



# The Orkla Group

## Full year results 2002

20 February 2003



# Agenda

- ◆ Highlights and key figures
  - Q4-2002
  - Full year 2002
- ◆ Currency translation effects
- ◆ Results by business area
- ◆ Cash flow statement and balance sheet



## Highlights Q4-2002

- ◆ Progress in most industrial business units
  - Strong Nordic performance by Brands, Carlsberg Breweries and Foods
  - Weak results for Danish Media business, Polish seafood operations and Turkish Beverages business in challenging environments
- ◆ Underlying EBITA-growth +14%
  - Growth in reported EBITA negatively impacted by strong NOK and change in accounting principles for CB
- ◆ Gain on sale of Hartwall-shares boosted last year's profit before tax



3



4. kvartal er preget underliggende fremgang for industrisiden. Spesielt gjelder dette i det nordiske markedet, hvor både Brands, Foods og Drikkevarer har positiv utvikling.

Enkelte særlige utfordringer går i motsatt retning. Eksterne faktorer bidrar til at markedsforholdene for media i Danmark, Seafood i Polen og drikkevarer i Tyrkia fortsatt er svakere enn i fjor. I tillegg medførte sterk norsk krone negative omregningseffekter også i 4. kvartal.

I tillegg til omregningseffekter har vi noen sammenligningsproblemer som følge av at CB har hatt en noe annen regnskapsføring enn oss som følge av ny regnskapspraksis i Danmark. Hovedpoenget er imidlertid at reelt betraktet har industriområdet vist en underliggende fremgang i størrelsesorden 14 %. Vi kommer nærmere tilbake til dette.

Resultat før skatt er svakere enn i fjor i kvartalet, men dette må sees i lys av at vi i 4. kvartal i fjor solgte vår eierandel i Hartwall med en gevinst på 1,35 mrd. kroner. Vi har også i år realisert tap i porteføljen, men vesentlig mindre enn i fjor.

## Key figures Q4-2002

NOK million	1 Oct - 31 Dec		Change	
	2002	2001	Acc.	FX-neutral
<b>Operating revenues</b>	<b>10 983</b>	<b>11 577</b>	-5 %	1 %
<b>EBITA *</b>	<b>897</b>	<b>917</b>	-2 %	4 %
Goodwill amortisation	-134	-122		
Other revenues and expenses	-123	9		
<b>EBIT</b>	<b>640</b>	<b>804</b>		
Associated companies	48	1 275		
Portfolio gains	-248	-932		
Dividends and net financial items	-315	-346		
<b>Profit before tax</b>	<b>125</b>	<b>801</b>		
Earnings per share (NOK)	0.5	3.0		
Free cash flow Industry	624	699		

\* Excl. other revenues and expenses



4



Nedgangen i omsetningen forklares i hovedsak av valutaomregningseffekter for våre utenlandske virksomheter. I tillegg var leveranser av fiskeolje til fiskefôrindustrien lavere.

Driftsresultatet er marginalt bak i fjor, men sammenligningen mot fjoråret påvirkes som nevnt av både valutaomregningsforhold og endret regnskapspraksis hos CB. Hensyntatt disse to forholdene viste den underliggende driften god fremgang.

Vi oppfatter at driftsresultatet i kvartalet er rimelig på nivå med markedsforventningene. De forhold jeg har nevnt vedrørende Tyrkia, Berlinske og Polen er mer negative enn forventet, mens særlig Brands er mer positiv enn forventet. Så er andre inntekter og kostnader negative med 123 mill. kroner. Dette virker det som om markedet ikke har lagt inn selv om vi indikerte det etter 3. kvartal. Vi kommer nærmere tilbake til en videre nedbrytning av disse kostnadene senere i presentasjonen.

Behandlingen av porteføljen i oppgjøret kan være vanskelig å anslå på forhånd, men med negativ utvikling for noen av Orklas største investeringer, er det naturlig at porteføljen realiserer et netto tap i perioden. Det bokførte resultatet er mindre negativt enn i fjor, hvor imidlertid spesielt store tapsrealiseringer ble mer enn motvirket av gevinst fra salget av Hartwall-posten. Hartwall representerte alene et resultatbidrag på 3,8 kr/aksje.

Kontantstrøm fra driften var på nivå med i fjor.

## Highlights 2002

### Industrial activities:

- ◆ Overall progress; EBITA +4% when adjusted for currency effects
  - Solid improvement for Brands, Carlsberg Breweries and Nordic Foods operations
- ◆ Result is negatively affected by
  - Unfavourable currency effects
  - Write-downs and restructuring provisions\*
  - Challenging markets for Danish media business
  - High raw material prices for Polish seafood business
- ◆ Free cash flow Industry +19%
- ◆ ROCE = 12.7%

### Financial Investments

- ◆ Orkla's portfolio outperformed the OSEBX in weak equity markets
  - Orkla's portfolio -14.8 % vs. OSEBX -33.1 %



\*) Booked as "Other revenues and expenses"

5



For Industriområdet var hovedtrekkene i 4. kvartal relativt representative for utviklingen i året som helhet. Korrigert for valutaomregningseffekter økte driftsresultat før goodwill med 4 %. Både Orkla Brands og Orkla Drikkevarer hadde god resultatvekst, mens Orkla Foods hadde fremgang i Norden.

I tillegg til omregningseffekter for utlandske virksomheter, fikk vi også for året som helhet svake resultater spesielt i Media i Danmark hvor annonsemarkedene er ytterligere svekket gjennom 2002 og sjømat i Polen, hvor både høye råvarepriser og sviktende salgsutvikling preger resultatet.

I tillegg er det besluttet å foreta nedskrivninger og avsetninger som i sum bringer andre inntekter og kostnader til -143 mill. kroner.

Fri kontantstrøm fra Industriområdet er bedret med knapt 20 % sammenlignet med i fjor og utgjorde cirka 3 mrd. for året totalt.

Avkastningen på anvendt kapital ble på høyde med i fjor, 12,7 %. Det innebærer at vi også i 2002 har en bra meravkastning.

Orklas portefølje hadde også negativ avkastning i 2002, men utviklingen var relativt sett vesentlig bedre enn Oslo Børs.

