



Jordan*

Årsrapport 2010



DETTE ER JORDAN-KONSERNET

Jordan-konsernets virksomhet omfatter tre produktområder – munnhygiene, malerverktøy og rengjøring. Hjemmemarkedene varierer for de ulike produktområdene, men omfatter Norden, Polen, Nederland og Storbritannia. Det satses i tillegg på flere utvalgte eksportmarkeder. Konsernets produksjon har i 2010 funnet sted i Norge, Sverige, Skottland, Malaysia og Kina. Jordans hovedkontor ligger i Norge.

Kvalitet, design, produktkompetanse og innovasjon har gjennom alle år bygget opp Jordans posisjon som en sterk og anerkjent internasjonal merkevare.

Konsernet har et sterkt fokus på sine merkevarer – Jordan*, Anza™, Spekter™, Hamilton® og Acorn®, og disse har i løpet av 2010 ivaretatt sine solide markedsposisjoner. Jordan* er markedslederen i Norden for tannbørster, tannstikkere og tanntråd. Innenfor malerverktøy er konsernet også nordisk markedsleder gjennom merkevarene Jordan*, Anza™ og Spekter™.

Personal & Home Care

Divisjonen Personal & Home Care (PHC) omfatter munnhygieneprodukter og rengjøringsprodukter solgt gjennom dagligvarekanalen og apotek. For munnhygiene er primærmarkedene Norden, Polen og Nederland. I tillegg satses det på utvalgte eksportmarkeder. Rengjøringsproduktene selges i hovedsak i Norge.

House Care

Divisjonen House Care omfatter malerverktøy og rengjøringsprodukter for faghandelen. Norden er hjemmemarkedet i tillegg til Storbritannia. Merkevarene er Jordan*, Anza™, Spekter™ og Hamilton®.

Peri-dent

Peri-dent Ltd er lokalisert i Skottland og er en av verdens ledende produsenter av tanntråd.

Nøkkeltall Jordan-konsernet

<i>Beløp i millioner kroner</i>	2010	2009
Driftsinntekter	919	876
Driftsresultat etter andre poster	39	62
Ordinært resultat før skatt	39	62
Årets resultat	14	50
Egenkapitalandel i prosent	45	45
Ansatte	540	580

FOKUS PÅ KONKURRANSEKRAFT OG VEKST



Jordan er i fremgang. Vi opplever vekst, og resultatene av den løpende driften viser en positiv utvikling. Vi høster fruktene av et langsiktig og målrettet markedsarbeid, og vår brede portefølje av kvalitetsprodukter

styrker vår lederposisjon i viktige markeder. Jordan har et omfattende program for produktutvikling og innovasjon, og våre nylanseringer har fått en god mottagelse. På den måten realiserer vi en viktig del av vår strategi om å utvikle produkter og konsepter som forbrukerne foretrekker.

En internasjonal aktør som Jordan vil også oppleve at utviklingen i ulike markeder varierer. Eftervirkningene av finanskrisen har resultert i tilbakegang i enkelte markeder, og for vårt vedkommende har utviklingen vært spesielt krevende i Storbritannia og for Hamilton Acorn. Basert på de erfaringer vi har gjort og en realistisk forståelse av de utfordringer som fortsatt venter, har vi sett oss nødt til å nedskrive verdier og gjøre regnskapsmessige avsetninger i forbindelse med virksomheten i UK.

2010 er det første året med organisering i en konsernstruktur. Jordan-konsernet er sammensatt av mange mindre datterselskaper, og hvert av disse har

sine unike fordeler og kompetanse. Økt samarbeid på tvers av selskapene i de nye divisjonene har gitt oppløftende resultater. En videreutvikling av gode samarbeidsmodeller og en kultur der vi deler på suksesshistorier og beste praksis på tvers av datterselskaper og markeder, bringer oss til et nytt nivå. Den nye strukturen har også gjort det lettere å styre og kontrollere virksomheten, og derigjennom forsterket fokus på synergier og konkurransekraft i alle ledd.

Vårt forbedringsprosjekt Taktskifte har også i år gitt gode resultater, og det er en flott kultur for å ville bli bedre i Jordan. Jeg er stolt og ydmyk over å lede en organisasjon med så mange dyktige medarbeidere, og de resultatene vi sammen har skapt stimulerer til ytterligere vekst og fremgang. Det skal vi oppnå ved å gjennomføre flere målrettede tiltak som vil forbedre vår konkurranseevne både på kort og lang sikt.

I 2012 er det 175 år siden Jordan ble grunnlagt i Christiania av Wilhelm Jordan. Vi gleder oss til å feire dette jubileet som er unikt i norsk industrihistorie. Men vi tar et år av gangen, og i 2011 skal vi gjennomføre nye spennende planer og produktlanseringer som vil glede både forbrukere og handelspartnere!

