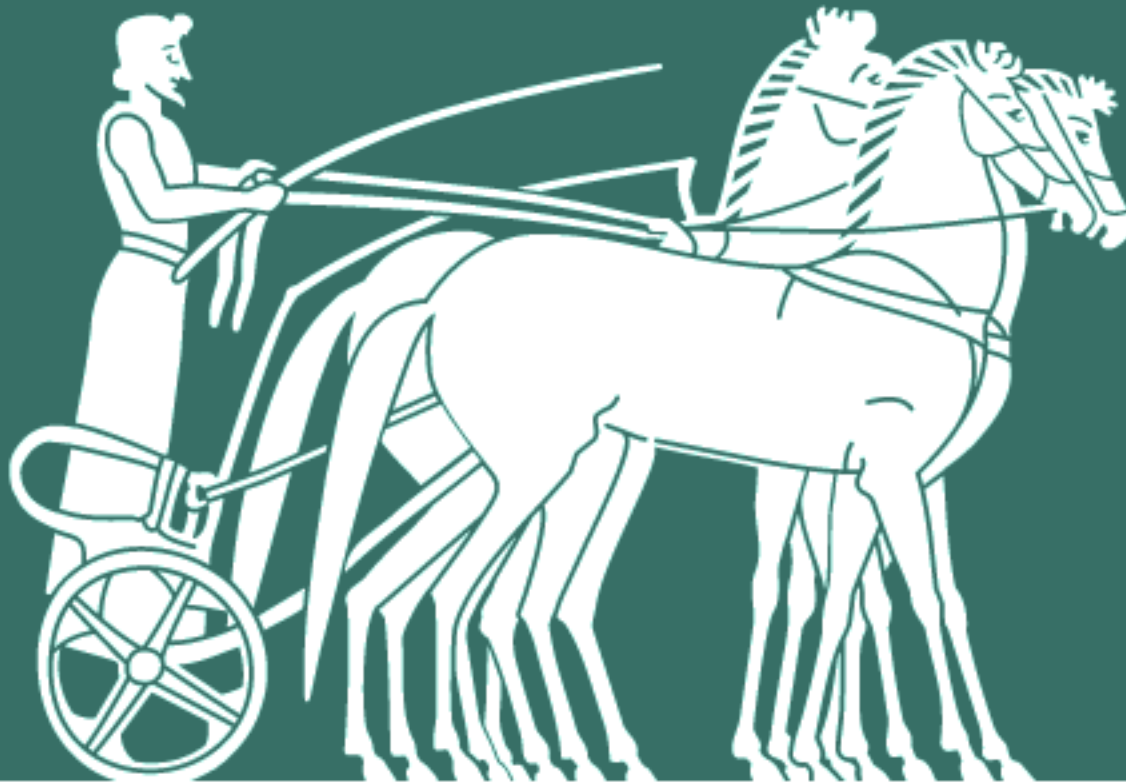


AURIGA INDUSTRIES A/S



Jyske Bank Selskabsdag

Juni 2009

Agenda

- **Introduktion:**
 - Mission, Værdier & Vision
 - Historie & Ejerskab
 - Økonomi & Resultater.
- **Business Plan “Fem-i-Femten”:**
 - Markedsdrivere
 - Brancheconsolidering.
- **M&A-aktiviteter**

Mission

Vi bidrager til at forbedre livsbetingelserne for verdens befolkning ved at levere produkter, som forøger udbyttet og kvaliteten af landbrugets afgrøder, så verdens fødevarebehov kan dækkes.



Værdier

- Vi når ambitiøse mål.
- Vi er innovative.
- Vi beslutter og vi handler.
- Vi anerkender resultater.
- Vi viser samfundsansvar.

Vision

Vi skaber resultater for vore kunder som global, bæredygtig og innovativ leverandør af et bredt program af kvalitetsprodukter til plantebeskyttelse.

Værdiskabelsen skal være på højde med de bedste blandt tilsvarende virksomheder til gavn for alle interessenter.



Koncernoversigt



AURIGA INDUSTRIES A/S



Solgt 2007



CHEMINOVA

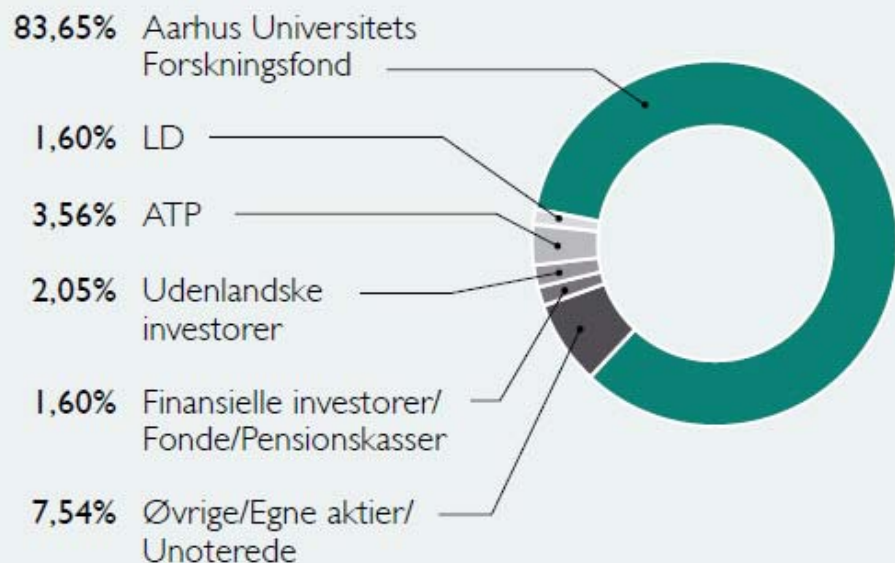


Solgt 2007

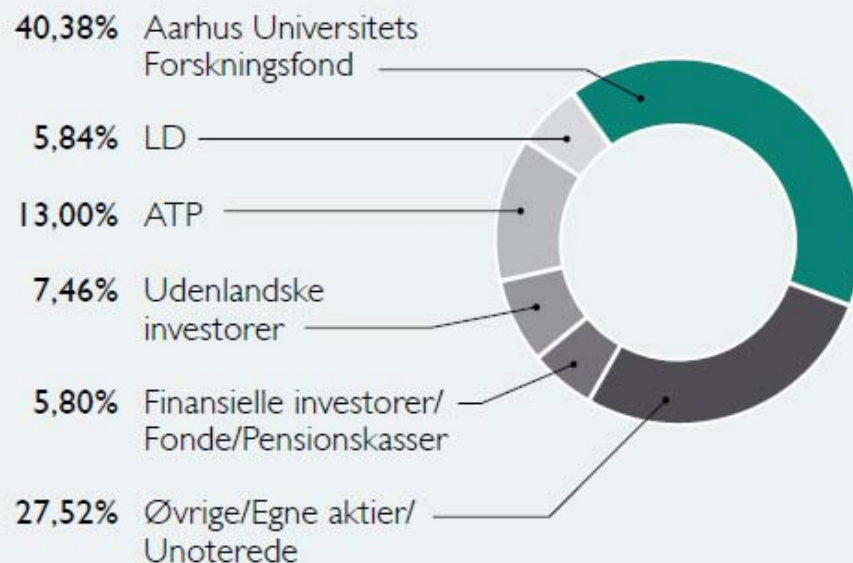
Back to basics!