## Key figures full year 2002

NOK million	1 Jan - 31 Dec		Change	
	2002	2001	Acc.	FX-neutral
<b>Operating revenues</b>	<b>42 979</b>	<b>44 799</b>	-4 %	1 %
<b>EBITA *</b>	<b>3 663</b>	<b>3 686</b>	-1 %	4 %
Goodwill amortisation	-499	-454		
Other revenues and expenses	-143	28		
<b>EBIT</b>	<b>3 021</b>	<b>3 260</b>		
Associated companies	305	1 510		
Portfolio gains	-95	-760		
Dividends and net financial items	-824	-757		
<b>Profit before tax</b>	<b>2 407</b>	<b>3 253</b>		
Earnings per share (NOK)	7.7	10.7		
<b>Free cash flow Industry</b>	<b>3 085</b>	<b>2 588</b>	19 %	

\* Excl. other revenues and expenses



6



Korrigert for valutaeffekter er konsernets omsetning på nivå med i fjor. Orkla Foods og Orkla Drikkevarer hadde en underliggende vekst mens Kjemi har lavere omsetning enn i fjor.

Driftsresultatet er på nivå med i fjor, og med unntak av de nevnte områder med spesielt utfordrende markedsforhold er vi rimelig tilfreds med den underliggende utviklingen for våre industrivirksomheter.

Tilsvarende som for kvartalet er det store svingene i resultat fra tilknyttede selskap og porteføljegevinster, og også for året totalt bidrar dette i vesentlig grad til å forklare nedgangen i resultat før skatt.

Resultat pr. aksje ble 7,7 kroner mot 6,9 kroner i 2001 hvis vi holder gevinsten fra salget av Hartwall posten utenfor.

Styret foreslår at det utbetales et utbytte på kroner 3,40 mot kroner 3,25 i 2002.

## Specification of other revenues and expenses

Business area	Q4	Full year
Orkla Foods	-10	-59
Orkla Beverages	-13	-9
Orkla Brands	0	0
Orkla Media	-120	-120
Chemicals	20	45
Group	-123	-143

- ◆ Foods: restructuring in Sweden and CEE
- ◆ Beverages: restructuring in Sweden and Switzerland
- ◆ Media: write-down of printing facilities and provision for further restructuring (lay-offs) in Denmark
- ◆ Chemicals: Gains on sales of non-core businesses (+154), write-down and restructuring in China and the USA (-109)



7



Orkla har generelt hatt få andre inntekter og kostnader, og akkumulert over de siste 10 årene, inklusive 2002, er beløpene ført som andre inntekter og kostnader i sum positive.

Både 4. kvartal og året totalt er således noe atypisk med relativt mange poster.

Orkla Foods gjorde i 3. kvartalet avsetning for restrukturering i Procordia i tilknytning til prosjekt "Lyftet". I 4. kvartal er det vedtatt å legge ned pizzaproduksjonen i Ungarn og samle den i Tsjekkia.

For Orkla Drikkevarer er det relativt små beløp knyttet til videre kostnadsrasjonalisering i Sveits og Sverige.

Orkla Media har foretatt regnskapsmessige nedskrivninger knyttet til vedtatt trykkerisamarbeid med Politiken i Danmark, men dette er en transaksjon som vil ha positiv kontantstrømseffekt, ved at partneren skyter inn kapital i prosjektet. I tillegg er det gjort avsetninger for ytterligere restrukturering i Berlingske i Danmark.

Kjemi har solgt 9 mindre kraftverk i kvartalet med en gevinst på ca. 130 mill. kroner, mens den svenske virksomheten Kemetyl ble solgt i 1. kvartal. Goodwill knyttet til Finkjemis virksomheter i USA er nedskrevet til 0, mens det er foretatt mindre nedskrivninger av anleggsmidler i Kina.

Hensyntatt de forretningsplaner som foreligger er det ikke funnet grunnlag for å nedskrive goodwill andre steder i konsernet.

## Currency translation effects

NOK million	Revenues		EBITA	
	YTD	Q4	YTD	Q4
Foods	-465	-141	-29	-12
CB	-1 063	-334	-114	-29
Brands	-56	-12	-4	1
Media	-366	-130	-11	-5
Chemicals	-173	-57	-16	-6
<b>Total</b>	<b>-2 123</b>	<b>-674</b>	<b>-174</b>	<b>-51</b>
Effect in %	-5.0 %	-6.2 %	-4.7 %	-5.7 %

The above figures show translation effects only

8



Valutaeffektene har vært betydelige både i kvartalet isolert og for 2002 som helhet. De fleste virksomhetene har relativt god balanse mellom kostnader og inntekter i de ulike land og realeffekten av valutaendringene blir dermed mindre. Unntaket er Kjemi med en betydelig del av kostnadsbasen i Norge, mens inntektene i stort sett faktureres i USD og EUR.

I tabellen vises kun omregningseffekter for utenlandske virksomheter til norske kroner, og hensyntar således ikke de realeffekter som bl.a. oppstår i Kjemi.

Omregningseffektene er størst for Drikkevarer, som relativt sett har den største virksomheten i andre land enn Norge. Totalt var omregningseffektens virkning på driftsresultatet på knappe 5 % i 2002.

For konsernets valutagjeld får imidlertid styrket norsk krone en positiv effekt tilsvarende 1,5 mrd. kroner.



## Orkla Foods

in NOK million	1 Jan - 31 Dec		Change		1 Oct - 31 Dec		Change	
	2002	2001	Acc.	FX neutral	2002	2001	Acc.	FX neutral
Operating revenues	11 062	11 133	-1 %	4 %	3 041	3 054	0 %	4 %
EBITA*	902	952	-5 %	-2 %	311	324	-4 %	0 %
Goodwill amortisation	-168	-161			-46	-40		
Operating profit*	734	791	-7 %		265	284	-7 %	
EBITA-margin*	8.2 %	8.6 %			10.2 %	10.6 %		

\* Excluding other revenues and expenses

- ◆ EBITA on same level as 2001 when adjusted for currency effects
- ◆ Progress in Norway, Sweden and CEE (excluding Seafood)
- ◆ Overall performance unsatisfactory primarily due to weak results for Polish seafood business (Superfish)
  - Full takeover and change of management in February 2003
  - Comprehensive improvement measures under implementation



9



Korrigert for valuta har Orkla Foods en resultatutvikling i kvartalet på nivå med samme periode i fjor.

