

valora

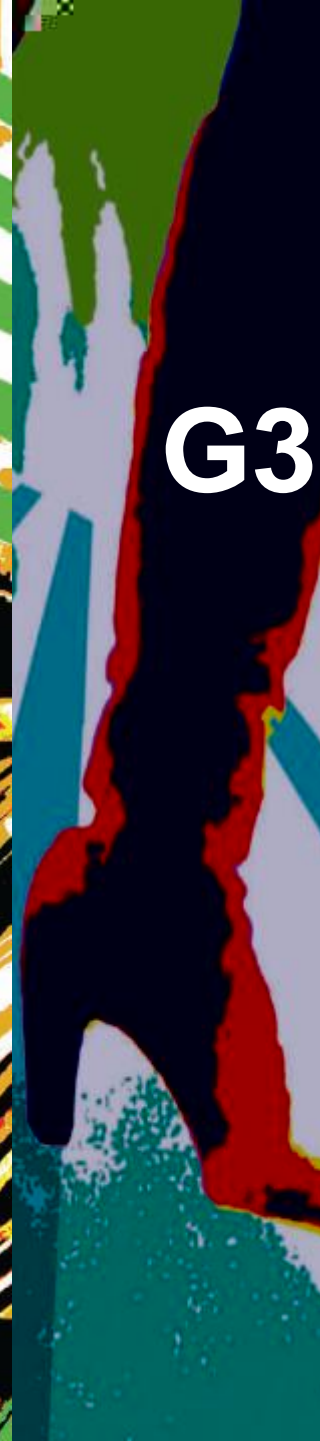
Gruppen-
präsentation
2010/2011



G1



G2



G3

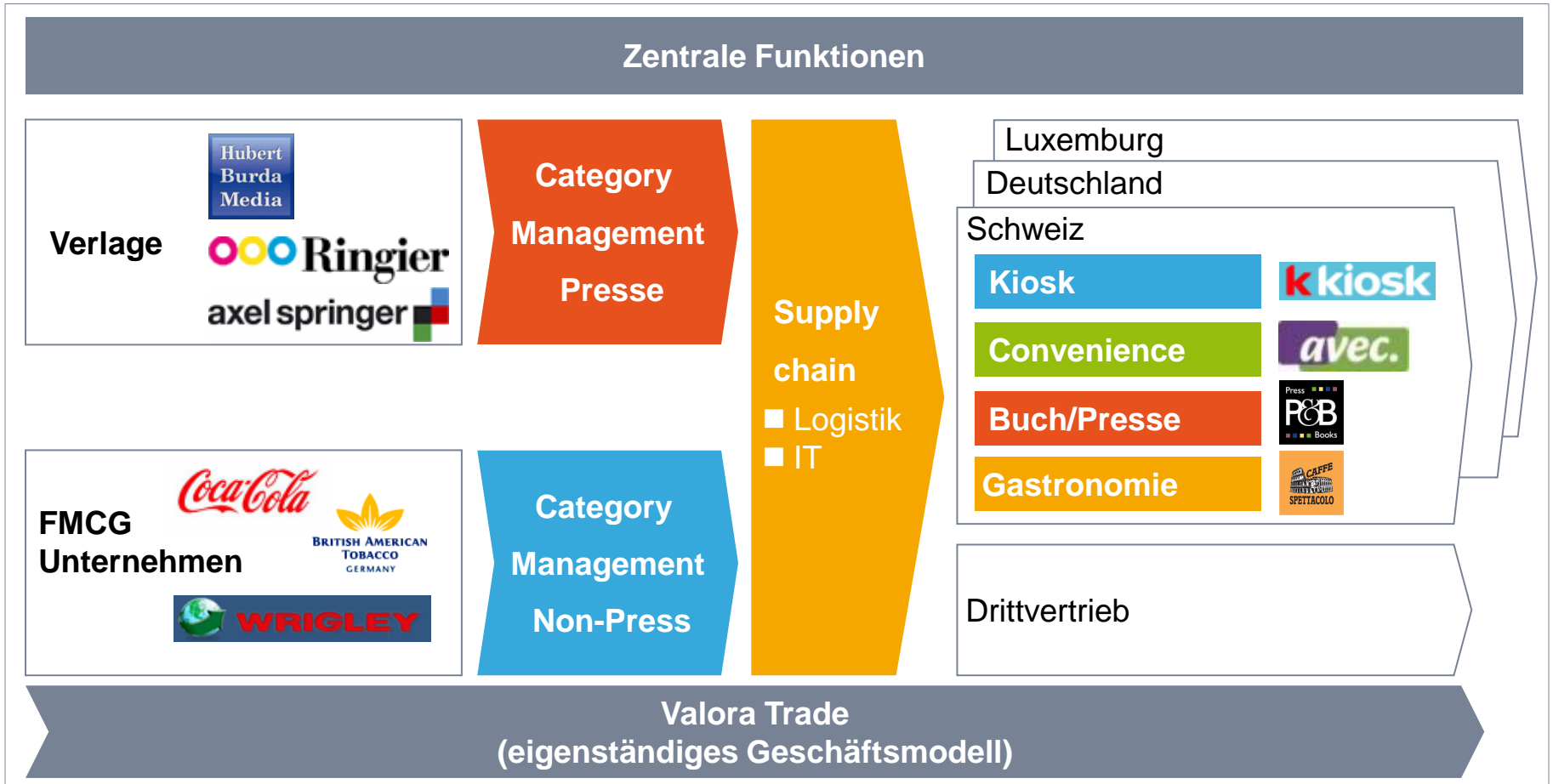


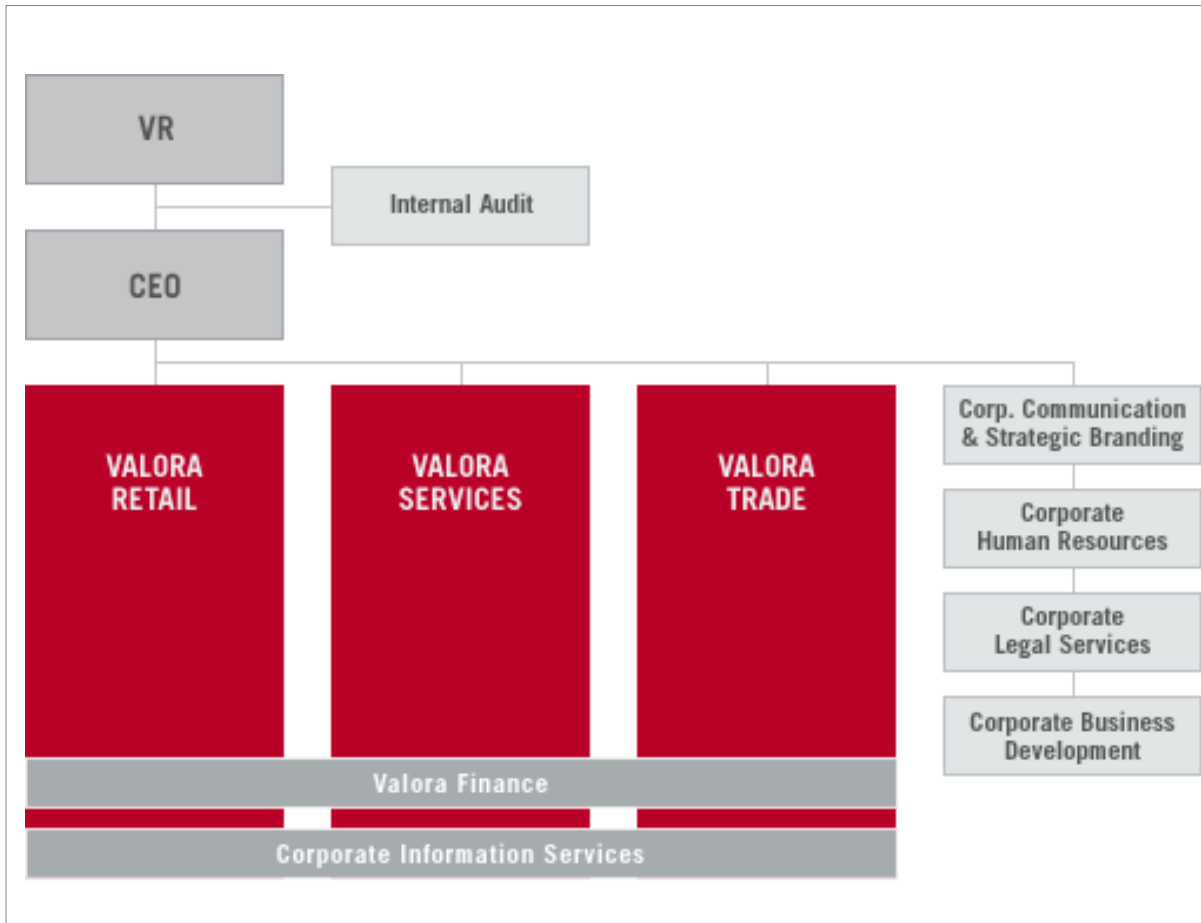
G4

valora

*entwickelt sich zu einem europaweit
führenden Handelsunternehmen*

- ... mit den gut positionierten Teilbereichen Retail/Services und Trade...*
- ... die stetig sowohl organisch wie anorganisch wachsen...*
- ... und nachhaltig profitabel sind...*
- ... mit zufriedenen Stakeholder sowie hoch motivierten Mitarbeitenden.*





