

Bibby Line Group

O I K C Z P R I V A T E C O M P A N Y Y Y M K
 R B B O M V E T N T D C S S M X R K T S L O A
 G S J C V H Y B J O T T H X E P K N Y L A G T
 A U M E R G E R F P R E Y R Z A H I D F O P Z
 N X D R C K E S W W F G Q H L L U L D H J S P
 I F J F V T D C U K N S A I P D Q B M R O N O
 C B J D A H I Z P K V K W N N O F A Q N M K X
 G U X T L K R V G S A C Q U I S I T I O N N C
 R E L H R D F W E M L O P A C C Z O I U H G H
 O C Z T K M U J D S U I H O K R G T J M C Y Y
 W Q W K U A O W J T E Z N R W U G R V U K I W
 T M J T L R D J A R S Q B Z H V I W O X F I H
 H V D U Q K E J M A H X Z M P J A L E W Y Y S
 D U I F N E G D J T A D E M C D T P V O T H B
 L T K G S T D I V E R S I F I C A T I O N H Y
 F Y O D P S X O K G E U L S K R I K B U F X Y
 W O Y F S G Y W Y Y S E P I S W L R T G O O Y
 C O J C I R C N M H P E X G F Y O O J E O E U
 D Q H A T V Z Q N W V Q Z P S D T V S D Y B L
 Q I Y C E X N M S L T O L G I G N J U D V S A

Acquisition

Inorganic growth

Objectives

Shares

Culture

Markets

Organic growth

Strategy

Diversification

Merger

Private company

Values