

valora



# Roadshow *MainFirst*

Zürich, 4. November 2011

**1** Aktuelles

**2** Entwicklung 1. Halbjahr 2011

**3** „Valora 4 Growth“ – Status Wachstumsstrategie

# Pressemitteilung vom 25. Oktober 2011

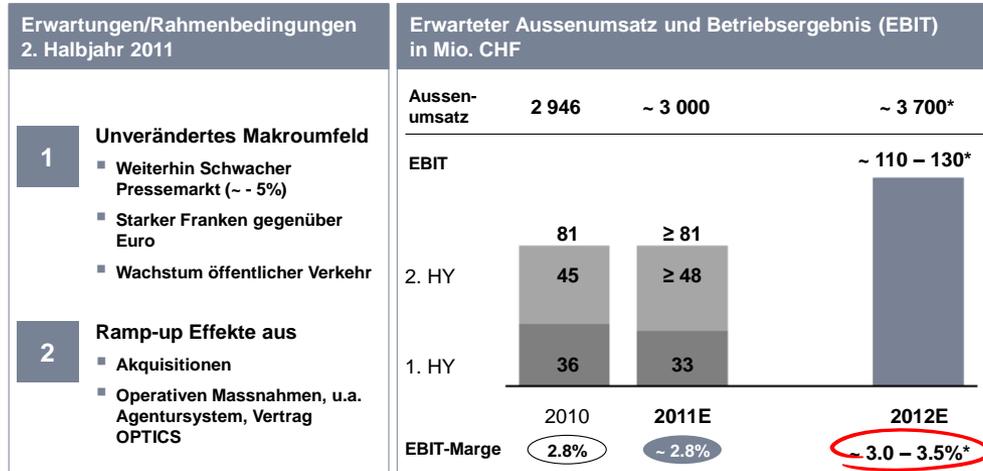


Neue Erwartung für 2011 – EBIT ~ CHF 70 Mio.

## Ausblick kommuniziert per 25. August, 2011

### Ausblick Geschäftsjahr 2011 und 2012

Unveränderte Erwartung für das Gesamtjahr 2011



\* zu Ø FX-Rates EUR/CHF 1.35 (Stand „Valora 4 Growth“ November 2010)

25. August 2011

Valora Holding AG – 1. Halbjahr 2011

Seite 26

## Kommunikation per 24. Oktober, 2011

1

### Erwartung Gesamtjahr 2011

- Noch schwächer Pressemarkt als erwartet
- Hohe Volumen bei Parallelimporten in der Division Trade (Schweiz)
- Neue Erwartung für EBIT 2011 von CHF ~ 70 Millionen

2

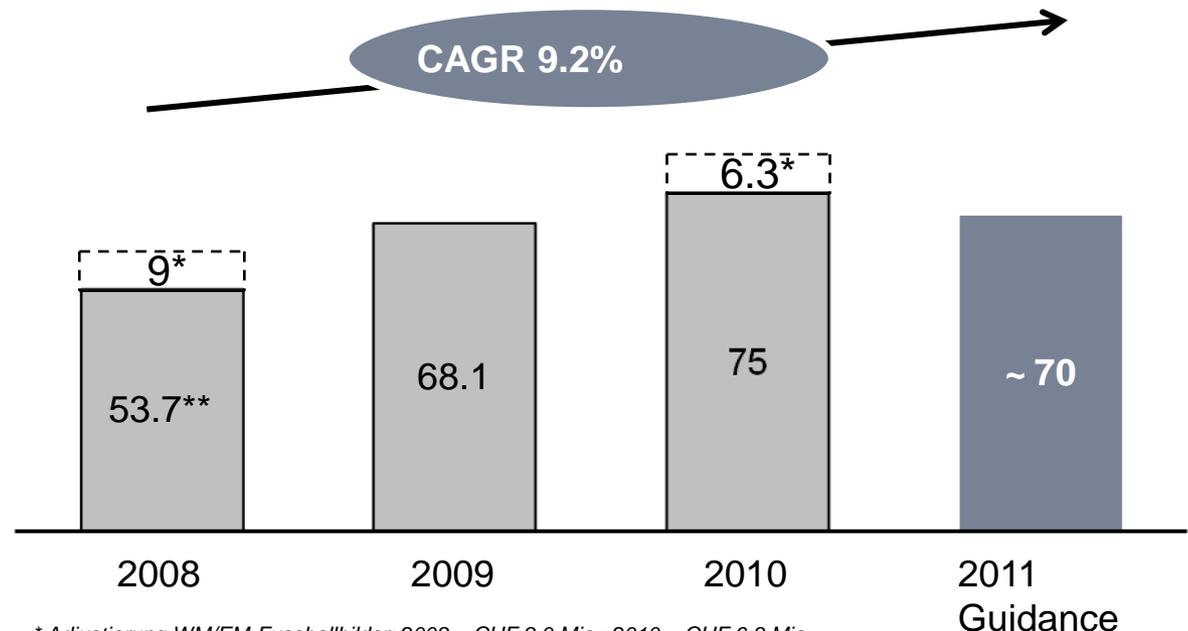
### Guidance 2012

- Wird wie üblich nach Vorliegen des Geschäftsjahres kommuniziert (März 2012)
- Zuversicht bezüglich der Erreichung einer EBIT-Marge von 3%

