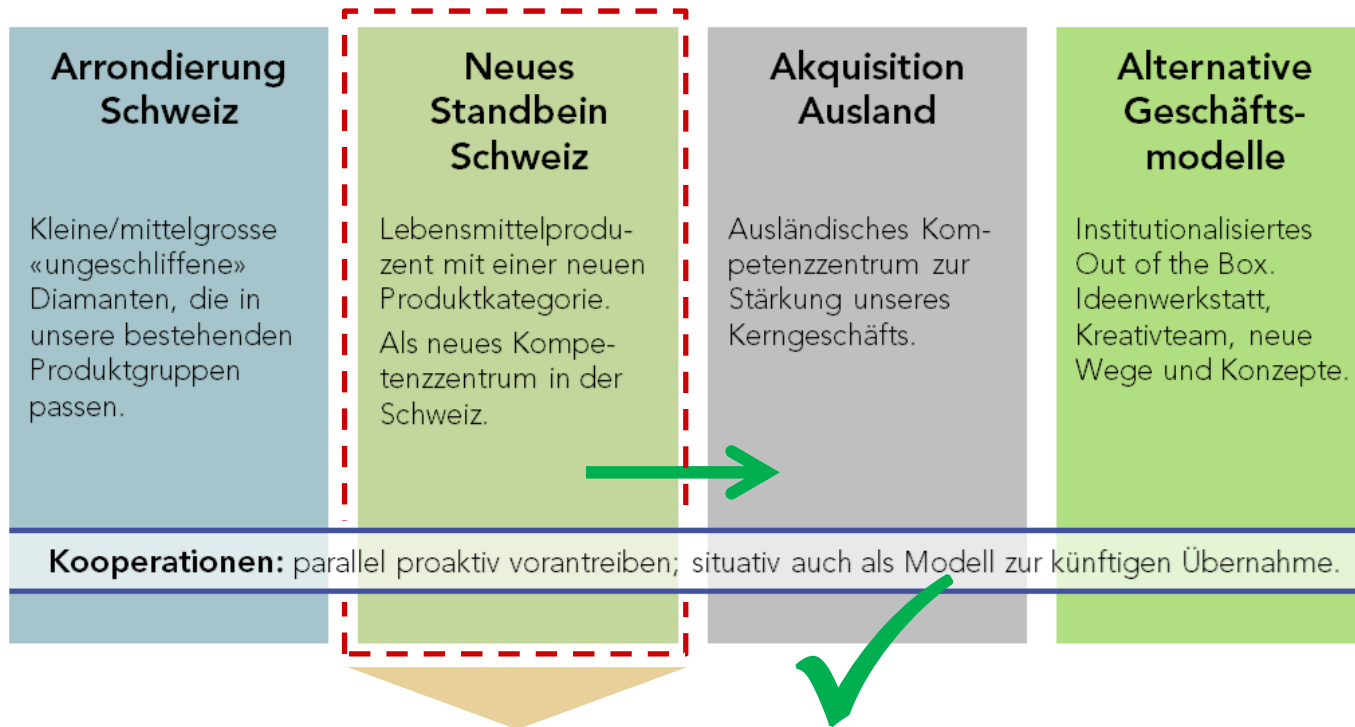


# Biotta im Kontext der ORIOR M&A-Ausrichtung

*Konsequente Umsetzung der M&A-Strategie*

- Neues Standbein: ORIOR wird «Food & Beverage»-Firma.
- Stärkung des Kerngeschäfts im wachsenden Bio-Getränkemarkt.
- Ausbau der Marktposition und Zugewinn an Innovationskraft.
- Wachstums- und Synergieeffekt.

## Die vier Felder der M&A-Ausrichtung



**Stärkung der Position in der Bio-Premium-Nische im In- und Ausland**

# Perfekte Übereinstimmung mit M&A-Feinkriterien



# Übernahme der Mehrheit des Bio-Pioniers

*Einstieg in wachsenden Bio-Getränkereich: ORIOR übernimmt 65% des Bio-Pioniers «Biotta» mit gleichzeitigem Übernahmeangebot für die restlichen Aktien.*



## Strategischer Fit

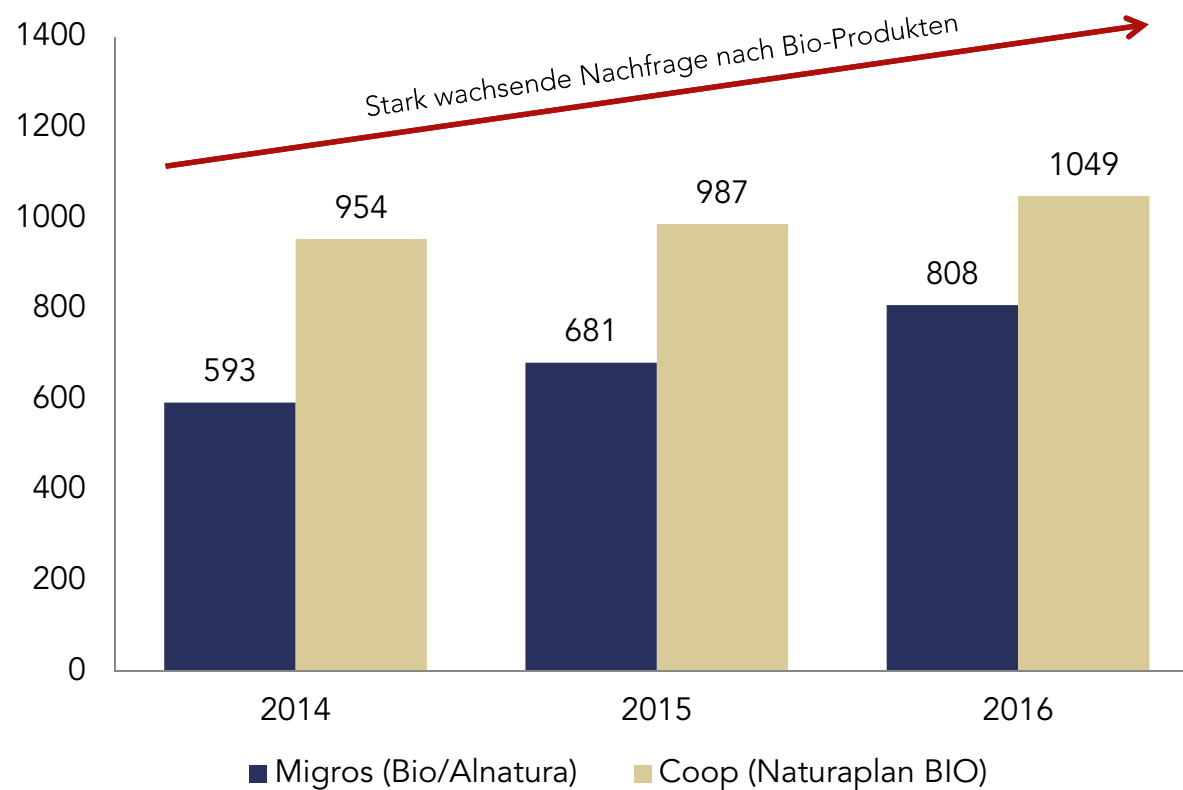
- ✓ Ermöglicht ORIOR, eine «**Food & Beverage**»-Firma zu werden.
- ✓ **Neue Kategorie:** wachsende Bio-Premium-Nische mit weiterem Entwicklungspotenzial im In- und Ausland.
- ✓ Biotta wird das **Bio-Kompetenzzentrum** von ORIOR.
- ✓ Starke Konzepte mit bekannten und höchst glaubwürdigen **Marken**.
- ✓ **Breites Produkt- und Konzeptportfolio** im Bereich naturrein belassene biologische Gemüse- und Fruchtsäfte sowie Getränkespezialitäten.
- ✓ **Breite Markt- und Kundenabdeckung:** rund 40% Auslandsgeschäft mit Belieferung von über 30 Ländern.
  - Starke und langjährige Kundenbeziehungen im In- und Ausland.
  - Marktführer im Verkaufskanal Bio-Fachhandel.
- ✓ Höchster Anspruch auf **Kulinarik** und **Qualität** mit ausgeprägter Kompetenz in **Bio** und in der **Nische**.