Pa Brekke

Per-Arnfinn Brekke
Konsernsjef

► Fargehandlere, byggvare- og jernvarebutikker besøkes av forbruker i snitt annethvert år i forbindelse med oppussing. Det er derfor av stor betydning å gjøre maksimalt ut av butikkesesøket, og House Care divisjonen er svært opptatt av å skape vekst gjennom å selge komplette løsninger på forbrukerbehov som gir et optimalt oppussingsresultat. Dette fokuset gir både fornøyde forbrukere og kategorivekst.

▼ Vårt moderne produksjonsanlegg i Sverige har automatiserte linjer og store volumer. Nærhet til våre største markeder gjør at vi også kan tilby kortere leveringstider.



Merkevarer: Jordan*, Anza™, Spekter™, Hamilton® og Acorn®

Selskaper: Jordan AS i Norge, Anza AB i Sverige med datterselskaper og salgsselskaper i Norge, Danmark, Storbritannia og BeNeLux, samt produksjon i Sverige, England, Malaysia og Kina



▲ Jordan er ekspertene på hvordan man pusser opp med best resultat på en enkel måte. Vi lykkes med vår ekspertrolle ved å forstå forbrukernes behov samt arbeide tett med profene og de ledende fagmiljøene.

▼ En gang langpensel – alltid langpensel. Har du først benyttet den en gang klarer du deg ikke uten.



▲ Jordan har lansert en multikost med ny gummibust som får med seg alt av hår og støv.

HOUSE CARE

Jordan-konsernet er med sine merkevarer en av de største leverandørene av malerverktøy i Europa og markedsleder i Norden. Jordan har vært med på å sette farge på tilværelsen i mer enn 100 år. Produksjonen av malerpensler, som startet allerede på slutten av 1800-tallet, har over tid utviklet seg til et avansert håndverk. Denne virksomheten har i alle år vært en viktig bidragsyter til bedriftens vekst. I 1989 kjøpte Jordan alle aksjene i Anza AB, som siden har vært en del av Jordan-konsernet.



Malerverktøy er Jordans største varegruppe og produktutvalget er komplett både for innendørs oppussing og utendørs vedlikehold. Den sterke posisjonen til House Care divisjonen skyldes kontinuerlig produktutvikling med nye og forbedrede produkter, tett samarbeid med handelen og forbrukerrettede kampanjer med fokus på det enkelte produkts gode egenskaper.

Jordans produkter skal dekke hele oppussingsjobben, fra vasking via sliping til maskering og maling. Enhver oppussing har flere faser, og det er viktig å håndtere alle disse ved hjelp av riktig verktøy for at resultatet skal bli optimalt. Jordan House Care skaper vekst og fornøyde brukere ved å tydeliggjøre disse fasene slik at det blir enklere for forbrukeren å få oversikt over hvilke verktøy som passer best i de ulike fasene av jobben.

Fokus på innovasjon og gode forbrukerløsninger sto sterkt også i 2010. En rekke nyheter ble lansert. Spesielt kan vi fremheve utendørspensel med det patenterte svanehalsformede grepet. Dette grepet er ergonomisk og gjør at man i tillegg til en bedre malerfølelse, også belaster håndleddet mindre.

- ▼ Jordan vet hvordan og hvorfor det er viktig å lære barna gode munnhygienevaner som de tar med seg inn i voksenlivet.



- ▼ Ny tanntråd tilsatt tannkrem for frisk pust ble lansert våren 2010.



- ▼ Store reklameboards var godt synlige i bybildet ved lanseringen av Fresh Munnskyll.



Merkevarer: Jordan*
Selskaper: Jordan AS i Norge, Jordan Asia Pacific Sdn Bhd i Malaysia og Peri-dent Ltd i Skottland

- Munnskyllserien ble lansert høsten 2010 og fikk raskt et solid fotfeste i det norske markedet. Serien er uten alkohol, inneholder fluor og har dokumentert effekt.

- ▲ Jordans tannbørstemodel Individual er Nordens mest solgte tannbørste. Siden lanseringen i 2007 har produktet vært en stor suksess. Tannbørsten er relansert flere ganger i nye farger og spennende design.



- ▲ Shiny White ble lansert i 2010 og etablerte seg raskt som en av bestselgerne i det norske markedet.



Shiny White er verdens første tannbørste med polerende airpad og strukturbust.



ORAL CARE

Jordan er i dag en betydelig leverandør innenfor mekanisk munnhigiene, og i markedet for tannbørster, tannstikkere og tantråd er selskapet markedsleder i Norge, Sverige, Danmark og Finland.

Nordisk markedsleder

Jordan tannbørster forsterker stadig sin posisjon i Norden. I Norge har Jordan en verdiandel på hele 67 prosent av markedet. I Sverige har Jordan opparbeidet seg en klar markedslederposisjon med en andel på 25 prosent. I Danmark og Finland har også Jordan opprettholdt sin sterke posisjon, i Danmark med 23 prosent av markedet.

Veksten i alle markedene har vært drevet av lanseringen av nye produkter og systematisk innsats for å oppnå økt distribusjon, både gjennom dagligvarehandelen og i apotekene.