# Valora Group EBIT Vergleich, 2008 – 2011

## Kumulierte jährliche Wachstumsrate (CAGR) Berechnung

- **Gesundes EBIT Wachstum in 3 Jahren**
- **Effekte der „Valora 4 Success“ Strategie klar ersichtlich seit 2008**
- **„Valora 4 Growth“ wird weitere erwartete Verbesserungen bringen**



\* Adjustierung WM/EM-Fussballbilder: 2008 = CHF 9.0 Mio.; 2010 = CHF 6.3 Mio.

\*\* exkl. Restrukturierungskosten CHF 25 Mio.



**Zusätzlich: Starke Abwertung des EURO gg. CHF seit 2008**  
**Effekt CHF -10 Mio. → angepasster CAGR 2008 bis 2011: 14.2%**

---

1

Aktuelles

2

Entwicklung 1. Halbjahr 2011

3

„Valora 4 Growth“ – Status Wachstumsstrategie

1

## Gutes Resultat trotz widriger Rahmenbedingungen

- In Summe erfreuliches Betriebsergebnis von CHF 33.4 Mio.
- Positive Entwicklung Retail, negativer Einfluss aus Presse und Wechselkurseffekten

2

## Umsetzung „Valora 4 Growth“ verläuft wie geplant

- Übernahme von Salty Snacks und Scandinavian Cosmetics im 1. Halbjahr 2011
- Erfolgreiche Integration der zwei Akquisitionen aus 2010