# Markt Schweiz: starke Wachstumsrate im Bio-Bereich

## Entwicklung Bio/Alnatura (Migros) und Naturaplan BIO (Coop)

In Mio. CHF



Quelle: GfK Detailhandel Schweiz 2017



## Breites und differenziertes Portfolio

- Bio-Pionier in der Herstellung von naturrein belassenen Gemüse- und Fruchtsäften.
- Moderne Konzepte mit starken und bekannten Marken.
- Bio-Spezialist im stark wachsenden Segment frischer Säfte mit kurzer Haltbarkeit.

### Biotta



### Traktor



### Vivitz



### C-ICE



## «Mehr Natur geht in keine Flasche»

- Naturreine Gemüse- und Fruchtsäfte direkt ab Manufaktur am Bodensee.
- Ausgezeichnete und zertifizierte Bio-Qualität mit höchstem Genuss.
- Konsequenter Verzicht auf Konzentrate, künstliche Zusätze und Zucker.
- Starke Partnerschaften mit regionalen Bio-Bauern: Unterstützung der regionalen, nachhaltigen Bio-Landwirtschaft.

**Biotta**<sup>®</sup>  
Der Schweizer Bio-Pionier

### Biotta Classic Sortiment





## Der Klassiker – Biotta Saft-Woche als Detox-Pionier

- Einzigartiges Konzept mit Beratungskompetenz im Gesundheitsfachhandel.
- PUR: Muttersäfte aus erster Pressung, teilweise aus Wildsammlung.
- Einzigartige nachhaltige Beschaffungsbasis mit langjährigen Partnern.
- Qualitätssicherung auf höchstem Niveau.

**Biotta**<sup>®</sup>  
Der Schweizer Bio-Pionier

### Biotta PUR und Essenz



### Biotta Konzeptpakete

www.biotta.ch  
biottaCH

**HAPPY HOURS**  
FÜR IHREN  
**KÖRPER.**

Schluck für Schluck zu Ihrer Auszeit  
mit der Biotta Wellness Woche.

Mit einer Biotta Wellness Woche erleben Sie  
in wenigen Tagen ein neues Körpergefühl.  
Gönnen Sie sich eine kleine Auszeit!

Sie erhalten die Biotta Wellness Woche in  
Apotheken, Drogerien, im Bio-Fachhandel  
und online.

**Biotta**<sup>®</sup>  
Der Schweizer Bio-Pionier

## Gesunde Säfte für den To-go-Konsum

- Biotta Veggie als erster Bio-Gemüse/Frucht-Smoothie mit einzigartigem Geschmack.
- Bio Energy Drink als natürliche Alternative auf Fruchtsaft- und Teebasis.
- Smoo'tea: die natürliche kalorien- und fruchtzuckerreduzierte Interpretation eines Smoothies.

**Biotta**<sup>®</sup>  
Der Schweizer Bio-Pionier

### Bio-Fachhandel



### Frische





## Traktor Bio-Smoothies – unkonventionell frisch

- Schweizer Bio-Smoothies-Pionier.
- Swiss Made: aus der Schweiz und für die Schweiz.
- Hergestellt aus besten und sorgfältig ausgewählten Bio-Früchten in Knospe-Qualität.
- Vertrieb in Szenelokalitäten, Bio-Läden, Filialunternehmen und an Traktor-Ständen.
- Unkonventionelle Bio-Marke als Differenzierung zur Masse.

**traktor**



## Vivitz – Mein Schluck Freiheit

- Freche, junge Bio-Erfrischungsgetränke für den Bio-Fachhandel und die Bio-Gastronomie.
- Moderne Rezepturen mit wenig Kalorien und ohne künstliche Zusatzstoffe.
- Swiss Made: Herstellung in der Schweiz aus besten Schweizer Rohstoffen.
- Abwechslungsreiche Geschmacksrichtungen für einzigartigen Genuss in bester Bio-Qualität.

**VIVITZ**  
MEIN SCHLUCK FREIHEIT

**BIO - VEGAN - SWISS MADE**

**VIVITZ**  
NATÜRLICH TRINKEN

FRISCH ANGEBRUNNEN  
**BIO EISTEE**  
**VIVITZ**  
MEIN SCHLUCK FREIHEIT  
**CLASSIC ZITRONE**  
OHNE KUNSTLICHE ZUSATZSTOFFE  
VEGAN

FRISCH ANGEBRUNNEN  
**BIO EISTEE**  
**VIVITZ**  
MEIN SCHLUCK FREIHEIT  
**GRÜNEL**  
OHNE KUNSTLICHE ZUSATZSTOFFE  
VEGAN

ERFRISCHEND STICHEL  
**BIO SCHORLE**  
**VIVITZ**  
MEIN SCHLUCK FREIHEIT  
**APFEL-HOLUNDERBLÜTE**  
OHNE KUNSTLICHE ZUSATZSTOFFE  
VEGAN

ERFRISCHEND STICHEL  
**BIO SCHORLE**  
**VIVITZ**  
MEIN SCHLUCK FREIHEIT  
**RHABARBER**  
OHNE KUNSTLICHE ZUSATZSTOFFE  
VEGAN



## C-ICE – Der etwas andere Eistee

- Swiss Cannabis Eistee: 250 ml pures Erlebnis.
- Feinster Schweizer Hanf, gemischt mit Eistee auf Schwarzteebasis.
- Kultstatus dank Genuss, Design und dem besonderen Etwas.
- Reinziehen und geniessen!