Ejerstruktur - Auriga

Stemmer



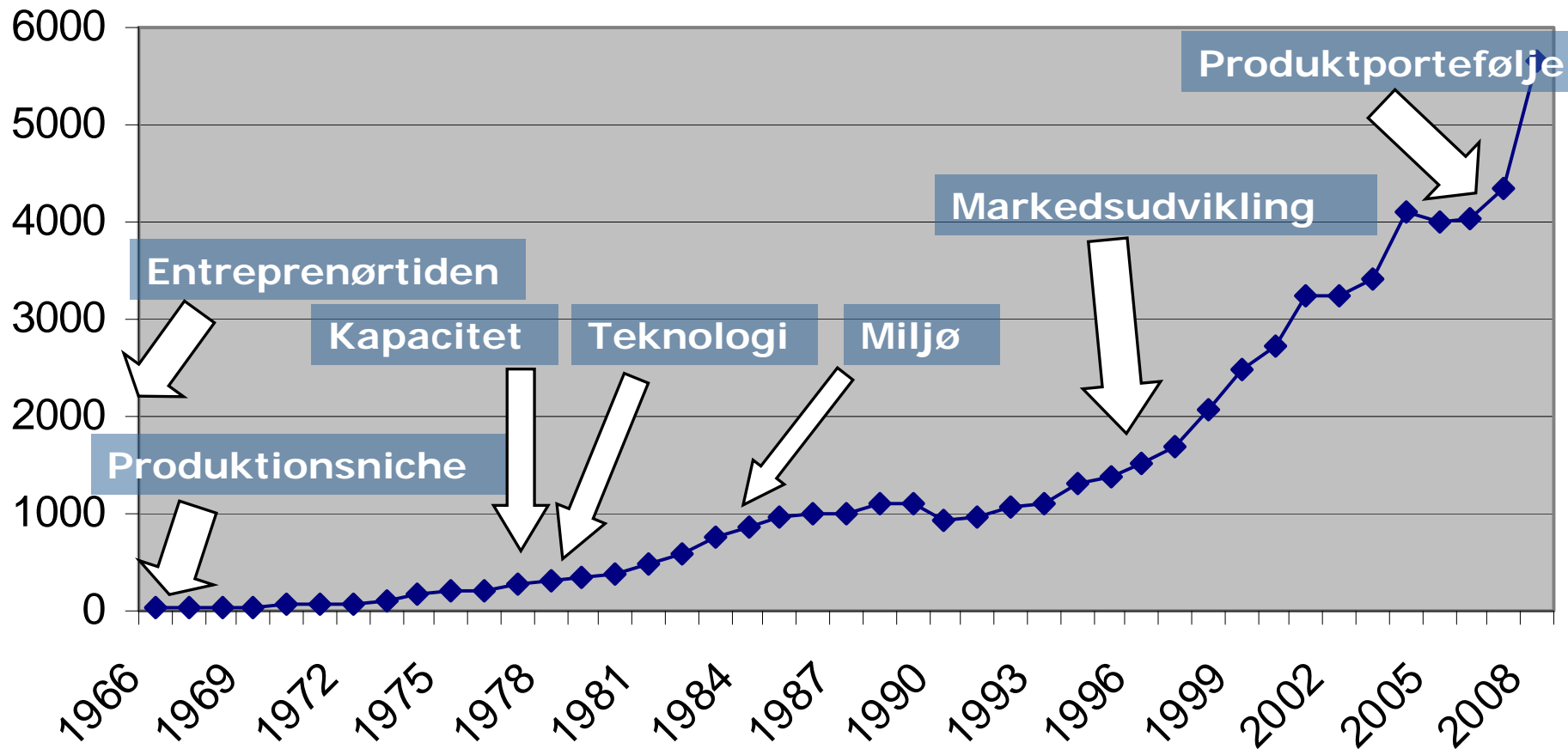
Aktiekapital



Historie

- 1938** **Etableret af Gunnar Andreasen.**
- 1944** **Aktier doneret til Aarhus Universitets Forskningsfond.**
- 60-80'erne** **Fokus på OP-produkter:**
- **Proces-optimering.**
 - **Produktion i større skala.**
 - **Etablering af moderne miljøanlæg.**
- 90-2005** **Fra produktion til markedsorientering:**
- **Etablering og køb af egne datterselskaber.**
 - **Egne registreringer og varemærker.**
 - **Udvidelse af produktporteføljen.**
- 2005-10** **Ny vækststrategi.**

Omsætningsudvikling 1966-2008



Stærk performance – Nøgletal 2008

- Omsætning: 5.664 mio. kr. (+30%)*
- EBITDA: 712 mio. kr. (327 mio. kr.)
- EBITDA-margin: 13% (7%)
- EBIT: 515 mio. kr. (145 mio. kr.)
- EBIT-margin: 9% (3%)
- Egenkapitalprocent: 43% (48%)
- NIBD/EBITDA: 2,1 (2,1)
- Finansiell gearing: 0,7 (0,3)
(NIBD/Egenkapital)