# Wichtigste Kennzahlen 1. Halbjahr 2011



Deutliche Verbesserung des bereinigten Betriebsergebnisses um 24%

in Mio. CHF

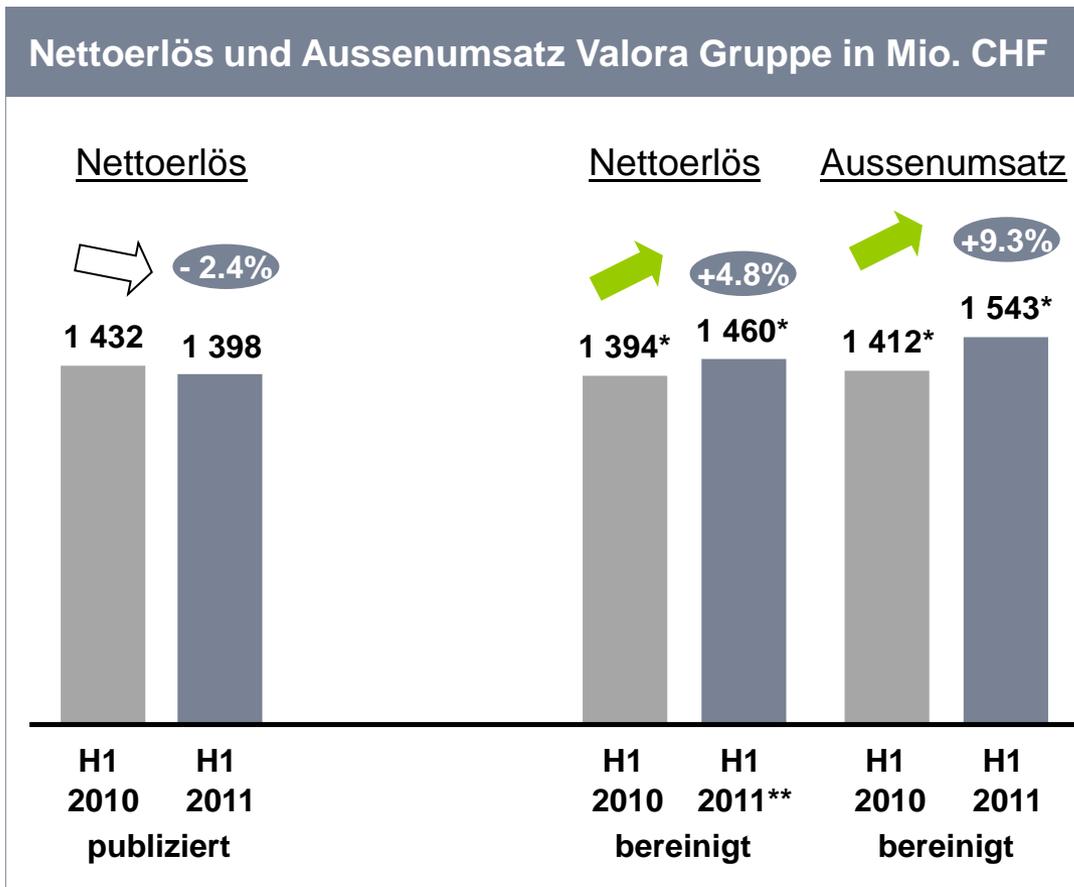
△ ggü. 2010

<b>Aussenumsatz</b> (inkl. Franchiseumsätze)	1 473.0		+1.6%
<i>Aussenumsatz bereinigt*</i>	1 542.6		+ 9.3%
<b>Nettoerlös</b>	1 397.6		- 2.4%
<i>Nettoerlös bereinigt*</i>	1 459.9		+ 4.8%
<b>EBIT</b>	33.4		- 6.4%
<i>EBIT bereinigt*</i>	36.5		+ 24.0%
<b>EBIT Marge</b>	2.4%		- 0.1pP
<b>Reingewinn</b>	26.3		+ 1.4%

\* bereinigt um Sammelbilder und Währungseinfluss

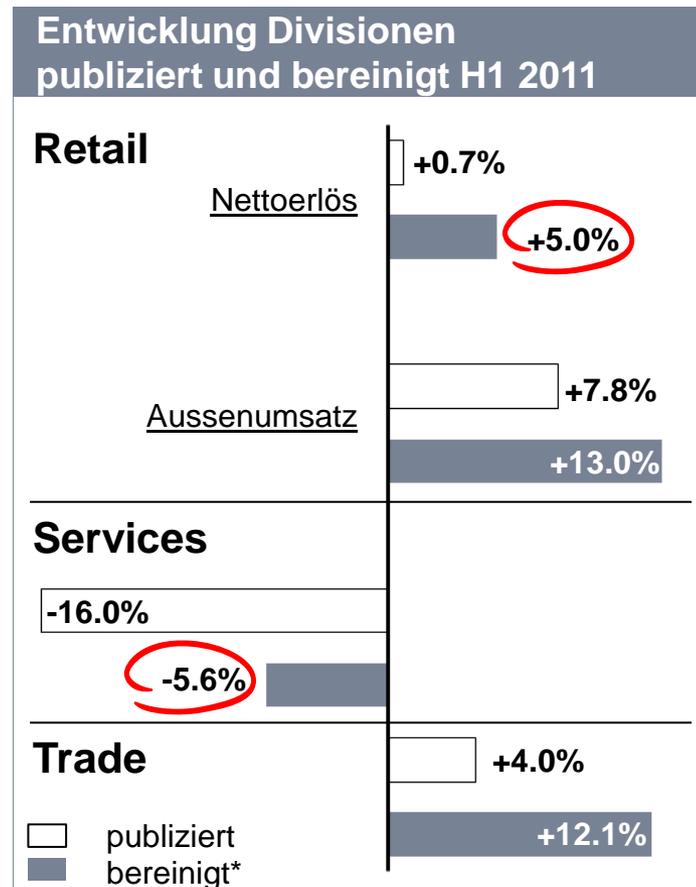
# Vergleich Nettoerlös und Aussenumsatz H1 2010 – 2011