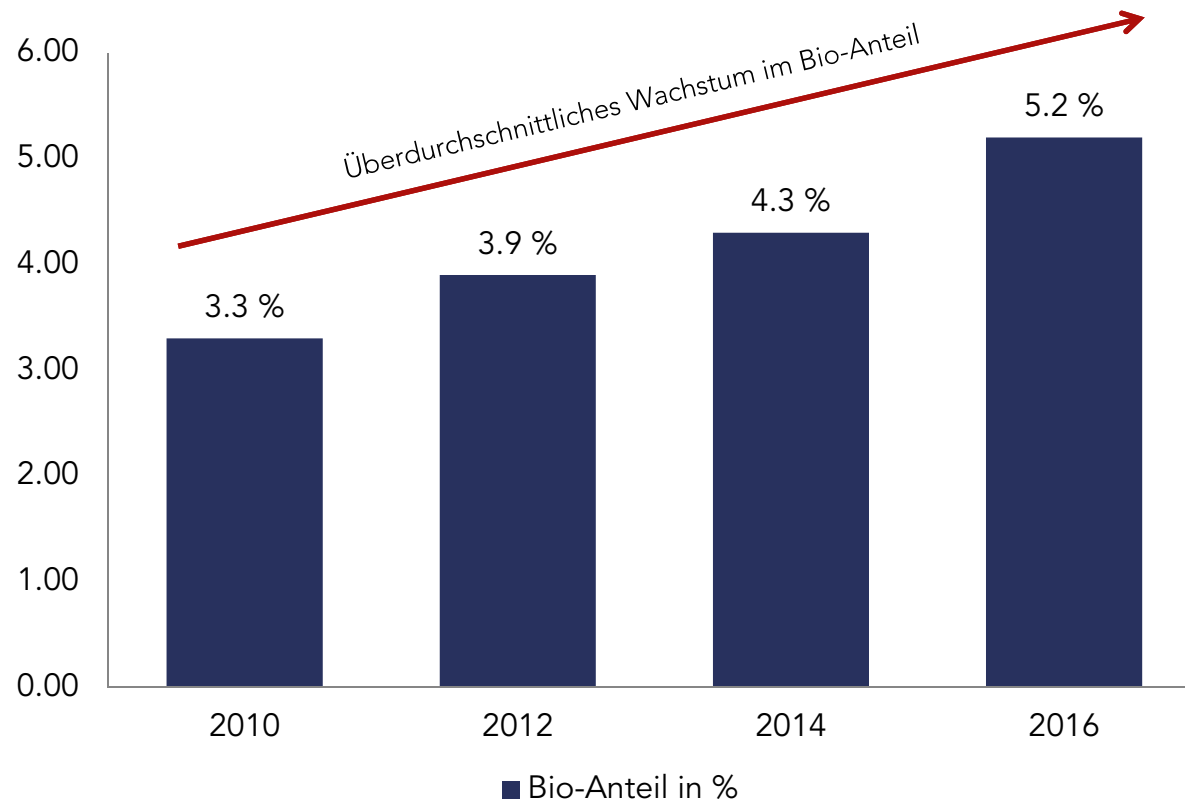
**CICE**



## Markt Deutschland: nachhaltiges Wachstum in Bio

### Entwicklung Bio-Anteil an Ø Gesamtausgaben für Lebensmittel

In %



Quelle: GfK Haushaltspanel, Würzburg, 2017

## Gesa Gemüsesaft GmbH (DE)

- Frisch gepresste und schonend verarbeitete Premium-Gemüsesäfte und -konzentrate mit hoher Naturbelassenheit.
- Starke Kunden-Partnerschaften mit der Getränke- und Lebensmittelindustrie.
- Breiter Vertrieb in ganz Europa.



Mehr Wert aus Gemüsesaft

Für eine gesunde Wertschöpfung vom Feld bis zu Ihrem Produkt

# Übernahme der Mehrheit des Bio-Pioniers



## Kultureller Fit

- ✓ **Traditionsdenken**, starke Schweizer Wurzeln und **gleiche kulturelle Werte**.
- ✓ Tief verankerter **Pioniergeist** mit hoher **Innovationskraft** und einzigartigem **Unternehmertum**.



## Gemeinsame kulturelle Werte

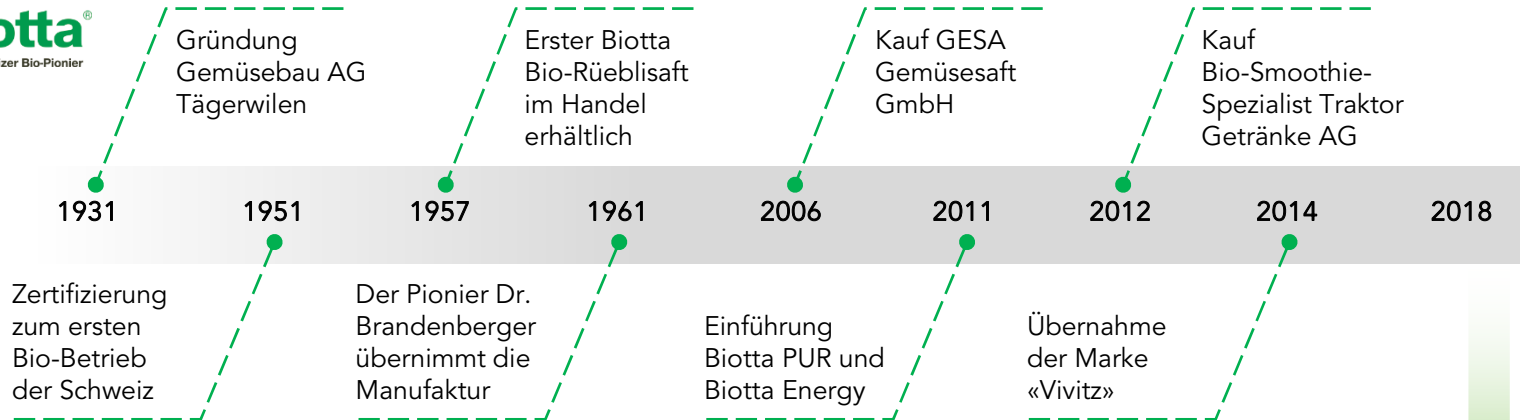
- 60-jähriger, tief verankerter Pioniergeist mit hoher Innovationskraft und einzigartigem Unternehmertum.
- Höchster Anspruch auf Kulinarik, Qualität und Nachhaltigkeit.

«Wir wollen mit biologisch angebauten Produkten von höchster Qualität der Gesundheit und der Vitalität der Menschen dienen.»

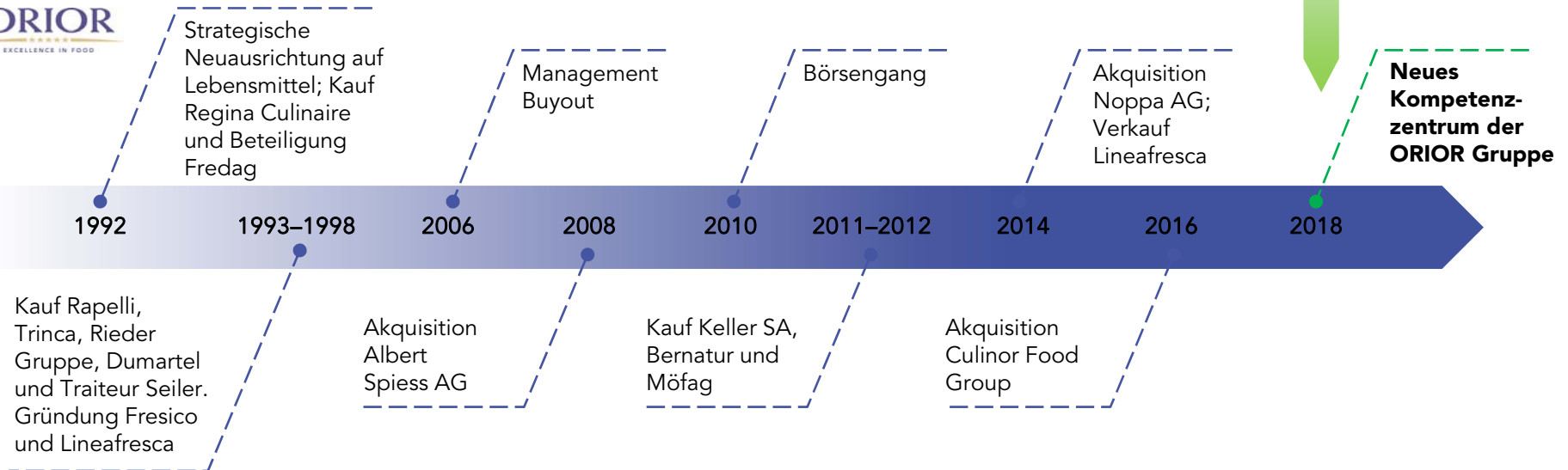
*Dr. Hugo Brandenberger, Biotta-Pionier*

# Erfolgreich weiterentwickeln in der ORIOR Familie

**Biotta®**  
Der Schweizer Bio-Pionier



**ORIOR**  
EXCELLENCE IN FOOD





# Standorte ORIOR

– Biotta wird eigenständiges Kompetenzzentrum innerhalb der ORIOR Gruppe.

