

ORIOR
★★★★★
EXCELLENCE IN FOOD

ORIOR Gruppe

Jahresresultat 2016



28. Februar 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.

Agenda

Einleitende Worte des CEO's

- I. Ziele ORIOR 2020
- II. ORIOR ist europäisch
- III. CEO Statement

Geschäftsjahr 2016

- I. ORIOR Gruppe im Überblick
- II. Kennzahlen ORIOR Gruppe
- III. Kennzahlen ORIOR Segmente
- IV. Konsolidierte Erfolgsrechnung und Bilanz
- V. Dividendenentwicklung

Update ORIOR 2020

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

Ausblick 2017

Appendix

Weitere Ziele ORIOR 2020 Ziel erreicht

Ziele ORIOR 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 ein attraktiver Dividentitel für Investoren und hat die Dividende kontinuierlich erhöht.

Übernahme der Culiner Food Group – ein Überblick

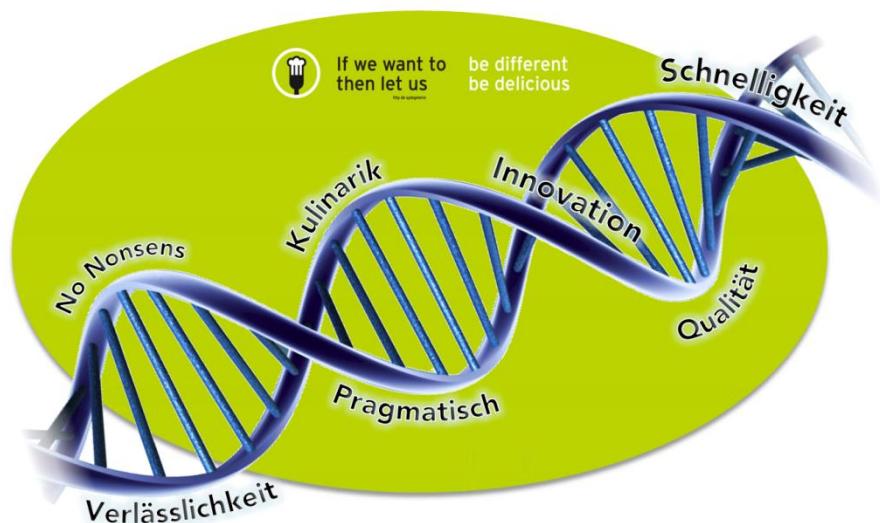


- 1 **ORIOR 2020 – ORIOR wird europäisch:** ORIOR übernimmt die Culiner Food Group mit einem Jahresumsatz von rund € 88 Mio.; Filip De Spiegeleire, Culiner CEO, zum Konzernleitungsmitglied von ORIOR ernannt.
- 2 **Strategischer «Fit»:** Stärkung des Kerngeschäfts im attraktiven Premium Frisch-Convenience Markt im Detailhandel und im Food Service.
- 3 **Kultureller «Fit»:** Das Culiner-Team lebt die gleichen Werte wie ORIOR: Pioniergeist, Unternehmertum und Streben nach Excellence.
- 4 **Attraktiver Markt:** Die Wichtigkeit von Premium Frisch-Convenience-Food gewinnt aufgrund zunehmender Entstrukturierung von Tagesabläufen und Essgewohnheiten weiter an Bedeutung.
- 5 **Benelux-Staaten:** Attraktiver Frisch-Convenience-Food-Markt mit hoher Innovationskraft.
- 6 **Marktführerschaft:** Dank langjährigen Partnerschaften und Kundenbeziehungen und dank breitem und qualitativ hochstehendem Produktsortiment.
- 7 **Innovationskompetenz:** Kunden- und Marktnähe, Leidenschaft für Kulinarik und Genuss sowie agile Strukturen als Basis für die Umsetzung von neuen Produkt- und Servicekonzepten.
- 8 **Technologie:** Modernste Produktionsanlagen und -prozesse mit vielfältigen Technologien zur Herstellung von Premium Frisch-Convenience Produkten.
- 9 **ORIOR Europa:** Culiner ist neues, europäisches ORIOR Kompetenzzentrum.