Bemerkungen

- Erneuerung Verwaltungsrat und Geschäftsleitung in 2008
- Klare Unterteilung Divisionen
- Effiziente Führung und Struktur
- Konzernale Struktur im Bereich Finanzen und Informatik



Retail: Experte im kleinflächigen Handel

- Vier klar definierte Formate
- 1 600 PoS, davon 600 an Travel Locations
- Präsenz in drei Ländern (Schweiz, Deutschland, Luxemburg)

Services: Professioneller Dienstleister im Presse- und Warenhandel

- State-of-the-art Prozesse
- Mehr als 15 000 Kunden
- Präsenz in drei Ländern (Schweiz, Österreich, Luxemburg)

Trade: Grösster und professionellster Distributor von Markenprodukten in Europa

- Starke Position bei Food , Non-Food, Süswaren, Getränken und Kosmetik
- 250 Principals
- Präsenz in acht Ländern (CH, DE, AT, DK, NO, SE, FI, CZ)

Wichtigste Kennzahlen Geschäftsjahr 2010



Betriebsergebnismarge von 3 Prozent in Reichweite

in Mio. CHF

△ ggü. 2009

Aussenumsatz (inkl. Franchiseumsätze)	2 946.5		+ 0.3%
Nettoerlös	2 877.7		- 0.7%
<i>Nettoerlös operativ*</i>	2 884.7		- 0.2%
EBIT	81.3		+ 19.3%
<i>EBIT operativ*</i>	77.4		+ 12.9%
EBIT Marge	2.8%		+ 0.4pP
Reingewinn	63.6		+ 15.9%

* bereinigt um Sammelbilder, Akquisitionen und Währungseinfluss

Valora Konzern 2010



EBIT-Marge in Reichweite von 3%

in Mio. CHF	2010	2009	Delta
Aussenumsatz	2 946.5	2 937.9	+0.3%
Nettoerlös	2 877.7	2 897.0	-0.7%
<i>Nettoerlös operativ*</i>	<i>2 884.7</i>	<i>2 891.0</i>	<i>-0.2%</i>
Bruttogewinn	875.2	867.6	+0.9%
<i>Bruttogewinn-Marge</i>	<i>30.4%</i>	<i>29.9%</i>	<i>+0.5pP</i>
Betriebskosten	-802.6	-815.5	-1.6%
<i>Betriebskosten in % Nettoerlös</i>	<i>27.9%</i>	<i>28.1%</i>	<i>-0.2pP</i>
Sonstige Erträge	8.7	16.0	-45.4%
EBIT	81.3	68.1	+19.3%
<i>EBIT operativ*</i>	<i>77.4</i>	<i>68.6</i>	<i>+12.9%</i>
EBIT-Marge	2.8%	2.4%	+0.4pP
<i>EBIT-Marge operativ*</i>	<i>2.7%</i>	<i>2.4%</i>	<i>+0.3pP</i>

Kernaussagen

- Wachstum im Aussenumsatz auf gestiegenen Umsatz mit Franchisenehmer zurückzuführen
- Stabiler operativer Nettoerlös gegenüber Vorjahr
- Erhöhung des Bruttogewinns bedingt durch Wachstum in der margenstarken Warengruppe Food
- Senkung der Betriebskosten dank hoher Kostendisziplin und Effizienzsteigerungen in der Logistik
- Erwartete Abnahme der sonstigen Erlöse aufgrund tieferen Liegenschaftserträgen
- Verbesserung des Betriebsergebnisses um knapp 20%
- EBIT – Marge mit 2.8% auf Zielkurs

* 2010: Bereinigt um Sammelbilder, Währungseinfluss und Akquisitionen

Division Retail

Übersicht der wichtigsten Zahlen

Marktführer im klein- und kleinstflächigen Einzelhandel, an Hochfrequenzlagen, mit standardisierten Formaten