## Culinor, Destelbergen (BE)

Produktion von Ofen- und Frischmahlzeiten sowie Logistikzentrum



## Vaco's Kitchen, Olen (BE)

Produktion von Cuisson Sous-Vide, Chefmahlzeiten, Menükomponenten



## GESA, Neuenstadt-Stein (DE)

Biologische Gemüsesäfte für Getränke- und Lebensmittelindustrie



## Spiess Europe, Haguenau (FR)

Plattform für Kommissionierung und Vertrieb



## Rapelli SA, Stabio

Charcuterie-Spezialitäten wie Salami, Rohschinken oder Coppa



## Albert Spiess, Schiers

Bündner Spezialitäten wie Bündnerfleisch, Salsiz oder Rohessspeck



## Möfag, Zuzwil

Fürstentümer Spezialitäten wie Mostbröckli und Schinkencreationen



## Fredag AG, Root

Geflügelspezialitäten, Fleisch-Convenience und Vegi/Vegan



## Le Patron, Bökten

Pasteten und Terrinen, Fertigmenüs, Menükomponenten



## Pastinella, Oberentfelden

Frische, gefüllte und ungefüllte Pasta nach italienischer Art



## Biotta, Tägerwilen

Naturrein belassene biologische Gemüse- und Fruchtsäfte

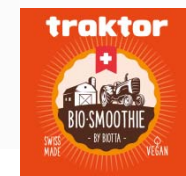


# Übernahme der Mehrheit des Bio-Pioniers



## Finanzieller Fit

- ✓ **Mehrwertschaffend** für ORIOR Gruppe.
- ✓ Zusätzliches **Wachstums- und Synergiepotenzial** innerhalb der ORIOR Familie.



# Transaktionsparameter

## Fit

- In Übereinstimmung mit Strategie ORIOR 2020 und M&A-Ausrichtung.
- ORIOR ist Wunscheigentümerin für den Verwaltungsrat und das Management.

## Struktur

- Übernahme der Mehrheit mit 65%.
- Entsprechende Aktienkaufverträge mit Hauptaktionären unterzeichnet.
- Angebot an die weiteren Aktionäre zum gleichen Preis, d. h. CHF 150.00 pro Aktie abzüglich der Dividende von CHF 2.00 für das Geschäftsjahr 2017.
- Abspaltung nicht operativer Grundstücke vor Vollzug der Transaktion.

## Finanzierung

- Finanzierung durch verfügbare flüssige Mittel sowie eine bestehende Kreditlinie.
- Absicht, Eigenkapital unter Ausnutzung von genehmigtem Kapital zu erhöhen.

## Weiteres Timing

- Veröffentlichung Angebotsprospekt voraussichtlich 26. März 2018.
- Vollzug voraussichtlich Mitte Mai 2018.

# Eigenständiges Kompetenzzentrum der ORIOR Gruppe

Convenience <i>Kategorie-Pioniere</i>				Refinement <i>Starke Traditionsmarken</i>			International	
Fredag	Le Patron	Pastinella	Biotta	Rapelli	Spieß	Möfag	Culinor	Spieß Europe
								
								 



# Agenda

## Einleitende Worte des CEOs

- CEO Statement
- Übernahme Bio-Pionier «Biotta»; Einstieg in Bio-Getränkebereich

## Geschäftsjahr 2017

- ORIOR Gruppe im Überblick
- Kennzahlen ORIOR Gruppe
- Kennzahlen ORIOR Segmente
- Konsolidierte Erfolgsrechnung und Bilanz
- Dividendenentwicklung

## Update ORIOR 2020

- Ziel: stetige Wertsteigerung für alle Stakeholder
- Strategische Eckpfeiler: «Innovations-Haus», «Marken stärken und ausbauen», «Agilität und Kosten-Effizienz», «Die ORIOR Verantwortung» und «Wir sind ORIOR»

## Ausblick 2018

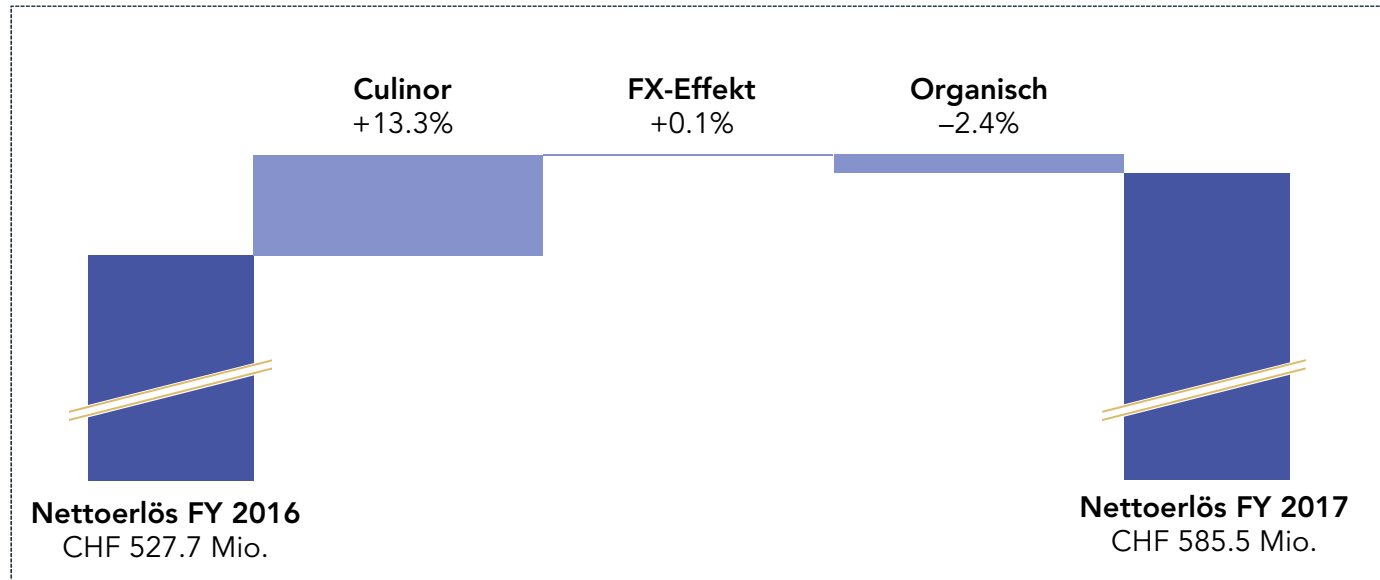
## Appendix

## Strategisch und operativ gutes 2017

Nettoerlös	EBITDA	Reingewinn	Dividende
CHF 585.5 Mio. <b>+10.9%</b>	CHF 57.7 Mio. <b>+12.1%</b>	CHF 32.0 Mio. <b>+12.8%</b>	Antrag einer erneut höheren Dividende von <b>CHF 2.17 je Aktie</b>
Organisch <b>-2.4%</b> Akquisitionseffekt <b>+13.3%</b>	EBITDA-Marge <b>9.9 %</b> +10 bps	Reingewinn-Marge <b>5.5%</b> +9 bps	Siebte Dividenden-Erhöhung in Folge seit dem IPO im Jahr 2010



## Nettoerlös +10.9%



- Gelungener strategischer Schritt ins Ausland
  - Konsolidierung Culinor Food Group per 1. September 2016
  - Akquisitionseffekt von 13.3%
- Weiterhin anspruchsvoller Heimmarkt Schweiz mit hohem Preis- und Wettbewerbsdruck sowie mit Konsolidierungen im Markt.