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



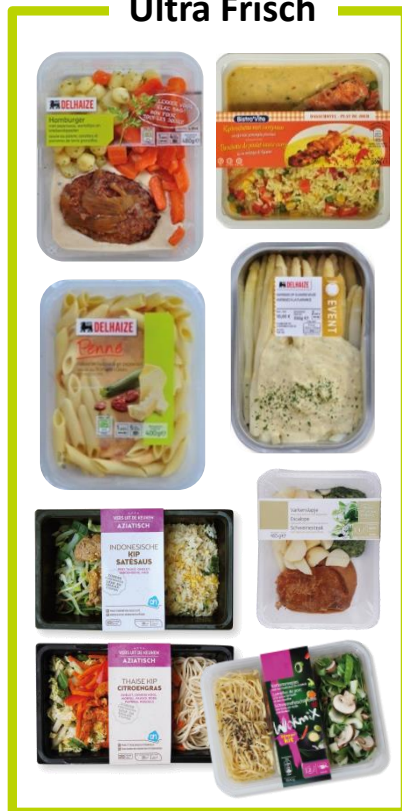
Management Team der Culinor Food Group



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.

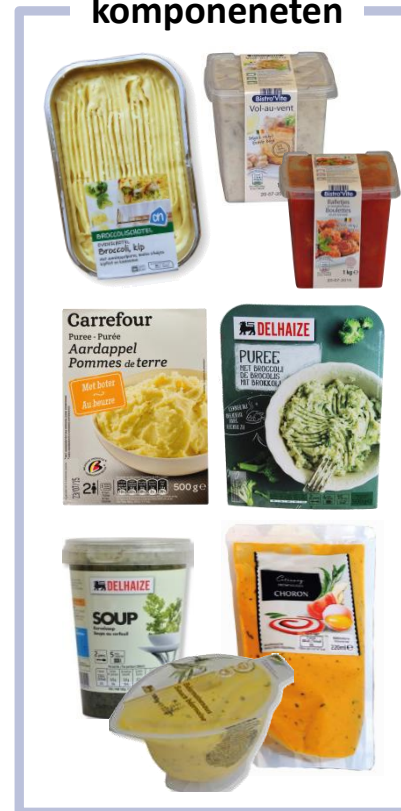
Ultra Frisch



Fertigmenüs



Menü-komponenten



Ofengerichte



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 Fertigmensüs 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, Fertigmensüs, Menükomponenten

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

ORIOR/Spieß Europe

CEO Statement zum Geschäftsjahr 2016

- Erfolgreiche Akquisition der Culinor Food Group in Belgien.
- Gute Leistung im Heimmarkt; trotz Preis- und Wettbewerbsdruck sowie Minderumsatz in Grenzregionen.
- Eingeleitete Initiativen und Massnahmen aus der Strategie ORIOR 2020 mit positiven Auswirkungen auf die Geschäftsentwicklung.
- Segment Convenience hat nur teilweise überzeugt.
- Segment Refinement mit Wachstum der Marken «Rapelli» und «Albert Spiess»; Möfag überzeugt erneut mit Innovationen und Diversifikation der Absatzkanäle.
- Segment International geprägt von der Akquisition Culinor Food Group; Bereich Export mit Verbesserung der Rentabilität.

Agenda

Einleitende Worte des CEO's

- I. Ziele ORIOR 2020
- II. ORIOR ist europäisch
- III. CEO Statement

Geschäftsjahr 2016

- I. ORIOR Gruppe im Überblick
- II. Kennzahlen ORIOR Gruppe
- III. Kennzahlen ORIOR Segmente
- IV. Konsolidierte Erfolgsrechnung und Bilanz
- V. Dividendenentwicklung