- 3 Länder
- 1 600 Verkaufsstellen
- Bis zu 1.2 Millionen Kunden täglich

in Mio. CHF	2010	2009	Delta
Nettoerlös	1 606.5	1 592.1	+0.9%
<i>Nettoerlös operativ*</i>	<i>1 622.2</i>	<i>1 586.1</i>	<i>+2.3%</i>
Bruttogewinn	562.4	554.7	+1.4%
<i>Bruttogewinn-Marge</i>	<i>35.0%</i>	<i>34.8%</i>	<i>+0.2pP</i>
Betriebskosten, netto	-522.6	-526.4	-0.7%
EBIT	39.8	28.3	+40.3%
<i>EBIT operativ*</i>	<i>38.6</i>	<i>28.8</i>	<i>+34.2%</i>
EBIT-Marge	2.5%	1.8%	+0.7pP
<i>EBIT-Marge operativ*</i>	<i>2.4%</i>	<i>1.8%</i>	<i>+0.6pP</i>

* 2010: Bereinigt um Sammelbilder, Währungseinfluss und Akquisitionen

Valora Retail

Übersicht der Formate

valora

k kiosk

„Gönn dir was“

Die Oase für Alltags-
sünden



avec.

„C'est la vie“

Der erfrischendste
Convenience-Retailer



Press
P&B
Books

„Gedanken
auf Reisen“

Der Spezialist für
gelesene Vielfalt



CAFFÈ
SPETTACOLO

„Il vero
espresso“

Die typische Caffè-
Bar- Italianità

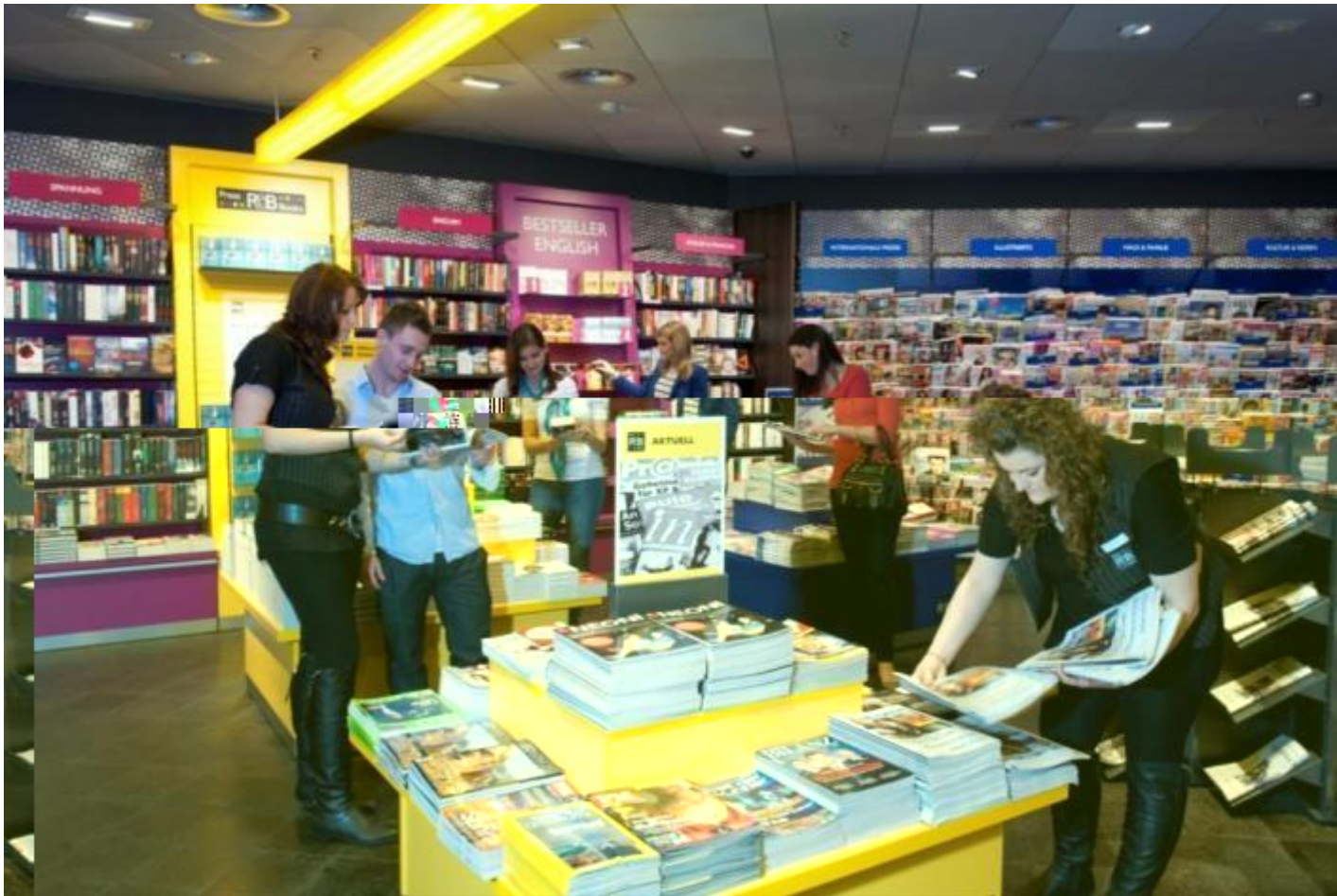


Profil Format k kiosk



Profil Format avec.





Profil Format Caffè Spettacolo



Übersicht der wichtigsten Zahlen

Marktführer im Vertrieb von Presseerzeugnissen an Eigenstellen und Handelspartner in der Schweiz, Österreich und Luxemburg. In der Schweiz zusätzlich Vertrieb von Food und Non-Food Artikeln an Handelspartner.



- 3 Länder
- 15 000 Kunden
- über 6 000 Pressetitel

in Mio. CHF	2010	2009	Delta
Nettoerlös	718.4	712.9	+0.8%
<i>Nettoerlös operativ*</i>	708.5	712.9	-0.6%
Bruttogewinn	148.2	146.8	+1.0%
<i>Bruttogewinn-Marge</i>	20.6%	20.6%	0.0pP
Betriebskosten, netto	-117.9	-130.6	-9.7%
EBIT	30.3	16.2	+86.4%
<i>EBIT operativ*</i>	27.6	16.2	+69.7%
EBIT-Marge	4.2%	2.3%	+1.9pP
<i>EBIT-Marge operativ*</i>	3.9%	2.3%	+1.6pP

* 2010: Bereinigt um Sammelbilder, Währungseinfluss und Akquisitionen