# Konsolidierte Erfolgsrechnung

in Mio. CHF	2017	2016	Δ in %
<b>Nettoerlös</b>	<b>585.5</b>	<b>527.7</b>	+10.9%
Warenaufwand	-345.0	-315.6	
<b>Bruttogewinn</b>	<b>240.5</b>	<b>212.1</b>	+13.4%
in % vom Nettoerlös	41.1%	40.2%	
OPEX	-182.8	-160.6	
<b>EBITDA</b>	<b>57.7</b>	<b>51.5</b>	+12.1%
in % vom Nettoerlös	9.9%	9.7%	
<b>Abschreibungen + Amortisationen</b>	<b>-18.5</b>	<b>-16.3</b>	
<b>EBIT</b>	<b>39.2</b>	<b>35.2</b>	+11.5%
in % vom Nettoerlös	6.7%	6.7%	

- Steigerung der Bruttomarge um 88 Basispunkte auf 41.1%
  - Optimierung Portfoliomix und weitere Ausrichtung auf Kernproduktgruppen
  - Produktivitätssteigerungs-Massnahmen
  - Weitere Reduktion von Ausschuss
- Steigerung EBITDA um 12.1%; Margenverbesserung von 10 bps.

# ORIOR Segmente

*Drei ORIOR Segmente, unterteilt in starke Kompetenzzentren*

- Kompetenzzentren-Philosophie ermöglicht Nähe zum Markt.
- Gruppenweite Initiativen und Champion-Modell steigern Effizienz und Agilität.

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

# Segment Convenience

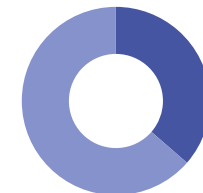
in Mio. CHF	2017	2016	Δ in %
<b>Nettoerlös</b>	<b>187.7</b>	<b>194.2</b>	-3.3%
<b>EBITDA</b> in % vom Nettoerlös	<b>26.3</b> 14.0%	<b>25.2</b> 13.0%	+4.2%
<b>EBIT</b> in % vom Nettoerlös	<b>20.5</b> 10.9%	<b>18.8</b> 9.7%	+9.3%
<b>Investitionen</b>	<b>4.4</b>	<b>5.5</b>	

- Nettoerlösentwicklung
  - Organisches Wachstum -3.3%
  - Akquisitions- und FX-Effekt 0.0%
- Anhaltend starker Wettbewerb, vor allem im Food Service.
- Zweites Halbjahr deutlich besser als erstes Halbjahr.
- Wachstum mit neuen Konzepten, mit Ultrafrisch-Menüs, mit vegetarischen Spezialitäten und mit Pasta.

## CONVENIENCE

in % der  
Gesamtgruppe

**31.7%**





# Segment Refinement

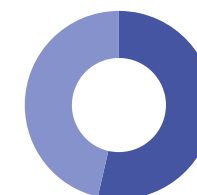
in Mio. CHF	2017	2016	Δ in %
<b>Nettoerlös</b>	<b>290.2</b>	<b>298.8</b>	-2.9%
<b>EBITDA</b> in % vom Nettoerlös	<b>20.6</b> 7.1%	<b>22.5</b> 7.5%	-8.4%
<b>EBIT</b> in % vom Nettoerlös	<b>13.0</b> 4.5%	<b>14.3</b> 4.8%	-8.7%
<b>Investitionen</b>	<b>8.2</b>	<b>5.2</b>	

- Nettoerlösentwicklung
  - Organisches Wachstum -2.9%
  - Akquisitions- und FX-Effekt 0.0%
- Weiteres Wachstum mit der Marke «Rapelli» dank erhöhter Marketing-Investitionen und zahlreichen Innovationen.
- Neulancierung My Energy Beef Sticks von Albert Spiess über alle Kanäle erfolgreich.

## REFINEMENT

in % der Gesamtgruppe

**47.0%**



# Segment International

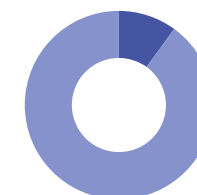
in Mio. CHF	2017	2016	Δ in %
<b>Nettoerlös</b>	<b>124.7</b>	<b>53.2</b>	+134.4%
<b>EBITDA</b> in % vom Nettoerlös	<b>10.8</b> 8.6%	<b>3.7</b> 7.0%	+187.6%
<b>EBIT</b> in % vom Nettoerlös	<b>5.6</b> 4.5%	<b>2.1</b> 3.9%	+166.1%
<b>Investitionen</b>	<b>2.7</b>	<b>0.5</b>	

- Nettoerlösentwicklung
  - Organisches Wachstum +1.6%
  - Akquisitionseffekt +132.2%
- Culinor Food Group übertrifft erneut die Erwartungen.
- FX-Effekt +0.6%.

## INTERNATIONAL

in % der  
Gesamtgruppe

**21.3%**



Albert®  
*Spieß*



## Konsolidierte Erfolgsrechnung | EBIT – Reingewinn

in Mio. CHF	2017	2016	Δ in %
<b>EBIT</b> in % vom Nettoerlös	<b>39.2</b> 6.7%	<b>35.2</b> 6.7%	+11.5%
<b>Finanzertrag/Finanzaufwand</b>	<b>-4.8</b>	<b>-1.3</b>	
<b>Gewinn vor Steuern</b> in % vom Nettoerlös	<b>34.4</b> 5.9%	<b>33.9</b> 6.4%	+1.6%
<b>Ertragssteuern</b>	<b>-2.4</b>	<b>-5.5</b>	
<b>Reingewinn</b> in % vom Nettoerlös	<b>32.0</b> 5.5%	<b>28.4</b> 5.4%	+12.8%

- Steuerquote von 7%; einmalige Auflösung latenter Steuern primär durch Steuerreform in Belgien.
- Reingewinn pro Aktie CHF 5.42 (2016: CHF 4.79).