Update ORIOR 2020

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

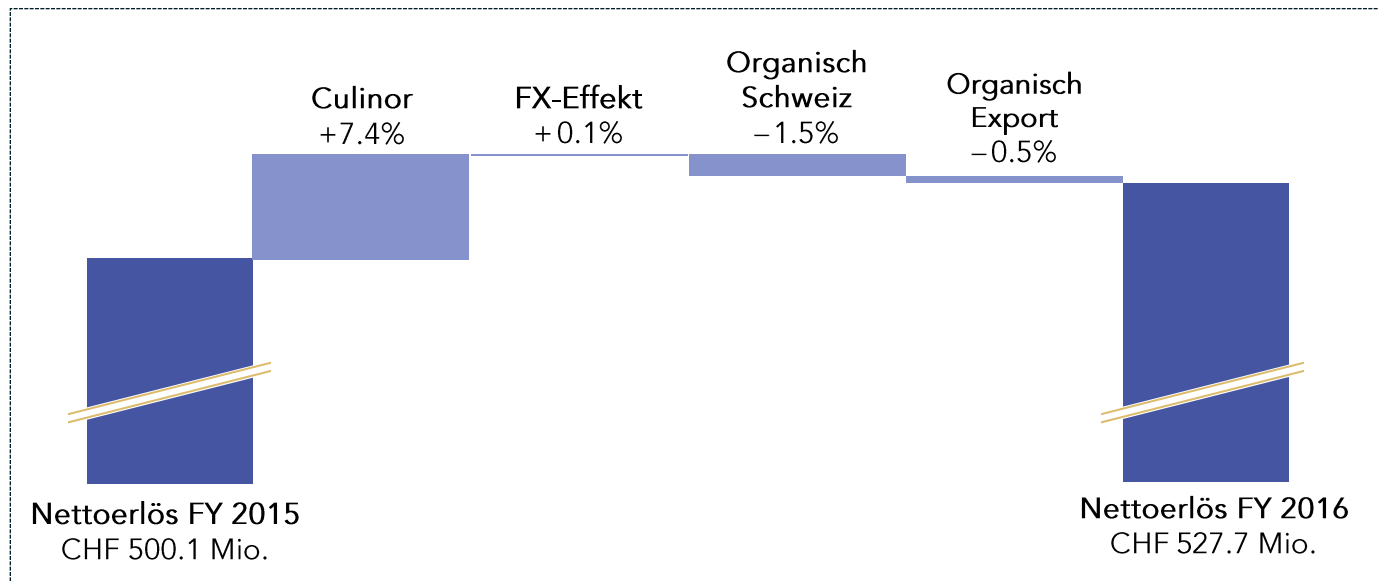
Ausblick 2017

Appendix

Strategisch und operativ erfolgreiches 2016

Nettoerlös	EBITDA	Reingewinn	Dividende
CHF 527.7 Mio. +5.5%	CHF 51.5 Mio. +5.7%	CHF 28.4 Mio. +11.0%	Antrag einer erneut höheren Dividende von CHF 2.09 je Aktie
Organisch Schweiz -1.5% Akquisitionseffekt +7.4%	EBITDA-Marge 9.7% +2 bps	Reingewinn-Marge 5.4% +27 bps	Sechste Dividenden- Erhöhung in Folge seit dem IPO im Jahr 2010.

Nettoerlös +5.5% – primär dank Akquisitionseffekt



- Konsolidierung Culinator Food Group per 1. September 2016
- Anspruchsvoller Heimmarkt Schweiz mit markantem Preis-, Aktions- und Wettbewerbsdruck; weiterhin hohe Einkäufe ins grenznahe Ausland
- Umstellung des Geschäftsmodells für den Export von «Nature Gourmet»-Spezialitäten
- Markt- und wettbewerbsbedingt schwieriger Bündnerfleisch-Export

Konsolidierte Erfolgsrechnung

in Mio. CHF	2016	2015	Δ in %
Nettoerlös	527.7	500.1	+5.5%
Warenaufwand	-315.6	-302.3	
Bruttogewinn	212.1	197.8	+7.2%
in % vom Nettoerlös	40.2%	39.5%	
OPEX	-160.6	-149.1	
EBITDA	51.5	48.7	+5.7%
in % vom Nettoerlös	9.7%	9.7%	
Abschreibungen + Amortisationen	-16.3	-14.8	
EBIT	35.2	33.8	+3.9%
in % vom Nettoerlös	6.7%	6.8%	