Erfreuliches Wachstum der Nettoerlöse auf bereinigter Basis von 4.8%



\* bereinigt um Sammelbilder und Währungseinfluss

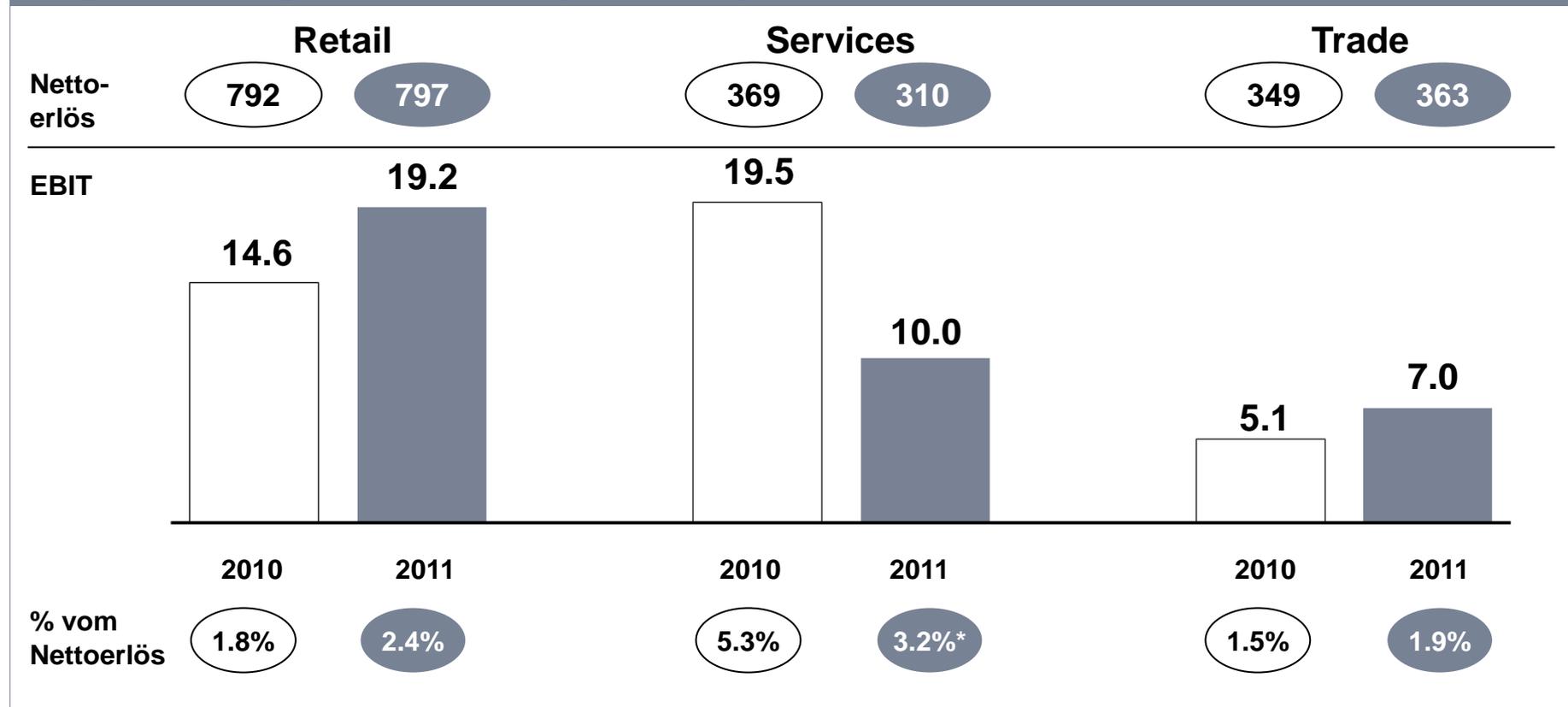
\*\* davon rund CHF 62 Mio. durch Akquisitionen