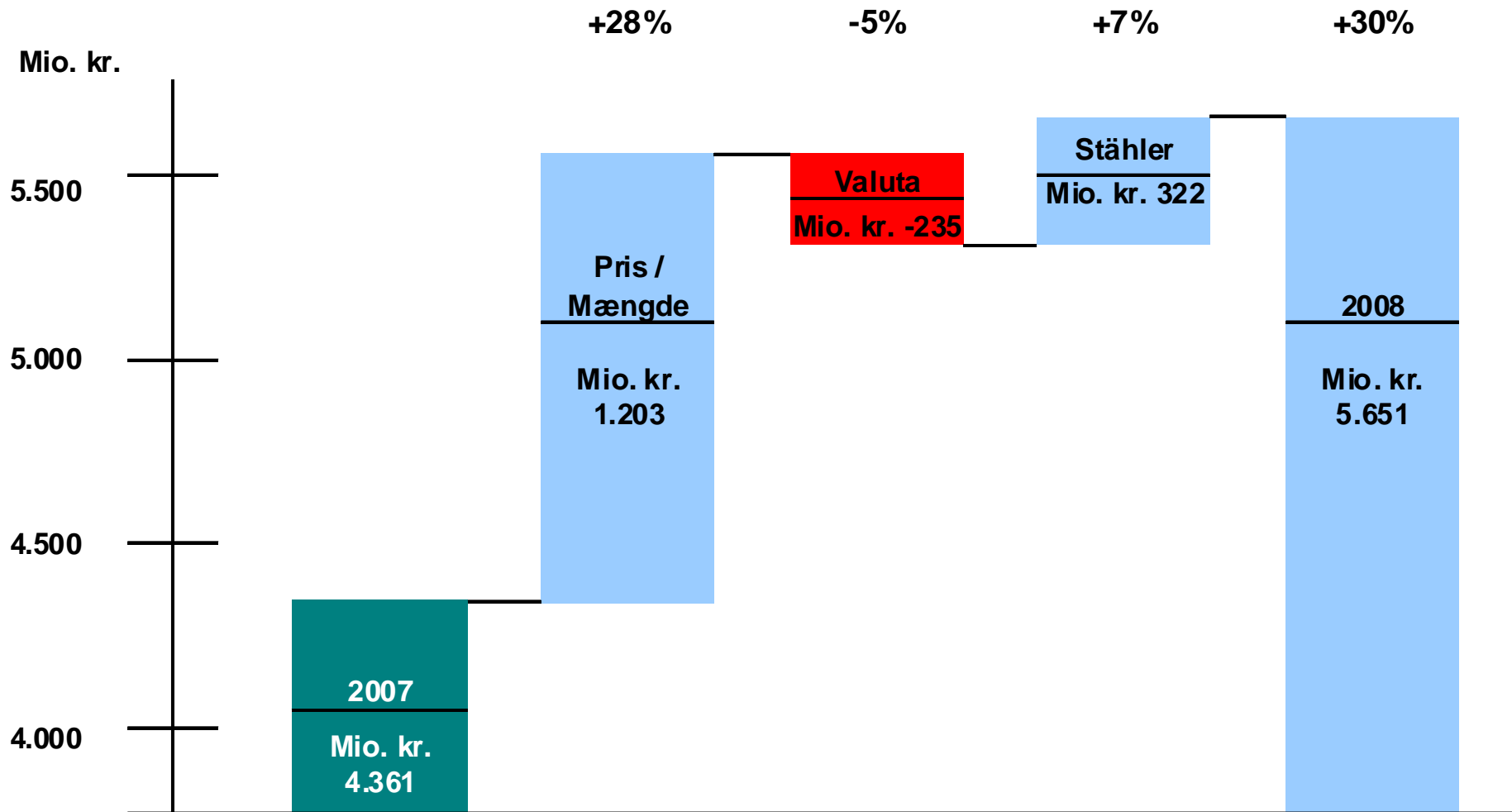
* +35% ved uændrede valutakurser

Strategiske resultater 2008

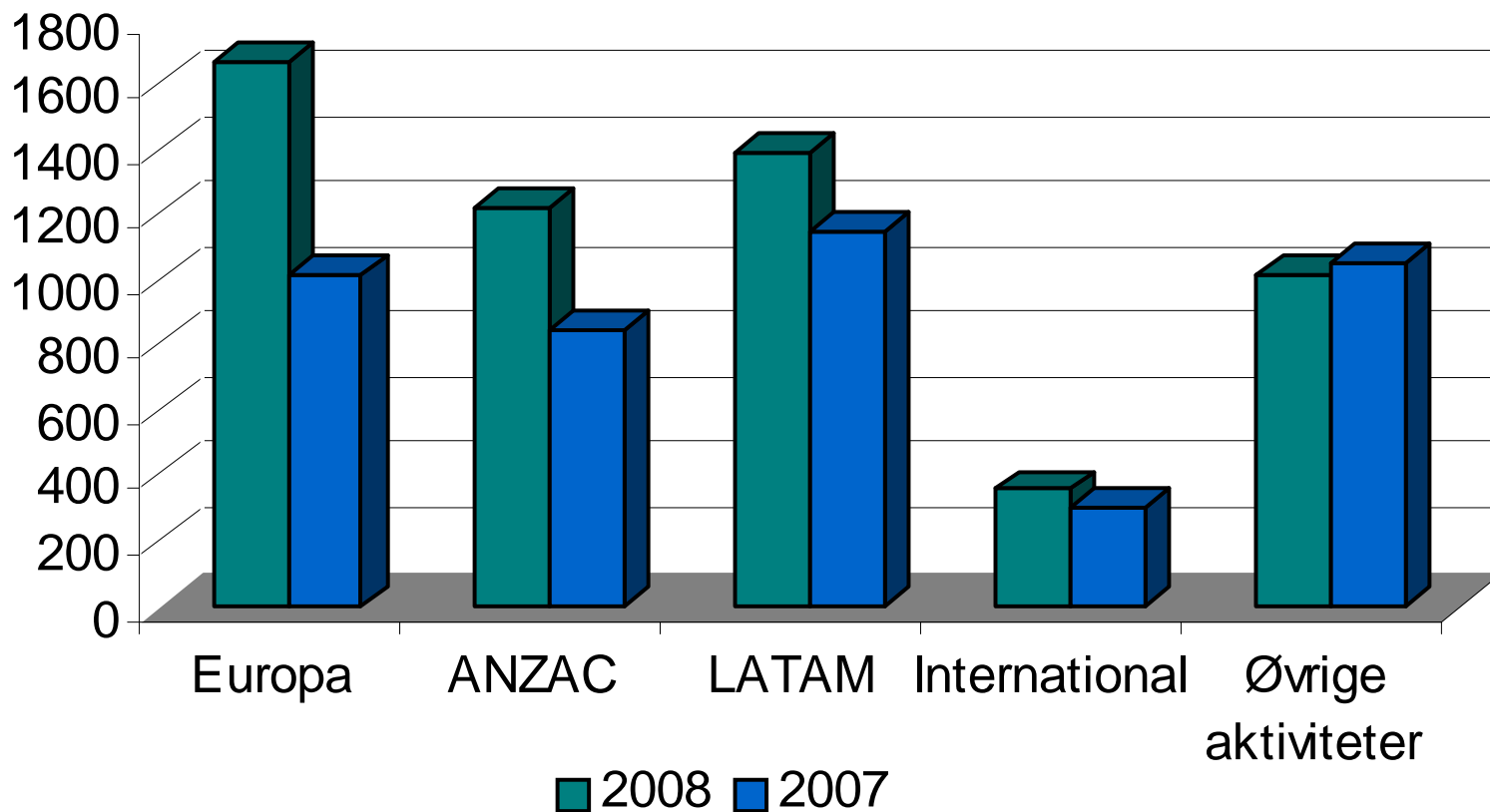
- Vækst gennem bredere produktportefølje:
 - Salg af nye produkter næsten fordoblet.
 - 7 nye produkter introduceret i 2008.
 - Udviklings- & registreringsomkostninger under 5% af omsætningen.
- Højere effektivitet i produktionen:
 - LEAN-projekt i produktion, tapperi og vedligehold.
 - Øget output, lavere omkostninger, forbedret performance-ledelse.
 - Yderligere effektiviseringer implementeres i løbet af 2009 og 2010, så den samlede besparelse forventes at nå op på 100 mio. kr. årligt.
- Akkvisitioner:
 - 50% af Stähler-gruppen, Tyskland.
 - 100% ejerskab af Pytech, Schweiz.
 - 100% ejerskab af CropTech, Colombia (nu Cheminova Colombia).
 - Formulerings- og pakkeanlæg, Australien.