- Steigerung der Bruttomarge um 64 Basispunkte auf 40.2%
 - Stärkung Portfoliomix und Ausrichtung auf Kernproduktgruppen
 - Rationalisierung und Produktivitätsverbesserung
- Erhöhung EBITDA; Akquisitionseffekt, Kostendisziplin und operative Effizienz

Neue Segmentberichterstattung

- Segmentberichterstattung erfolgt neu in den drei Segmenten: ORIOR Convenience, ORIOR Refinement und ORIOR International.
- Das Segment International, welches bislang als Corporate & Export geführt wurde, wird mit dem Schritt über die Landesgrenzen hinaus in International umbenannt, um der neuen Gruppenstruktur und dem erweiterten Fokus Rechnung zu tragen.
- 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

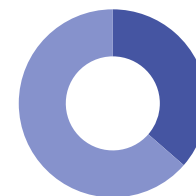
in Mio. CHF	2016	2015	Δ in %
Nettoerlös	194.2	202.7	-4.2%
EBITDA in % vom Nettoerlös	25.2 13.0%	26.8 13.2%	-6.0%
EBIT in % vom Nettoerlös	18.8 9.7%	20.8 10.3%	-9.6%
Investitionen	5.5	5.2	

- Nettoerlösentwicklung:
 - Organisches Wachstum -4.2%
 - Akquisitions- und FX-Effekt 0.0%
- Umstellung des Geschäftsmodells für den Export von «Nature Gourmet»-Spezialitäten
- Preis- und Wettbewerbsdruck im Frisch-Pasta-Bereich
- Wachstum mit vegetarischen und veganen Konzepten, innovativen Geflügel- und Seafood-Produkten von Fredag, gluten- und laktosefreien Kreationen von Pastinella sowie Snacks und Spezialitäten von Le Patron

CONVENIENCE

in % der
Gesamtgruppe

36.4%



Segment Refinement

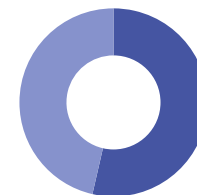
in Mio. CHF	2016	2015	Δ in %
Nettoerlös	298.8	298.5	+0.1%
EBITDA in % vom Nettoerlös	22.5 7.5%	22.7 7.6%	-0.9%
EBIT in % vom Nettoerlös	14.3 4.8%	14.0 4.7%	+1.5%
Investitionen	5.2	5.3	

- Nettoerlösentwicklung
 - Organisches Wachstum +0.1%
 - Akquisitions- und FX-Effekt 0.0%
- Wachstum mit Traditions-Marken «Rapelli» und «Albert Spiess»
- Möfag überzeugt mit innovativen Spezialitäten und Diversifikation der Kanäle
- Wachstum mit starkem Meat-Chips Sortiment, Grill und Limited Edition Konzepten

REFINEMENT

in % der
Gesamtgruppe

53.6%



Segment International

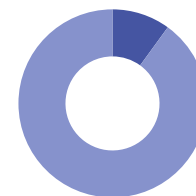
in Mio. CHF	2016	2015	Δ in %
Nettoerlös	53.2	18.4	+188.6%
EBITDA in % vom Nettoerlös	3.7 7.0%	-0.9 -5.0%	
EBIT in % vom Nettoerlös	2.1 3.9%	-1.1 -5.8%	
Investitionen	0.5	0.0	

- Organisches Wachstum -14.7%
 - Umstellung des Geschäftsmodells für den Export von «Nature Gourmet»-Spezialitäten und Markt- und wettbewerbsbedingt schwierigem Bündnerfleisch-Export
- Akquisitionseffekt +201.2%
 - Erfolgreiche Akquisition der Culiner Food Group mit Vollkonsolidierung per 1. September 2016
- FX-Effekt +2.1%

INTERNATIONAL

in % der
Gesamtgruppe

10.0%



Konsolidierte Erfolgsrechnung | EBIT – Reingewinn

in Mio. CHF	2016	2015	Δ in %
EBIT in % vom Nettoerlös	35.2 6.7%	33.8 6.8%	+3.9%
Finanzertrag/Finanzaufwand	-1.3	-2.5	
Gewinn vor Steuern in % vom Nettoerlös	33.9 6.4%	31.3 6.3%	+8.1%
Ertragssteuern	-5.5	-5.8	
Reingewinn in % vom Nettoerlös	28.4 5.4%	25.6 5.1%	+11.0%