Stabburet hadde i Norge et godt 4. kvartal, hvor bl.a. Grandiosa Pizza Toast utvikler seg bra og var ved årsskiftet markedsleder for dyperfrysede snackingprodukter.

Utviklingen for Procordia Food i Sverige og den internasjonale virksomheten eksklusive sjømat var også positiv. Prosjekt "Lyftet", som målsetter en reduksjon i kostnadsbasen for Procordia Foods med SEK 110 mill. innen utløpet av 2003, går som planlagt.

Oppkjøpet av den polske sjømatvirksomheten, var basert på overdragelse av 51 % av aksjene høsten 2000 og med rett og plikt til å overta resten innen 2008. For å sikre full kontroll med virksomheten, både operasjonelt og finansieringsmessig, ble resten av aksjene overtatt i januar d.å. Det er innsatt en ny ledelse, og en forbedringsplan er under implementering. Marknadsforholdene er fortsatt vanskelige, men vi forventer at den negative trenden skal snu i løpet av 2003.

## Orkla Beverages (40% of Carlsberg Breweries)

in NOK million	1 Jan - 31 Dec		Change		1 Oct - 31 Dec		Change	
	2002	2001	Acc.	FX neutral	2002	2001	Acc.	FX neutral
Operating revenues	14 516	14 924	-3 %	5 %	3 471	3 697	-6 %	3 %
EBITA*	1 364	1 311	4 %	14 %	165	221	-25 %	-14 %
Goodwill amortisation	-111	-98			-30	-29		
Operating profit*	1 253	1 213			135	192		
EBITA-margin*	9.4 %	8.8 %			4.8 %	6.0 %		
Profit from associates**	51	8			11	-1		

\*Excluding other revenues and expenses

\*\*CB reports associated companies excluding taxes as part of EBITA

- ◆ EBITA-change\* is +45% in Q4 and +21% in 2002
  - Growth in reported EBITA adversely impacted by CB's change in accounting principles
- ◆ Carlsberg brand volume growth 6%
- ◆ BBH strengthening market leader platform in slower market



\*) as reported by Carlsberg Breweries (associates included in EBITA,  
<sup>10</sup> 2001-figures restated and denominated in DKK)



Orkla Drikkevarer har underliggende positiv utvikling både i kvartalet og for året totalt. CB vil på 100 % basis og i danske kroner vise en resultatfremgang på 21 %, som er over den uttalte målsetningen om 20 % vekst i driftsresultat for 2002.

For Orkla Drikkevarer vanskeligjøres sammenligningen mot i fjor både av valutaforhold og endret regnskapspraksis i CB. Vi kommer tilbake til en mer detaljert forklaring av disse forskjellene.

Carlsberg merket har fortsatt positiv utvikling og hadde en volumfremgang på 6 % i kvartalet.

BBH styrket sin markedsposisjon ytterligere i Russland, men markedsveksten var lavere i 2. halvår enn i første. For året totalt var veksten ca. 9 %, som oppfattes som et representativt nivå for den underliggende markedsveksten.

## Explanation of deviations in EBITA-change

	Full year	Q4
<b>CB 100% DKKm</b>	<b>21 %</b>	<b>45 %</b>
Effect of restatement	-4 %	-54 %
Less associates	-5 %	-9 %
Currency effects	-8 %	-7 %
<b>Orkla Beverages</b>	<b>4 %</b>	<b>-25 %</b>



11

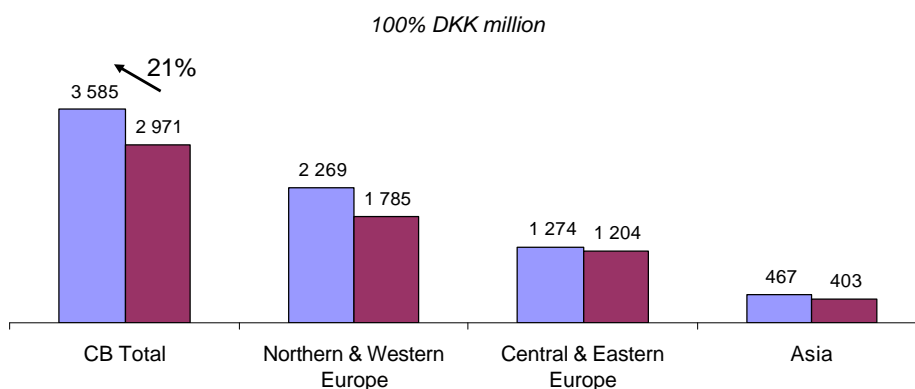


Som nevnt vanskeliggjøres sammenligningen for Orkla Drikkevarer mot fjoråret både av valutaendringer og endret regnskapspraksis. Oppstillingen viser hvilken effekt de ulike komponentene har.

Generelt gjør ikke Orkla justeringer eller endringer i CB's rapporterte driftsresultat før goodwill. Unntaket er resultatbidrag fra tilknyttende selskaper. Det vises i Orklas regnskap på egen linje etter driftsresultatet, mens CB inkluderer tilknyttende selskaper i EBITA.

Som man ser på den andre linjen forklarer CB's restating av 2001 tall det vesentlige avviket i kvartalet, mens det for året kun representerer ca 4 %-poeng av avviket.

## CB: EBITA full year 2002 by market area



Difference between CB Total and sum of the regions is HQ/Unallocated

12



For å forklare underliggende utvikling for de enkelte markedsområdene for året totalt, vises CB's tall på 100% basis. For året totalt hadde CB som nevnt en resultatvekst på 21%. Selv om alle områdene hadde fremgang, var fremgangen størst i Nord- og Vest-Europa hvor spesielt Norge og Finland hadde god utvikling.

