



Pressmeddelande
Fritt för publicering
13.3.2018

Fazers år 2017 – god resultatförbättring och framsteg i att utvecklas till ett modernt, hållbart matföretag

Fazers resultat 2017 i sammanfattning

- Fazers rapporterade omsättning ökade med 2 procent från föregående år och uppgick till 1 641,6 miljoner euro (1 603,1).
- Om punktskatten, som slopades i början av 2017, exkluderas från siffrorna för 2016 ökade den jämförbara omsättningen med nästan 4 procent.
- Koncernens rörelsevinst steg till 92,1 miljoner euro (90,1).
- Affärsverksamhetens kassaflöde var 149,6 miljoner euro (146,6) och bruttoinvesteringarna uppgick till 108,0 miljoner euro (104,6).
- Fazer förnyade sin strategi och bildade ett nytt affärsområde, Fazer Lifestyle Foods.

Utsikter för 2018

Fazers omsättning förväntas öka år 2018, men beror på valutakursutvecklingen. Fazer fortsätter också arbetet med att stärka sin konkurrenskraft. Arbetet drivs genom etablerade program för värdeskapande och genom att ständigt utveckla företagets organisatoriska och strukturella effektivitet.

Christoph Vitzthum, koncernchef

“Under 2017 utvecklades det ekonomiska läget positivt på många av Fazers viktigaste marknader: de finska, norska och ryska ekonomierna stärktes och den svenska ekonomin fortsatte att växa. Konkurrensen är dock knivskarp och det krävs hårt arbete för att bibehålla och utveckla våra marknadsandelar. Trots detta utvecklades Fazers försäljning positivt och det operativa resultatet förbättrades under 2017.

Vi lever i en värld som förändras i allt snabbare takt. Den konstanta utvecklingen utmanar livsmedelsindustrin att leta efter nya lösningar för att tillgodose nya behov på marknaden och hos konsumenterna. Liksom världen runtomkring, så förändras även Fazer. Vi vill skapa nya produkter och tjänster tillsammans med våra samarbetspartner för att kunna erbjuda de senaste och mest tillfredsställande matupplevelserna.



I juni presenterade vi vår strategi för 2018–2022 och vår nya mission och vision. Fazers nya mission är Mat med mening. Vår vision är att skapa glädje och välmående med meningsfulla matupplevelser.

I vår strategi för de kommande åren fokuserar vi på att skapa värde genom vårt utbud, tillväxt, effektiv verksamhet och strukturella förbättringar. Året som gått har verkligen gett ett bra utgångsläge för våra möjligheter att växa. I mars grundade vi ett nytt affärsområde, Fazer Lifestyle Foods (FLF), med fokus på mjölkfria mejeriprodukter baserade på spannmål, vegetabiliska måltider och on-the-go-mat och -drycker. Vi köpte också Bioferme, ett finländskt företag specialiserat på fermenterade havreprodukter. I november köpte vi det ledande nordiska smoothievarumärket Froosh. Vi grundade också en ny affärsenhet, Fazer Retail, som ska stärka vår verksamhet för direktförsäljning till konsument.”

Fazer fortsatte att förbättra sitt resultat och implementera sin strategi under 2017

Koncernens omsättning och rörelsevinst ökade från föregående år. I mars 2017 gjorde Fazer en ändring i företagets operativa struktur genom att bilda det nya affärsområdet, Fazer Lifestyle Foods, som fokuserar på mjölkfria mejeriprodukter baserad på spannmål, vegetabiliska måltider och on-the-go-mat och -dryck. I anknytning till det nyetablerade affärsområdet gjordes två förvärv under 2017 – förvärvet av Bioferme, ett finländskt företag specialiserat på fermenterade havreprodukter, och förvärvet av det ledande nordiska smoothievarumärket Froosh. Därtill inkluderades Fazer Kvarn i affärsområdet Fazer Lifestyle Foods. Fokuseringen på att höja effektiviteten fortsatte med satsningar inom flera områden. Arbetssäkerheten och utvecklingen av säkerhetskulturen var ett fortsatt viktigt tema under 2017 med positiva resultat.

År 2017 började Fazer tillämpa de internationella finansiella rapporteringsstandarderna IFRS (International Financial Reporting Standards) i sitt koncernbokslut. Därtill omräknades jämförbara siffror för 2016 enligt IFRS.

