

valora



1. Halbjahr 2011



Muttenz, 25. August 2011

1 Entwicklung 1. Halbjahr 2011

2 Erfolgsrechnung und Bilanz

3 „Valora 4 Growth“ – Status Wachstumsstrategie

4 Ausblick 2. Halbjahr 2011 | 2012

Übersicht 1. Halbjahr 2011

Auf gutem Weg die gesteckten Ziele zu erreichen

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

3 Unveränderte Erwartungen 2011 | 2012

- Trotz vieler Herausforderungen zuversichtlicher und unveränderter Ausblick
- Umsetzung der Strategie „Valora 4 Growth“ als oberste Priorität

Wichtigste Kennzahlen 1. Halbjahr 2011



Deutliche Verbesserung des bereinigten Betriebsergebnisses um 24%

in Mio. CHF

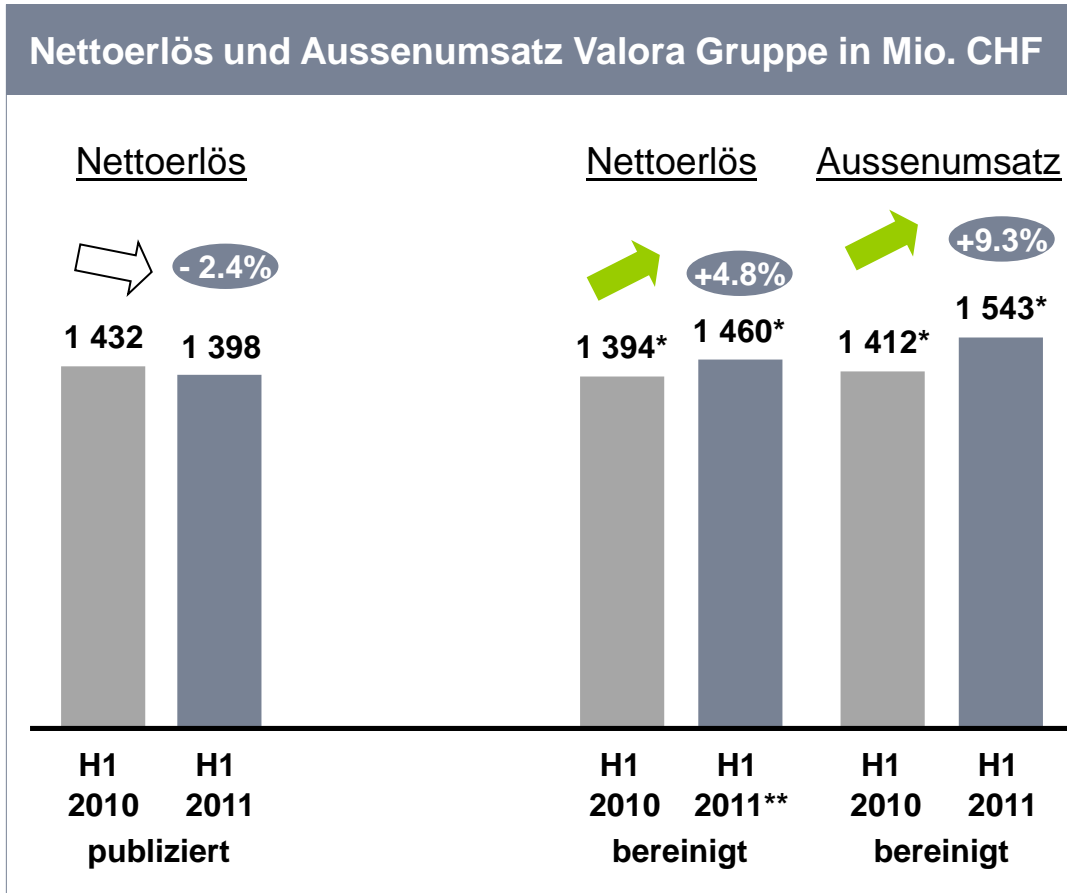
△ ggü. 2010

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

* bereinigt um Sammelbilder und Währungseinfluss

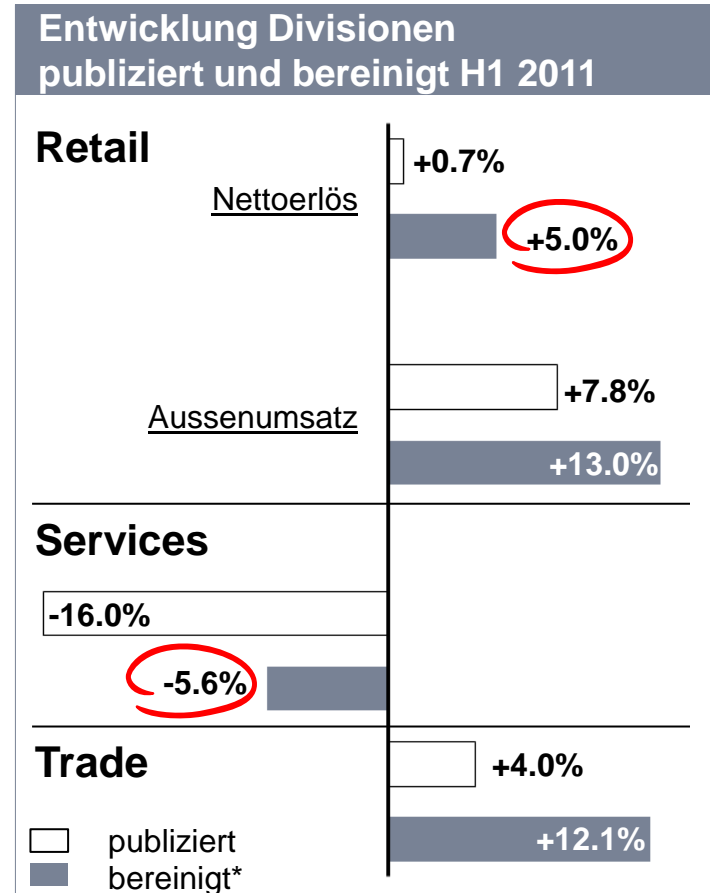
Vergleich Nettoerlös und Aussenumsatz H1 2010 – 2011