# Übersicht Betriebsergebnis nach Divisionen

*Retail und Trade mit positiver Ergebnisentwicklung*

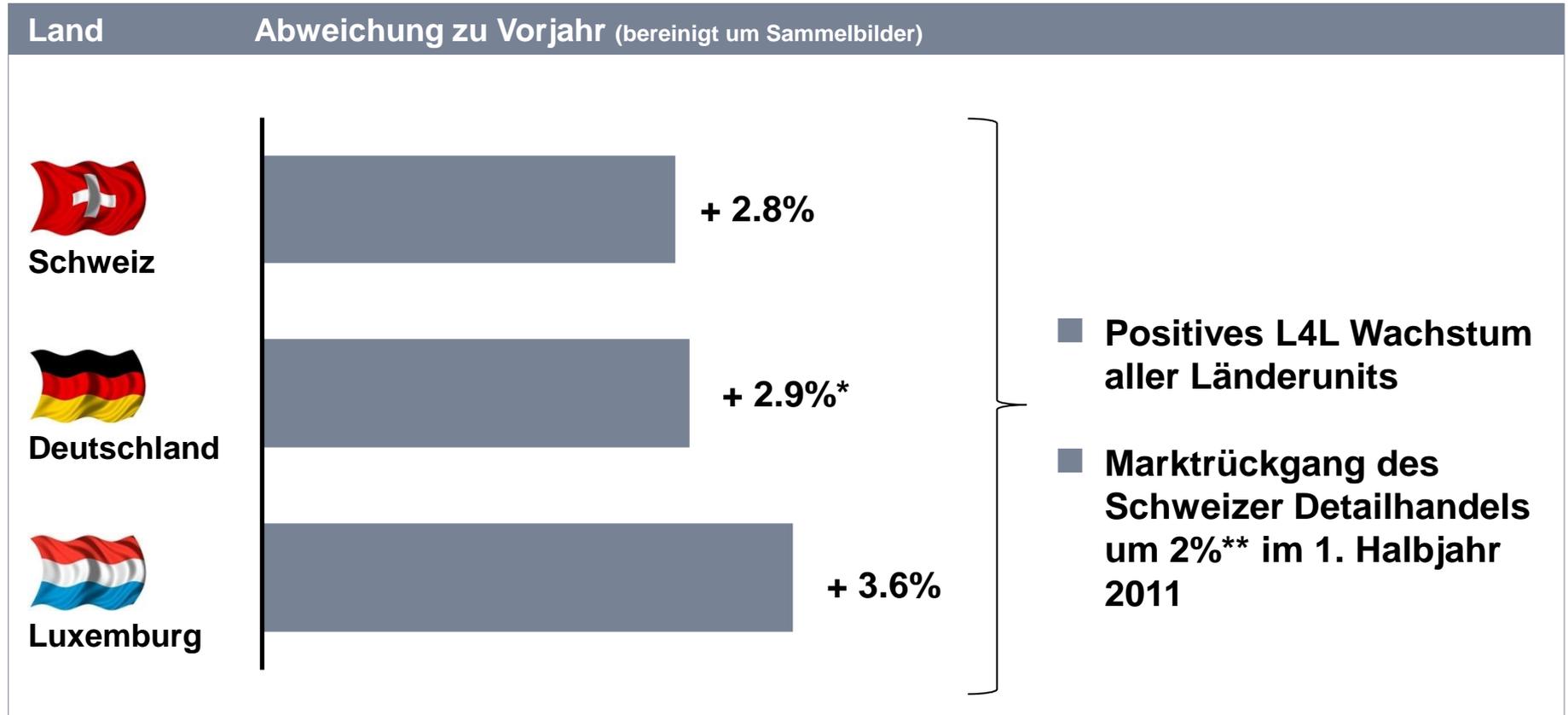
## Vergleich 1. Halbjahr 2010 zu 2011 (in Mio. CHF)



\* Effekte: fehlende Fussball-Sammelbilder, starker Währungseinfluss, schwacher Pressemarkt