Fra mekanisk til kjemisk

For å sikre videre vekst i markedet for munnhigiene-produkter, tok Jordan i 2010 skrittet inn i den kjemiske delen av kategorien. Det skjedde med lanseringen av Jordan Fresh Munnskyll og Jordan Protect Fluorskyll.

Jordans nye munnskyllserie er skreddersydd nordiske smakspreferanser og har dokumentert effekt. Jordans munnskyll er basert på en unik, alkoholfri formula som inneholder fluor. Produktene har god smak, er behagelige i bruk og har et flaskedesign man ønsker å la stå fremme på badet. På denne måten ønsker Jordan å gjøre det enklere og mer naturlig å bruke munnskyll hver dag. Den nye skyllserien ble lansert i september 2010 og fikk raskt et solid fotfeste i det norske munnskyllmarkedet med 15 prosent verdiandel.

Lanseringen av Jordan Shiny White-tannbørste ble også en stor suksess i 2010. Shiny White er verdens første tannbørste med en unik airpad og polerende strukturbust, som skånsomt fjerner misfarging fra tennene. Tannbørsten etablerte seg raskt på bestselgerlisten i Norge og beviste at det er rom for et premium tannbørstekonsept i det nordiske markedet.



▼ Jordans sterke fokus på barn og barnetannbørster blir videreført i eksport-markedene.



▼ 2-pack tannbørstekampanje med reiseetui hos Carrefour i Dubai.



▲ I Sør-Korea er storforpakninger veldig viktig for å lykkes. Bildet er fra en 6-pack tannbørstekampanje i supermarkedskjeden E-Mart.



▲ Tannbørsten Individual er også en stor suksess i mange eksportmarkeder.

▶ Jordan deltar på dentalmesser over hele verden for å støtte salgsarbeidet i eksportmarkedene.



EKSPORT

Til tross for finanskrisen og krevende rammebetingelser i flere europeiske markeder, hadde Jordan et godt år med omsetningsvekst på syv prosent innen munnhygiene i 2010. Mye av denne veksten kom i eksportmarkedene.

Den positive utviklingen kan tilskrives en bred og attraktiv produktportefølje, fokus på butikkaktiviteter og promotions. I tillegg lanserte Jordan i 2010 sine produkter i flere nye markeder hvor salgsutviklingen har vært oppløftende. Polen har utviklet seg spesielt positivt med en markedsandel på 17 prosent på Jordan tannbørster, og blir fra 2011 definert som et primærmarked.

Jordans regionale salgsselskap, Jordan Asia Pacific, fikk i 2010 ny ledelse og administrasjon. Samtidig ble det iverksatt flere markedsmessige tiltak som resulterte i en omsetningsvekst på over 20 prosent sammenlignet med 2009. I kombinasjon med kostnadsreducerende initiativer, har dette medført at Jordan har blitt en mer konkurransedyktig aktør i denne delen av verden. I slutten av 2010 flyttet Jordan Asia Pacific inn i nye og moderne lokaler sentralt i Kuala Lumpur, Malaysia.



Jordan Asia Pacifics største markeder er Malaysia, Indonesia, Thailand og Sør-Korea. I tillegg er det veldig mange spennende vekstmuligheter i regionen.

Merkevare: Jordan*
Selskap: Jordan AS



► Jordan ULTRA mikrofiber-klutene fortsetter å gjøre det bra i dagligvare-handelen.

▲ Jordan Home Collection ble lansert på våren 2010. Serien består av oppvaskbørste, kjøkkenklut og oppvaskhåndkle i matchende mønstre og design.



ULTRAmikrofiberproduktene er svanemerket.



Et nytt pakningskonsept ble lansert i 2010. Det bygger på bruken av logo og Jordan-asterisken som et sterkt, originalt og lett gjenkjennelig symbol.

▼ Trend oppvaskbørste er Norges mest solgte oppvaskbørste de siste ti årene. Et godt eksempel på funksjonell og god estetisk skandinavisk design.



▲ Feiesettet med 2-komponent skaft og lekkert design i fire ulike farger.

HOME CARE

Markedsleder i Norge på oppvaskbørster og mikrofiber

Jordan er i dag den ledende leverandøren innenfor oppvaskbørster og mikrofiberprodukter i norsk dagligvarehandel og befestet i 2010 denne posisjonen. Produktsortimentet består i hovedsak av oppvaskbørster, mikrofiberprodukter, hansker og ulike gulvprodukter. Produktspekteret blir kontinuerlig videreutviklet og forbedret.

Fra produkt til konsept

Produktområdet Home Care er i all hovedsak Jordan-merkede rengjøringsprodukter som selges i Norge. I 2010 lanserte Jordan «Home Collection», et konsept bestående av oppvaskbørste, kjøkkenklut og oppvaskhåndkle som matcher hverandre. Serien finnes i seks forskjellige mønstre og design slik at forbrukerne kan finne noe for enhver smak og ethvert kjøkken.