Erfreuliches Wachstum der Nettoerlöse auf bereinigter Basis von 4.8%



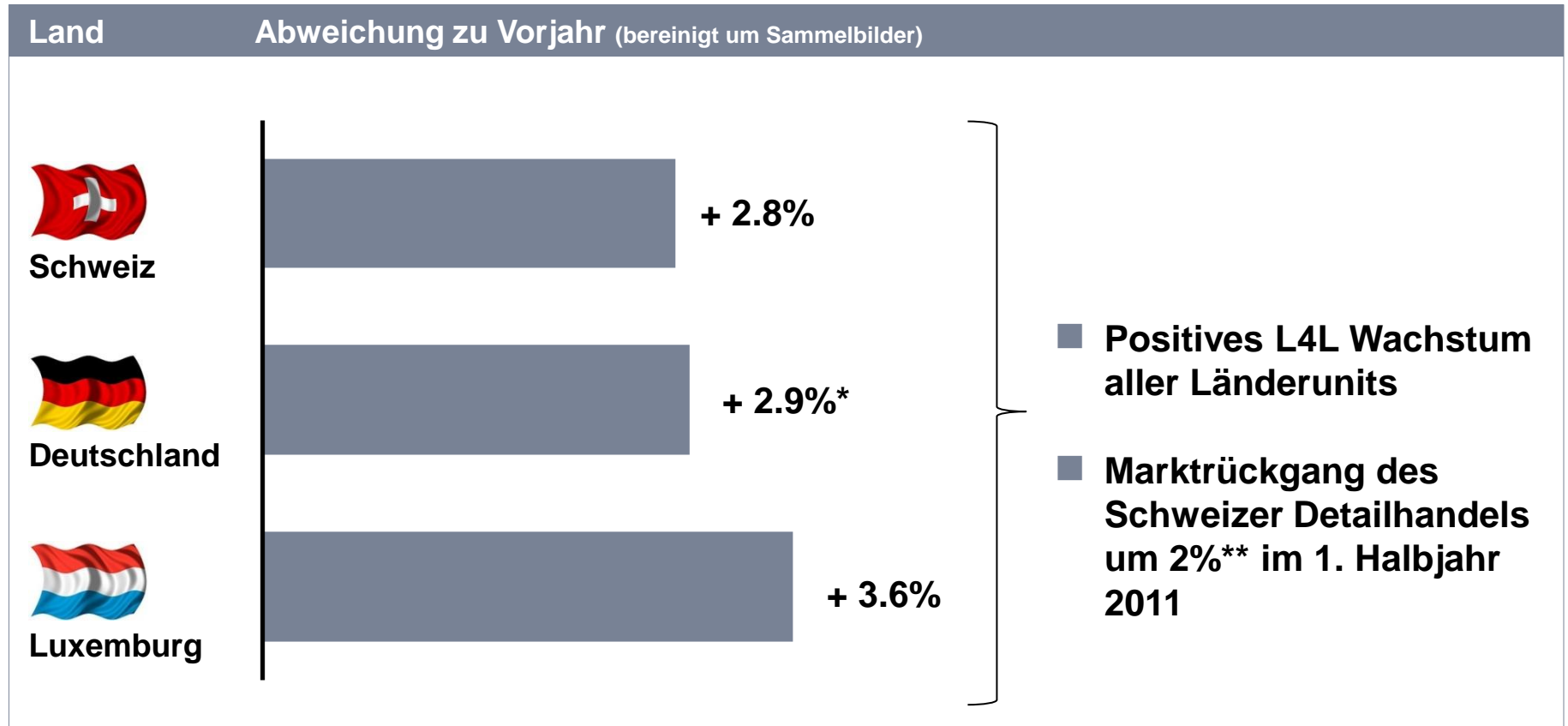
* bereinigt um Sammelbilder und Währungseinfluss