Stærk organisk vækst - Cheminova

Salgsudvikling 2007-2008

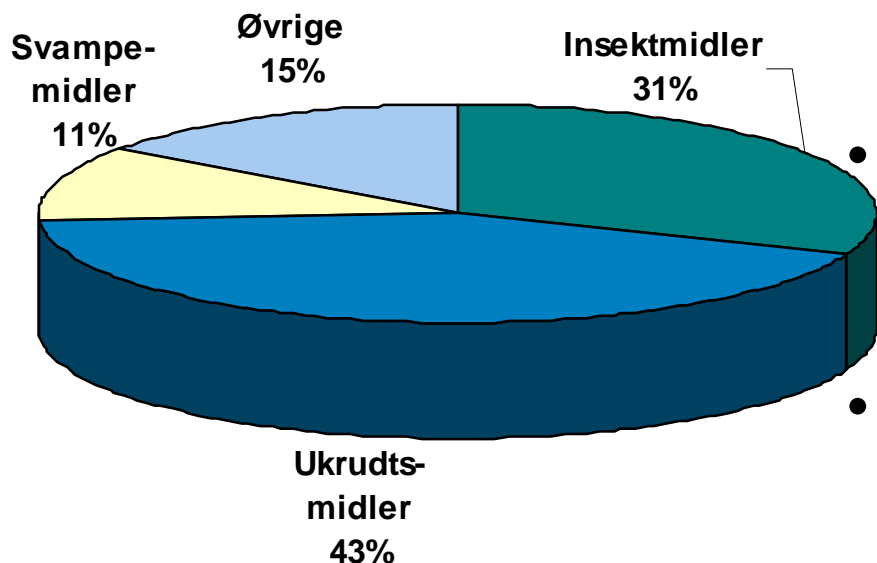


Omsætning fordelt på regioner



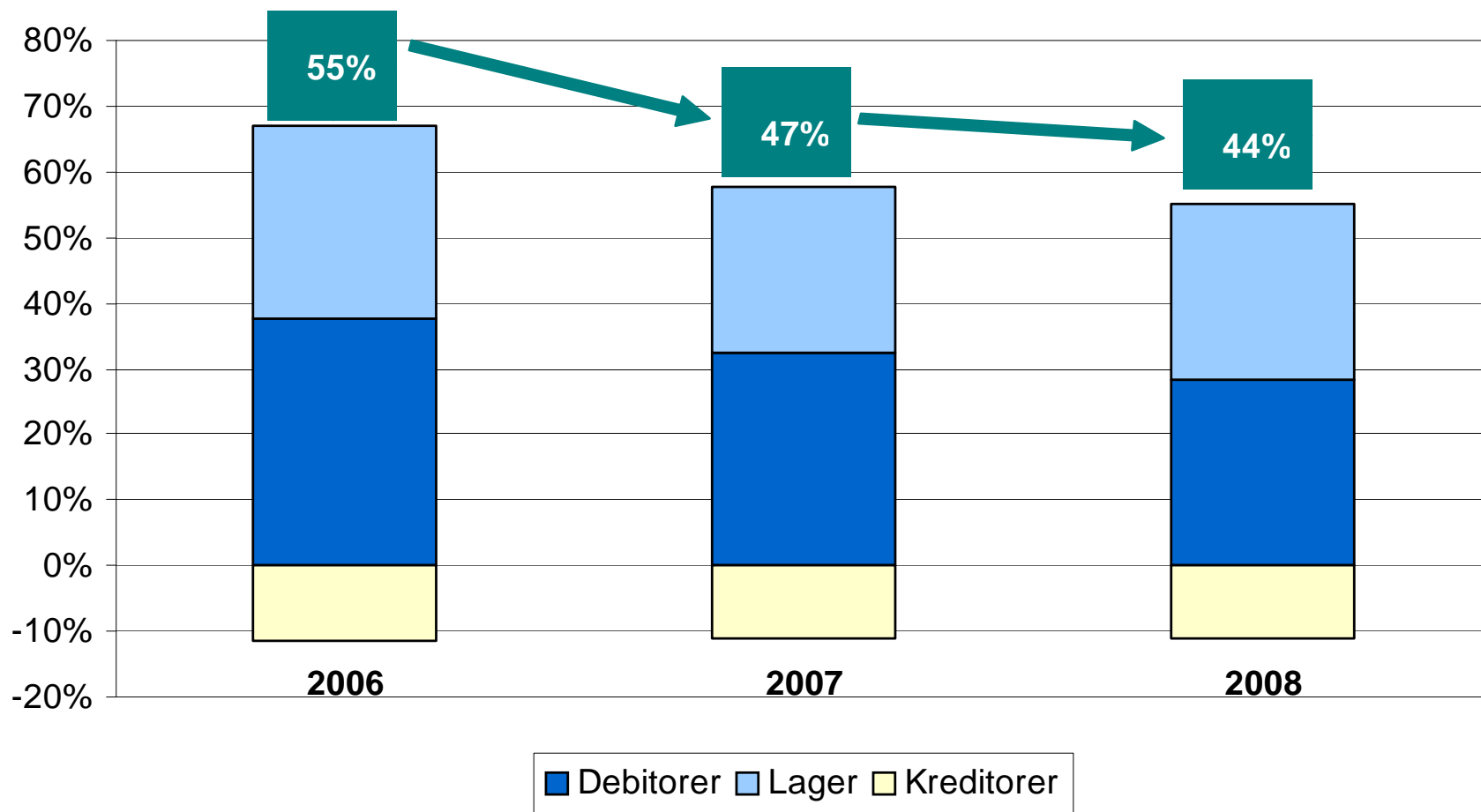
Produkt performance 2008 - Cheminova

- **Ukrudtsmidler:**
 - Stærk udvikling i glyphosat-pris i 1. halvår.
 - Mangel på glyphosat i Latinamerika i 2. halvår.
 - Faldende glyphosat-pris i 4. kvartal.
 - Vækst fra nye produkter.
 - Introduktioner af nye produkter i 2008.
- **Insektmidler:**
 - Gamma-cyhalothrin vækstmuligheder identificeret efter fuld overtagelse af Pytech.
 - Vækst i nye produkter.
- **Svampemidler:**
 - Fortsat domineret af flutriafol.
 - Introduktioner af nye produkter inkl. epoxiconazole og fluazinam.
- **Øvrige:**
 - Finkemikalier udgør nu mindre end 10% af omsætningen.
 - Vækst i mikronæringsstoffer og vækststimulanter.



Gennemsnitlig arbejdskapital

Gennemsnitlig arbejdskapital forbedret fra 55% til 44%
af omsætningen



Agenda

- **Introduktion:**
 - Mission, Værdier & Vision
 - Historie & Ejerskab
 - Økonomi & Resultater.
- **Business Plan “Fem-i-Femten”:**
 - Markedsdrivere
 - Brancheconsolidering.
- **M&A-aktiviteter**

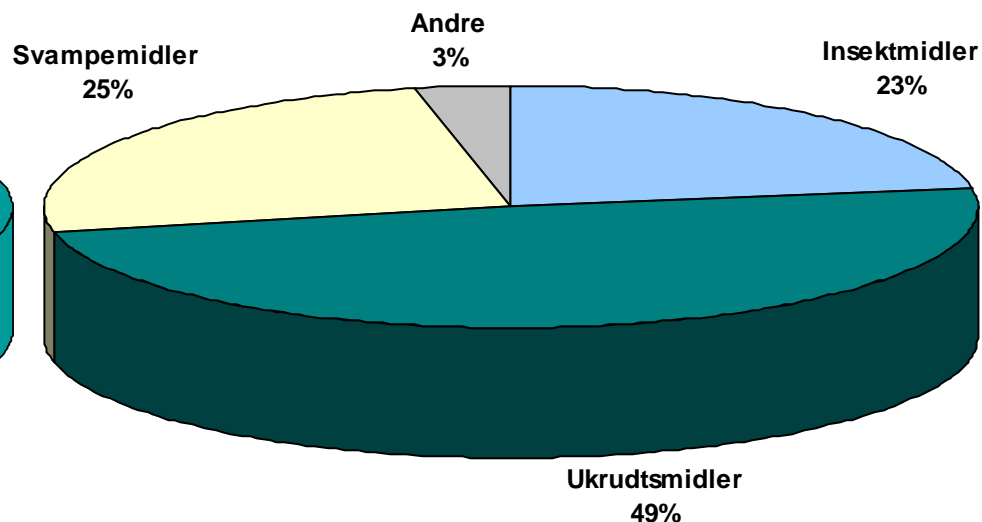
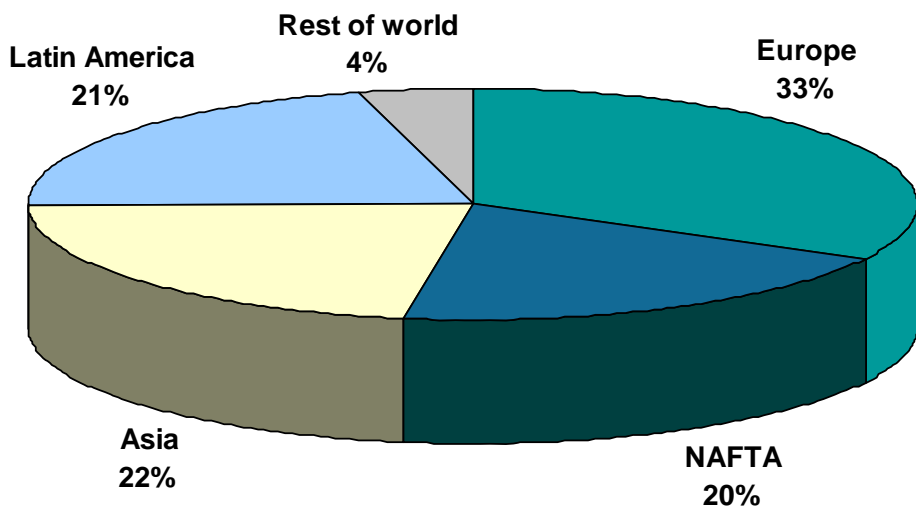
Globalt marked for plantebeskyttelse

Anslået markedsværdi USD 47 mia.
(Inkl. non crop-applikationer)

