

Mål og strategi

Langsiktig verdiskaping er førsteprioritet for Orkla.

Ved å jobbe tettere sammen som «One Orkla» vil konsernet i større grad utnytte strategier og muligheter på tvers. Hensikten er å styrke konsernets langsiktige konkurransekraft og skape økt vekst og lønnsomhet, samtidig som Orklas sterke lokale tilstedeværelse ivaretas.

Orklas strategiske målsetting er å styrke posisjonen som ledende leverandør av merkevarer og tjenester i Norden, Baltikum og andre utvalgte markeder.

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

Gjennom oppkjøp skal Orkla utvikle virksomheten i sine hjemmemarkeder og innenfor utvalgte geografiske områder, kanaler eller nisjer der vi kan oppnå ledende posisjoner bygget på konsernets kjernekompetanse.

Den viktigste driveren for langsiktig verdiskaping er organisk vekst for lokale merkevarer og tjenester

- Orkla skal skille seg markant fra konkurrentene gjennom sin unike lokale innsikt og forankring.
- Innovasjoner basert på konsernets unike lokale kunde- og forbrukerinnsikt vil være en hoveddriver for vekst.
- Stadig flere nye produkter skal lanseres i flere av Orklas

markeder og forretningsområder gjennom økt samarbeid på tvers av konsernet.

- Tiltak for å videreutvikle og styrke kunderelasjonene skal prioriteres, med et felles mål om lønnsom vekst.
- Orkla skal styrke sin tilstedeværelse i fremvoksende salgskanaler og satse mer målrettet på eksport.

Forbedret lønnsomhet gjennom mer effektiv drift i hele verdikjeden

- Konsernet skal i større grad utnytte stordriftsfordeler, redusere kompleksitet i porteføljen og skape synergier på tvers av konsernet.
- I tillegg skal konsernet realisere synergier gjennom å integrere oppkjøpte selskaper.
- Produksjonen skal konsentreres om færre, men større produksjonsenheter. Dermed frigjøres ressurser til innovasjon, vekst og kompetansebygging.
- Tiltak gjennomføres for å forenkle organisasjonsstrukturen, inkludert IT og administrasjon.

Oppkjøp innenfor merkevareområdet

- Strategisk riktige oppkjøp skal fortsatt være en viktig del av Orklas vekststrategi og verdiskapingsmodell. Samtidig vil konsernet i større grad enn før redusere kompleksitet gjennom en mer aktiv porteføljestyring.
- Gjennom oppkjøp skal Orkla styrke seg innenfor utvalgte geografiske områder, kanaler eller nisjer der vi kan oppnå ledende posisjoner bygget på konsernets kjernekompetanse.

Klar strategi for kapitalallokering

Styret har foreslått en utbyttepolitikk som tilsier en ambisjon om en økning i utbyttet fra dagens nivå på 2,60 kr per aksje, normalt innenfor 50–70 % av resultat per aksje.

Førsteprioritet for allokering av overskuddskapital er å styrke merkevareområdet gjennom oppkjøp og investeringer i eksisterende virksomhet.

Alternativt vil det bli vurdert ekstraordinært utbytte eller tilbakekjøp av aksjer.

Konsernet har et mål om å forbli et «investment grade»-selskap. Dette innebærer at netto rentebærende gjeld over tid skal være innenfor et nivå tilsvarende 2,5 x EBITDA.

Finansielle mål

- langsiktig organisk vekst minimum i tråd med markedsveksten
- vekst i underliggende EBIT-margin på minimum 1,5 %-poeng justert for oppkjøp og valuta for perioden frem til 2021
- reduksjon på 3 %-poeng i netto arbeidskapital / netto salgsverdi for perioden frem til 2021