** davon rund CHF 62 Mio. durch Akquisitionen



Division Retail 1/2: Umsatzentwicklung in lokaler Währung

Positive Umsatzentwicklung der Division Retail in allen Ländern

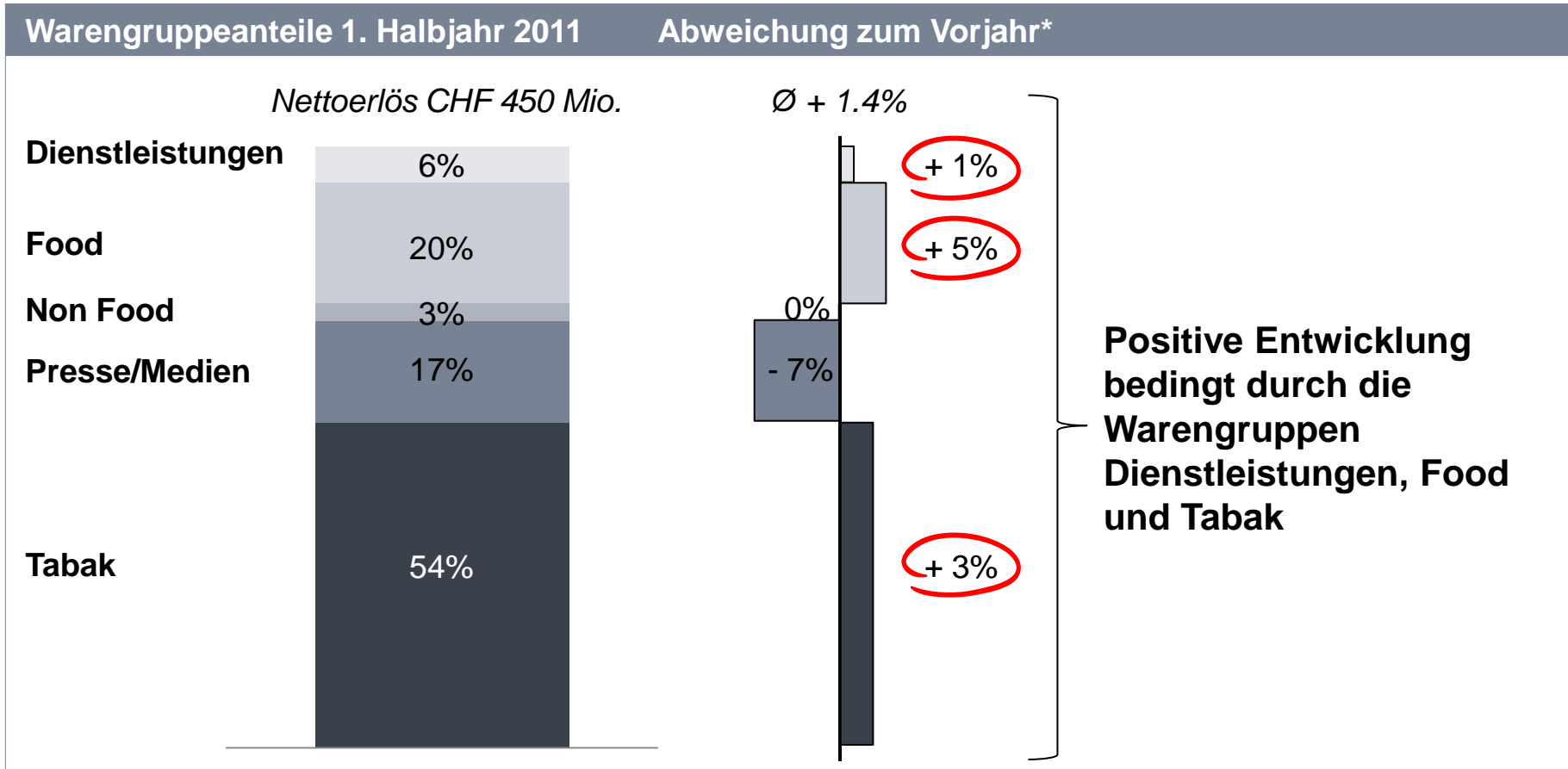


* exklusive tabacon; mit tabacon: >14%

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

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

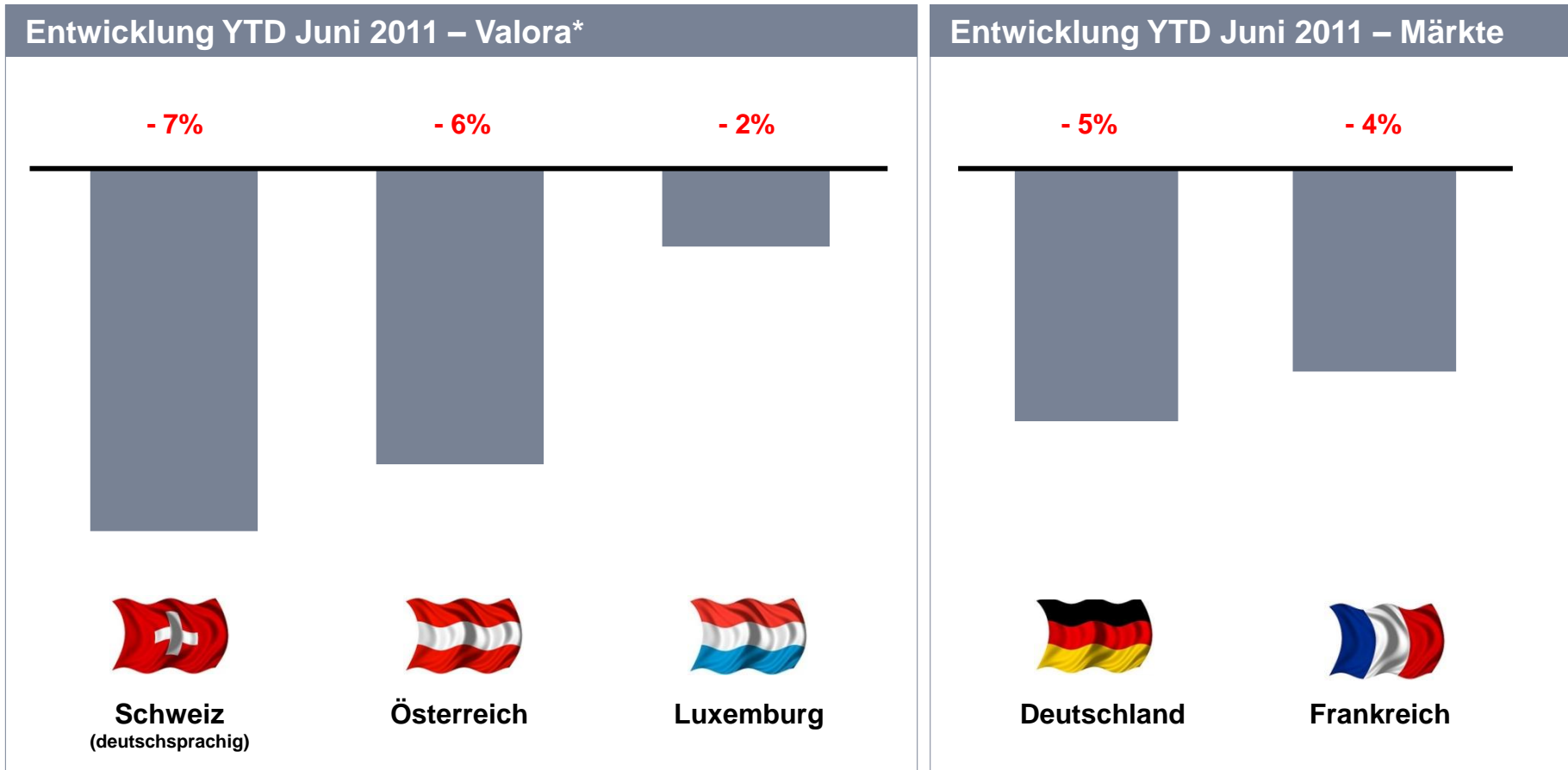
Wachsende Umsätze bei kiosk auch ohne Fussball-Sammelbilder