Als kompetente Distributions- und Marketingpartnerin mit umfassendem Dienstleistungsportfolio bringt Valora Trade über 300 starke nationale und internationale Marken in Kontakt mit 130 Millionen Konsumenten in Europa.



- 8 Länder
- über 250 Principals
- Zugang zu 130 Millionen Kunden

in Mio. CHF	2010	2009	Delta
Nettoerlös	721.8	777.6	-7.2%
<i>Nettoerlös operativ*</i>	725.8	777.6	-6.7%
Bruttogewinn	154.7	155.4	-0.4%
<i>Bruttogewinn Marge</i>	21.5%	20.0%	+1.5pP
Betriebskosten, netto	-137.0	-133.1	+2.9%
EBIT	17.7	22.3	-20.5%
<i>EBIT operativ*</i>	17.5	22.3	-21.5%
EBIT Marge	2.5%	2.9%	-0.4pP
<i>EBIT Marge operativ*</i>	2.4%	2.9%	-0.5pP

* 2010: Bereinigt um Sammelbilder, Währungseinfluss und Akquisitionen

„Valora 4 Growth“ mit hohen Wachstumsambitionen

Valora 4 Growth Wachstumsstrategie



Hauptziel: Verdoppelung Betriebsergebnis (EBIT) bis 2015



Organisches Margenwachstum
Verbesserung um 0.2 Prozentpunkte pro Jahr



Organisches Umsatzwachstum
2 Prozent pro Jahr durch Ausbau der heutigen Aktivitäten



Anorganisches Wachstum Retail/Services
Expansion als europäischer Micro-Retailer mit insgesamt fünf bis sechs Formaten



Anorganisches Wachstum Trade
Ausbau des grössten paneuropäischen Distributors

Wesentliche Wertsteigerungsbeiträge insbesondere von Retail und Trade erwartet



Initiative	Retail	Services	Trade
<p>G1 Organisches Margenwachstum</p>			
<p>G2 Organisches Umsatzwachstum</p>			
<p>G3 Anorganisches Wachstum Retail/Services</p>			
<p>G4 Anorganisches Wachstum Trade</p>			






Haupthebel

- Verbesserung Profitabilität Kiosk Schweiz
- Optimierung Kostenbasis Services
- Ausweitung des Angebots von Retail/Services
- Org. Ausbau PoS-Netzwerk
- Stärkung Principalbasis Trade
- Expansion Kiosk Deutschland*
- Akquisition/Roll-out neuer (Travel-) Formate
- Neue Kategorien in bestehenden Märkten
- Kauf führender Distributoren in neuen Märkten