Vækst i 2008:
Godt 20%

2008 - Regioner

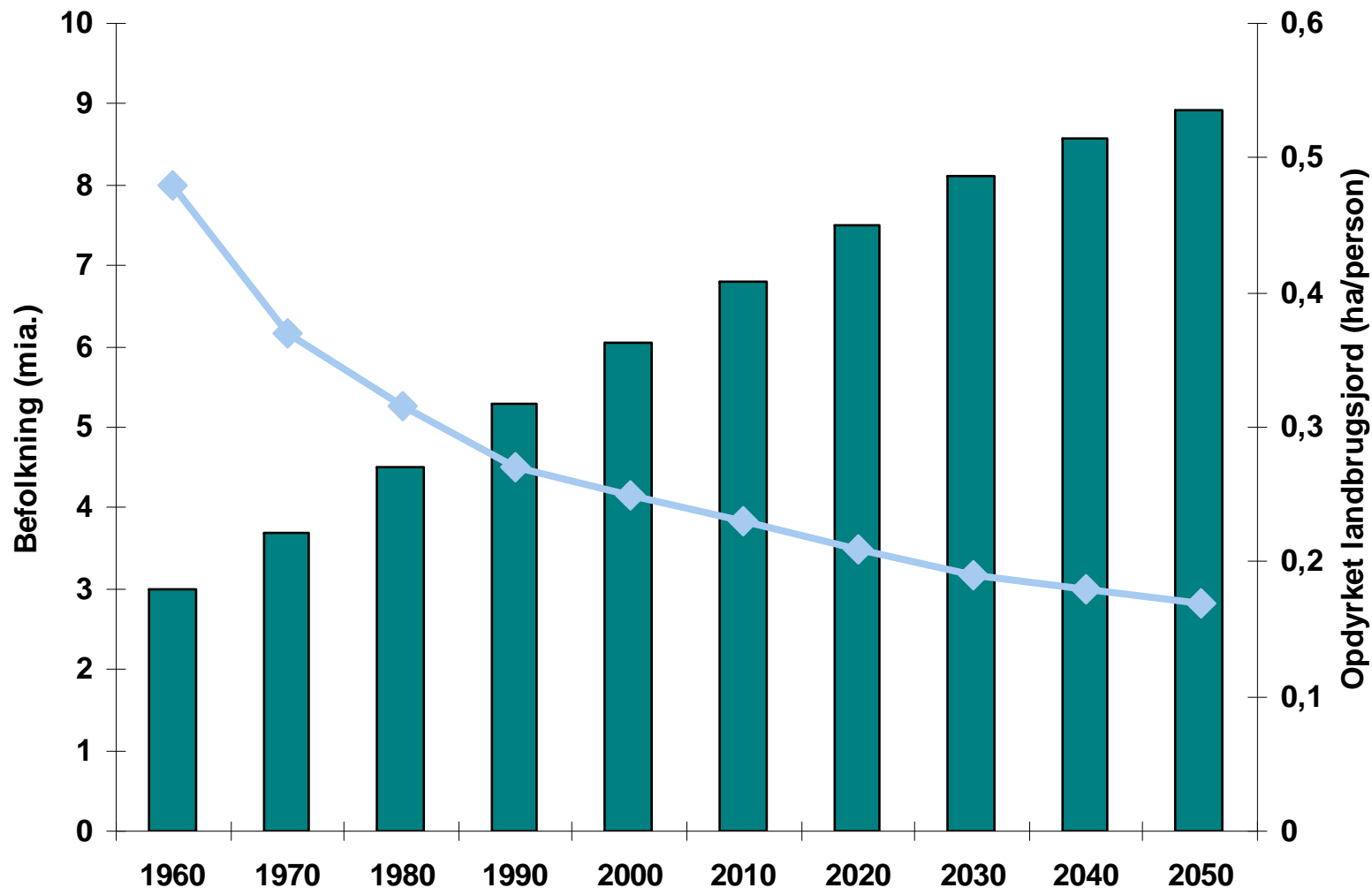
2008 - Produkter



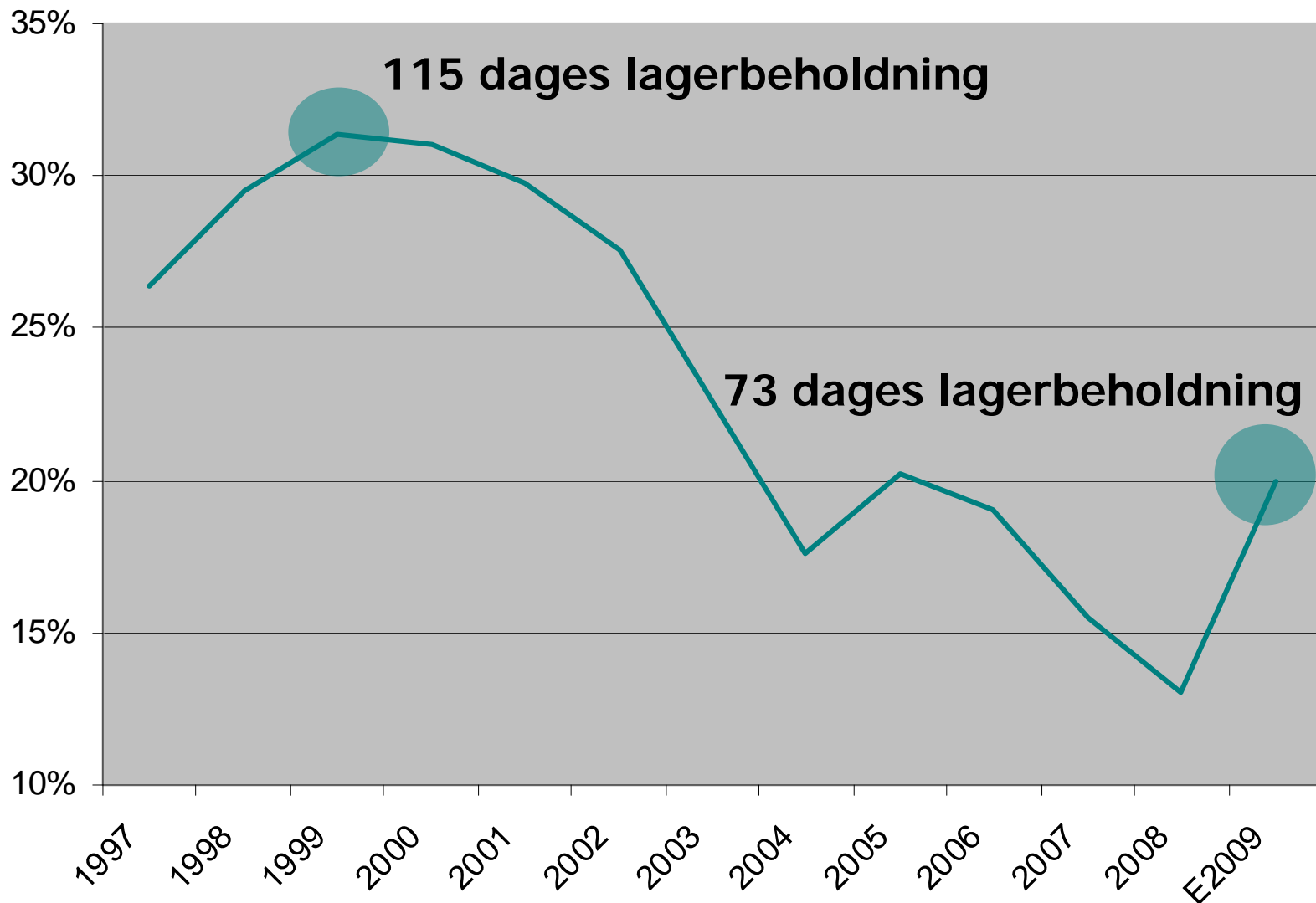
Markedsudvikling

- Større efterspørgsel efter landbrugsvarer:
 - Befolkningstilvækst ➡ Behov for fødevarer.
 - Ændring i spisevaner ➡ Behov for dyrefoder.
 - Stigning i bioenergi ➡ Behov for arealer.
- Fornyet markedsvækst:
 - Moden branche ➡ vækst 1% de seneste 10 år.
 - Fødevarekrise ➡ stærk vækst i 2008 (>20%).
 - Fortsat øgede behov ➡ årlig vækst 3-4%.