Home Collection har vært en svært positiv bidragsyter innenfor disse produktsegmentene. Sammenliknet med 2009 har Jordan i 2010 hatt en vekst i verdi på 19 prosent for oppvaskbørster og 10 prosent for mikrofiberkluter og mikrofiberhåndklær. Samtidig har nylanseringene bidratt til betydelig kategorivekst.

Home Collection-serien finnes i forskjellige mønstre og design. Noe for enhver smak og ethvert kjøkken.

Per desember 2010 har Jordan en markedsandel på 91 prosent på oppvaskbørster og 46 prosent på mikrofiberprodukter.

Nytt pakningskonsept

Jordan lanserte i 2010 et nytt pakningskonsept, som skal skape en sterkere visuell identitet og som i en større grad bidrar til å samle Jordans rengjøringsprodukter. Pakningskonseptet bygger på bruken av logo og Jordan-asterisken, som et sterkt, originalt og lett gjenkjennelig symbol. Pakningskonseptet baserer seg på en stram, men likevel dynamisk struktur som sikrer høy grad av gjenkjennelse og fleksibilitet.





STYRETS BERETNING

Jordan-konsernets virksomhet omfatter tre produktområder – munnhygiene, malerverktøy og rengjøring. Hjemmemarkedene varierer for de ulike produktområdene, men omfatter Norden, Polen, Nederland og Storbritannia. Det satses i tillegg på flere utvalgte eksportmarkeder. Konsernets produksjon har i 2010 funnet sted i Norge, Sverige, Skottland, Malaysia og Kina. Jordans hovedkontor ligger i Norge.

Konsernet har sterkt fokus på sine merkevarer – Jordan*, Anza™, Spekter™, Hamilton® og Acorn® og disse har i løpet av 2010 ivaretatt sine solide markedsposisjoner. Jordan* er markedslederen i Norden for tannbørster, tannstikkere og tanntråd. Innenfor malerverktøy er konsernet også nordisk markedsleder gjennom merkevarene Jordan*, Anza™ og Spekter™. Relasjonene til forhandlere og forbrukere er gode.

Konsernregnskap

Jordan-konsernets driftsinntekter ble 919 millioner kroner i 2010, mot 876 millioner kroner i 2009. Veksten på rundt fem prosent skyldes i hovedsak positiv utvikling i salget av malerverktøy i Norge, solid vekst for munnhygieneprodukter i Asia samt generelt god salgsutvikling i de fleste munnhygienemarkedene. Eftervirkningene av den internasjonale finanskrisen preger utviklingen i en rekke markeder. For Jordan har dette gitt tilbakegang i salget av malerverktøy i Storbritannia og Danmark.

Driftsresultatet i 2010 ble 39,3 millioner kroner, mot 62,4 millioner kroner året før. Tilbakegangen skyldes

engangskostnader på 50,1 millioner kroner knyttet til nedskrivning av goodwill og restrukturering i det engelske markedet. I 2009 utgjorde engangskostnader 16 millioner kroner. Årets resultat ble 13,7 millioner kroner mot 49,6 millioner kroner i 2009.

Konsernets finansielle stilling er styrket gjennom 2010. Egenkapitalandelen var 45 prosent ved utgangen av 2010, uendret mot 2009. Morselskapet Jordan AS har en egenkapitalandel på 56 prosent mot 45 prosent i 2009. Totale eiendeler var 789 millioner kroner ved utgangen av året. På samme tidspunkt var rentebærende gjeld 186 millioner kroner.

Jordan AS

Morselskapet Jordan AS produserer, markedsfører, selger og distribuerer produkter innenfor munnhygiene og rengjøring. I tillegg markedsfører og selger selskapet malerverktøy, som produseres av datterselskapet Anza AB.

Driftsinntektene i 2010 beløp seg til 493 millioner kroner mot 469 millioner kroner i 2009, en vekst på nær fem prosent. Driftsresultatet ble 87,2 millioner kroner i 2010 mot 52,5 millioner kroner i 2009. Økningen skyldes i all hovedsak endret verdigradering av datterselskaper og reduserte pensjonsforpliktelser som ikke er direkte relatert til årets drift.

Årets resultat ble 61,9 millioner kroner i 2010 mot 59,6 millioner kroner i 2009. Både Jordan AS og konsernet har styrket sin likvide posisjon i 2010.

Forretningsområdene

Konsernets virksomhet er restrukturert i 2010, og er nå organisert i tre divisjoner: Personal & Home Care (munnhygiene og rengjøring), House Care (malerverktøy) og Peri-dent (produksjon av tanntråd).

Personal & Home Care

Divisjonen Personal & Home Care (PHC) omfatter munnhygieneprodukter og rengjøringsprodukter solgt gjennom apotek- og dagligvarekanalen. Rengjøringsproduktene selges fortrinnsvis kun i Norge. For munnhygiene er primærmarkedene Norden, Polen og Nederland. I tillegg satses det på utvalgte eksportmarkeder. Salgsinntektene for PHC-divisjonen beløp seg i 2010 til 332 millioner kroner, en vekst på 8,5 prosent sammenlignet med året før. Salgsutviklingen for munnhygieneprodukter har vært god i de fleste markedene, og flere produktnyheter har bidratt til fremgangen. I Asia har veksten

i 2010 vært på vel 20 prosent sammenlignet med 2009. Utviklingen i salget av rengjøringsprodukter har vært positiv.