## Konsolidierte Bilanz

in Mio. CHF	31.12.2017		31.12.2016	
<b>Umlaufvermögen</b>	<b>183.1</b>	33.2%	<b>188.4</b>	34.2%
<b>Sachanlagen</b>	<b>111.5</b>		<b>108.5</b>	
<b>Immaterielle Anlagen</b>	<b>256.9</b>		<b>253.1</b>	
<b>Latente Steueraktiven</b>	<b>0.0</b>		<b>0.3</b>	
<b>Total Aktiven</b>	<b>551.5</b>	100.0%	<b>550.2</b>	100.0%

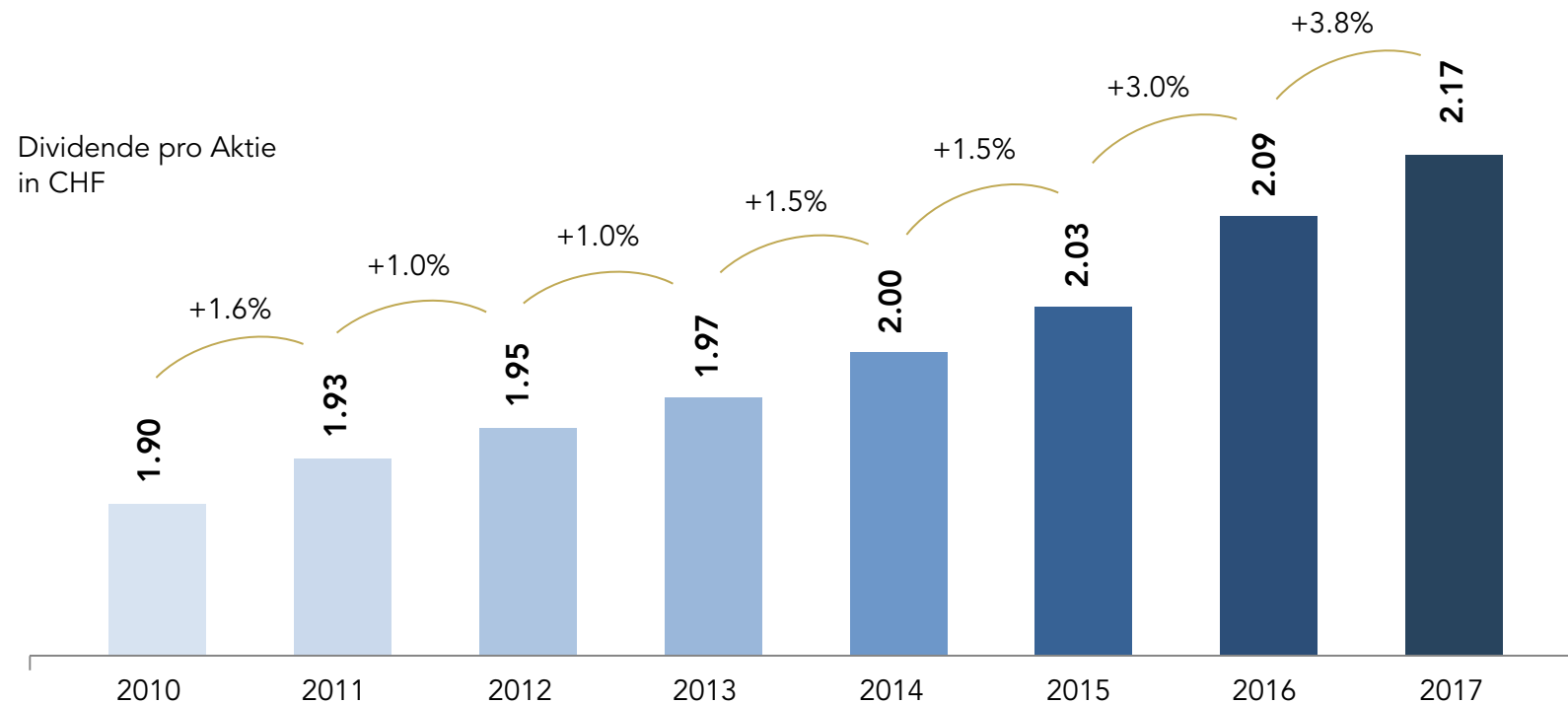
in Mio. CHF	31.12.2017		31.12.2016	
<b>Fremdkapital</b>	<b>271.2</b>	49.2%	<b>306.7</b>	55.7%
<b>Eigenkapital</b>	<b>280.3</b>	50.8%	<b>243.5</b>	44.3%
<b>Total Passiven</b>	<b>551.5</b>	100.0 %	<b>550.2</b>	100.0%

- Sehr guter operativer Cash Flow von CHF 55.7 Mio. (Vorjahr: CHF 31.9 Mio.).
- Durchschnittliche Cash Conversion über die letzten 5 Jahre von ca. 80%.
- Konsequenter Deleverage von 2.45x auf 1.78x.
- Erhöhung Eigenkapitalquote von 44.3% auf gute 50.8%.



# Dividendenentwicklung

- Langfristig angelegte, verlässliche und attraktive Dividendenpolitik: stetige Erhöhung der absoluten Dividende als Messgrösse festgelegt.
- Siebte Dividendenerhöhung in Folge seit dem IPO im Jahr 2010.



# 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.**

# Agenda

## Einleitende Worte des CEOs

- CEO Statement
- Übernahme Bio-Pionier «Biotta»; Einstieg in Bio-Getränkebereich

## Geschäftsjahr 2017

- ORIOR Gruppe im Überblick
- Kennzahlen ORIOR Gruppe
- Kennzahlen ORIOR Segmente
- Konsolidierte Erfolgsrechnung und Bilanz
- Dividendenentwicklung

## Update ORIOR 2020

- Ziel: stetige Wertsteigerung für alle Stakeholder
- Strategische Eckpfeiler: «Innovations-Haus», «Marken stärken und ausbauen», «Agilität und Kosten-Effizienz», «Die ORIOR Verantwortung» und «Wir sind ORIOR»

## Ausblick 2018

## Appendix

# ORIOR 2020 – Ziel: stetige Wertsteigerung



## Strategische Eckpfeiler

Innovations-Haus

Marken stärken und ausbauen

Agilität und Kosten-Effizienz

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 Verkaufsflächen und neue Verkaufskanäle inklusive Dienstleistungen.
- Kategorie Innovator dank Kompetenzzentrum-Modells: Fokus, Flexibilität und Geschwindigkeit für Marken und Handelsmarken (30 Tage).
- Innovationskompetenz innerhalb der Gruppe verstärken dank neuer Organisation.

## Einblick in aufgenommene Projekte und Massnahmen

- Innovations-Controlling aufgebaut.
- Neue Konzepte und Saison-Spezialitäten erfolgreich eingeführt.
- Neue To-go-Produkte und -Konzepte entwickelt und lanciert.

**Stetige  
Wertsteigerung**



# Kreativ und überraschend: die neuen Vegi-Burger von Fredag





# my ENERGY



100% RINDFLEISCH

100% SCHWEIZ

36% EIWEISS

3% FETT

Albert  
Spiess  
SEIT 1906

my ENERGY

Reich an Protein  
Riche en protéines



ORIGINAL  
BEEF

100%	36%	3%
Rindfleisch	Eiweiss	Fett
V viande de	Protéines	de mat.



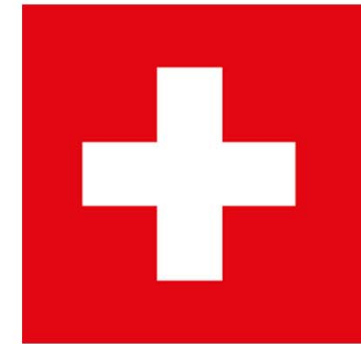


**culinor**





# Schweizer Triondo-Sortiment



Triondo Appenzeller® Käse



Triondo Wauwiler Champignons



Triondo Waadtländer Saucisson und Lauch



Triondo Eringer Rindfleisch





# Albert® Spiess

SEIT 1906



Die Bündner Trockenfleisch Spezialitäten  
handgelegt in der Frischeschale.