# Division Retail 1/2: Umsatzentwicklung in lokaler Währung

Positive Umsatzentwicklung der Division Retail in allen Ländern

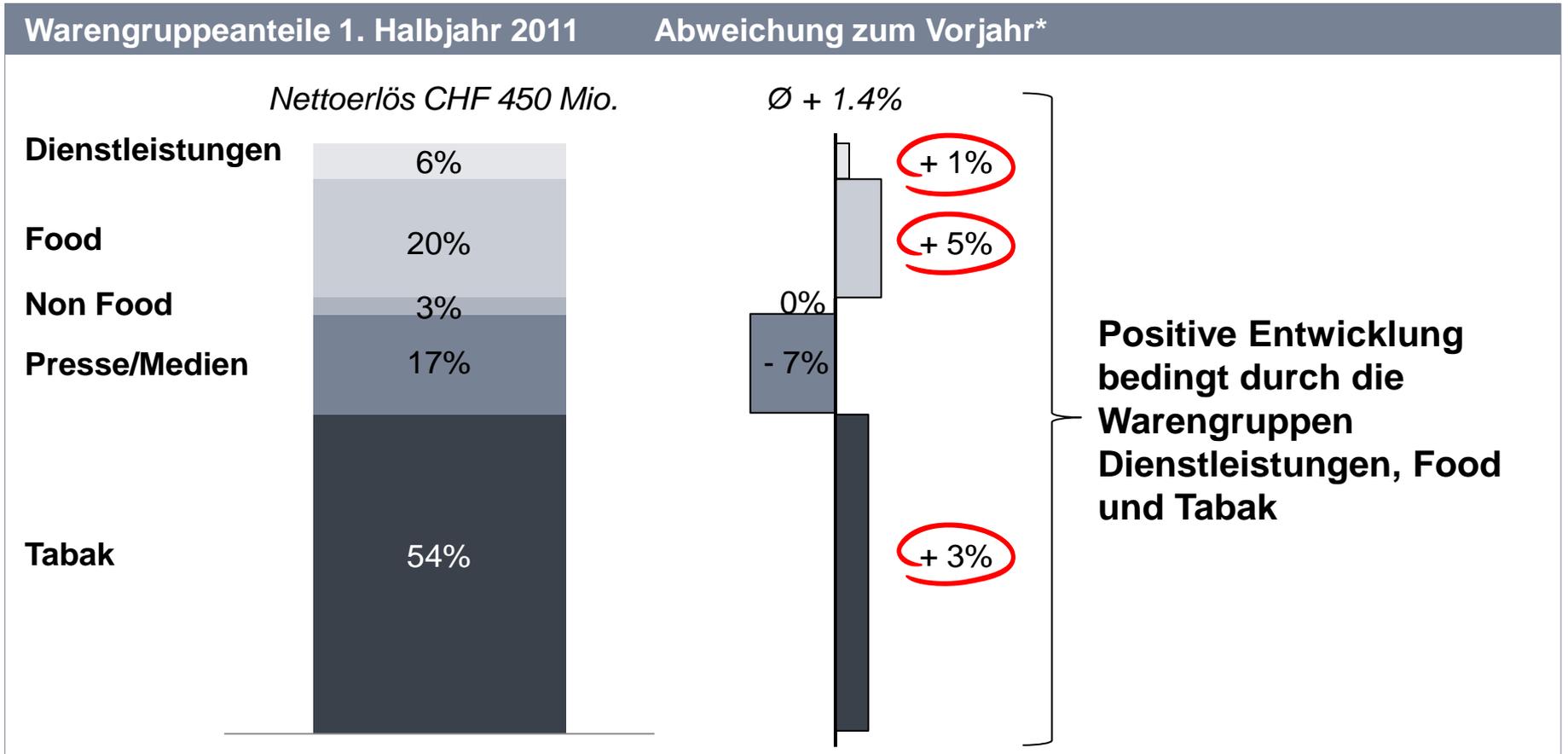


\* exklusive tabacon; mit tabacon: >14%

\*\* Quelle: Nielsen (Markt inkl. Manor, Migros, Coop, Denner, Spar und Volg bis KW 28)

# Division Retail 2/2: Umsatzentwicklung nach WG bei Kiosk CH

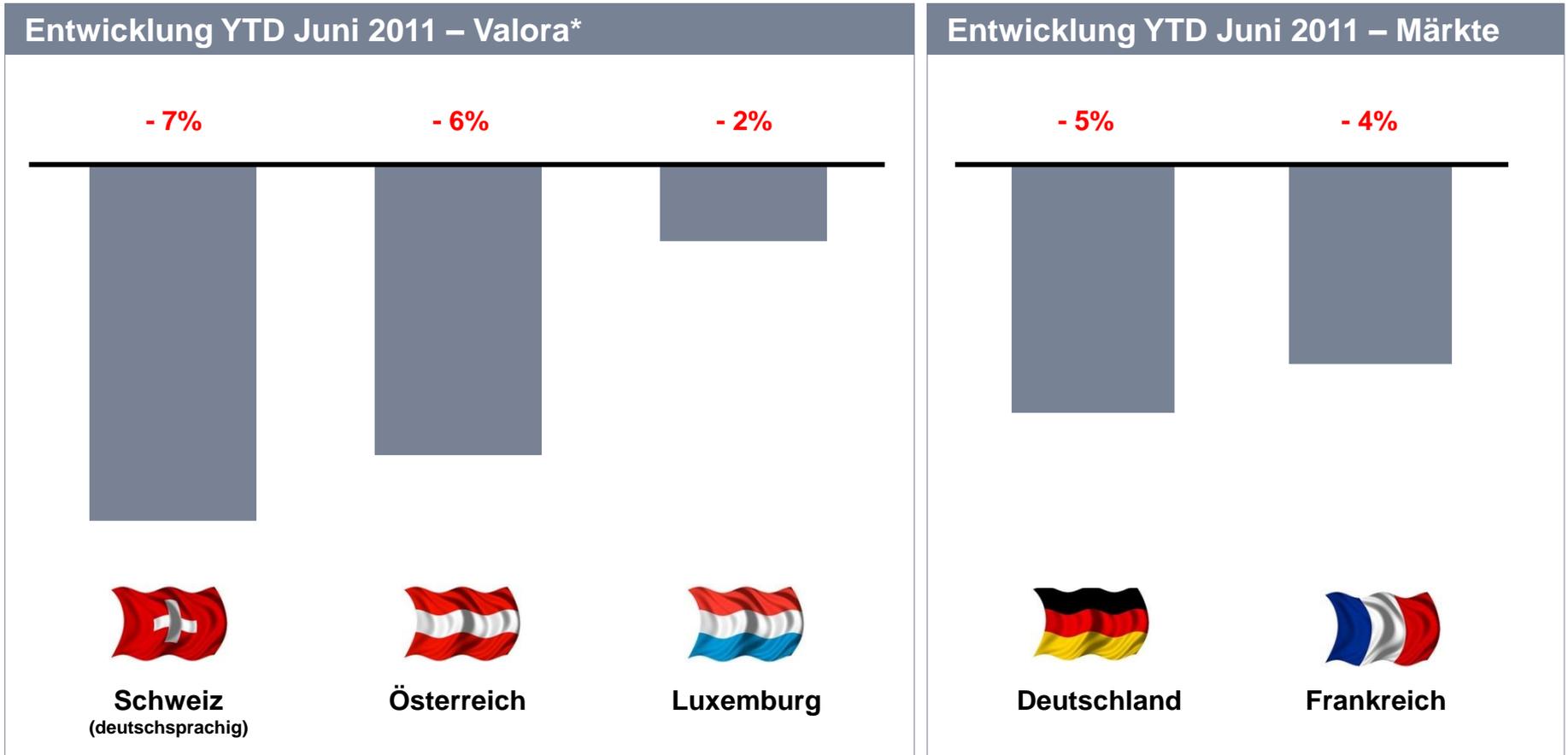
Wachsende Umsätze bei kiosk auch ohne Fussball-Sammelbilder