Jordan har i 2010 lansert flere munnhygienenyheter, og selskapet har også utvidet sitt produktsortiment ved å introdusere munnskyll – Jordan Fresh Munnskyll og Jordan Protect Fluorskyll.

For eksportmarkedene utenfor Europa er kjernemarkedene Malaysia, Indonesia, Thailand og Sør-Korea, men Jordan er også representert i flere andre markeder i denne regionen. Selskapets utvikling har i 2010 vært preget av ulik etterspørsel i de forskjellige landene, men samlet viser driftsinntektene en vekst på hele 20 prosent.

Jordans rengjøringsprodukter spenner over et bredt spekter, og omfatter blant annet langkoster, feiesett, kjøkken- og oppvaskbørster, kluter, mopper og hansker. Også for rengjøringsproduktene har det vært satset sterkt på produktutvikling, og spesielt har lanseringen av Home Collection gitt gode resultater. Denne serien består av oppvaskbørste, kjøkkenklut og oppvaskhåndkle i matchende farger.

House Care

Divisjonen House Care omfatter malerverktøy og rengjøringsprodukter for faghandelen, og her utgjør Norden og Storbritannia hjemmemarkedet. Merkevarerne er Jordan, Anza, Specter, Hamilton og Acorn. Salgsinntektene beløp seg i 2010 til 496 millioner kroner, en vekst på 3 prosent fra året før.

House Care opplever store forskjeller i utviklingen i de ulike markedene. Produktene selges både til proffmarkedet og som «Gjør-det-selv-produkter» i detaljhandelen. I Norge har det vært vekst gjennom 2010, mens salget i Sverige er på nivå med året før. Flere

markeder sliter med ettervirkningene av finanskrisen som slo inn høsten 2008. I Danmark og Storbritannia har det vært en negativ utvikling i 2010, størst har tilbakegangen vært i Storbritannia. Denne utviklingen er sammenfallende med den vi ser i en rekke andre bransjer, og spesielt innenfor byggvaresektoren.

Peri-dent

Peri-dent Ltd er lokalisert i Skottland og er en av verdens ledende produsenter av tanntråd. Salgsinntektene ble 103 millioner kroner i 2010, en vekst på 10 prosent fra året før.

Forskning og utvikling

Jordan er anerkjent for sitt innovasjonsarbeid og sine kvalitetsprodukter innenfor så vel munnhygiene som malerverktøy og rengjøring. Gjennom målrettet forsknings- og utviklingsinnsats ønsker vi å ligge i front når det gjelder å introdusere nye og mer effektive produkter. I dette arbeidet legges det blant annet vekt på funksjonalitet, design, ergonomi, materialvalg og miljøaspektet. Deler av vår forskning og utvikling skjer i nært samarbeid med ledende profesjonsmiljøer, blant annet med tannleger for munnhygieneprodukter og med malermestere og malingsprodusenter for malerverktøy.

Organisasjon og miljø

Ved utgangen av 2010 hadde Jordan-konsernet 540 ansatte, sammenlignet med 580 ansatte på samme tidspunkt året før. Nedgangen skyldes naturlig avgang kombinert med effektivisering. I Norge har Jordan 167 ansatte, mot 177 ansatte ved utgangen av 2009. Det totale sykefraværet i 2010 utgjorde 5,2 prosent, tilsvarende 1 954 fraværsk dager. Antall arbeidsskader var tre i løpet av 2010. Ingen av skadene har vært av alvorlig karakter.

Jordan legger vekt på å skape et sikkert og trygt arbeidsmiljø, og ved konsernets produksjonssteder er både maskiner og prosedyrer utviklet for å ivareta medarbeidernes helse og arbeidssituasjon. For samtlige av våre arbeidsplasser søker vi for øvrig også å tilrettelegge forholdene for et godt arbeidsmiljø, som også blant annet ivaretar hensynet til ergonomi.

Likestilling og mangfold

Ved utgangen av 2010 hadde Jordan 167 fast ansatte i Norge, hvorav ca. 43 prosent kvinner og ca. 57 prosent menn. I det kollektive området, som i hovedsak består av produksjon og logistikk, er det 61 fast ansatte – omtrent halvparten av hvert kjønn. Antall funksjonærer, eksklusive ledere, er 87, hvorav ca. 33 prosent kvinner og ca. 67 prosent menn.

Selskapets styre består av én kvinne og fem menn. Jordans ledelse består av to kvinner og tre menn.