– Reingewinn pro Aktie CHF 4.79, +10.9% (2015: CHF 4.32)

Konsolidierte Bilanz

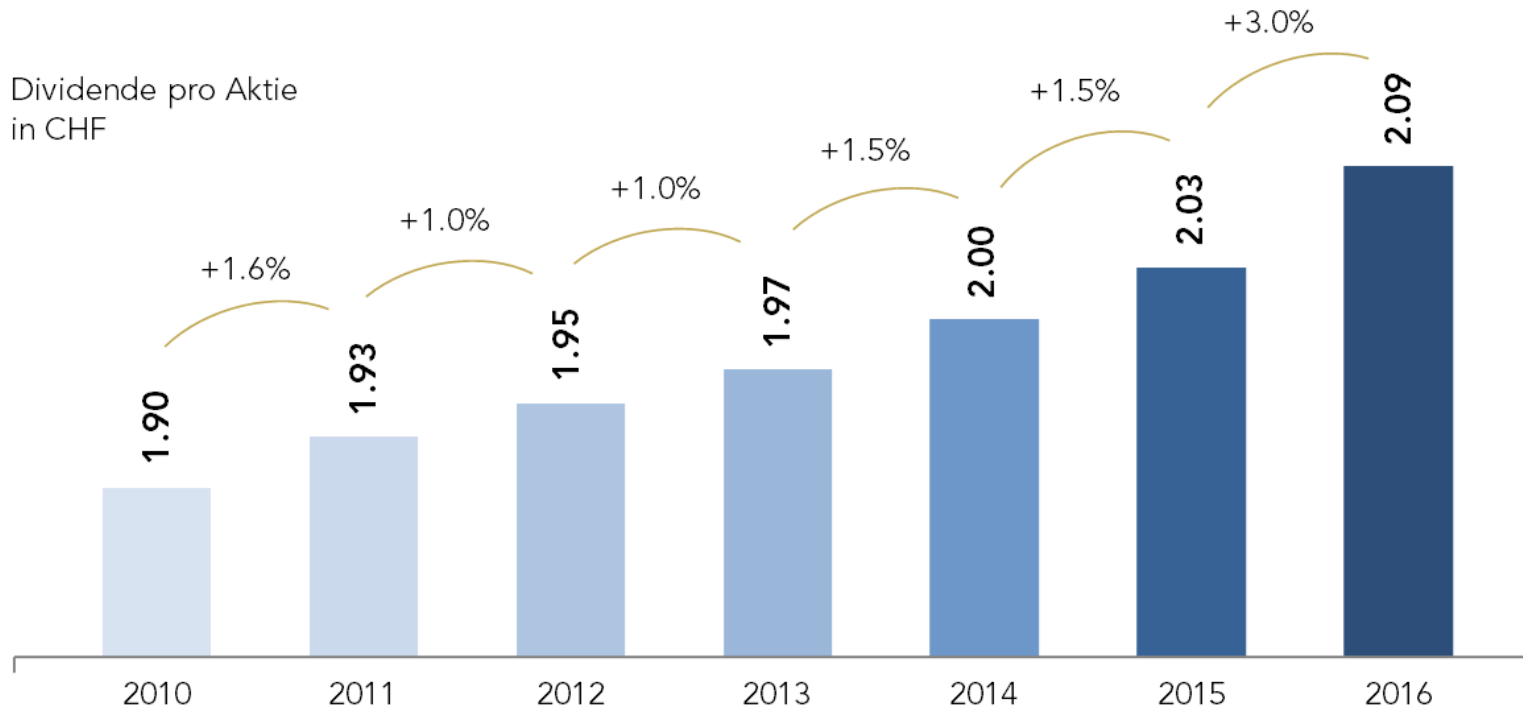
in Mio. CHF	31.12.2016		31.12.2015	
Umlaufvermögen	188.4	34.2%	136.6	34.3%
Sachanlagen	108.5		80.5	
Immaterielle Anlagen	253.1		180.0	
Latente Steueraktiven	0.3		1.4	
Total Aktiven	550.2	100.0%	398.4	100.0%

in Mio. CHF	31.12.2016		31.12.2015	
Fremdkapital	306.7	55.7%	164.8	41.4%
Eigenkapital	243.5	44.3%	233.6	58.6%
Total Passiven	550.2	100.0%	398.4	100.0%