* bereinigt um Fussball-Sammelbilder

Services: Marktentwicklung verschiedene Länder

Entwicklung der Presse als europaweites Problem



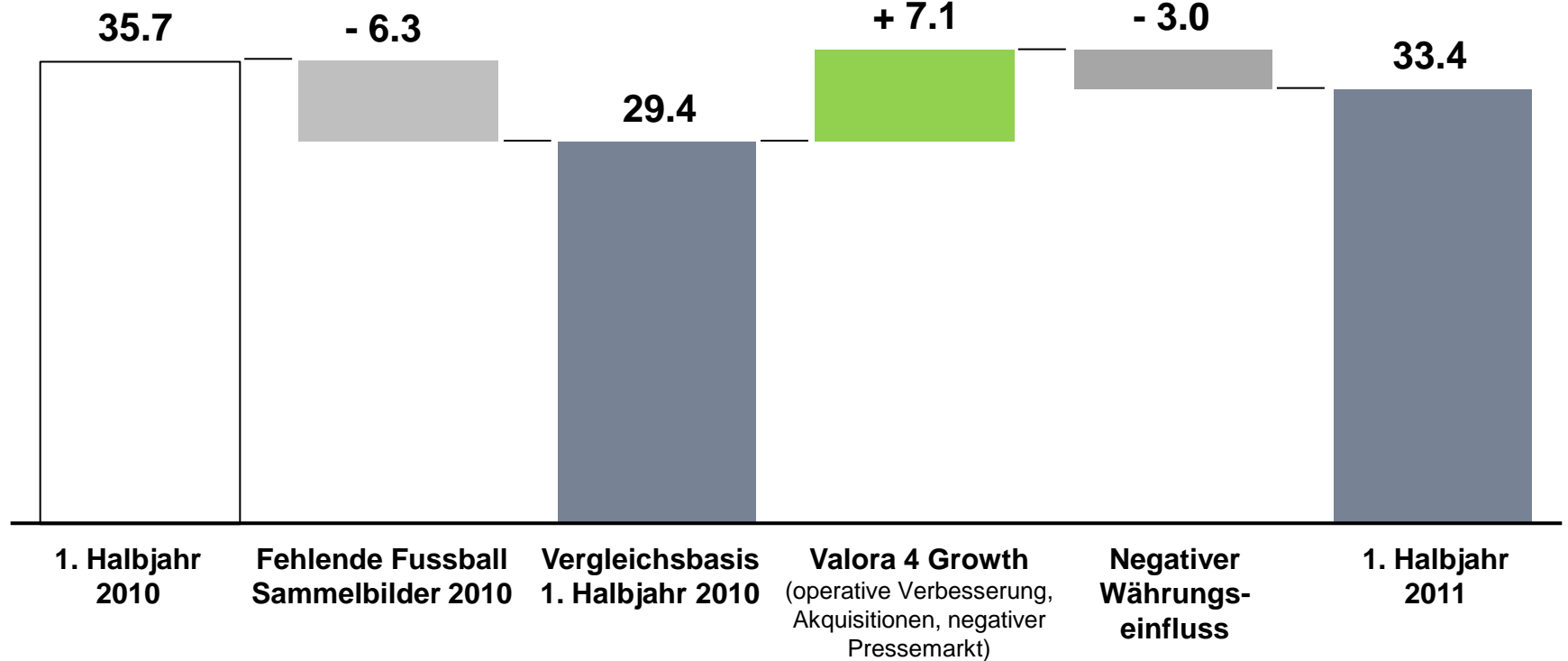
* bereinigt um WM-Sammelbilder und Währungseinfluss

Vergleich EBIT Valora Gruppe 1. Halbjahr 2010 zu 2011



Deutliche operative Verbesserung kompensiert fehlende Fussball-WM und FX-Effekt

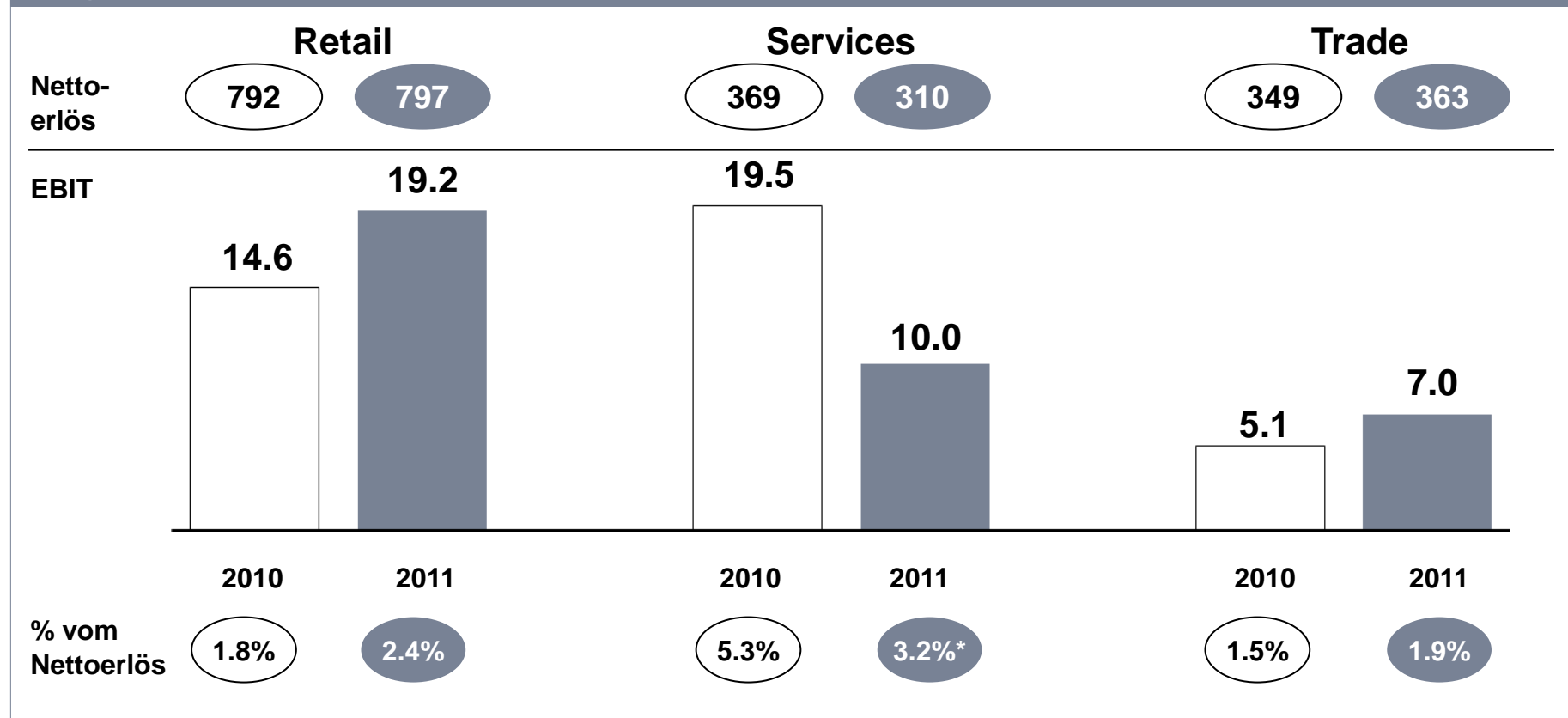
Überführung 1. Halbjahr 2010 zu 1. Halbjahr 2011 (in Mio. CHF)