Konsernet er i rekrutteringsprosessene bevisst på å likestille mannlige og kvinnelige søkere. Det er i alle slike prosesser kompetanseprinsippet som er styrende for beslutningene. I avdelinger som er sterkt underrepresentert av et kjønn blir dette tatt hensyn til i ansettelsesprosessene, dersom øvrige kvalifikasjoner ellers er like.

Jordan ønsker å være en attraktiv arbeidsgiver for mennesker med forskjellig bakgrunn, uavhengig av etnisk tilhørighet, kjønn, religion og alder. Mangfold er en ønsket og positiv del av bedriftskulturen, noe som styrker konsernets evne til å operere under forskjellige forhold og rammebetingelser.

Lønn og andre betingelser

Jordans personalpolitikk er basert på lik lønn for likt arbeid, noe som innebærer at kvinner og menn har

samme nivå av betingelser for tilsvarende stillinger, gitt at alle andre forutsetninger er like. Selskapet ønsker å oppmuntre til at medarbeidere av begge kjønn gjør tiltak for å få en god balanse mellom arbeid og familieliv. Selskapet hadde 12 deltidsansatte ved utgangen av 2010, én mann og 11 kvinner.

Ytre miljø

Konsernets produksjon og virksomhet påvirker i liten grad det ytre miljø. Bedriftene arbeider kontinuerlig med miljøfremmende tiltak herunder energisparing, emballasjeoptimalisering, transport, avfallshåndtering og bruk av kjemikalier i produksjonen. Vi vil videreutvikle vår satsing innenfor dette området.

Forutsetning om fortsatt drift

Basert på ovenstående redegjørelse for konsernets resultat og finansielle stilling, bekrefter styret at årsregnskapet for 2010 er utarbeidet under

forutsetning om fortsatt drift og gir et riktig bilde av morselskapets og konsernets eiendeler og gjeld, finansielle stilling og resultat.

Resultatdisponering

Av årets resultat på 61,9 millioner kroner, foreslås det et utbytte på 10 millioner kroner. Det resterende foreslås tilført selskapets egenkapital.

Fremtidsutsikter

Jordan har et godt utgangspunkt for fortsatt vekst. Konsernets produkter, medarbeidernes kompetanse og de gode relasjonene til handelen og sluttbrukerne danner et godt fundament for å videreutvikle selskapet.

Styret vil takke konsernets medarbeidere for den innsatsen som er utvist i 2010, og ser frem til et fortsatt positivt engasjement for å skape ytterligere fremgang for Jordan.

Styret i Jordan AS
Oslo, 10. februar 2011



Guttorm Brekke



Jan Rolland



Helge Leiro Baastad




Stein Klakegg



Stine Ombustvedt



Frank Bjørneseth



Produktutvalget innen
malerverktøykategorien
er komplett både for
innendørs oppussing
og utendørs vedlikehold.

RESULTATREGNSKAP

Beløp i 1 000 kroner

	Note	Jordan AS		Konsern	
		2010	2009	2010	2009
DRIFTSINTEKTER					
Netto salgsinntekt	1, 4	488 074	465 116	909 884	867 387
Annen driftsinntekt		4 950	4 351	9 209	8 843
Sum driftsinntekter		493 024	469 467	919 093	876 230
DRIFTSKOSTNADER					
Varekostnad		206 199	199 765	374 744	360 815
Beholdningsendring varer i arbeid		(399)	1 419	(3 652)	15 327
Lønnskostnad	11, 15	97 563	93 795	210 446	206 666
Avskrivninger	7	10 024	12 037	35 380	35 434
Annen driftskostnad		127 475	109 932	212 843	195 611
Sum driftskostnader		440 862	416 948	829 761	813 853
Driftsresultat før andre poster		52 162	52 519	89 332	62 377
Andre poster	8	35 049	-	(50 074)	-
Driftsresultat		87 211	52 519	39 258	62 377
FINANSINTEKTER OG FINANSKOSTNADER					
Finansinntekter		4 082	21 112	7 781	10 969
Finanskostnader		(4 561)	(6 026)	(8 367)	(11 056)
Resultat finansposter	12	(479)	15 086	(586)	(87)
Resultat før skatt		86 732	67 604	38 672	62 290
Skattekostnad på ordinært resultat	9	24 806	15 215	25 014	19 862
Ordinært resultat		61 926	52 389	13 658	42 428
EKSTRAORDINÆRE POSTER					
Ekstraordinære kostnader		-	(10 000)	-	(10 000)
Skatt på ekstraordinære poster		-	2 800	-	2 800
Sum ekstraordinære poster		-	(7 200)	-	(7 200)
Årets resultat		61 926	59 589	13 658	49 628