Opdyrket landbrugsjord vs. befolkningstilvækst

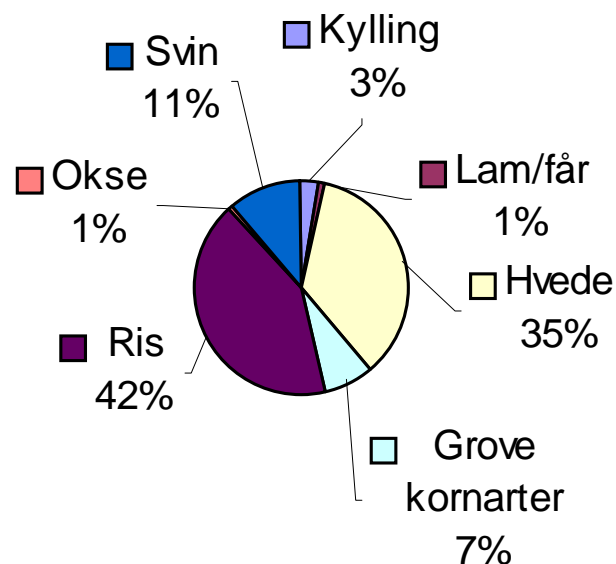


Kornlagre

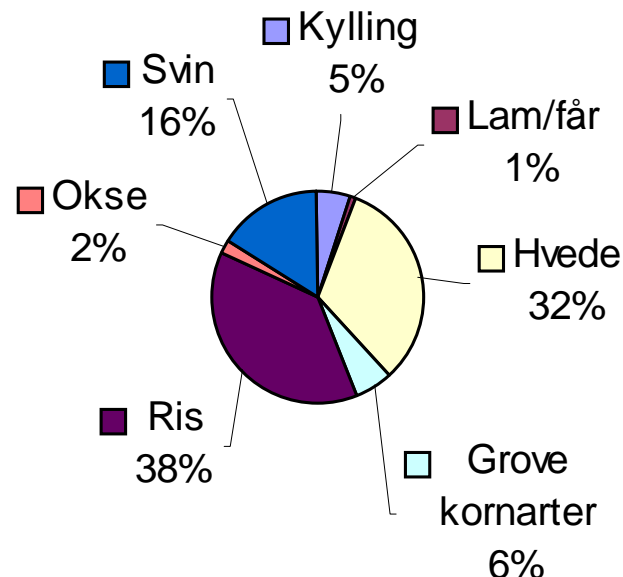


Ændrede spisevaner i Kina

1997

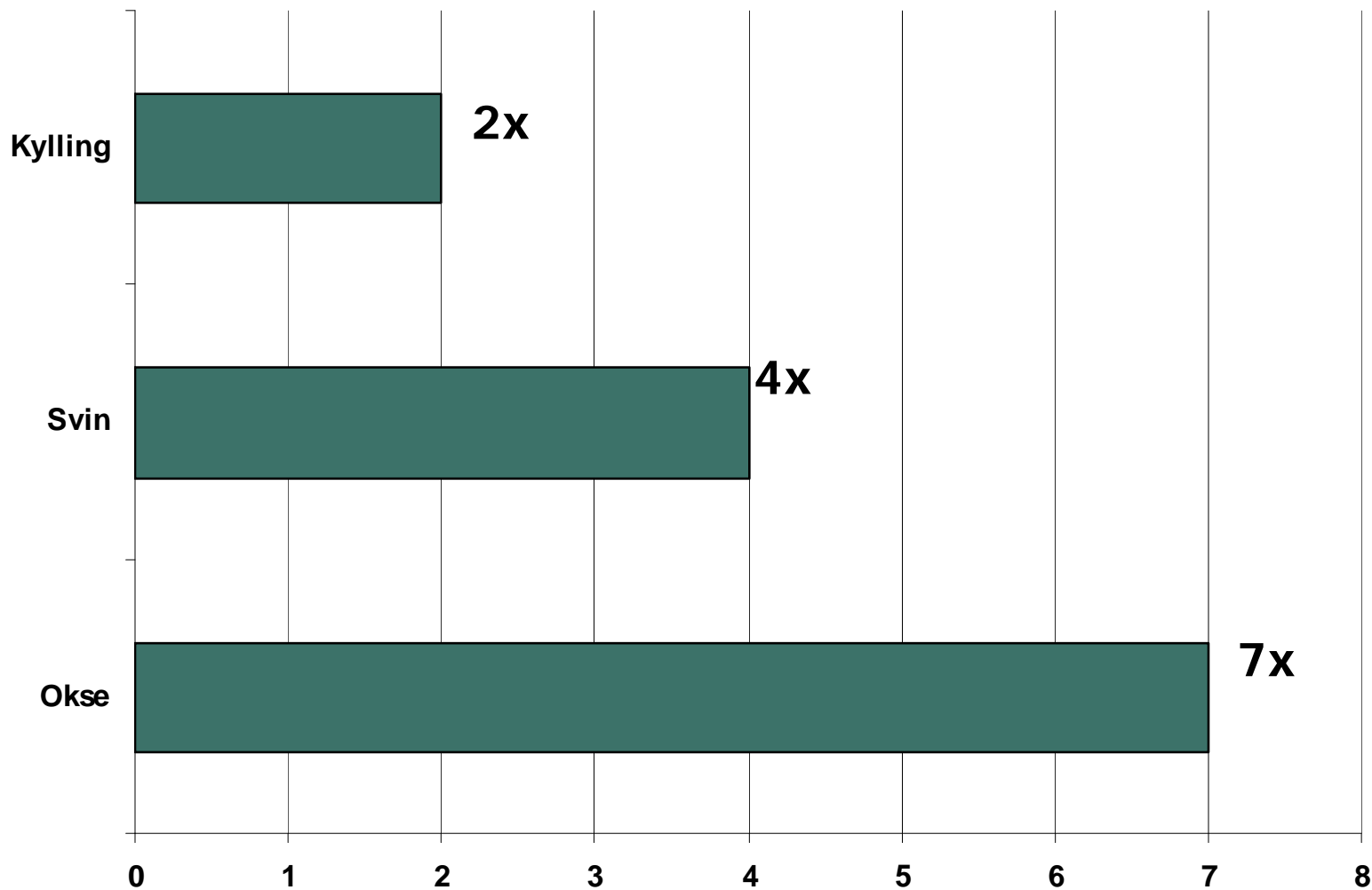


2008

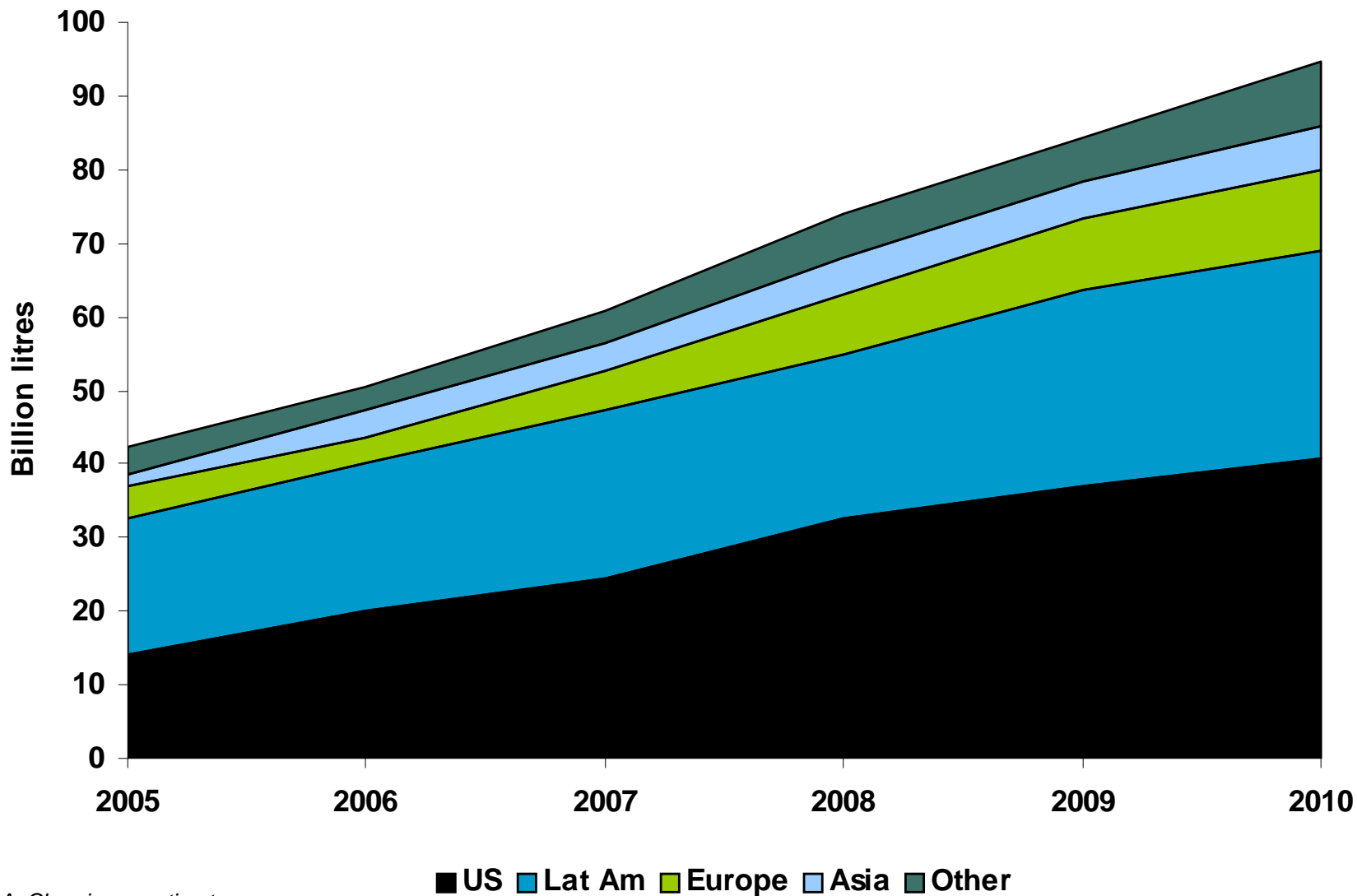


- Øget levestandard i Kina og andre udviklingslande medfører ændring i spisevanerne.
- Kød er energi-ineffektiv, dvs. at der er behov for mere foder til produktion af samme mængde kalorier.
- Øget vækst i afgrøder til brug for foder ses hovedsagelig i Brasilien og Kina, der fodrer dyrehold med nationalt producerede kornprodukter.
- Efterspørgslen efter soja i Kina er højere end produktionen, hvilket øger afhængigheden af import.

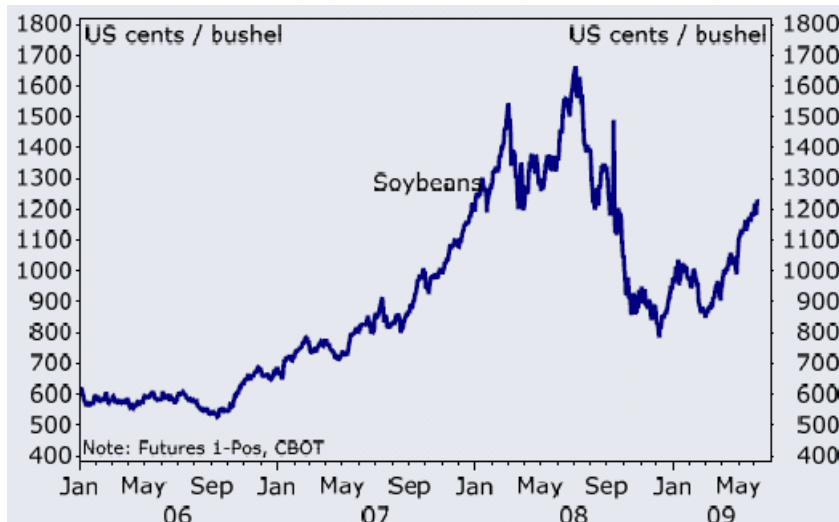
Foderkorn-multipler til kød produktion



Biobrændstof – forventninger til produktion



Priser på afgrøder



Brancheudvikling

Tier I virksomheder:

Bayer, Syngenta, BASF, Monsanto, Dow, DuPont

- Store forsknings- og udviklingsbaserede multinationale virksomheder.
- Aftagende udbytte inden for traditionel forskning og udvikling.
- Stigende forsknings- og udviklingsindsats på bioteknologi.
- Yderligere konsolidering ventes.