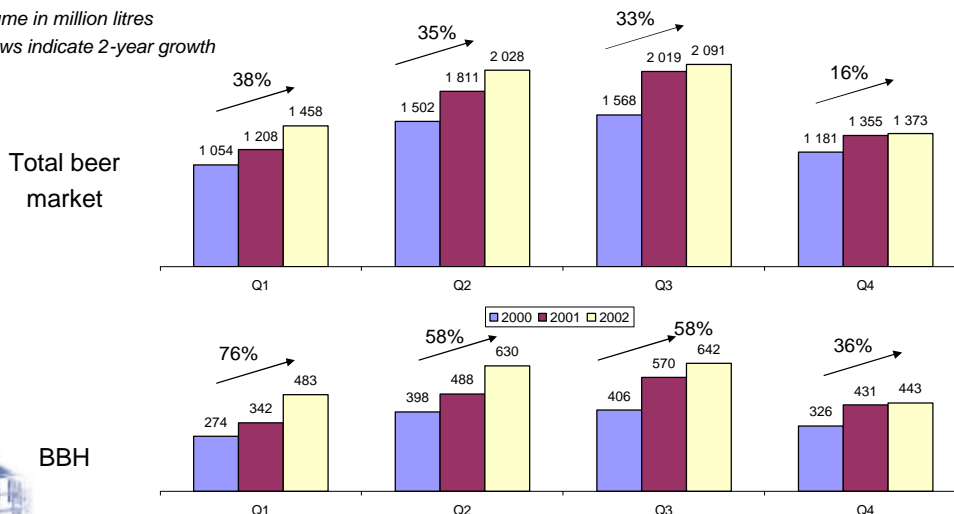
For markedsområdet Sentral- og Øst-Europa var det fremgang i Russland, mens snuoperasjonen i Polen følger plan med positivt resultatbidrag i 2002. Tyrkia er fortsatt preget av meget vanskelig økonomisk klima. Dette ga svake resultater i Türk Tuborg og for året totalt var EBITA negativt med DKK - 133 mill. Det er satt inn ny ledelse i Tyrkia og en revidert forretningsplan er under implementering.

For Carlsberg Asia var utviklingen i Malaysia og Singapore tilfredsstillende, mens virksomheten i Thailand var svakere enn forventet. Resultatet inkluderer fortsatt den tidligere omtalte resultatgarantien vedrørende Thailand.

## BBH's growth in Russia has been much stronger than the total market

Volume in million litres

Arrows indicate 2-year growth



13



Markedsveksten for øl i Russland var relativt lav i annet halvår av 2002. Dette må imidlertid sees i lys av at det sammenlignes med spesielt høye veksttall for samme periode i 2001 samt lageroppbygging blant grossister og distributører i første halvår og til dels en tidlig vinter.

På årsbasis var markedsveksten i Russland cirka 9 %. Selv om rapportert markedsvekst vil kunne variere fra kvartal til kvartal, oppfattes årets nivå på cirka 9 % å være representativt for den underliggende veksten i markedet. Totalt for 2003 forventes en markedsvekst i størrelsesorden 7-9 % men med en noe svakere start i 1. kvartal.

BBH har hele tiden vokst mer enn markedet, og således tatt en vesentlig andel av markedsveksten.

## BBH - Market trends beer 2002

	Market growth 2002	Baltic Beverages Holding			Litres per capita
		Volume growth 2002-2001	Market share 2002	Change from 2001	
<b>Russia*</b>	9 %	22 %	33%*	3 %-pts	48
<b>Ukraine</b>	14 %	27 %	20 %	2 %-pts	28
<b>Baltic States**</b>	18 %	20 %	46 %	1 %-pts	67

\* Russia including Vena and Voronezh in 2002. Market share is calculated using Vena-volumes 100%. Growth is calculated using Vena-volumes 50%. Growth is 32% if consolidating Vena-volumes 100%.

\*\* Baltic States including Syturys Utenos in 2002, Utenos and Kalnapilis in 2001

14



BBH har økt sin markedsandel i Russland til cirka 33 %. De viktigste merkene har styrket sin posisjon, selv om lavprissegmentet fortsetter å vokse. Ny produksjonskapasitet i markedet vil medføre rimelig balanse mellom tilbud og etterspørsel fremover.

Det er fortsatt god markedsvekst både i det Ukrainske markedet og i de baltiske statene. BBH har også i disse markene økt sine markedsandeler i 2002.

## Carlsberg Breweries – outlook

### Targets

- ◆ EBITA\* to increase by 5-10%
- ◆ Working capital reduction of DKK 1 billion
- ◆ Carlsberg brand volume to climb by 8%

### How to achieve targets

- ◆ Improving operational performance
  - Sweden, Poland, Switzerland, Italy and Turkey
- ◆ Build on premium brands – especially in mature markets
  - Investing in global brand growth
- ◆ New product development
- ◆ Cost reductions
- ◆ Strong focus on cash flow and reduction of capital employed



\*) Orkla Beverages must be adjusted for associated companies and currency effects

15



I tråd med krav fra børsen i Danmark gir Carlsberg AS en mer spesifikk redegjørelse for forventet utvikling i 2003. For CB forventes det fortsatt fremgang og en vekst i EBITA i størrelsesorden 5-10% målt i DKK.

CB vil også aktivt ta del i den konsolidering som pågår i bransjen, så lenge dette kan skje på prisnivåer som er verdiskapende for aksjonærene.

## Orkla Brands

in NOK million	1 Jan - 31 Dec		Change		1 Oct - 31 Dec		Change	
	2002	2001	Acc.	FX neutral	2002	2001	Acc.	FX neutral
Operating revenues	4 500	4 527	-1 %	1 %	1 222	1 199	2 %	3 %
EBITA*	787	648	21 %	22 %	222	171	30 %	29 %
Goodwill amortisation	-38	-37			-11	-11		
Operating profit*	749	611	23 %		211	160	32 %	
EBITA-margin*	17.5 %	14.3 %			18.2 %	14.3 %		

\* Excluding other revenues and expenses

- ◆ Broad operational progress in Q4
  - Substantial effect from successful launches over the last two years
  - Positive sales growth for most areas and reduced costs for Biscuits
  - Favourable price trend for certain input factors (raw materials)
- ◆ Strong NOK will in the long run weaken the competitiveness of the Norwegian value chain



16



Orkla Brands hadde et meget godt kvartal med bred resultatmessig fremgang. Den sterke veksten hadde imidlertid Lilleborg Dagligvare og kjeksvirksomheten. Fremgangen skyldes godt salg og resultatbidrag fra nylanseringer, samt positive effekter fra forbedringsarbeid, spesielt innen Kjeks.

