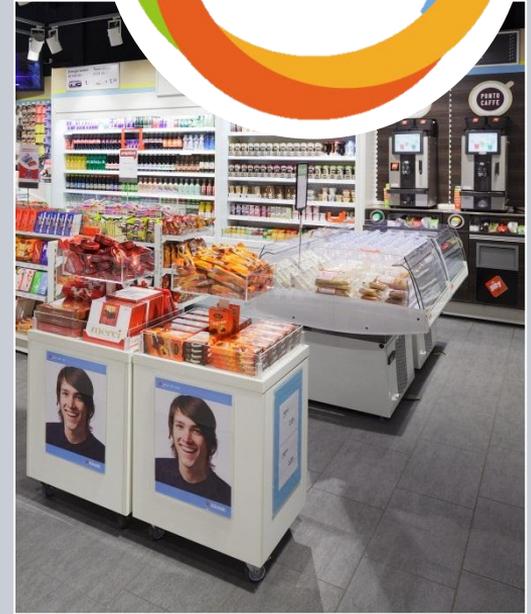


valora

Unternehmenspräsentation

Valora 2013



«Valora for a fast moving world»

Schlanker und agiler Retailer mit einem starken Verkaufsstellennetz!

valora



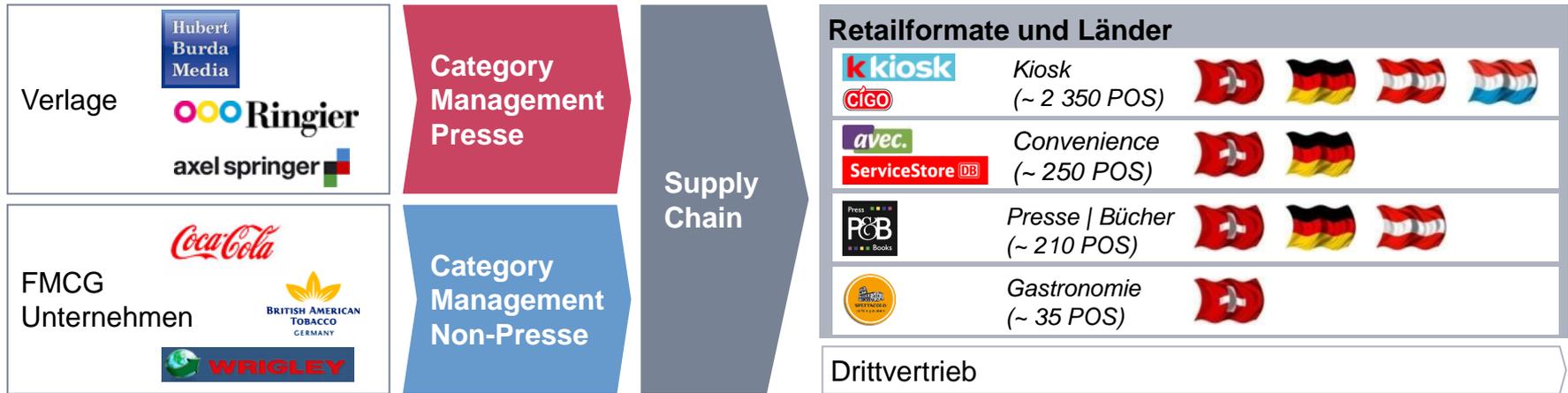
- Stärkung Aktivitäten im Bereich Retail
- Nutzung des hervorragenden Potenzials der erfolgreichen Formate und Marken
- Repositionierung Valora Services zur Verringerung Presselastigkeit im Konzern
- Fortführung Valora Trade-Aktivitäten mit Fokus auf Kategorien mit überdurchschnittlichem Wachstum
- Erfolgreiche Akquisitionen in den letzten 24 Monaten
- Grundstein für erfolgreiches POS-Wachstum gelegt