Übersicht Betriebsergebnis nach Divisionen

Retail und Trade mit positiver Ergebnisentwicklung

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



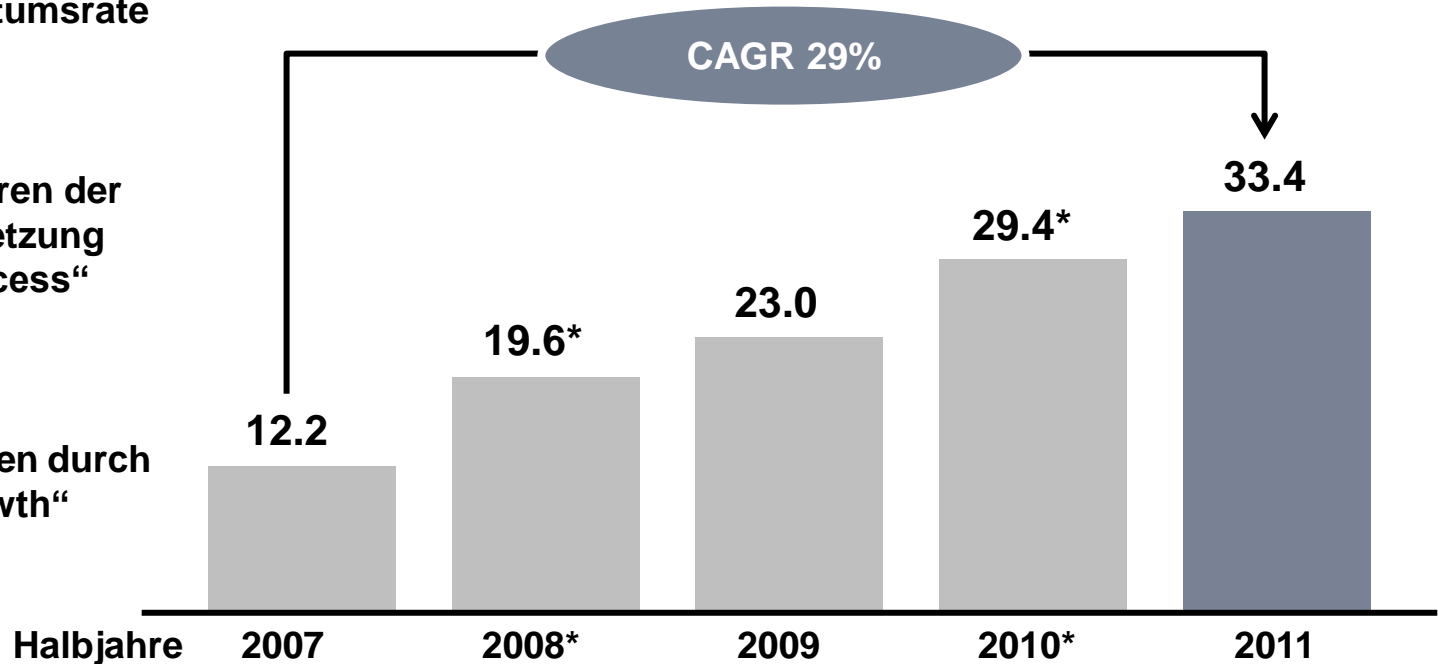
* Effekte: fehlende Fussball-Sammelbilder, starker Währungseinfluss, schwacher Pressemarkt

Vergleich EBIT Valora Gruppe 1. Halbjahr 2007 – 2011

Beinahe Verdreifachung des Betriebsgewinns in 4 Jahren

Berechnung Compound Annual Growth Rate

- **Starke Wachstumsrate des Betriebsergebnisses**
- **Deutliche Spuren der Strategieumsetzung „Valora 4 Success“ ab 2008**
- **Weitere Verbesserungen durch „Valora 4 Growth“ erwartet**



Zusätzlich: starke Abwertung des Euro gegenüber CHF seit 2007
Einfluss absolut CHF - 6.7 Mio. → bereinigter CAGR 2007 bis 2011: 35%

* abzüglich Fussball-Sammelbilder: 2008 = CHF 9.0 Mio. | 2010 = CHF 6.3 Mio.