På kort sikt har styrket norsk krone bidratt til gunstig prisutvikling for enkelte importerte innsatsfaktorer. Orkla Brands har i hovedsak internasjonale konkurrenter som generelt har en større andel av sin verdikjede utenfor Norge, slik at styrket norsk krone på noe lenger sikt vil ha negativ innvirkning på Orkla Brands konkurransekraft i Norge.



## Orkla Media

in NOK million	1 Jan - 31 Dec		Change		1 Oct - 31 Dec		Change	
	2002	2001	Acc.	FX neutral	2002	2001	Acc.	FX neutral
Operating revenues	7 079	7 453	-5 %	0 %	1 788	1 936	-8 %	-1 %
EBITA*	148	294	-50 %	-48 %	69	102	-32 %	-29 %
Goodwill amortisation	-163	-139			-42	-36		
Operating profit*	-15	155	-110 %		27	66	-59 %	
EBITA-margin*	2.1 %	3.9 %			3.9 %	5.3 %		

\* Excluding other revenues and expenses

- ◆ Continued decline in advertising markets in Denmark
  - Comprehensive cost reduction programmes are reducing impact
  - Urban takes leading position
- ◆ Advertising market in Poland still at a low level
  - Extensive cost reduction programmes
- ◆ Positive performance by Newspapers Norway in Q4
- ◆ Strong results for Magazines



17



Orkla Media viste fortsatt særdeles utilfredsstillende resultater. Berlingske fikk et negativt resultat på – 137 mill. kroner før goodwill. Ser vi imidlertid bort fra Danmark, hadde den øvrige mediavirksomheten en resultatmessig fremgang på vel 14 % i 2002. Hovedutfordringen sitter altså fortsatt i Danmark hvor annonsemarkedene fortsatte å svekke seg også i 4. kvartal. De omfattende kostnadsreduksjonene som er gjennomført kan bare delvis kompensere for inntektsbortfallet. I tillegg belaster også gratisavisen Urban resultatet. Markedsmessig er imidlertid utviklingen for Urban tilfredsstillende, og avisen er nå markedsleder hva gjelder leseropplutning i København-området. Som tidligere understreket er vi fast bestemt på å opprettholde denne posisjonen.

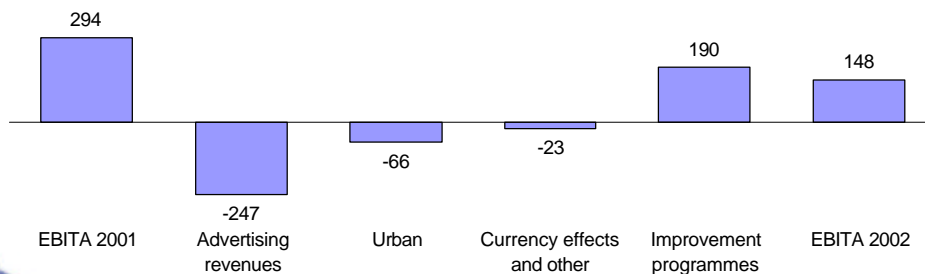
I Polen er annonsemarkedene fortsatt svake, men kostnadsreduksjonsprogrammer bidrar delvis til å kompensere for dette.

I Norge er annonseutviklingen mer på nivå med i fjor og Dagspressevirksomheten har resultatmessig fremgang i kvartalet. Ukepresse fortsetter den positive trenden og har tilfredsstillende resultater i både kvartalet og for året som helhet.

## Cost reduction programmes above target

- ◆ Improvement programmes have reduced costs by NOK 190 million
  - Fixed costs: NOK 120 million (mainly payroll expenses)
  - Variable costs: NOK 70 million (mainly paper prices and page management)
- ◆ Target was NOK 175 million

### Explanation of change in EBITA from 2001 to 2002



(Approximate figures)



18



Kostnadsprogrammer har vært gjennomført i alle deler av organisasjonen. De mest omfattende tiltakene har vært i Berlingske i Danmark og i Polen. Programmene er generelt gjennomført som planlagt og det akkumulerte resultatet, 190 mill. kroner, er noe bedre enn den opprinnelige målsetningen for 2002 på 175 mill kroner.

Realiserte kostnadsreduksjoner har imidlertid ikke vært tilstrekkelig for å kompensere for fall i annonseinntekter på 247 mill. kroner og resultatbelastning fra gratisavisen Urban på 66 mill. kroner og resultatet for året er tilnærmet halvert i forhold til i fjor.

## Chemicals

in NOK million	1 Jan - 31 Dec		Change		1 Oct - 31 Dec		Change	
	2002	2001	Acc.	FX neutral	2002	2001	Acc.	FX neutral
Operating revenues	5 726	6 581	-13 %	-11 %	1 381	1 658	-17 %	-14 %
EBITA*	537	569	-6 %	-3 %	131	132	-1 %	4 %
Goodwill amortisation	-12	-15			-3	-4		
Operating profit*	525	554	-5 %		128	128	0 %	
EBITA-margin*	9.4 %	8.6 %			9.5 %	8.0 %		

\* Excluding other revenues and expenses

- ◆ Favourable mix for lignin products, improved production and mix for fine chemicals
- ◆ Weak global markets caused drop in volumes and revenues in most areas
- ◆ Significant currency impact, softened by hedging and improvement programmes
  - Unrealised currency gain of NOK 400 million – to be matched against future sale contracts (mainly in 2003 and 2004)
- ◆ Extraordinarily high profit from financial trading of electric power