\* bereinigt um Fussball-Sammelbilder

# Services: Marktentwicklung verschiedene Länder

Entwicklung der Presse als europaweites Problem



\* bereinigt um WM-Sammelbilder und Währungseinfluss

---

1

Aktuelles

2

Entwicklung 1. Halbjahr 2011

3

„Valora 4 Growth“ – Status Wachstumsstrategie

# Wachstumsstrategie „Valora 4 Growth“

Wachstumsziele im 1. Halbjahr mehrheitlich erreicht

Wachstumsinitiativen und Ziele bis 2015	Erreicht im 1. Halbjahr 2011	Erwartung Zielerreichung 2011
 <p><b>Organisches Margenwachstum</b> Verbesserung um 0.2 Prozentpunkte pro Jahr</p>	<p><b>+ 0.1%-Punkte</b></p>	
 <p><b>Organisches (Aussen-) Umsatzwachstum</b> 2 Prozent pro Jahr durch Ausbau der heutigen Aktivitäten</p>	<p><b>+ 0.6%</b></p>	 
 <p><b>Anorganisches Wachstum Retail/Services</b> Expansion als europäischer Micro-Retailer mit insgesamt fünf bis sechs Formaten</p>	<p>—</p>	
 <p><b>Anorganisches Wachstum Trade</b> Ausbau des grössten paneuropäischen Distributors</p>	<p><b>+ CHF 85 Mio.*</b> (ScanCo   Salty Snacks)</p>	

\* erwartet

# Beispiele für „Valora 4 Growth“ Massnahmen

Wachstumsstrategie „Valora 4 Growth“

## Wachstumsinitiativen im ersten Halbjahr 2011



G1

Organisches  
Margenwachstum

Ausbau Agenturen (Retail)



Optimierung Einkauf (Retail)



G2

Organisches (Aussen-)  
Umsatzwachstum

Forcierung Services  
(Retail)



Logistik (Retail)



G3



G4

Anorganisches Wachstum  
Retail/Services und Trade

Scandinavian  
Cosmetics



Salty Snacks



# Wachstum G1 – Beispiel Agentursystem

Sehr erfolgreiche erste Roll-Out Phase – Erhöhung Ziele

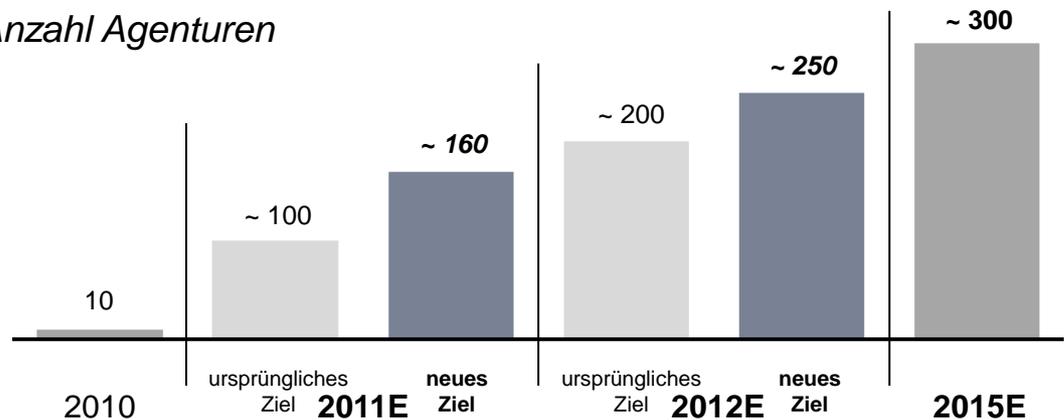


## Erfahrungen 1. Phase Roll-Out

- Positive Erfahrungsberichte der Agenturleiter|innen
- Zunahme des Interesses seitens Geschäftsführer|innen
- Umsatzanstieg und Kostensenkungen wie geplant