1 Entwicklung 1. Halbjahr 2011

2 Erfolgsrechnung und Bilanz

3 „Valora 4 Growth“ – Status Wachstumsstrategie

4 Ausblick 2. Halbjahr 2011 | 2012

Valora Konzern 1. Halbjahr 2011



Steigerung der Nettoerlöse auf bereinigter Basis trotz herausforderndem Umfeld

in Mio. CHF	H1 2011	H1 2010	Delta
Aussenumsatz	1 473.0	1 450.0	+1.6%
<i>Aussenumsatz bereinigt*</i>	<i>1 542.6</i>	<i>1 411.7</i>	<i>+9.3%</i>
Nettoerlös	1 397.6	1 431.9	-2.4%
<i>Nettoerlös bereinigt*</i>	<i>1 459.9</i>	<i>1 393.5</i>	<i>+4.8%</i>
Bruttogewinn	429.6	433.7	-1.0%
<i>Bruttogewinn-Marge</i>	<i>30.7%</i>	<i>30.3%</i>	<i>+0.4pP</i>
Betriebskosten	-401.3	-402.4	-0.3%
<i>Betriebskosten in % Nettoerlös</i>	<i>28.7%</i>	<i>28.1%</i>	<i>+0.6pP</i>
Sonstige Erträge	5.1	4.3	+18.6%
EBIT	33.4	35.7	-6.4%
<i>EBIT bereinigt*</i>	<i>36.5</i>	<i>29.4</i>	<i>+24.0%</i>
EBIT-Marge	2.4%	2.5%	-0.1pP
<i>EBIT-Marge bereinigt*</i>	<i>2.5%</i>	<i>2.1%</i>	<i>+0.4pP</i>

* Bereinigt um Sammelbilder und Währungseinfluss

Kernaussagen

- **Bereinigtes Wachstum im Aussenumsatz von +9.3% gegenüber Vorjahr**
- **Gutes Wachstum der Nettoerlöse auf bereinigter Basis trotz rückläufigem Pressemarkt**
- **Starker Franken mindert publizierte Nettoerlöse um CHF 62.3 Mio.**
- **Steigerung der Bruttogewinnmarge um 0.4 Prozentpunkte bedingt durch Sortimentserweiterung bei der Division Trade**
- **Reduktion der Betriebskosten trotz zusätzlichen Kosten aus Akquisitionen**
- **Verbesserung des bereinigten Betriebsergebnisses um +24.0%**
- **Nachhaltige Profitabilitätssteigerung auf bereinigter Basis von +0.4 Prozentpunkten**

Valora Retail 1. Halbjahr 2011



Bedeutendes Wachstum der Division bei allgemein schwachen Märkten

in Mio. CHF	H1 2011	H1 2010	Delta
Aussenumsatz	874.6	811.6	+7.8%
<i>Aussenumsatz bereinigt*</i>	906.5	802.3	+13.0%
Nettoerlös	797.4	792.0	+0.7%
<i>Nettoerlös bereinigt*</i>	822.0	782.6	+5.0%
Bruttogewinn	281.2	279.4	+0.7%
<i>Bruttogewinn-Marge</i>	35.3%	35.3%	0.0pP
Betriebskosten, netto	-262.0	-264.8	-1.1%
EBIT	19.2	14.6	+31.4%
<i>EBIT bereinigt*</i>	20.6	12.6	+64.5%
EBIT-Marge	2.4%	1.8%	+0.6pP
<i>EBIT-Marge bereinigt*</i>	2.5%	1.6%	+0.9pP

Kernaussagen

- Positive Umsatzentwicklung bedingt durch die beiden Warengruppen Tabak (+8.3%) und Food (+5.9%)
- Steigerung der bereinigten Nettoerlöse in allen Ländergesellschaften und Formaten (ausser Caffè Spettacolo bedingt durch Schliessungen)
- Stabile Bruttogewinnmarge von 35.3%
- Steigerung der Kosteneffizienz durch Anpassung der Personaleinsatzplanung an die Kundenfrequenz
- Deutlicher Anstieg des publizierten und bereinigten Betriebsergebnisses
- Steigerung der bereinigten EBIT-Marge um +0.9 Prozentpunkte auf 2.5%

* Bereinigt um Sammelbilder und Währungseinfluss

Valora Services 1. Halbjahr 2011



Europaweit starke Kontraktion der Pressemärkte

in Mio. CHF	H1 2011	H1 2010	Delta
Nettoerlös	310.3	369.4	-16.0%
<i>Nettoerlös bereinigt*</i>	<i>321.2</i>	<i>340.4</i>	<i>-5.6%</i>
Bruttogewinn	62.9	77.8	-19.2%
<i>Bruttogewinn-Marge</i>	<i>20.3%</i>	<i>21.1%</i>	<i>-0.8pP</i>
Betriebskosten, netto	-52.9	-58.3	-9.3%
EBIT	10.0	19.5	-48.8%
<i>EBIT bereinigt*</i>	<i>10.8</i>	<i>15.3</i>	<i>-29.5%</i>
EBIT-Marge	3.2%	5.3%	-2.1pP
<i>EBIT-Marge bereinigt*</i>	<i>3.4%</i>	<i>4.5%</i>	<i>-1.1pP</i>

Kernaussagen

- Abnahme der Nettoerlöse durch Mindereinnahmen im Bereich Presse sowie Grosshandel
- Erfolgreiche Senkung der Betriebskosten als Gegenmassnahme zur Marktkontraktion
- Rückgang im Betriebsergebnis getrieben durch Umsatzrückgang und fehlenden Ergebnisbeitrag aus WM-Sammelbilder
- Bereinigte EBIT-Marge ist mit 3.4% unbefriedigend und nicht im Zielband von 4-5%
- Ausbau weiterer Geschäftsaktivitäten in Planung

* Bereinigt um Sammelbilder und Währungseinfluss

Valora Trade 1. Halbjahr 2011



Zukäufe in Norwegen und Deutschland zeigen positive Wirkung

in Mio. CHF	H1 2011	H1 2010	Delta
Nettoerlös	362.8	348.8	+4.0%
<i>Nettoerlös bereinigt*</i>	<i>391.1</i>	<i>348.8</i>	<i>+12.1%</i>
Bruttogewinn	80.6	71.7	+12.5%
<i>Bruttogewinn-Marge</i>	<i>22.2%</i>	<i>20.5%</i>	<i>+1.7pP</i>
Betriebskosten, netto	-73.6	-66.6	+10.5%
EBIT	7.0	5.1	+38.6%
<i>EBIT bereinigt*</i>	<i>7.8</i>	<i>5.1</i>	<i>+54.2%</i>
EBIT Marge	1.9%	1.5%	+0.4pP
<i>EBIT Marge bereinigt*</i>	<i>2.0%</i>	<i>1.5%</i>	<i>+0.5pP</i>