19



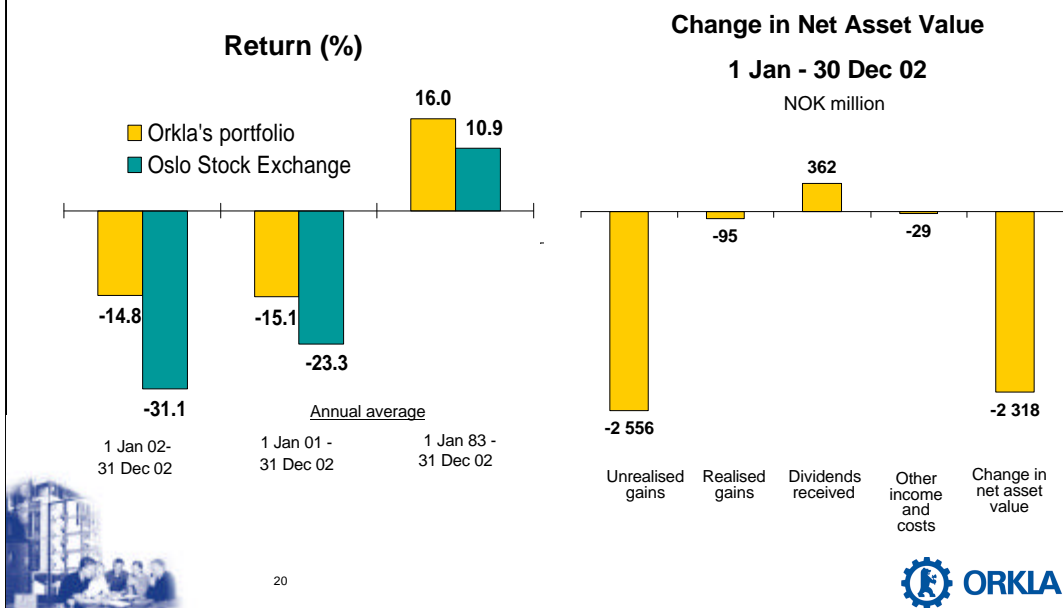
Styrket norsk krone og svekket dollar påvirket omsetning negativt, men internasjonale konjunkturer bidro også generelt til lavere salgsvolumer for de fleste områdene. I tillegg har salg av fiskeolje til fiskefôrindustrien vært lavere enn i fjor.

For året totalt har Ligninvirksomheten hatt fortsatt fremgang og et tilfredsstillende resultat. Finkjemi hadde også resultatfremgang i 2002.

Økt sikringsomfang av fremtidige kontantstrømmer i USD har bidratt til å dempe effekten av sterk norsk krone og svak dollar. Ved årsskiftet var den urealiserte valutagevinsten cirka 400 mill. kroner. Gevinsten vil variere med USD-kursen og bli inntektsført i takt med salg av produkter med oppgjør i USD, primært i 2003 og 2004.

Borregaard Energi er en betydelig aktør i det norske energimarkedet, og er en stor forbruker av kraft. Det gjør det mulig for oss å posisjonere oss i markedet hvilket gir grunnlag for en lønnsom finansiell handel med kraftkontrakter. I den ekstreme markedssituasjonen i Norge i 4. kvartal er det realisert gevinster på til sammen 44 mill. kroner. Dette motvirkes imidlertid delvis av lavere egenproduksjon i perioden.

## Financial Investments - portfolio performance



Finansmarkedene har som nevnt en meget svak utvikling i 2002. Oslo Børs Benchmark var som kjent ned hele 31,1 % mens FT's world indeks falt 24,6 %.

Orklas investeringsportefølje har relativt sett klart seg vesentlig bedre enn markedet, men den absolutte avkastningen er fortsatt svak med -14,8 %, som representerer en nedgang i verdjustert egenkapital på 2,3 mrd. kroner.

## Ten largest holdings as of 31 December 2002

Principal holdings	Industry	Market value (NOK million)	Share of portfolio (%)	Share of equity (%)
Elkem	Metals	2 838	23.5	39.4
Storebrand	Insurance	730	6.1	10.0
Norway Seafoods Holding <sup>1</sup>	Industrial	557	4.6	i/a
DnB Holding	Bank	539	4.5	2.1
Industri Kapital 2000 <sup>2</sup>	Investment	420	3.5	3.6
Norsk Hydro	Energy and materials	395	3.3	0.5
Industri Kapital 97 <sup>2</sup>	Investment	354	2.9	8.0
Rieber & Søn	Food	330	2.7	8.8
Bergesen	Shipping	315	2.6	4.3
Nordstjernen Holding <sup>3</sup>	Investment	309	2.6	35.0
<b>Total principal holdings</b>		<b>6 787</b>	<b>56.3</b>	
<b>Market value of entire portfolio</b>		<b>12 060</b>		

1) Not listed, convertible bond

2) Not listed

3) Not listed, but invests only in listed shares



21



De viktigste endringer i porteføljens største poster er reduksjonen i vårt engasjement i Norway Seafoods Holding, samt kjøp av aksjer i Rieber.

## Financial Investments - portfolio key figures

in NOK million	<u>31 Dec 02</u>	<u>31 Dec 01</u>	<u>Change 02</u>
Market value	12 060	14 140	-2 080
Net asset value <sup>1</sup>	10 240	12 558*	-2 318
Unrealised gains before tax	190	2 746	-2 556
Share of portfolio invested outside Norway	30 %	32 %	-2 %-p
in listed companies	77 %	75 %	+2 %-p

<sup>1</sup> After tax

\*) Corresponding pre-tax figure reported as of 31.12.01 was NOK 12 909 million



22



Markedsverdien har som nevnt falt gjennom året, mens det netto er kjøpt aksjer for knappe 1 mrd. kroner i 2002. Økt eierandel i Elkem og kjøp av aksjer i Rieber representerer de største kjøpene.

Kursreserven var 190 mill. kroner ved årsskiftet, noe som representerte 1,6 % av markedsverdien.

Etter ytterligere børsfall ved starten av 2003, var kursreserven pr.

18. februar negativ med vel 400 mill. kroner.