- Eigenkapitalquote von 44.3%
 - Reduktion um 14.3 Prozentpunkte, begründet durch die Akquisition der Culiner Food Group
- Leverage von 2.45x (2015: 1.04x)

Dividendenentwicklung

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



Agenda

Einleitende Worte des CEO's

- I. Ziele ORIOR 2020
- II. ORIOR ist europäisch
- III. CEO Statement

Geschäftsjahr 2016

- I. ORIOR Gruppe im Überblick
- II. Kennzahlen ORIOR Gruppe
- III. Kennzahlen ORIOR Segmente
- IV. Konsolidierte Erfolgsrechnung und Bilanz
- V. Dividendenentwicklung

Update ORIOR 2020

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

Ausblick 2017

Appendix

ORIOR 2020 – Ziel: stetige Wertsteigerung



Strategische Eckpfeiler



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



Innovations-Haus

Spezialitäten und Neuigkeiten



Fertigmenüs Anna's Best in neuer Verpackung



Wok Dinner-Mix



Schweinseilet mit Heublumen



Street Food Innovationen von Culinor



Noppa's Quinoa-Tofinos



Salsiccia-Spezialitäten

Innovations-Haus

Spezialitäten und Neuigkeiten

Albert®
Spieß



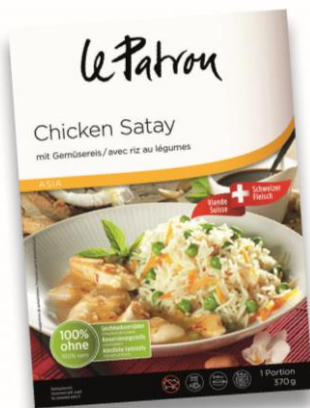
Tapas



Festtags-Trio Salami



Frischback-Pastete



Menü-Sortiment Le Patron



Albert Spieß Geschenkbox



Gekochter Schinken
mit Lavendel

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; Markenbekanntheit und Markenumsatz gesteigert
- Erfolgreiche Neupositionierung der vegetarischen Spezialitäten-Marke noppa's
- Zusätzliche Investition in Marketing; im 2016 erneut erhöht





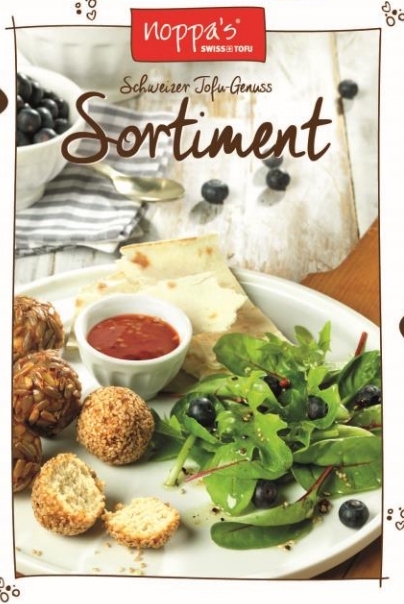
noppa's[®]
SWISS+TOFU

Redesign noppa's

Ehrlicher Schweizer Tofu-Genuss

Typo

Steht für die Handwerkskunst und die Kreativität in den vegetarischen und veganen Rezepturen.



Logo

Swissness widerspiegelt sich in Farbgebung und Claim.

Kommunikation

Alle Kommunikationsmittel wie auch die Verpackungen werden in Deutsch und Französisch gestaltet. Sortimentsflyer, Messestand und Inserate wurden dem neuen Design angepasst.