Kernaussagen

- Verbesserung der Nettoerlöse dank akquisitorischem Wachstum in Norwegen und Deutschland
- Deutliche Steigerung der Bruttogewinnmarge dank der neuen Produktkategorie „Cosmetic“
- Zunahme der Betriebskosten nach Zukauf von EMH (Norwegen) und Salty Snacks (Deutschland)
- Steigerung des Betriebsergebnisses um CHF 1.9 Mio. trotz negativem Währungseinfluss
- Anstieg der bereinigten EBIT-Marge um 0.5 Prozentpunkte durch profitableren Produktmix

* Bereinigt um Währungseinfluss

Reingewinn 1. Halbjahr 2011

Stabile Entwicklung des Reingewinns

in Mio. CHF	H1 2011	H1 2010	Delta
EBIT	33.4	35.7	-6.4%
<i>EBIT bereinigt*</i>	36.5	29.4	+24.0%
Finanzerfolg, netto	-2.2	-4.4	+49.3%
Ant. Ergebnis assoz. Ges. und JV	0.1	0.1	-11.7%
Gewinn vor Ertragssteuern	31.2	31.4	-0.3%
Ertragssteuern	-4.9	-5.4	+8.5%
Reingewinn Konzern	26.3	26.0	+1.4%
Steuerquote	15.8%	17.2%	-1.4pP

Kernaussagen

- Deutliche Verbesserung des Finanzergebnisses um CHF 2.2 Mio. dank frühzeitiger Absicherung der Währungsrisiken
- Steuerquote mit 15.8% unter der langfristig zu erwarteten Konzernsteuerquote von 17%
- Steigerung des Konzernreingewinns auf CHF 26.3 Mio.

* Bereinigt um Sammelbilder und Währungseinfluss

Kennzahlen Bilanz per 30. Juni 2011

Gesunde Kapitalstruktur mit erhöhter Eigenkapitalquote

in Mio. CHF	H1 2011	FY 2010	Delta
Flüssige Mittel	82.6	130.5	-47.9
Eigenkapital	467.3	478.1	-10.9
<i>Eigenkapitalquote</i>	<i>44.1%</i>	<i>43.6%</i>	<i>+0.5pP</i>
Nettoverschuldung	76.9	14.1	62.8
Nettoumlaufvermögen	86.5	28.4	58.1
<i>NUV in % des Nettoerlöses</i>	<i>6.2%</i>	<i>1.0%</i>	<i>+5.2pP</i>

Kernaussagen

- Reduzierung der flüssigen Mittel dank weiteren Optimierungen in der Liquiditätsbewirtschaftung
- Gesunde Bilanzstruktur mit einer Eigenkapitalquote von 44.1%
- Höhere Nettoverschuldung in Folge erhöhter Dividendenauszahlung und stichtagbezogenen Investitionen ins Nettoumlaufvermögen

1 Entwicklung 1. Halbjahr 2011










2 Erfolgsrechnung und Bilanz

3 „Valora 4 Growth“ – Status Wachstumsstrategie

4 Ausblick 2. Halbjahr 2011 | 2012

Wachstumsstrategie „Valora 4 Growth“

Wachstumsziele mehrheitlich erreicht

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

* erwartet

Beispiele für „Valora 4 Growth“ Massnahmen

Wachstumsstrategie „Valora 4 Growth“

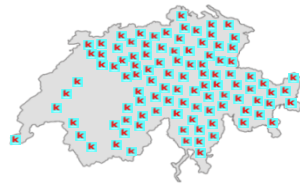
Wachstumsinitiativen im ersten Halbjahr 2011