Valora Geschäftsmodell

Drei Divisionen mit ausgeprägter europäischer Verankerung

valora

Zentrale Funktionen



Ditsch/Brezelkönig

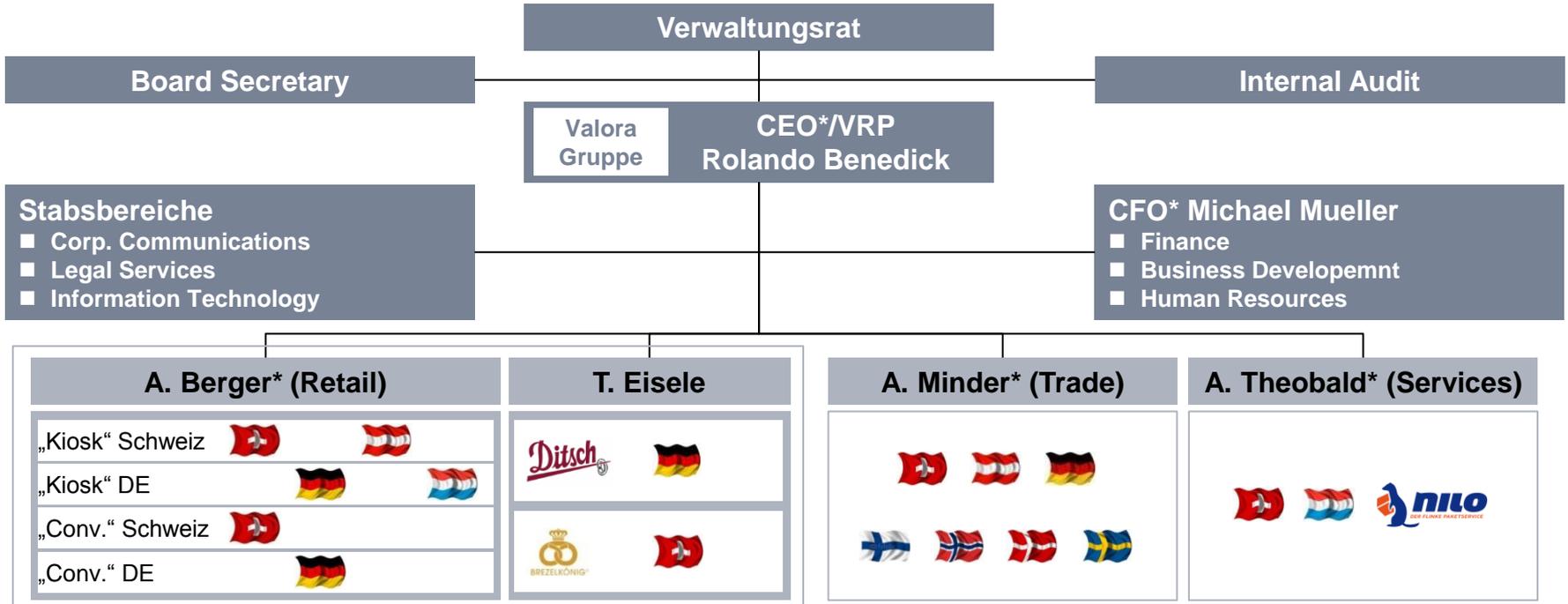
Produktion:
Retail:

Mainz, Oranienbaum und Emmenbrücke
230 Verkaufsstellen in Deutschland und der Schweiz



Valora Trade
(eigenständiges Geschäftsmodell)

Organigramm Valora Gruppe - 2013



* Mitglied der Konzernleitung

Übersicht Geschäftsbereiche

Leistungsfähiger und fokussierter europäischer Micro-Retailer



Retail: Experte im kleinflächigen Handel

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

Services: Professioneller Dienstleister im Vertrieb von Presseerzeugnissen

- State-of-the-art Prozesse
- Mehr als 15 000 Kunden
- Präsenz in zwei Ländern (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 (Schweiz, Deutschland, Österreich, Dänemark, Norwegen, Finnland, Schweden)

Wichtigste Kennzahlen Geschäftsjahr 2012

valora

Topline mit positivem Einfluss aus Akquisitionen | Bottomline stark beeinflusst durch Sondereffekte

in Mio. CHF		△ ggü. 2011	
Aussenumsatz	3 320.2	➔	+12.1%
Nettoerlös	2 847.9	➔	+1.1%
Bruttogewinn	940.3	➔	+7.3%
Bruttogewinnmarge	33.0%	➔	+1.9%P
Betriebskosten (netto)	-874.6	➡	+8.5%
EBITDA	121.2	➔	+3.6%
EBITDA-Marge	4.3%	➔	+0.1%P
EBIT	65.8	➡	-6.7%
EBIT-Marge	2.3%	➡	-0.2%P



Wichtigste Kennzahlen Valora Retail

valora

Marktführer im kleinflächigen Handel, an Hochfrequenzlagen, mit standardisierten Formaten

Kennzahlen Division (in CHF Mio.)		△ ggü. 2011	
Aussenumsatz	2 139.5	➔	+21.5%
Nettoerlös	1 663.4	➔	+3.1%
Bruttogewinn	606.0	➔	+6.2%
Bruttogewinnmarge	36.4%		+1.1%P
Betriebskosten (netto)	-580.7	➡	+9.8%
EBITDA (bereinigt)*	70.1	➔	+5.6%
EBITDA-Marge (bereinigt)*	4.2%	➔	+0.1%P
EBIT	25.3	➡	-39.4%
<i>bereinigt*</i>	<i>39.5</i>		



* bereinigt um Buchverlust Verkauf Handelshaus Muttentz (HHM)

Valora Retail

Übersicht der wichtigsten Formate

valora



„Gönn dir was“

Die Oase für
Alltagssünden

k kiosk

CIGO



„C'est la vie“

Der erfrischendste
Convenience-
Retailer

avec.