**NEU**

Bündner  
Spezialitäten –  
sichtbar frisch







**TO GO**

**TICINELLA®**



Antipasti aus dem Süden  
im praktischen  
To-go-Würfel.







culinor





# Generazioni di Passioni

Pastinella lanciert mit exklusivem Vertriebsrecht in der Schweiz  
die typischen Al-Dente Premium-Frischteigwaren von Garofalo



  
*Garofalo*  
Pasta Fresca Garofalo.





Condividere il buono della vita  
Gutes im Leben teilen  
Partager le bon côté de la vie



## Marken stärken und ausbauen

- Kernmarken besser differenzieren und Markenbekanntheit steigern.
- Moderne Kommunikationsmittel einsetzen, um unsere Konsumenten besser und relevanter zu erreichen (Facebook, digitale Kommunikation usw.).
- 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).

## Einblick in aufgenommene Projekte und Massnahmen

- Neuer Markenauftritt Ticinella; hohe Investitionen in Marke und Marketing.
- Neuer Markenauftritt Pastinella.
- Zusätzliche Investition in Marketing.
- Neueröffnung Rapelli «Bottega di Mario» im «Carlton» in Zürich.

## Stetige Wertsteigerung





**La Bottega di Mario** – Nüscherstrasse 6 – 8001 Zürich  
Tel. 044 227 19 22 – [info@labottegadimario.ch](mailto:info@labottegadimario.ch) – [www.labottegadimario.ch](http://www.labottegadimario.ch)  
*Ein Betrieb der Segmüller Collection, Carlton Zürich AG, Bahnhofstrasse 41, 8001 Zürich*



# TICINELLA®

Neuer  
Markenauftritt  
Ticinella





# 100% Geschmack 100% Natürlich





# Viva HCD



# Forza Ambri



# Bravo Lugano





## Agilität und Kosten-Effizienz

- Kompetenzzentrum-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 gemeinsamer Systeme, Prozesse und Optimierungsprojekte
  - ✓ Know-how-Mehrwerte schaffen dank funktionalen Champion-Modells.
- 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.
- Leiter Supply Chain Excellence seit Q2 2017.
- Digitalisierung zum Kernthema 2020 gemacht: klare IT-Roadmap für jedes Kompetenzzentrum.
- Laufendes Rollout automatisches Rechnungssystem.
- Erfolgreiche Refinanzierung und Emission einer Debut-Anleihe.

## 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 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 mit salz- und zuckerreduzierten Rezepturen.
- Kompetente Mitarbeitende, die gezielt weiterentwickelt werden.

### Einblick in aufgenommene Projekte und Massnahmen

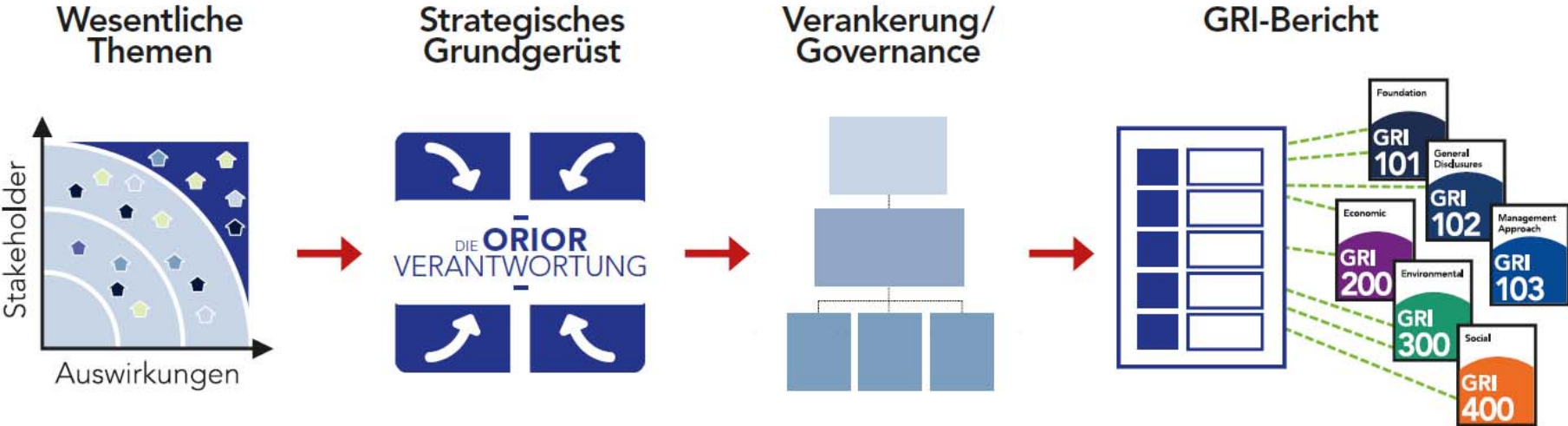
- Nachhaltigkeits-Reporting mit monatlichen Massnahmen inkl. Reduktion von Food- und Verpackungsabfällen.
- Umsetzung GRI-Nachhaltigkeitsbericht aufgenommen.
- Laufendes Rezepturmanagement: bspw. Clean Label.
- Gesundheitsmanagement inkl. entsprechender Führungskurse.
- ORIOR Campus: neues Kursangebot.

