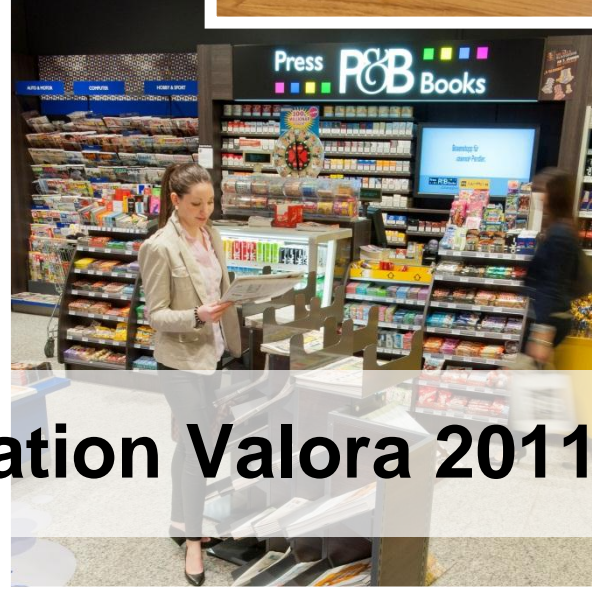


# Valora



## Gruppenpräsentation Valora 2011/2012



# „Valora for a fast moving world“

*Schlanker und agiler Retailer mit einem starken Verkaufsstellennetz!*

**valora**

1

**Erfolgreiche  
Akquisitionen in den  
letzten 24 Monaten**

2

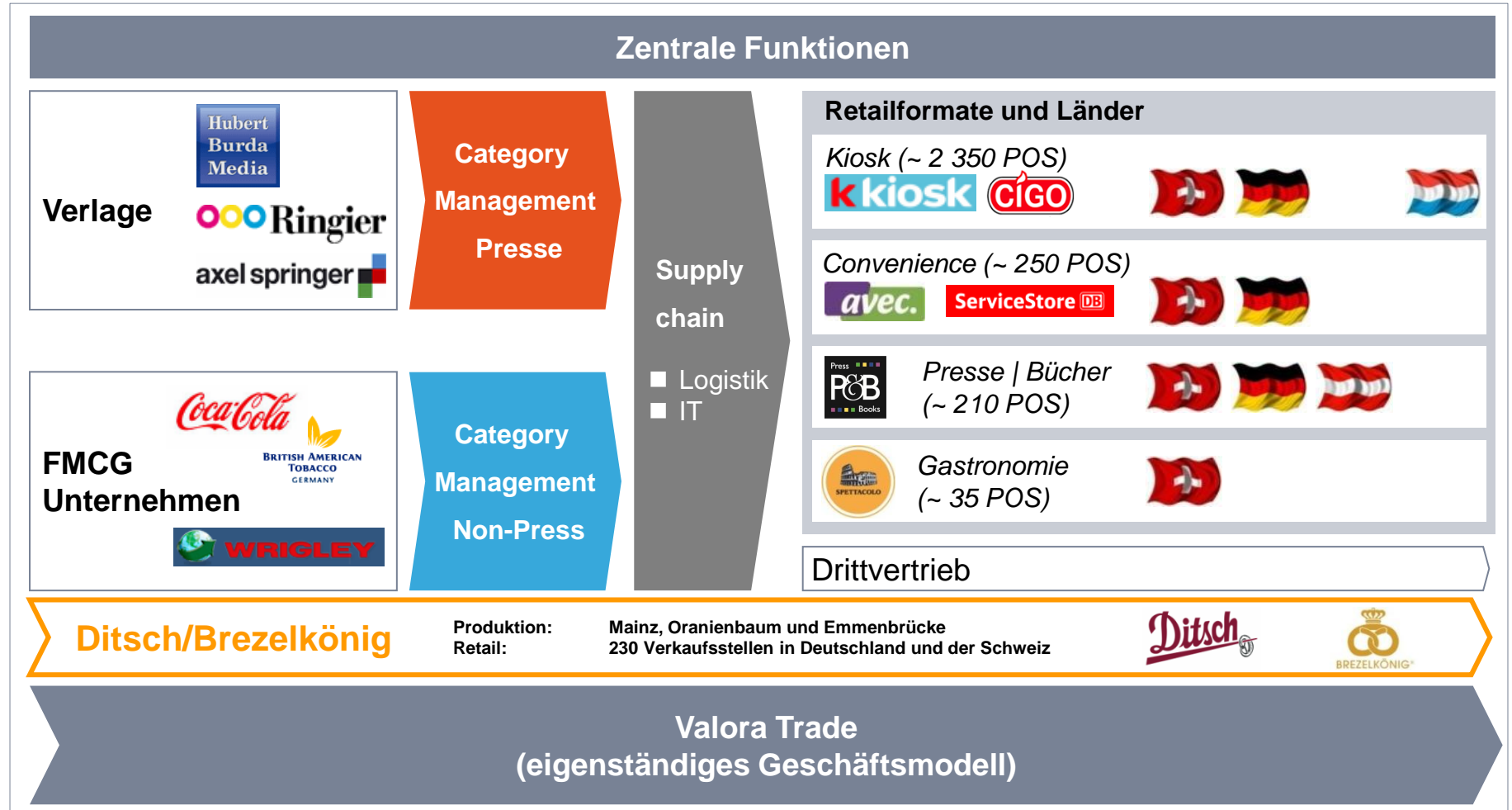
**Grundsteinlegung für  
erfolgreiches POS-  
Wachstum**