ServiceStore DB



„Gedanken auf
Reisen“

Der Spezialist für
gelesene Vielfalt

Press
P&B
Books



„Caffè e Passione“

Die typische Caffè-
Bar-Italianità

SPETTACOLO
caffè e passione



„Immer knusprig -
Immer frisch -
Immer Ditsch“

Leidenschaft für
Laugengebäck

Ditsch

BREZELKÖNIG®

Profil Format k kiosk

Die Oase für kleine Alltagsünden

valora



Profil Format avec.

Der gastfreundliche Convenience-Treffpunkt mit Bistro-Angebot

valora



Profil Format Press&Books

Der Spezialist für gelesene Vielfalt

valora



Profil Format Spettacolo

Die typische Caffè-Bar-Italianità

valora



Profil Format Ditsch/Brezelkönig

Die Spezialisten mit den beliebten Laugenprodukten

valora



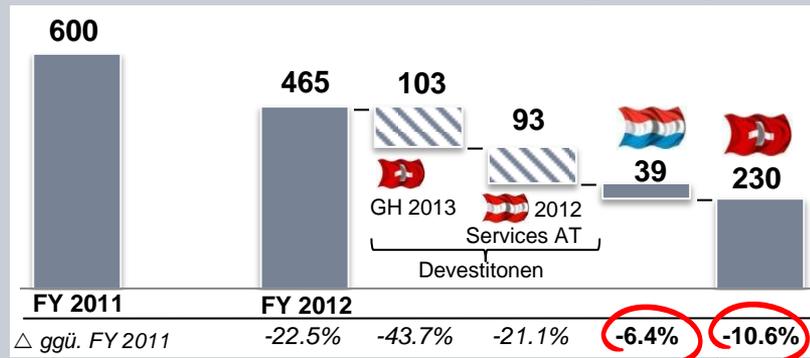
WENN SIE SCHON
GRATISZEITUNGEN
LESEN, ESSEN SIE
WENIGSTENS WAS
ANSTÄNDIGES.



Wichtigste Kennzahlen Valora Services

Reduktion Presslastigkeit | Devestition Services Austria und Grosshandel Schweiz

Nettoerlös Division Services FY 2012 (in CHF Mio.)



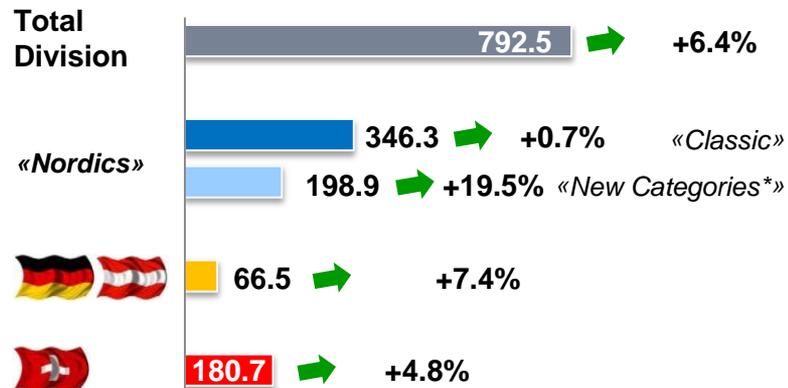
Weitere Kennzahlen Division (in CHF Mio.)

Bruttogewinn	103.4	➔	-15.7%
Bruttogewinnmarge	22.2%		+1.8%P
Betriebskosten (netto)	-91.4	➔	-11.0%
EBITDA	15.4	➔	-36.9%
EBITDA-Marge	3.3%	➔	-0.8%P
EBIT	12.0	➔	-40.0%

Wichtigste Kennzahlen Valora Trade

Positive Entwicklung der neuen Kategorien | Starker Margendruck bei Trade Classic

Nettoerlös Division Trade FY 2012 (in CHF Mio.)



Weitere Kennzahlen Division Trade (in CHF Mio.)

Bruttogewinn	178.8	➔	+3.8%
Bruttogewinnmarge	22.6%	➔	-0.6%P
Betriebskosten (netto)	-170.7	➔	+9.5%
EBITDA	11.4	➔	-41.5%
EBITDA-Marge	1.4%	➔	-1.2%P
EBIT	8.1	➔	-50.4%



* Travel Retail, Foodservice, Cosmetics

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