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

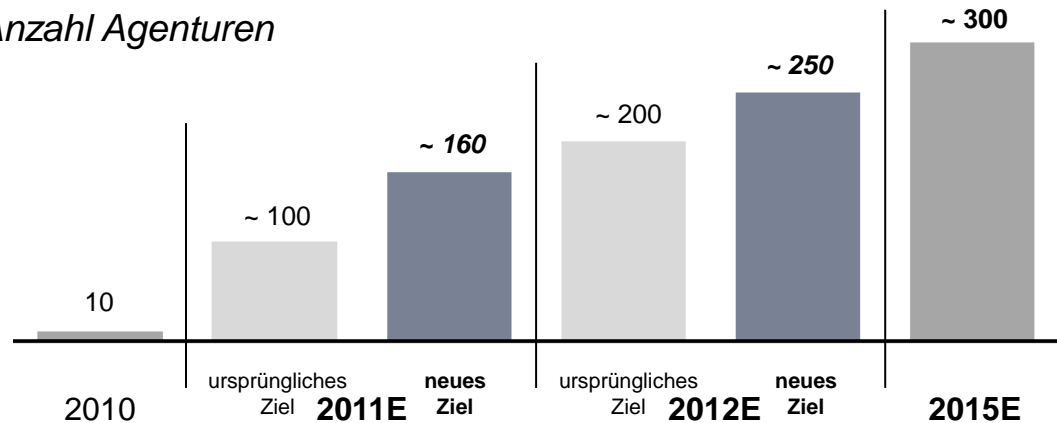


Erfahrungen 1. Phase Roll-Out

- 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

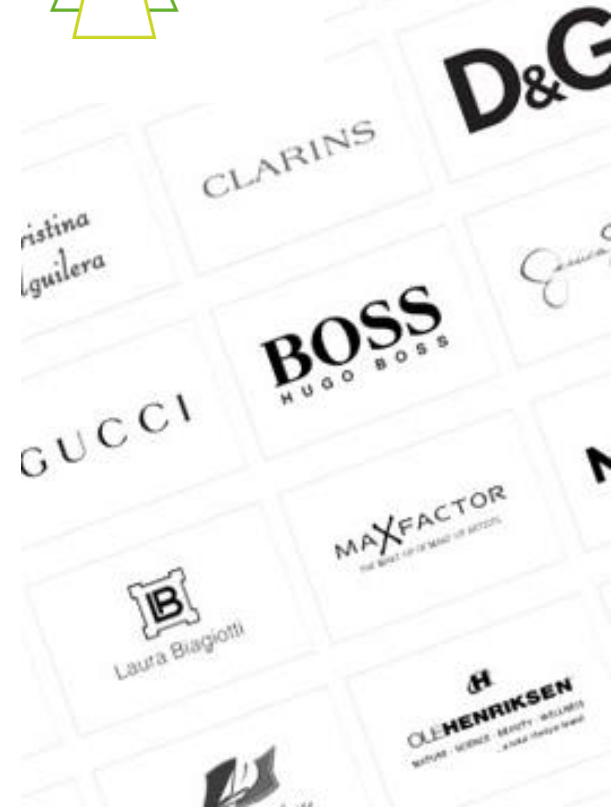
- Paket Abgabeservice an kiosk Verkaufsstellen der Valora
- Zusammenarbeit mit La Redoute → weiterer Ausbau geplant
- Per August/September 2011 Roll out auf 400 Verkaufspunkte
- Erweiterung des Service (Abholung der Pakete) per Ende 2011

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%	ScanCo (23%)
Lauder 7%	Saether (5%)
Invima 7%	
Andere 16%	Andere (13%)
Total 59%	Total 41%

1 Entwicklung 1. Halbjahr 2011

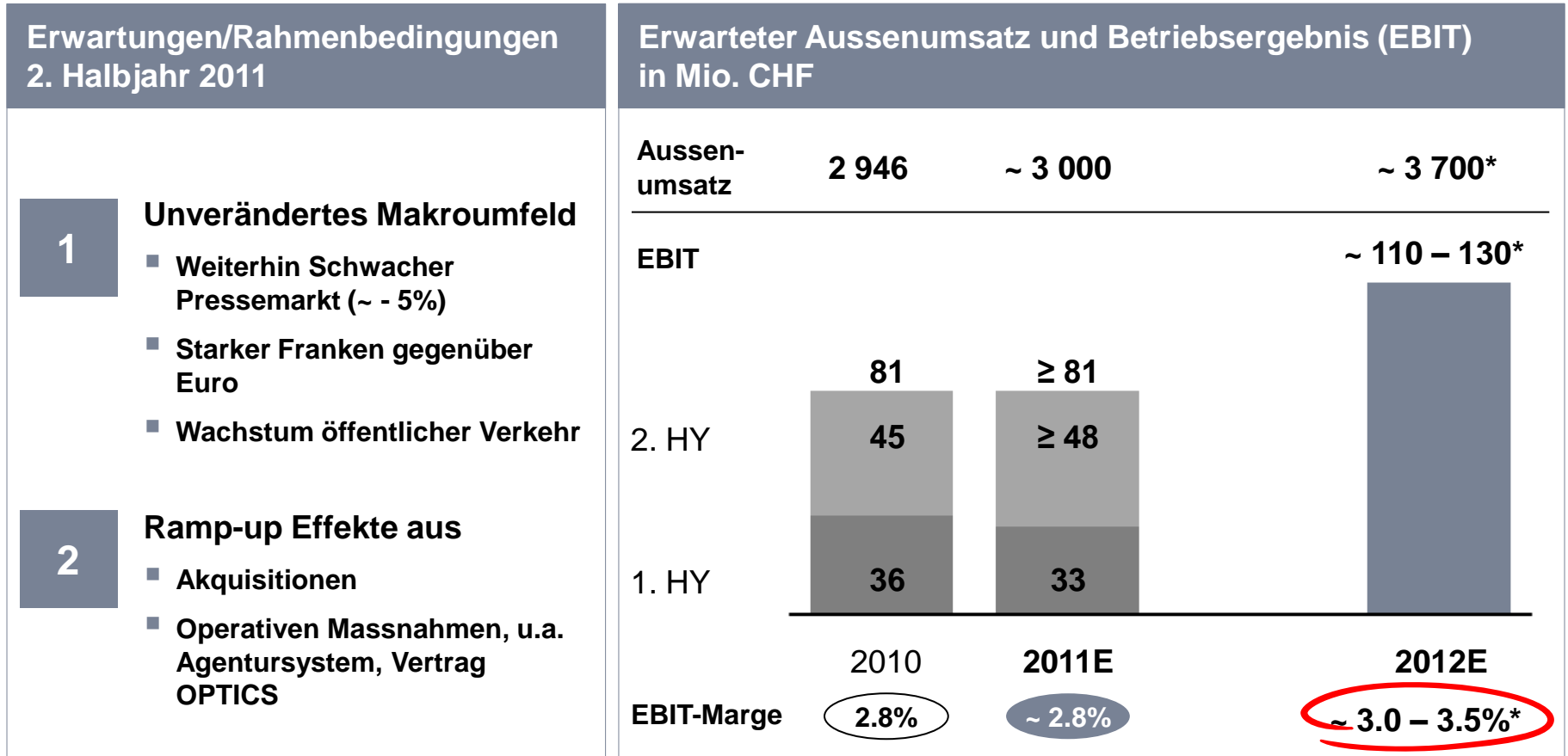
2 Erfolgsrechnung und Bilanz

3 „Valora 4 Growth“ – Status Wachstumsstrategie

4 Ausblick 2. Halbjahr 2011 | 2012

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)

Zusammenfassung 1. Halbjahr 2011



Valora als solider Anker für stürmische Zeiten

1

Stabilisierung Profitabilität trotz widriger Presse- und Währungsmärkte

2

Strategie „Valora 4 Growth“ schreitet wie geplant voran

3

Bestätigung des Ausblicks für 2011 und Folgejahre

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

Stefania Misteli
Head of Corporate Communications

Tel. +41 61 467 36 31
E-mail: 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

valora