- **Stärkung Aktivitäten im Bereich Retail**
- **Nutzung des hervorragenden Potenzials mit erfolgreichem Formatportfolio**
- **Repositionierung Valora Services zur Verringerung Presselastigkeit im Konzern**
- **Fortführung Aktivitäten Valora Trade mit Fokus auf Kategorien mit überdurchschnittlichem Wachstum**

# Valora Geschäftsmodell

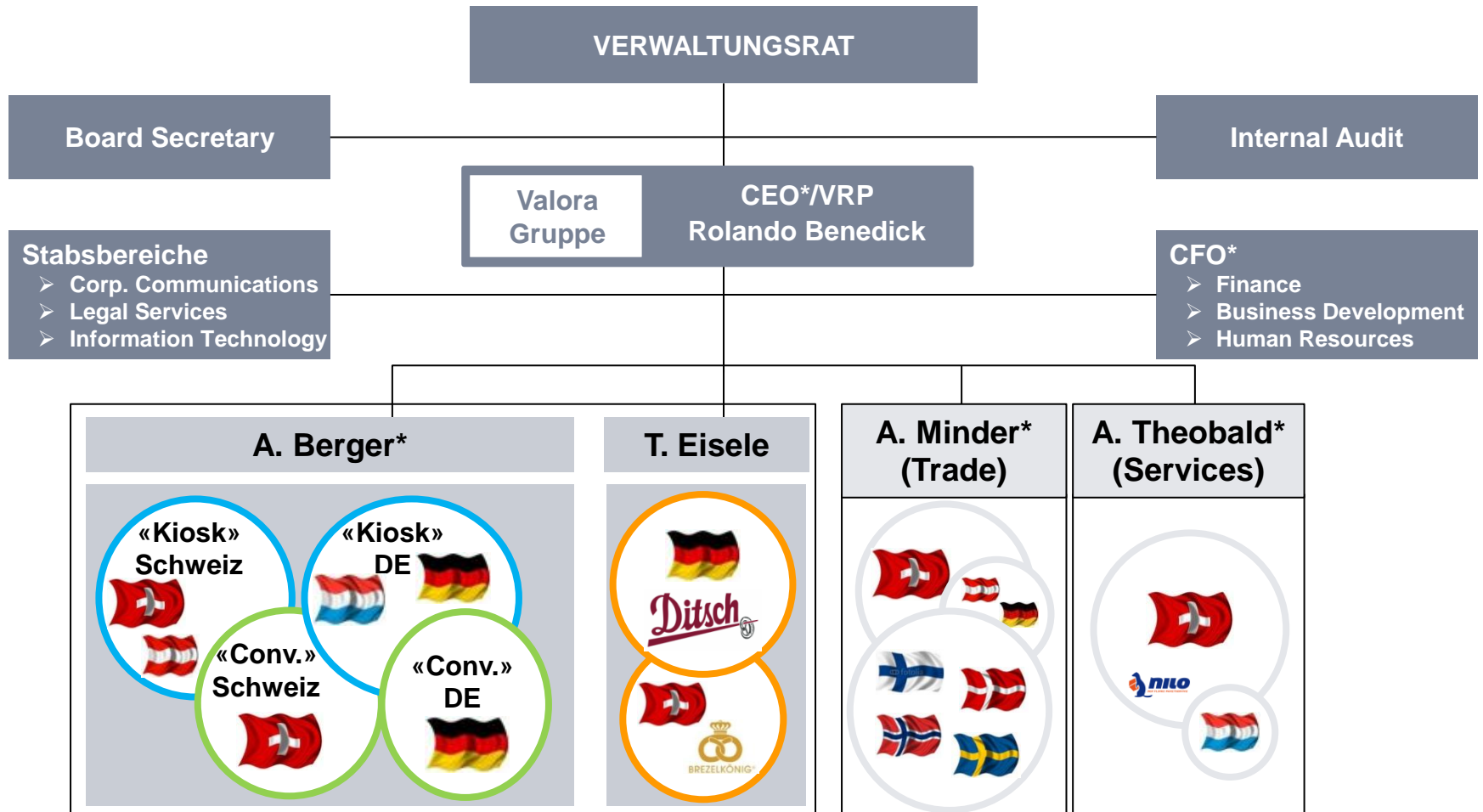
Drei Divisionen mit ausgeprägter europäischer Verankerung