## Cash Flow Statement - key figures

in NOK million	1 Jan - 31 Dec		1 Oct - 31 Dec	
	2002	2001	2002	2001
<b>Cash flow from operations</b>	<b>6 071</b>	<b>5 849</b>	<b>1 780</b>	<b>2 041</b>
- change in net working capital	195	12	297	556
Net capital expenditure	-1 843	-1 960	-787	-932
<b>Free cash flow Industry</b>	<b>3 085</b>	<b>2 588</b>	<b>624</b>	<b>699</b>
<b>Free cash flow Financial Investments</b>	<b>715</b>	<b>955</b>	<b>40</b>	<b>141</b>
Taxes paid and miscellaneous	-1 180	-1 308	-124	-529
<b>Cash flow before capital transactions</b>	<b>2 620</b>	<b>2 235</b>	<b>540</b>	<b>311</b>
Dividends paid and share buy-back	-1 132	-803	-36	-13
<b>Cash flow before expansion</b>	<b>1 488</b>	<b>1 432</b>	<b>504</b>	<b>298</b>
Expansion investments, Industry	-740	-726	-247	-282
Companies sold	210	2 455	136	2 232
Acquisitions	-1 920	-4 769	-983	-317
Net purchases/sales portfolio investments	-920	41	-377	140
<b>Net cash flow</b>	<b>-1 882</b>	<b>-1 567</b>	<b>-967</b>	<b>2 071</b>
Currency translation differences	1 498	416	506	203
<b>Change in net interest-bearing liabilities</b>	<b>384</b>	<b>1 151</b>	<b>461</b>	<b>-2 274</b>



23



Brutto kontantstrøm fra driften i 2002 var vel 6 milliarder og fri kontantstrøm etter fornyelses- og miljøinvesteringer var cirka 3,1 mrd. kroner, en vekst på cirka 20 % sammenlignet med i fjor. Fremgangen forklares av både reduksjon i arbeidskapital og noe lavere vedlikeholdsinvesteringer. I tillegg bidrar både gjennomsnittlig rente- og gjeldsnivå til lavere finanskostnader enn i fjor.

Det er netto kjøpt egne aksjer for cirka 350 mill. kroner som representerer 1,2 % av utestående aksjer.

Ekspansjon er primært knyttet til investering i økt kapasitet i BBH, mens Kjemis oppkjøp av Atisholz og Orkla Foods' kjøp av den danske virksomheten Credin belaster kontantstrømmen i 4. kvartal.

Konsernets gjeldsportefølje er valutafordelt i samsvar med hvor konsernet har sin virksomhet for øvrig. Negative omregningseffekter på resultatet, har derfor sin motpost i en positiv effekt på gjelden i norske kroner. For året utgjorde denne effekten cirka 1,5 mrd. kroner og medførte at konsernets netto rentebærende gjeld var på samme nivå som ved utgangen av 2001.

## Balance Sheet - some key figures

in NOK million	<u>31 Dec 02</u>	<u>31 Dec 01</u>
Long-term assets	26 786	28 434
Portfolio investments etc.	11 998	11 599
Short-term assets	14 338	14 612
<b>Total assets</b>	<b>53 122</b>	<b>54 645</b>
<b>Equity to total assets ratio</b>		
- Book	35.2 %	34.7 %
- Incl. unrealised capital gains before tax	35.4 %	37.8 %
<b>Net interest-bearing liabilities</b>	<b>19 516</b>	<b>19 132</b>
<b>Net gearing</b>	<b>1.04</b>	<b>1.01</b>



24



Balansen påvirkes i vesentlig grad av valutaomregningsforhold, og selv etter oppkjøpet av Atisholz og Credin som konsolideres pr. 31.12., er totalbalansen lavere enn i fjor.

Egenkapitalandelen er styrket gjennom året og utgjorde 35,2 % pr. 31.12. Den finansielle stillingen til konsernet er fortsatt sterk og gjeldsgraden var 1,04 ved utgangen av året.





25



# Enclosures

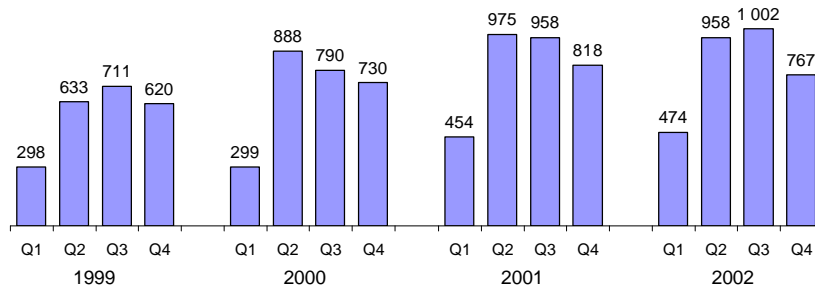


## Income Statement

NOK million	1 Jan - 31 Dec		1 Oct - 31 Dec	
	2002	2001	2002	2001
Operating revenues	42 979	44 799	10 983	11 577
<b>EBITA</b>	<b>3 663</b>	<b>3 686</b>	<b>897</b>	<b>917</b>
Goodwill amortisation	-499	-454	-134	-122
Other revenues and expenses	-143	28	-123	9
<b>Operating profit</b>	<b>3 021</b>	<b>3 260</b>	<b>640</b>	<b>804</b>
Associated companies	305	1 510	48	1 275
Dividends received	369	545	16	4
Portfolio gains	-95	-760	-248	-932
Financial items, net	-1 193	-1 302	-331	-350
<b>Profit before tax</b>	<b>2 407</b>	<b>3 253</b>	<b>125</b>	<b>801</b>
<b>Profit after tax</b>	<b>1 777</b>	<b>2 480</b>	<b>111</b>	<b>690</b>
- Minority interests	166	211	7	49



## EBITA per quarter for Branded Consumer Goods

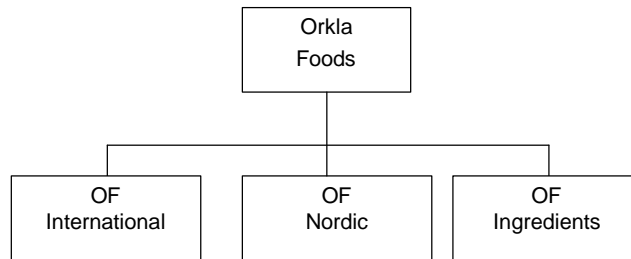


- ◆ Effect of Easter Holiday sales was mainly incorporated in Q1 in both 2001 and 2002, but this may vary from year to year
- ◆ Division of summer sales for Carlsberg Breweries between Q2 and Q3 can vary from year to year



## Orkla Foods reorganisation

- ◆ The purpose of the reorganisation is to sharpen the company's focus on its strategic objectives, which include
  - innovation/brand-building
  - customer proximity
  - cost reductions
  - continued growth



## Effect of restatement is substantial in Q4

- ◆ CB restated their 2001-figures as a result of changes in Danish accounting principles
- ◆ Orkla did not change its figures as the differences for 2001 as a whole were not material
  - However, the differences in Q4 are significant due to uneven distribution of currency provisions in the original figures