Tier II virksomheder:

Makhteshim, Nufarm, United Phosphorous, Arysta, Cheminova, FMC, Sumitomo

- Primært fokus på ikke-patenterede produkter.
- Stigende markedsandel via organisk vækst og akquisitioner.
- Stordriftsfordele i udvikling, salg og distribution.

Tier III virksomheder:

- Lokale og regionale virksomheder.
- Virksomheder med snævert produktprogram.
- Akkvisitions mål for Tier II virksomheder.

Kernekompetencer



- Identifikation af nye produktmuligheder for at tilfredsstille landmændenes behov.
- Udvikling af konkurrencedygtige produktionsprocesser og egne formuleringer og blandinger.
- Produktion på egne anlæg eller hos trediepart med konkurrencedygtig infrastruktur.
- Dataudvikling og registrering af nye og eksisterende produkter.
- Markedsføring, salg og distribution af egne varemærke-registrerede produkter i alle hovedmarkeder.

Egne medarbejdere i flere end 30 lande



Produktportefølje

Plantebeskyttelsesmidler			Finkemikalier
Insektmidler	Ukrudtsmidler	Svampemidler	
Organofosfater	Glyphosat		<ul style="list-style-type: none"> - Mellemprodukter - Flotationsmidler til mineindustrien
<ul style="list-style-type: none"> - Gamma-cyhalothrin - Acrinathrin - Imidacloprid - Abamectin 	<ul style="list-style-type: none"> - Imazethapyr - Chlorimuron - Diflufenican - Fenoxaprop - Metsulfuron - Nicosulfuron - Sulcotrione 	<ul style="list-style-type: none"> - Flutriafol - Fosetyl - Tebuconazole - Fluazinam - Epoxiconazole 	

 = Introduceret før 2000

 = Introduceret efter 2000

Business Plan "Fem-i-Femten"

Mål:

- Fordobling af markedsandel til 5% i 2015.
- EBITDA på niveau med de bedste sammenlignelige virksomheder (+5%).
- Forøget værdiskabelse til gavn for alle interessenter.

Strategi:

- Organisk vækst gennem udvikling og salg af nye produkter.
- Akkvisitioner af komplementære produkter og virksomheder.
- Stordriftsfordele og forbedret effektivitet i alle funktioner.



Business Plan forudsætninger

Marked

Vækstfundament i landbruget.
Gennemsnitlig vækstrate 3-4% årligt.
Basis-år 2007: marked på USD 39 mia.

Valuta

USD/DKK 5,60 i perioden.
Store valutaer omkring nuværende niveauer,
mens de fleste emerging-valutaer forventes
at falde fra de nuværende niveauer.

Inflation

Inflation på ca. 3% i de fleste økonomier,
men en højere, dog reduceret inflation i
emerging-lande.

Rente

Stigende renteniveau i de fleste store
økonomier forventes, men faldende
renteniveau i emerging-lande.

Mål – Vækst til 5% markedsandel

Organisk vækst (2/3 af vækst):

- Meget begrænset vækst i traditionel produktportefølje.
- Stærk vækst i nye produkter.
- Fortsat introduktion af nye produkter.

Akkvisitioner (1/3 af vækst):

- Produkter og aktiviteter fra Tier I-virksomheder.
- Lokale salgsselskaber i nye og etablerede markeder.
- Produktporteføljer fra Tier III-virksomheder.

Cheminovas udviklingspipeline

Type	2008	2009	2010	2011	2012	Total	Markedsværdi (\$ mio.) *
Ukrudtsmidler	5	2	1	2	2	12	1.780
Svampemidler	2	1	1	1	1	6	1.205
Insektmidler		1		1		2	500
Øvrige		1				1	100
Total	7	5	2	4	3	21	3.585

* Global omsætningsværdi 2007 på producentniveau (Phillips McDougall)

- *Adskillige store produkter bliver patentfrie i de kommende år.*
- *Fortsat produktudvikling og -introduktioner efter 2012.*

Mål – Højere gennemsnitlig bruttomargin

Produktportefølje:

- Større andel af differentierede højværdi-produkter.
- Reduktion af glyphosats vægt i produktporteføljen.
- Lavere andel af produkter distribueret for tredjepart.

Lavere omkostninger på produkter:

- Effektivisering i produktion (LEAN).
- Optimering af formulering og emballering.
- Global supply chain på sourcing.

Mål – Bedre EBITDA-margin og værdiskabelse

- Stordriftsfordele i salg og administration.
- Lavere andel af omsætning til udvikling og registrering.
- EBITDA-margin: “bedste sammenlignelige virksomheder”.
- Forbedret gennemsnitlig arbejdskapital.
- Akkvisitioner finansieret af bedre cash flow.
- Forbedret EVA (Economic Value Added) årligt.

Agenda

- **Introduktion:**
 - Mission, Værdier & Vision
 - Historie & Ejerskab
 - Økonomi & Resultater.
- **Business Plan “Fem-i-Femten”:**
 - Markedsdrivere
 - Brancheconsolidering.
- **M&A-aktiviteter**

Strategisk ekspansion

Produkter	Nye	<p>Aktivitetudvikling</p> <p>Forøget markedsandel med nye produkter</p>	<p>Diversifikation</p> <p>Indtrængning på nyt marked og med nye produkter (f.eks. virksomhed med synergi-effekt)</p>
	Eksisterende	<p>Markedspenetrering</p> <p>Forøget markedsandel med eksisterende produkter</p>	<p>Markedsudvikling</p> <p>Indtrængning på nye markeder med eksisterende produkter</p>
		Eksisterende	Nye
		Markeder	

Akkvisitioner – Strategiske formål

1. Udvidelse af produktporteføljen:

- Proprietary produkter til styrkelse af porteføljen.
- Produkter til særlige gaps i porteføljen.
- Produkter til udvikling af nye mixtures.

2. Styrket markedsadgang:

- Adgang til flere markeder uden direkte adgang.
- Styrkelse af position i markeder med direkte adgang.

3. Forbedring af operationel drift og udvikling:

- Formulerings- og pakkeanlæg.
- Synteseanlæg: Ny teknologi.
- Formuleringsudvikling: Teknologi og kapacitet.

Cheminovas hidtidige akkvisitioner

Hvornår	Hvad	Formål		
		Marked	Produkt	Produktion
1991	Malathion (globalt)		X	
1993	Agrocros (Spanien)	X		
1997	Lupin (Indien)	X	X	X
1998	Agronova (Italien)	X		
1999	Chemiplant (Argentina)	X		
	SQI (Mexico)	X		
2001	Headland (England)	X		X
	Flutriafol (globalt)		X	
	Phos alone (globalt)		X	
2002	Acrinathrin (EU)		X	
	Bitertanol (Norden)		X	
2003	Flexagri (Frankrig)	X		
2005	Ospray (Australien)	X		
	CropTech (Colombia) - 50%	X		
2006	Acrinathrin (ROW)		X	
2007	Kerolagro (Ungarn)	X		
	Stähler (Tyskland) - 50%	X	X	X
2008	Wyong (Australien)			X
	CropTech (Colombia) - 100%	X		
	Pytech (Schweiz) - 100%		X	
2009	Stähler (Tyskland) - 75%	X	X	X

Markedsadgang via akkvisitioner

Land	Marked (USDm)
Frankrig	3.224
Tyskland	2.016
Italien	1.172
Argentina	1.026
Spanien	937
Indien	936
Storbritannien	735
Australien	665
Mexico	414
Ungarn	406
Colombia	363
Schweiz	150
Østrig	120