# Organigramm Valora Gruppe – Herbst 2012

Fokus auf Retail



\* Mitglied der Konzernleitung

# Übersicht Geschäftsbereiche

*Leistungsfähiger und fokussierter europäischer Micro-Retailer*

valora



## Retail: Experte im kleinflächigen Handel

- Fünf klar definierte Formate (Kiosk, Convenience, Presse & Buch, Gastronomie, Sofortverzehr)
- > 3 000 PoS, davon rund 1 000 an Travel Locations
- Präsenz in vier Ländern (Schweiz, Deutschland, Luxemburg, Österreich)

## Services: Professioneller Dienstleister mit starker Pressekompetenz

- State-of-the-art Prozesse
- Mehr als 15 000 Kunden
- Präsenz in der Schweiz und Luxemburg

## Trade: Grösster europäischer Distributor von Markenprodukten (FMCG)

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

# Wichtigste Kennzahlen Valora Gruppe 2011\*

Aussenumsatzwachstum trotz herausforderndem Umfeld



in Mio. CHF

Δ ggü. 2010

Aussenumsatz 2 961.9 +0.5%

Nettoerlös 2 817.9 -2.1%

Bruttogewinn 876.4 +0.1%

Betriebskosten (netto) -805.9 +0.1%

EBIT 70.5 -13.3%  
bereinigt\*\* 75.8

EBIT-Marge 2.5% -0.3%P



\* ohne Convenience Concept und Ditsch/Brezelkönig – Teilkonsolidierung in 2012 | \*\* bereinigt um Fussball-Sammelbilder und Währungseinfluss

# Division Retail

## Übersicht der wichtigsten Zahlen\*

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



- 4 Länder
- > 3 000 Verkaufsstellen
- Weit über eine Million Kunden täglich

in Mio. CHF	2011	2010	Delta
<b>Aussenumsatz</b>	<b>1 760.8</b>	<b>1 678.8</b>	<b>+4.9%</b>
<i>Aussenumsatz bereinigt**</i>	<i>1 819.0</i>	<i>1 669.1</i>	<i>+9.0%</i>
<b>Nettoerlös</b>	<b>1 613.2</b>	<b>1 606.5</b>	<b>+0.4%</b>
<i>Nettoerlös bereinigt**</i>	<i>1 658.3</i>	<i>1 596.9</i>	<i>+3.8%</i>
<b>Bruttogewinn</b>	<b>570.5</b>	<b>566.1</b>	<b>+0.8%</b>
<i>Bruttogewinn-Marge</i>	<i>35.4%</i>	<i>35.2%</i>	<i>+0.2pP</i>
<b>Betriebskosten, netto</b>	<b>-528.7</b>	<b>-524.4</b>	<b>+0.8%</b>
<b>EBIT</b>	<b>41.8</b>	<b>41.7</b>	<b>+0.2%</b>
<i>EBIT bereinigt**</i>	<i>44.1</i>	<i>39.7</i>	<i>+11.1%</i>
<b>EBIT-Marge</b>	<b>2.6%</b>	<b>2.6%</b>	<b>+0.0pP</b>
<i>EBIT-Marge bereinigt**</i>	<i>2.7%</i>	<i>2.5%</i>	<i>+0.2pP</i>

\* ohne Convenience Concept und Ditsch/Brezelkönig – Teilkonsolidierung in 2012 | \*\* bereinigt um Fussball-Sammelbilder und Währungseinfluss



# Valora Retail

## Übersicht der wichtigsten Formate



„Gönn dir was“

Die Oase für  
Alltagssünden

**k kiosk**



„C'est la vie“

Der erfrischendste  
Convenience-  
Retailer

**avec.**

**ServiceStore** DB



„Gedanken  
auf Reisen“

Der Spezialist für  
gelesene Vielfalt

Press  
**P&B**  
Books



„Il vero  
espresso“

Die typische  
Caffè-  
Bar-Italianità



„Immer  
knusprig -  
Immer frisch -  
Immer Ditsch“

Leidenschaft für  
Laugengebäck

**Ditsch**  
  
BREZELKÖNIG®



# Profil Format k kiosk

*Der kleine Nahversorger in der Schweiz, Deutschland und Luxemburg*

valora





# Profil Format avec.

*Das immer frische Convenience-Konzept in der Schweiz*





# Profil Format P&B

*Der Pressespezialist in der Schweiz, Deutschland und Österreich*

valora





.....

