

Orklas strategi

Orklas strategi er å styrke posisjonen som det ledende merkevareselskapet i Norden, Baltikum og andre utvalgte markeder. Gjennom tettere samarbeid på tvers – som «Ett Orkla», styrkes konsernets langsiktige konkurransekraft, samtidig som Orklas lokale forankring ivaretas.

Aktiviteter som driver organisk vekst og bidrar til forbedret lønnsomhet, prioriteres i tråd med konsernets strategi og finansielle mål.

Viktigste driver for langsiktig verdiskaping er organisk vekst for lokale merkevarer

- Veksten vil blant annet komme fra et ambisiøst innovasjonsprogram basert på konsernets unike lokale kunde- og forbrukerinnsikt.
- Stadig flere nye produkter skal lanseres på tvers av Orklas markeder og forretningsområder gjennom økt samarbeid som ett "Ett Orkla".
- Tiltak for å videreutvikle og styrke kunderelasjonene prioriteres, med et felles mål om lønnsom vekst.
- Orklas internasjonale tilstedeværelse vil styrke en mer målrettet satsing på eksport.

Forbedret lønnsomhet gjennom mer effektiv drift i hele verdikjeden

- Konsernet skal i større grad utnytte stordriftsfordeler og ta ut synergier på tvers ved å jobbe tettere som «Ett Orkla».
- Orkla skal skille seg markant ut gjennom sin unike lokale innsikt og forankring.
- Forbedret lønnsomhet skal oppnås gjennom mer effektiv drift i hele Orklas verdikjede og vellykket integrasjon av oppkjøpte selskaper.

- Produksjonen skal konsentreres om færre, men større produksjonsenheter, og dermed frigjøres ressurser til innovasjon, vekst og kompetansebygging.
- Flere tiltak for å øke samarbeidet innen salg og markedsføring skal igangsettes.

Oppkjøp innen merkevareområdet

- I tillegg til organisk vekst skal oppkjøp bidra til å styrke Orklas posisjon som det ledende merkevareselskapet i våre hjemmemarkeder.
- Orkla skal først og fremst satse på små og mellomstore komplementære oppkjøp i utvalgte markeder, kategorier eller nisjer der konsernet allerede er til stede.

Klar strategi for kapitalallokering

Orkla er i sluttfasen av en endring fra industrielt konglomerat til ledende merkevareselskap. Orkla fortsetter å redusere eksponeringen utenfor merkevareområdet. Første prioritet er å overføre overskuddskapital til oppkjøp innen merkevareområdet. Alternativt vil det bli vurdert ekstraordinært utbytte eller tilbakekjøp av aksjer.

Styret har foreslått en utbyttepolitikk som tilsier at det opprettholdes et stabilt utbytte på minimum 2,50 kroner pr. aksje.

Konsernet har et mål om å forbli et «investment grade»-selskap. Dette innebærer en målsetting om at netto rentebærende gjeld / EBITDA over tid skal være under 2,5-3,0.

Finansielle mål 2016-2018

- Organisk vekst minimum i tråd med markedsveksten
- Årlig, justert EBIT-vekst på 6-9 %¹ innen merkevareområdet

¹Inkludert mindre oppkjøp, ekskludert valutaeffekter og store oppkjøp og avhendelser.