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; Innovation, Einkauf, Verkauf Retail, Verkauf Food Service, Qualitätsmanagement
- Einkaufsprojekt; laufende Umsetzung
- Werkentwicklung; Integration Rüti in Standort Root, Transfer Produktion Hildisrieden in Standort Oberentfelden



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

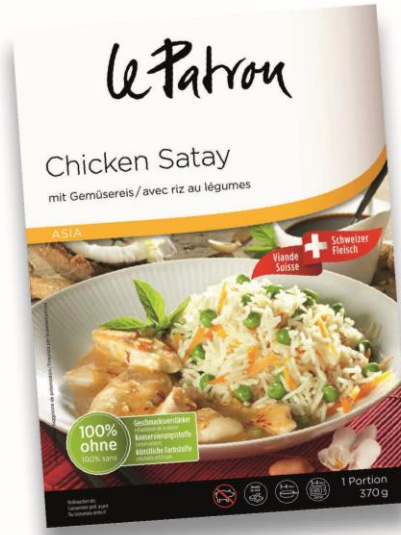
**Stetige
Wertsteigerung**



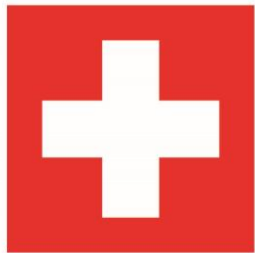


Le Patron Fertiggerichte

QUALITÄT BIS INS KLEINSTE DETAIL



Echt schweizerisch



Natürlicher Geschmack



Europäisch zertifiziert



Sofort griffbereit



Agenda

Einleitende Worte des CEO's

- I. Ziele ORIOR 2020
- II. ORIOR ist europäisch
- III. CEO Statement

Geschäftsjahr 2016

- I. ORIOR Gruppe im Überblick
- II. Kennzahlen ORIOR Gruppe
- III. Kennzahlen ORIOR Segmente
- IV. Konsolidierte Erfolgsrechnung und Bilanz
- V. Dividendenentwicklung

Update ORIOR 2020

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

Ausblick 2017

Appendix

Ausblick 2017

Umfeld & Markt

- Markt und Umfeld Schweiz:
 - Anspruchsvolle Rahmenbedingungen mit zurückhaltender Konsumentenstimmung sowie Preis und Wettbewerbsdruck
 - Detailhandel und Gastronomie mit strukturellen Herausforderungen
 - Sehr volatile Rohstoffpreise; tendenziell leicht steigend
- Markt und Umfeld Europa
 - Gutes Wachstumspotential in den Kernproduktmärkten
 - Rohstoffpreise tendenziell steigend

ORIOR Fokus

- Konsequente Umsetzung der Strategie ORIOR 2020
- Produkt- und Konzeptinnovation
- Kernmarken und Auftritt am POS stärken
- Kosteneffizienz und Agilität weiter vorantreiben

Ausblick

- Bessere Entwicklung als der Markt
- Wachstum und erhöhen von Marktanteilen bei Kernproduktgruppen
- Weitere Verbesserung unserer operativen Leistungsfähigkeit und Effizienz



Agenda

Einleitende Worte des CEO's

- I. Ziele ORIOR 2020
- II. ORIOR ist europäisch
- III. CEO Statement

Geschäftsjahr 2016

- I. ORIOR Gruppe im Überblick
- II. Kennzahlen ORIOR Gruppe
- III. Kennzahlen ORIOR Segmente
- IV. Konsolidierte Erfolgsrechnung und Bilanz
- V. Dividendenentwicklung

Update ORIOR 2020

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

Ausblick 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 Prisen 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 Fertigmenüs 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 Fertigmenüs und Fertigmenükomponenten.

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.



Albert
Spiess®



Aktieninformationen

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

Aktienkurs per 10.02.2016 CHF 80.00

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 (10.02.2017)

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		31.12.16	31.12.15
Kurs der Aktie am 31.12	in CHF	74.75	60.90
Jahreshöchst	in CHF	86.00	62.00
Jahrestiefst	in CHF	57.00	52.00
Marktkapitalisierung	in Mio. CHF	442.9	360.8
Reingewinn pro Aktie	in CHF	4.79	4.32
Operativer Cash Flow pro Aktie	in CHF	5.39	7.05
Eigenkapital pro Aktie	in CHF	41.13	39.52

Unternehmenskalender

28.03.17	7. Generalversammlung
22.08.17	Publikation Halbjahresresultat 2017
22.08.17	Publikation Halbjahresbericht 2017

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**.