# Profil Format Caffè Spettacolo

Die «italienische» Kaffeebar in der Schweiz

.....





# Profil Format Ditsch/Brezelkönig

Der Spezialist mit den beliebtesten Laugenprodukten in der Schweiz und Deutschland

valora



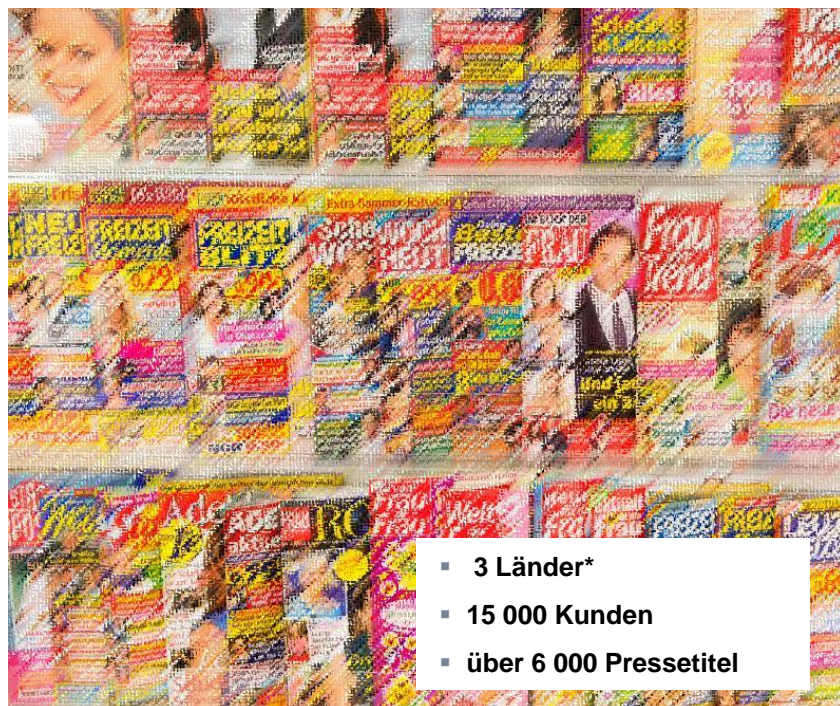
WENN SIE SCHON  
GRATISZEITUNGEN  
LESEN, ESSEN SIE  
WENIGSTENS WAS  
ANSTÄNDIGES.



# Valora Services

## 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	2011	2010	Delta
<b>Nettoerlös</b>	599.7	705.1	-14.9%
<i>Nettoerlös bereinigt**</i>	618.9	677.5	-8.6%
<b>Bruttogewinn</b>	122.7	144.6	-15.2%
<i>Bruttogewinn-Marge</i>	20.4%	20.5%	-0.1pP
<b>Betriebskosten, netto</b>	-102.7	-116.3	-11.7%
<b>EBIT</b>	20.0	28.3	-29.6%
<i>EBIT bereinigt**</i>	21.4	24.5	-12.4%
<b>EBIT-Marge</b>	3.3%	4.0%	-0.7pP
<i>EBIT-Marge bereinigt**</i>	3.5%	3.6%	-0.1pP

\* Valora Services Austria im Q4 2012 veräussert | \*\* bereinigt um Fussball-Sammelbilder und Währungseinfluss