* zusätzliche Option: Niederlande

Geplantes Ergebniswachstum verteilt sich auf alle vier Hebel



Ziele 2015E (in Mio. CHF)	Zusatz-Umsatz	Zusatz-EBIT
 G1 <i>Organisches Margenwachstum</i>	n.a.	~ 15
 G2 <i>Organisches Umsatzwachstum</i>	~ 300	~ 20
 G3 <i>Anorganisches Wachstum Retail/Services</i>	~ 900	~ 30
 G4 <i>Anorganisches Wachstum Trade</i>	~ 600	~ 20
 Total CAGR	$\Sigma \sim 1\ 800$ ~ 10%	$\Sigma \sim 85$ ~ 15%

Ausserdem: Weitere opportunistische Wachstumsoptionen im Kerngeschäft werden situativ geprüft.

Ausblick 2011

Trotz schwierigem Umfeld Steigerung gegenüber 2010 erwartet

Erwartungen/Rahmenbedingungen 2011

1

Anspruchsvolles Umfeld, v.a.

- Schwächerer Pressemarkt
- Schwache EUR/CHF Relation
- Politische Spannungen
- Keine WM/EM (EBIT CHF - 6 Mio.)

2

Weitere operative Verbesserungen in Retail und Rebound Trade

3

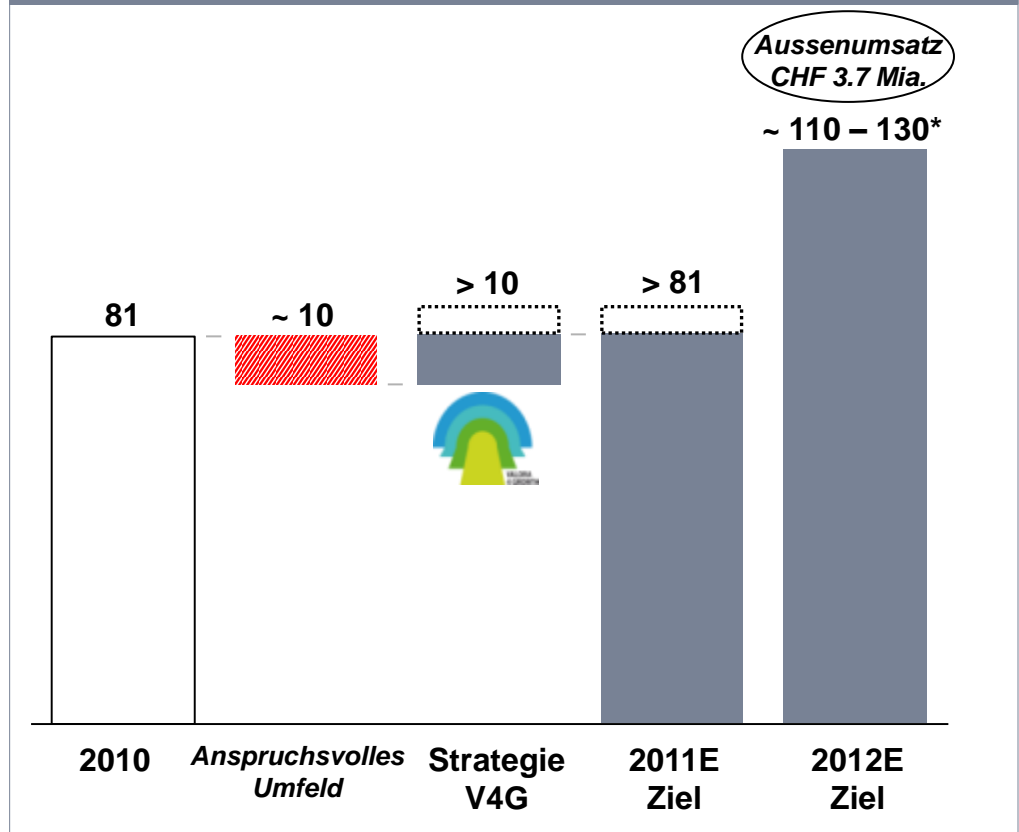
Erhaltung Profitabilität in Services

4

1 – 2 Akquisitionen



Erwartetes Betriebsergebnis (EBIT)



* in Mio. CHF zu Wechselkursen 2010

valora