BALANSE



Beløp i 1 000 kroner



		Jordan AS		Konsern	
	Note	2010	2009	2010	2009
ANLEGGSMIDLER					
Immaterielle eiendeler					
Goodwill	7	-	-	-	35 893
Utsatt skattefordel	10	699	15 236	1 928	16 787
Sum immaterielle eiendeler		699	15 236	1 928	52 680
Varige driftsmidler					
Tomter, bygninger og annen fast eiendom	7	-	36 056	97 649	103 782
Maskiner og inventar	7	38 653	39 544	104 879	127 115
Sum varige driftsmidler		38 653	75 600	202 528	230 897
Finansielle anleggsmidler					
Investering i datterselskap	5	43 383	43 143	-	-
Lån til konsernselskap	6	68 306	24 212	-	-
Langsiktige fordringer		17 063	18 150	40 353	33 099
Sum finansielle anleggsmidler		128 752	85 505	40 353	33 099
Sum anleggsmidler		168 104	176 341	244 809	316 676
OMLØPSMIDLER					
Varebeholdninger og fordringer					
Varer	3	45 754	57 376	174 491	151 565
Kundefordringer	2, 6	59 316	47 899	139 872	120 080
Andre fordringer	6	4 211	6 268	26 184	24 510
Sum fordringer		63 528	54 167	166 056	144 590
Likvider					
Kortsiktige plasseringer		129 678	92 523	129 678	92 523
Kontanter og bankinnskudd		43 480	62 570	73 727	84 147
Sum likvider		173 158	155 094	203 405	176 670
Sum omløpsmidler		282 439	266 636	543 952	472 825
SUM EIENDELER		450 543	442 977	788 761	789 501



Beløp i 1 000 kroner

		Jordan AS		Konsern	
	Note	2010	2009	2010	2009
EGENKAPITAL					
Innskutt egenkapital					
Aksjekapital	16	20 000	20 000	20 000	20 000
Opptjent egenkapital					
Minoritetsinteresser	16	-	-	1 879	26 131
Annen egenkapital	16	231 470	179 544	336 239	313 144
Sum egenkapital		251 470	199 544	358 118	359 275
GJELD					
Ansvarlig lån					
	17	70 000	85 000	70 000	85 000
Avsetning for forpliktelser					
Pensjonsforpliktelser	11	6 009	17 351	8 670	21 727
Utsatt skatt	10	-	-	20 014	19 137
Sum avsetning for forpliktelser		6 009	17 351	28 684	40 864
Annen langsiktig gjeld					
Gjeld til kredittinstitusjoner	12	-	-	96 811	89 190
Gjeld til konsernselskap		-	18 020	-	-
Sum annen langsiktig gjeld		-	18 020	96 811	89 190
Sum langsiktig gjeld		76 009	120 371	195 495	215 054
Kortsiktig gjeld					
Gjeld til kredittinstitusjoner		-	-	19 618	18 917
Leverandørgjeld	6	29 137	37 373	56 000	54 315
Betalbar skatt	9	10 269	2 901	12 762	8 212
Skyldig offentlige avgifter		8 544	6 959	9 286	7 614
Skyldig utbytte		10 000	10 000	10 000	10 000
Annen kortsiktig gjeld		65 113	65 829	127 484	116 114
Sum kortsiktig gjeld		123 064	123 062	235 149	215 172
Sum gjeld		199 073	243 433	430 643	430 226
SUM EGENKAPITAL OG GJELD		450 543	442 977	788 761	789 501

Styret i Jordan AS
Oslo, 10. februar 2011


Guttorm Brekke

Stein Klakegg


Jan Rolland

Stine Ombustvedt


Helge Leiro Baastad

Frank Bjørneseth



STATSAUTOKISERTE
REVISORER

Independent member

BKR

INTERNATIONAL

Til generalforsamlingen i
Jordan AS

REVISORS BERETNING

Uttalelse om årsregnskapet

Vi har revidert årsregnskapet for Jordan AS som består av selskapsregnskap, som viser overskudd på kr 61.926.000, og konsernregnskap, som viser overskudd på kr 13.658.000. Selskapsregnskapet og konsernregnskapet består av balanse per 31. desember 2010, resultatregnskap og kontantstrømoppstilling, for regnskapsåret avsluttet per denne datoen, og en beskrivelse av vesentlige anvendte regnskapsprinsipper og andre noteopplysninger.

Styret og daglig leders ansvar for årsregnskapet

Styret og daglig leder er ansvarlig for å utarbeide årsregnskapet og for at det gir et rettviseende bilde i samsvar med regnskapslovens regler og god regnskapsskikk i Norge, og for slik intern kontroll som styret og daglig leder finner nødvendig for å muliggjøre utarbeidelsen av et årsregnskap som ikke inneholder vesentlig feilinformasjon, verken som følge av misligheter eller feil.

Revisors oppgaver og plikter

Vår oppgave er å gi uttrykk for en mening om dette årsregnskapet på bakgrunn av vår revisjon. Vi har gjennomført revisjonen i samsvar med lov, forskrift og god revisjonsskikk i Norge, herunder International Standards on Auditing. Revisjonsstandardene krever at vi etterlever etiske krav og planlegger og gjennomfører revisjonen for å oppnå betryggende sikkerhet for at årsregnskapet ikke inneholder vesentlig feilinformasjon.