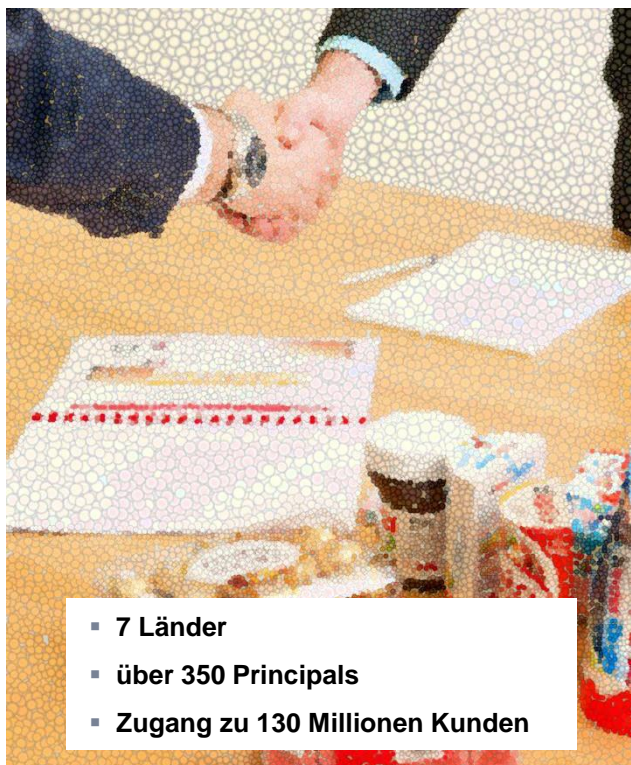


# Valora Trade

## Übersicht der wichtigsten Zahlen



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.



- 7 Länder
- über 350 Principals
- Zugang zu 130 Millionen Kunden

in Mio. CHF	2011	2010	Delta
<b>Nettoerlös</b>	<b>744.5</b>	<b>721.8</b>	<b>+3.1%</b>
<i>Nettoerlös bereinigt*</i>	<i>801.2</i>	<i>721.8</i>	<i>+11.0%</i>
<b>Bruttogewinn</b>	<b>172.2</b>	<b>154.7</b>	<b>+11.3%</b>
<i>Bruttogewinn Marge</i>	<i>23.1%</i>	<i>21.5%</i>	<i>+1.6pP</i>
<b>Betriebskosten, netto</b>	<b>-155.9</b>	<b>-137.0</b>	<b>+13.8%</b>
<b>EBIT</b>	<b>16.3</b>	<b>17.7</b>	<b>-7.9%</b>
<i>EBIT bereinigt*</i>	<i>17.9</i>	<i>17.7</i>	<i>+1.1%</i>
<b>EBIT Marge</b>	<b>2.2%</b>	<b>2.5%</b>	<b>-0.3pP</b>
<i>EBIT Marge bereinigt*</i>	<i>2.2%</i>	<i>2.5%</i>	<i>-0.3pP</i>

\* bereinigt um Währungseinfluss

„Valora for a fast moving world“  
Starker Fokus auf Kernkompetenzen



**Format- und Standortmanagement**

*Integration Akquisitionen – Optimierung Verkaufsstellenportfolio*

**Sortimente und Innovationen**

*Reduktion Presseabhängigkeit – Erweiterung Sortimente / Kategorien*

**Unternehmertum**

*Förderung des Unternehmertums innerhalb des Konzerns*

**Prozessexzellenz & Kosteneffizienz**

*Vereinfachung (Strukturen) – Beschleunigung (Umsetzung) – Reduktion (Kosten)*

---

# DISCLAIMER



---

## **NOT FOR RELEASE, PUBLICATION OR DISTRIBUTION IN OR INTO THE UNITED STATES**

THIS DOCUMENT IS NOT BEING ISSUED IN THE UNITED STATES OF AMERICA AND SHOULD NOT BE DISTRIBUTED TO U.S. PERSONS OR PUBLICATIONS WITH A GENERAL CIRCULATION IN THE UNITED STATES. THIS DOCUMENT DOES NOT CONSTITUTE AN OFFER OR INVITATION TO SUBSCRIBE FOR OR PURCHASE ANY SECURITIES. IN ADDITION, THE SECURITIES OF VALORA HOLDING AG HAVE NOT BEEN REGISTERED UNDER THE UNITED STATES SECURITIES LAWS AND MAY NOT BE OFFERED, SOLD OR DELIVERED WITHIN THE UNITED STATES OR TO U.S. PERSONS ABSENT REGISTRATION UNDER OR AN APPLICABLE EXEMPTION FROM THE REGISTRATION REQUIREMENTS OF THE UNITED STATES SECURITIES LAWS

This document contains specific forward-looking statements, e.g. statements including terms like “believe”, “expect” or similar expressions. Such forward-looking statements are subject to known and unknown risks, uncertainties and other factors which may result in a substantial divergence between the actual results, financial situation, development or performance of Valora and those explicitly presumed in these statements. Against the background of these uncertainties readers should not rely on forward-looking statements. Valora assumes no responsibility to update forward-looking statements or adapt them to future events or developments



valora