## Erwartetes Wachstum Agenturen

### Anzahl Agenturen



# Wachstum G2 – Beispiel neue Serviceleistungen

Optimierte Nutzung professionelle Logistik



## Zusammenarbeit mit OPTICS Verband

- OPTICS, der Lieferantenverband für Augenoptik und Kontaktlinsen, deckt ca. 80% des Schweizer Marktes ab
- Perfekte Standort- und Auslieferungsstruktur
- Start der Zusammenarbeit per 1. August 2011
- 3 000 – 5 500 erwartete Pakete pro Tag
- ➔ Zusatzumsatz ca. CHF 3 Mio. p.a.



## Zusammenarbeit mit Versandhäusern

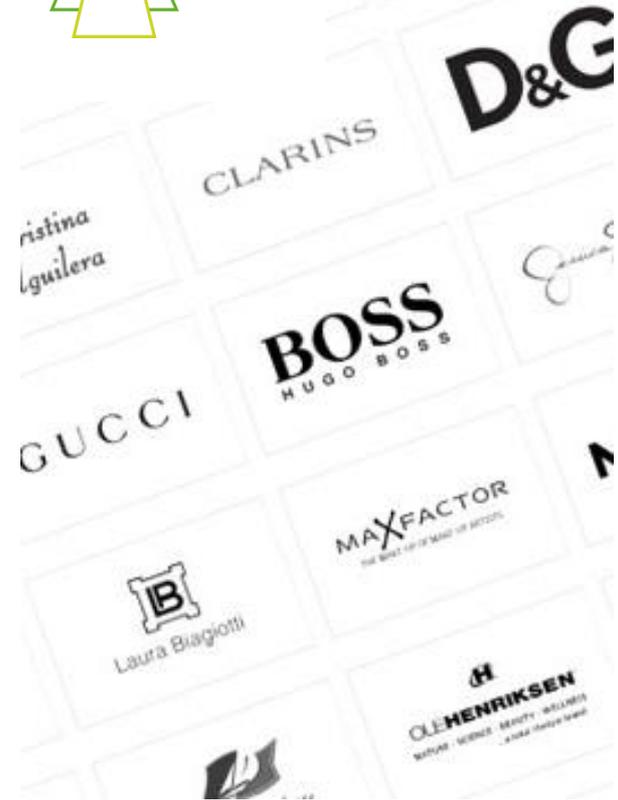
- Paket Abgabeservice an kiosk Verkaufsstellen der Valora
- Zusammenarbeit mit La Redoute → weiterer Ausbau geplant
- Per August/September 2011 Roll out auf 400 Verkaufspunkte
- Erweiterung des Service (Abholung der Pakete) per Ende 2011

# Wachstum G4 – Beispiel Scandinavian Cosmetics (ScanCo)

Ausgezeichnetes Portfolio und hohe Profitabilität → Closing 23. August 2011



Scandinavian Cosmetics



## Rationale

- Bedeutendster unabhängiger Distributor im grössten Kosmetikmarkt Skandinaviens
- Ausbau Produkteportfolio
- Weitere Expansionsmöglichkeiten

## Eckwerte

- CHF ~ 75 Mio. Umsatz und EBIT-Marge > 4%
- 23% Marktanteil in Schweden
- Kaufpreis im Zielkorridor (6-9x EBIT)

## Kosmetikmarkt Schweden – Anteile einzelner Distributoren

- Starkes Wachstum Kosmetikmarkt Schweden (2010: SEK 2'500 Mio. | +7%)
- Attraktive Produktpalette, Distributionsservices und Kosmetikplattform erlauben ScanCo stärkeres Wachstum

Abhängige Distributoren	Unabhängige Distributoren
L'Oreal 29%	<b>ScanCo (23%)</b>
Lauder 7%	Saether (5%)
Invima 7%	
Andere 16%	Andere (13%)
<b>Total 59%</b>	<b>Total 41%</b>

---

# 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

---

# Contact details

## Unternehmenskalender

---



### Contact details

**Mladen Tomic**  
Head of Corporate Investor Relations

Tel. +41 61 467 36 50  
E-mail: [mladen.tomic@valora.com](mailto:mladen.tomic@valora.com)

**Stefania Misteli**  
Head of Corporate Communications

Tel. +41 61 467 36 31  
E-mail: [stefania.misteli@valora.com](mailto:stefania.misteli@valora.com)

### Unternehmenskalender

Jahresabschluss 2011	28. März 2012
Generalversammlung 2011	19. April 2012

Please visit our website for more information regarding **VALORA**  
[www.valora.com](http://www.valora.com)

valora