En revisjon innebærer utførelse av handlinger for å innhente revisjonsbevis for beløpet og opplysningene i årsregnskapet. De valgte handlingene avhenger av revisors skjønn, herunder vurderingen av risikoene for at årsregnskapet inneholder vesentlig feilinformasjon, enten det skyldes misligheter eller feil. Ved en slik risikovurdering tar revisor hensyn til den interne kontrollen som er relevant for selskapets utarbeidelse av et årsregnskap som gir et rettviseende bilde. Formålet er å utforme revisjonshandlinger som er hensiktsmessige etter omstendighetene, men ikke for å gi uttrykk for en mening om effektiviteten av selskapets interne kontroll.

En revisjon omfatter også en vurdering av om de anvendte regnskapsprinsippene er hensiktsmessige og om regnskapsestimatenes utarbeidelse er rimelige, samt en vurdering av den samlede presentasjonen av årsregnskapet.

Etter vår oppfatning er innhentet revisjonsbevis tilstrekkelig og hensiktsmessig som grunnlag for vår konklusjon.

Konklusjon

Etter vår mening er årsregnskapet avgitt i samsvar med lov og forskrifter og gir et rettviseende bilde av selskapet og konsernet Jordan AS' finansielle stilling per 31. desember 2010, og av deres resultater og kontantstrømmer for regnskapsåret, som ble avsluttet per denne datoen, i samsvar med regnskapslovens regler og god regnskapsskikk i Norge.

Nitschke AS

Gamle Drammensv. 40, Postadresse: Postboks 23, 1321 Stabekk.

Telefon: 67 10 77 00, Telefaks: 67 53 59 89, E-mail: firmapost@nitschke.no, www.nitschke.no

Bankgiro: 8200 02 06853, Postgiro: 0807 3808 403, Org.nr: 914658314 MVA

Uttalelse om øvrige forhold

Konklusjon om årsberetningen

Basert på vår revisjon av årsregnskapet som beskrevet ovenfor, mener vi at opplysningene i årsberetningen om årsregnskapet, forutsetningen om fortsatt drift og forslaget til anvendelse av overskuddet er konsistente med årsregnskapet og er i samsvar med lov og forskrifter.

Konklusjon om registrering og dokumentasjon

Basert på vår revisjon av årsregnskapet som beskrevet ovenfor, og kontrollhandlinger vi har funnet nødvendig i henhold til internasjonal standard for attestasjonsoppdrag (ISAE) 3000 «Attestasjonsoppdrag som ikke er revisjon eller begrenset revisjon av historisk finansiell informasjon», mener vi at ledelsen har oppfylt sin plikt til å sørge for ordentlig og oversiktlig registrering og dokumentasjon av selskapets regnskapsopplysninger i samsvar med lov og god bokførings praksis i Norge.

Stabekk, 16. februar 2011

NITSCHE AS



Erling Kofstad
Statsautorisert revisor



Jordan lanserte høsten 2010 sin nye munnskyllserie med Fresh Munnskyll og Protect Fluorskyll

Jordan Fresh Munnskyll både smaker godt og gir langvarig frisk pust – uten bruk av alkohol. Den unike kombinasjonen av ingredienser fjerner dårlig ånde og har en dokumentert langtidsvirkende effekt.

Jordan Protect Fluorskyll gir en langtidsvirkende fluorbeskyttelse. Det inneholder ikke alkohol og bidrar til å ivareta munnens naturlige balanse. Protect Fluorskyll anbefales til daglig bruk som en del av munnhygienerutinen. Vi anbefaler alltid å bruke tanntråd før tannpussen og deretter avslutte med Protect Fluorskyll. På den måten oppnår man rene tenner, forebygger hull og får en frisk pust som varer lenger.

Friske vakre tenner på

1.2.3

JORDANS STYRE



Guttorm Brekke
Styreformann



Jan Rolland
Styremedlem



Helge Leiro Baastad
Styremedlem



Stein Klakegg
Styremedlem



Stine Ombustvedt
Ansattes representant



Frank Bjørneseth
Ansattes representant

JORDANS KONSERNLEDELSE



Thomas M. Kristensen, *Direktør Personal & Home Care*, Monica Weinitz, *Direktør House Care*, Kåre Myrvåg, *CFO, Strategi & Forretningsutvikling*, Per-Arnfinn Brekke, *Konsenssjef* og Liesl Hellstrand, *Direktør HR, HMS & Kommunikasjon*.



Jordan*

Hovedkontor

Haavard Martinsens vei 30, 0978 Oslo, Norge
Postboks 244 Alnabru, 0614 Oslo, Norge
Telefon: +47 22 78 80 00 · Telefax: +47 22 78 80 51
E-post: management@jordan.no
www.jordan.no

Datterselskaper

Anza AB

Bankeryd, Sverige
www.anza.se

Peri-dent Ltd

Galashiels, Skottland
www.perident.co.uk

Hamilton Acorn Ltd

Attleborough, England
www.hamilton.co.uk

Jordan Asia Pacific Sdn Bhd

Kuala Lumpur, Malaysia
www.jordanfareast.com