### Stetige Wertsteigerung



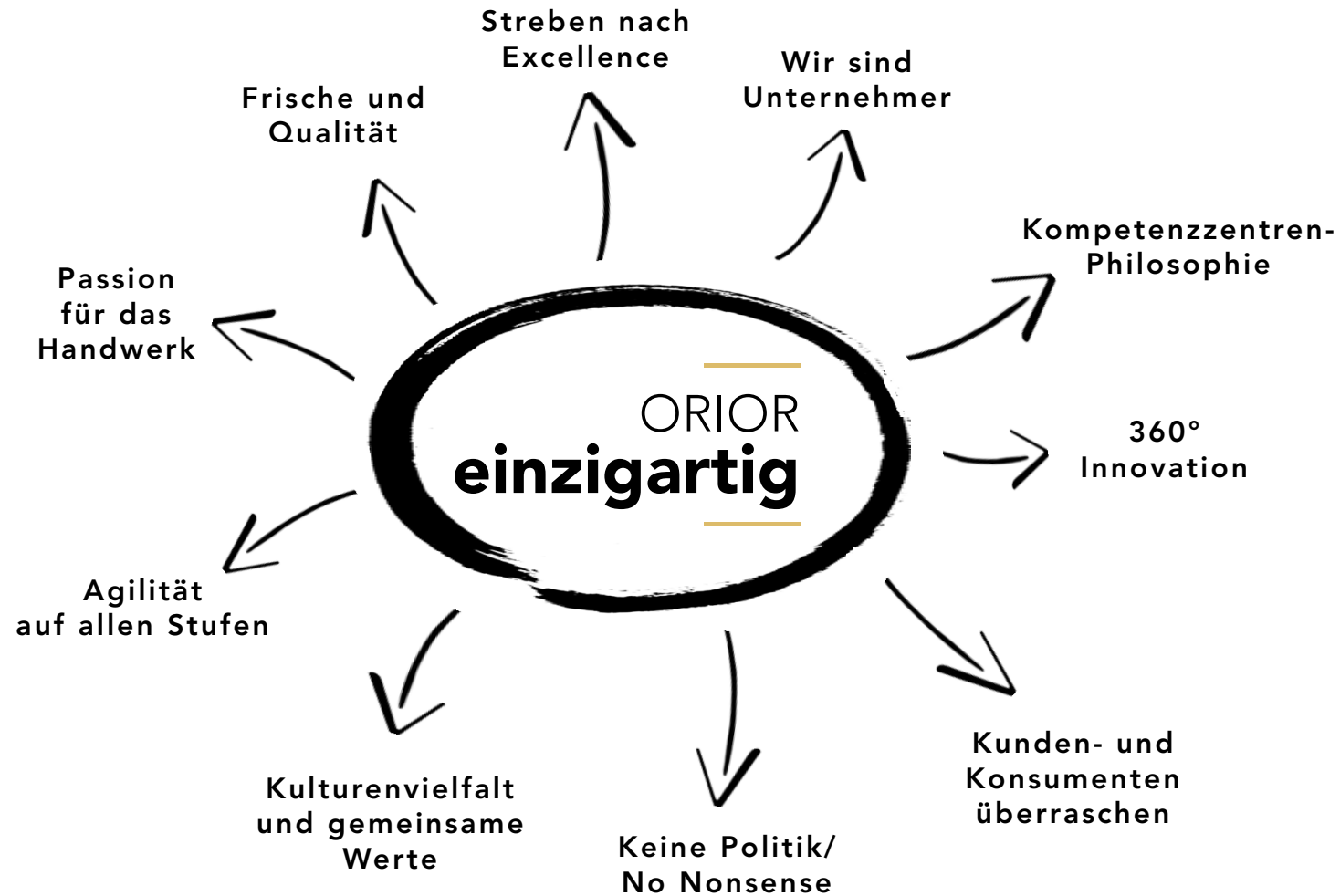
# Nachhaltigkeitsberichterstattung

- Umsetzung Nachhaltigkeitsreport entlang des international anerkannten Standards GRI aufgenommen.
- Realisation in vier grossen Prozessschritten.
- Erste Publikation GRI-Report voraussichtlich für das Geschäftsjahr 2018 im ersten Quartal 2019.



# Wir sind ORIOR

*Einzigartig und unternehmerisch zum Erfolg*











# Agenda

## Einleitende Worte des CEOs

- CEO Statement
- Übernahme Bio-Pionier «Biotta»; Einstieg in Bio-Getränkebereich

## Geschäftsjahr 2017

- ORIOR Gruppe im Überblick
- Kennzahlen ORIOR Gruppe
- Kennzahlen ORIOR Segmente
- Konsolidierte Erfolgsrechnung und Bilanz
- Dividendenentwicklung

## Update ORIOR 2020

- Ziel: stetige Wertsteigerung für alle Stakeholder
- Strategische Eckpfeiler: «Innovations-Haus», «Marken stärken und ausbauen», «Agilität und Kosten-Effizienz», «Die ORIOR Verantwortung» und «Wir sind ORIOR»

## Ausblick 2018

## Appendix

# Ausblick 2018



## Umfeld & Markt

- **Schweiz:**
  - Umfeld und Rahmenbedingungen weiterhin anspruchsvoll; Absatzsituation mit leichter Entspannung, Preis- und Wettbewerbsdruck bleiben hoch.
  - Detailhandel und Food Service mit weiteren strukturellen Konsolidierungen.
- **Europa**
  - Zusätzliches Potenzial.

## ORIOR Fokus

- Weitere konsequente Umsetzung der Initiativen und Massnahmen rund um die Strategie ORIOR 2020.
- Investitionen in Innovationen, Konzepte und Dienstleistungen sowie weitere Stärkung der Marken.
- Weiterentwicklung der Culinor Food Group.
- Erfolgreicher Abschluss Biotta-Übernahme und Start Integration.

## Ausblick

- Wachstum und Erhöhen von Marktanteilen bei Kernproduktgruppen.
- Weitere Verbesserungen unserer operativen Leistungsfähigkeit und Effizienz.





# Agenda

## Einleitende Worte des CEOs

- CEO Statement
- Übernahme Bio-Pionier «Biotta»; Einstieg in Bio-Getränkebereich

## Geschäftsjahr 2017

- ORIOR Gruppe im Überblick
- Kennzahlen ORIOR Gruppe
- Kennzahlen ORIOR Segmente
- Konsolidierte Erfolgsrechnung und Bilanz
- Dividendenentwicklung

## Update ORIOR 2020

- Ziel: stetige Wertsteigerung für alle Stakeholder
- Strategische Eckpfeiler: «Innovations-Haus», «Marken stärken und ausbauen», «Agilität und Kosten-Effizienz», «Die ORIOR Verantwortung» und «Wir sind ORIOR»

## Ausblick 2018

## 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 Terrinen
- Herstellung von Frisch-Frisch Pasta im High Premium-Segment

### Pastinella

- Spezialistin 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

- Traditionshandwerk
- 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

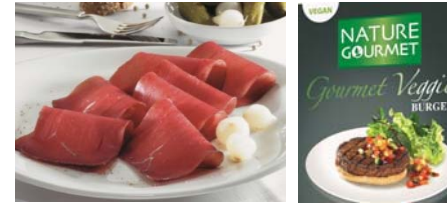


### Möfag

- 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 von ORIOR und bearbeitet als ORIOR Europa-Plattform den gesamten europäischen Markt.
- Führende Herstellerin von Fertigménüs 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 Fertigménüs und Fertigménükomponenten.

## Export

- Der Bereich Export ist verantwortlich für die Ausfuhr und die Vermarktung der Gruppenprodukte ins Ausland.
- Bündnerfleisch «Albert Spiess of Switzerland» ist derzeit die wichtigste Export-Spezialität.



# Aktieninformationen

**Kotierung** SIX Swiss Exchange  
**Valorennummer** 11167736  
**ISIN-Code** CH011 1677 362  
**Ticker-Symbol** ORON  
**LEI** 50670020184ZA17K9522  
**UID** CHE-113.034.902

**Aktienkurs per 28.02.2018** CHF 75.70

<b>Dividende</b>	<b>2017</b>	<b>2016</b>	<b>2015</b>	<b>2014</b>	<b>2013</b>	<b>2012</b>	<b>2011</b>
Dividende pro Aktie in CHF	2.17	2.09	2.03	2.00	1.97	1.95	1.93
Dividendenerhöhung ggü. Vorjahr in %	3.8	3.0	1.5	1.5	1.0	1.0	1.6

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

<b>Börseninformationen / Kennzahlen</b>		<b>30.12.17</b>	<b>30.12.16</b>
Kurs der Aktie am 31.12	in CHF	77.15	74.75
Jahreshöchst	in CHF	82.00	86.00
Jahrestiefst	in CHF	71.15	57.00
Marktkapitalisierung	in Mio. CHF	457.1	442.9
Reingewinn pro Aktie	in CHF	5.42	4.79
Operativer Cash Flow pro Aktie	in CHF	9.42	5.39
Eigenkapital pro Aktie	in CHF	47.49	41.13

## **Bedeutende Aktionäre (Stand 28.02.2018)**

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 %

## **Unternehmenskalender**

12.04.18	Generalversammlung
22.08.18	Publikation Halbjahresergebnis 2018
22.08.18	Publikation Halbjahresbericht 2018



Unser Anspruch:  
**Excellence in Food**



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