Tilkøbte produkter

Insektmidler

acephate

acrinathrin

gamma-cyhalothrin

malathion

phosalone

Svampemidler

flutriafol

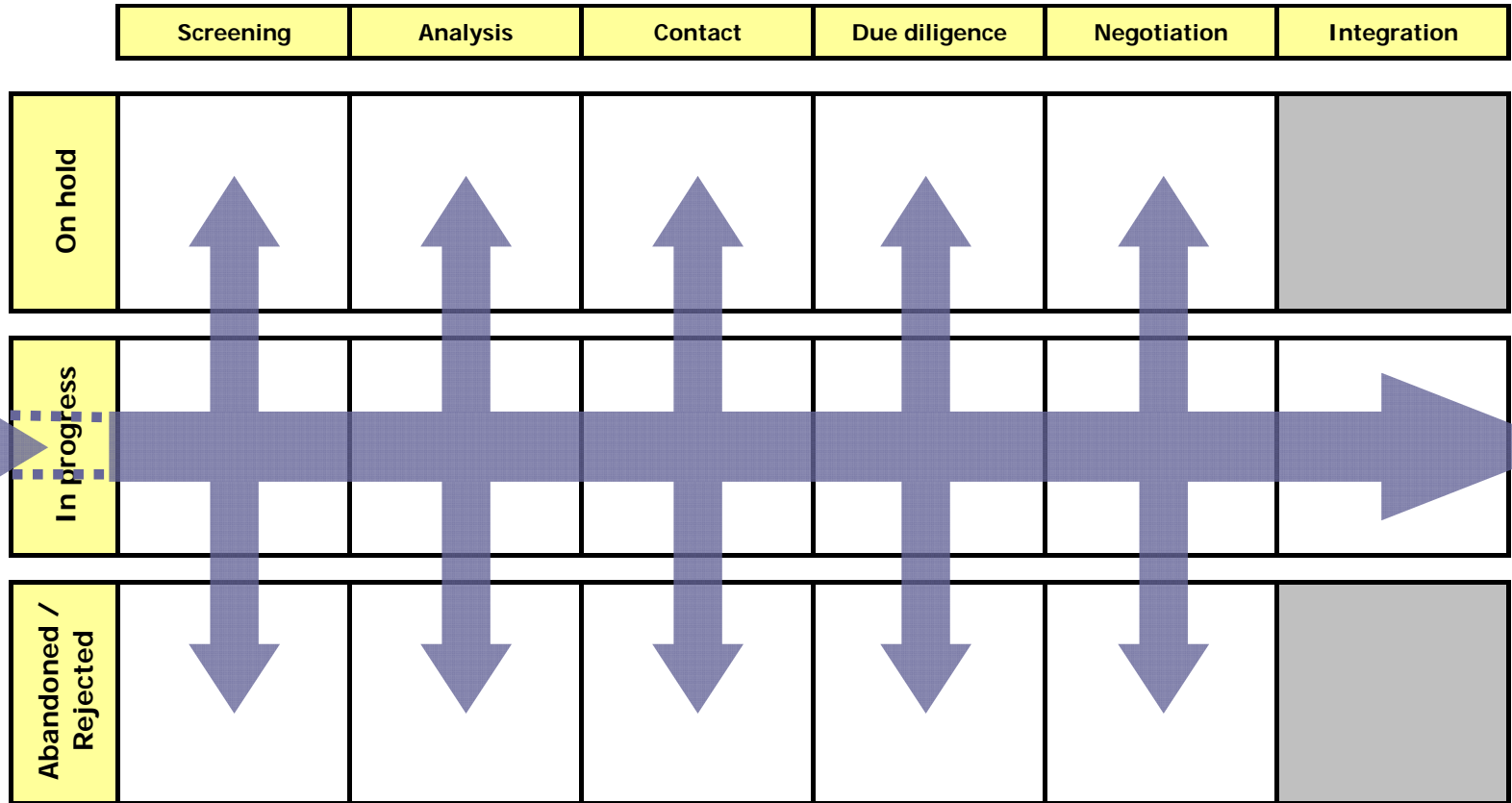
Ukrudtsmidler

beflubuthamid

pethoxamid

propoxycarbazone

Akkvisitionsprocessen



Akkvisitionsprocessen – Aktiviteter

ACTIVITIES	Screening	Analysis	Contact	Due diligence	Negotiation	Integration
Receive & review unsolicited offers						
Solicit & review input from "idea generators"						
Gather & analyse candidate's published info.						
Gather & analyse financial info.						
Gather & analyse registration info.						
Gather & analyse import/export statistics						
Gather & analyse CHA-DK info on candidate						
Gather & analyse CHA-Global info on candidate						
Review & corroborate/adjust CHA business plan numbers						
Write Company ID-memo						
Update Target List						
Construct Historic Financials-sheet						
Construct Business Case - DCF/Valuation						
Write Acquisition Proposal-memo						
Decide on how/who/when to contact						
Make first contact to candidate						
Appoint preliminary negotiation team						
Negotiate & sign Secrecy Agreement						
Gather preliminary internal company information						
Establish & agree acquisition model/framework						
Write MoU						
Negotiate & sign LoI						
Define relevant DD check lists						
Contact & appoint DD advisors						
Identify CHA colleagues to be involved in DD						
Establish DD schedule						
Inform candidate of DD process						
Supervise & coordinate DD process						
Review DD reports						
Solicit additional internal company info						
Write DD Executive Summary						
Discuss & achieve sign-off on DD Ex.Summary						
Appoint final negotiation team						
Negotiate SPA + related documents						
Develop CAIP						
Write Investeringsansøgning						
Define signing & closing procedure(s)						
Define money transfer practicalities						
Consult with Auriga re. stock exchange notification						
Write text for public announcements						
Sign SPA + related documents						
Transfer money						
Make acquisition public						
Organise CAIP kick-off meeting						
File & ChemDOC all relevant documents						
Settle accounts with external advisors						
Conduct post-fact analysis						

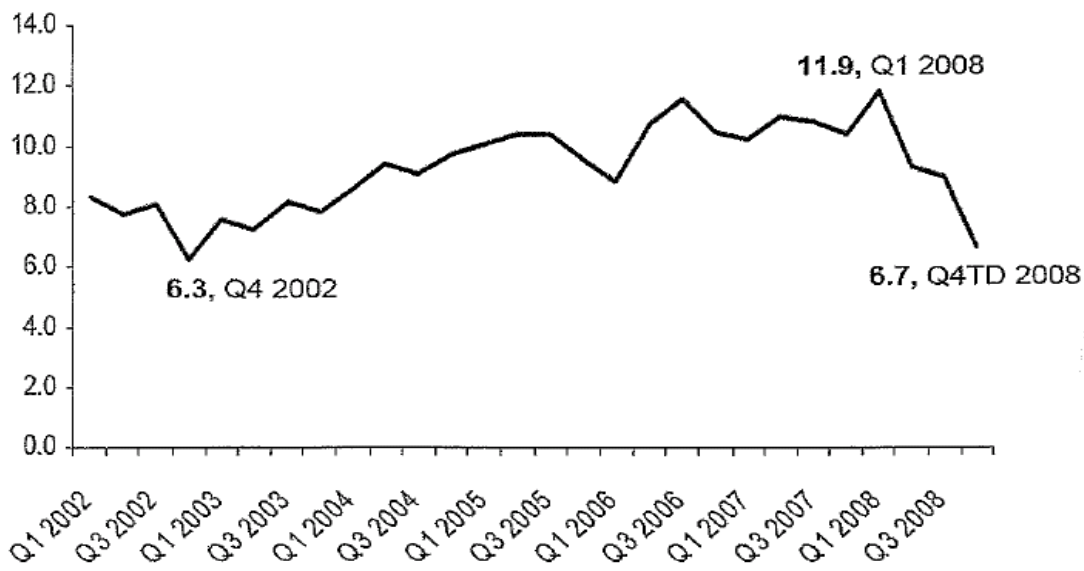
CAIP – Company Acquisition Integration Plan

	Pre-acquisition	Post-acquisition		
		First month	First 6 months	After 6 months
Legal				
Accounting & finance				
Purchasing				
Production				
Logistics				
Sales & Marketing				
Intellectual Property				
R&D				
IT				
HRM				
Communications				
General				

Akkvisitioner i en krisetid

- Empiriske studier viser, at akkvisitioner gennemført i krisetider skaber højere værdi.
- Sandsynlige årsager:
 - Premiums / multipler er lavere.
 - Sunde virksomheder bliver oftere sat til salg i krisetider.
 - Mere selektiv udvælgelse.

Median EBITDA Multiples
Q1 2002 – Q4TD 2008, by Quarter



Disclaimer

Nærværende præsentation kan indeholde udsagn om fremtidige forhold herunder forventninger til omsætning og økonomiske resultater. Udsagn om fremtidige forhold er i sagens natur forbundet med risici og usikkerheder, som kan medføre, at de faktiske forhold afviger væsentligt fra forventningerne.

Kun i det omfang lovgivningen (f.eks. lov om Værdipapirhandel) kræver det, vil Auriga være forpligtet til at opdatere og justere de specifikt angivne forventninger.