EBITA 2001	Carlsberg Breweries 100% DKKm			40% NOKm		
	Restated	Original	Difference	Restated CB-figures less associates	Reported by Orkla	Difference
Q1	121	109	12	55	48	7
Q2	1 180	1 162	18	501	493	8
Q3	1 350	1 297	53	573	549	24
Q4	320	512	(192)	139	221	(82)
Total	2 971	3 077*	-106*	1 267	1 311	(44)

\*) The four quarters add up to 3080, but Carlsberg A/S used YTD FX-figures and arrived at 3077



## Financial items



31



## Financial items, Orkla Group

In NOK million	Year 2002	Year 2001
Net interest expenses	-997	-1 204
Currency gain/loss	-85	-7
Other financial items, net	-111	-91
<b>Net financial items</b>	<b>-1 193</b>	<b>-1 302</b>
Avg. net interest-bearing liabilities	19 455	20 741
Average interest rate	5.4 %	6.0 %

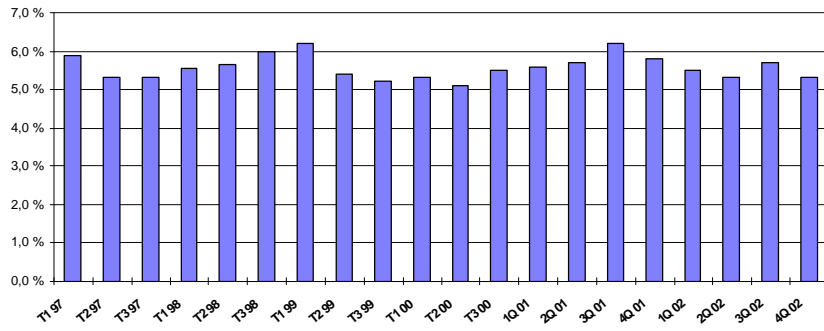


32





## Average interest rate, Orkla Group

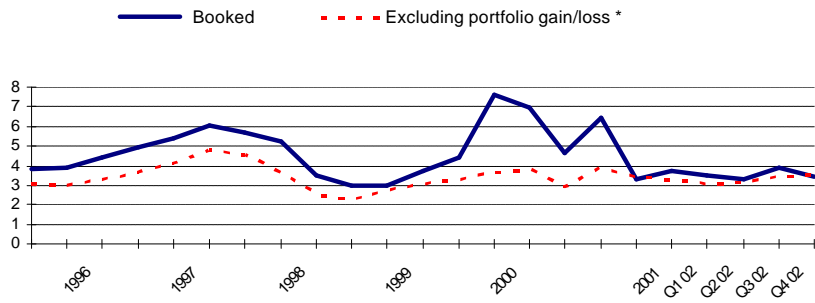


33



# Interest cover, Orkla Group

12 month rolling average

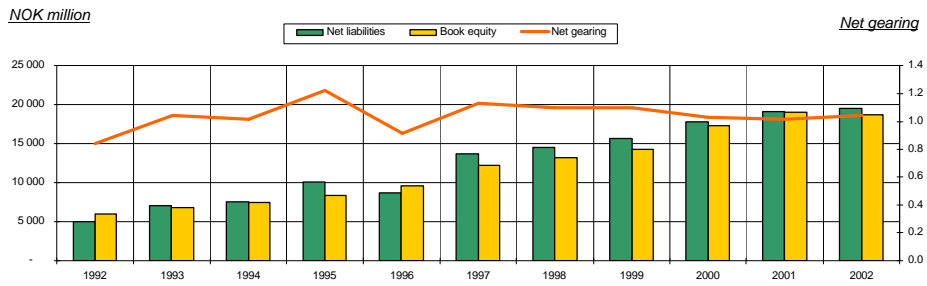


\* The figures also take into account the gain on the sale of Hartwall in Q4 - 01 (associated company)



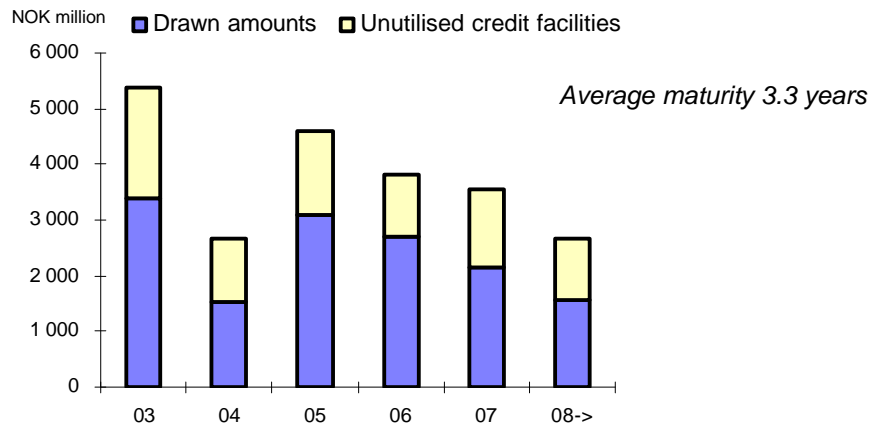
# Equity and liabilities, Orkla Group

31 December 2002



## Debt maturity profile, Orkla ASA\*

31 December 2002



\* Figures represent Orkla ASA only, i.e. do not include joint ventures like Carlsberg Breweries



36



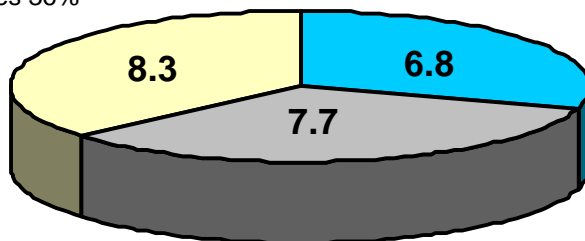
## Funding Sources, Orkla ASA\*

NOK billion

31 December 2002

Unutilised credit facilities 36%

Banks 30%



Bonds and CPs 34%



\* Figures represent Orkla ASA only, i.e. do not include joint ventures like Carlsberg Breweries

37