Marknad, affärsmiljö och försäljning

Under 2017 utvecklades det ekonomiska läget positivt på många av Fazers viktigaste marknader: ekonomin i Finland, Norge och Ryssland stärktes och ekonomin i Sverige fortsatte att växa. Den största utländska valutakurseffekten för Fazer härstammar från rubeln, som stärktes med i genomsnitt 11 procent mot euron och stödde Fazers ekonomiska resultat 2017.

Den totala bagerimarknaden minskade något på huvudmarknaderna under 2017, och handelsns egna varumärken ökade sin andel av försäljningen. Trots det krävande marknadsläget lyckades Fazer Bageri öka sin försäljning till 614,4 miljoner euro, (2016: 602,4) och implementera värdeskapande åtgärder med framgång, för att förbättra sin operativa effektivitet och lönsamhet.



Hälsotrenden fortsatte och stärkte försäljningen av välmåendeeerbjudandet, och hantverksbakat bröd var fortsatt lika populärt. I Finland backades en god resultatutveckling upp av det starka sortimentet med en lämplig försäljningsmix och framgångsrika nyheter. Dessutom fortsatte shop-in-shop-verksamheten att prestera ett utmärkt resultat. Verksamheten i Sverige å andra sidan drabbades av marknadsnedgången och konkurrensen från handelns egna varumärken. I Ryssland genomfördes framgångsrika produktlanseringar och operativa förbättringar. Bageriverksamheten i Baltikum förbättrade sitt sortiment med framgångsrika nya produktlanseringar och prispositionering. Hantverksbakat bröd var fortsatt populärt bland konsumenterna och bageributikerna ökade sin försäljning.

För Fazer Konfektyr var 2017 ett utmärkt år: den jämförbara omsättningen ökade till 331,2 miljoner euro (2016: 313,4 exklusive punktskatt på 24,0 miljoner euro) med stöd av framgångsrika produktlanseringar, nyheter och kampanjer. Marknadsvolymen för konfektyr ökade, och även kexmarknaden växte något med Domino, Jaffa och Fasupala som presterade bättre än väntat. I Finland var konkurrensen inom chokladkakor hård, men Fazer lyckades försvara denna kärnmarknad. Varumärket Karl Fazer utsågs till det mest omtyckta varumärket i Finland. Fazer Konfektyr ökade sin marknadsandel i Sverige.

Fazer Food Services är det ledande måltidstjänstföretaget i Norden med cirka 1 200 restauranger i Finland, Sverige, Norge och Danmark som serverar utsökta och hälsosamma måltider till hundratusentals människor varje dag. Fazer Food Services erbjuder tjänster för specifika sektorer inom tre kluster– Business, Concession och Offentlig sektor. Fazer Food Services behöll en stark marknadsställning år 2017, trots ökande konkurrens särskilt inom den offentliga sektorn. Omsättningen uppgick till 607,7 miljoner euro (600,7). Effekten av nettoförändringen av portföljen var något negativ, men den jämförbara försäljningen ökade särskilt i Finland. Kundnöjdheten (NPS) steg under 2017. Fazer Food Services inledde en varumärkesförnyelse som fortsätter under 2018, med målet att uppdatera varumärket Amica och bygga upp det nya restaurangvarumärket Fazer Food & Co.

Fazer Lifestyle Foods är det nya affärsområdet som bildades i mars 2017 genom förvärvet av havreexperten Bioferme och dess populära varumärke Yosa. Fazer Lifestyle Foods sortiment består av växtbaserade måltider och drycker, mjölkfria produkter och snacks. Smoothievarumärket Froosh, som förvärvades i november, fungerar som en plattform för Fazer Lifestyle Foods sortiment av hälsosamma och hållbara fruktbaserade produkter. Utöver sin starka ställning i Norden exporterar Froosh till flera länder i Europa. Fazer Kvarn, som ingår i Fazer Lifestyle Foods, tillverkar havrebaserade frukostprodukter som gröt, müsli och flingor, utöver traditionella kvarnprodukter. Fazer Kvarn tillverkar också havrederivat som betaglukan och havreprotein för livsmedelsindustrin samt havreolja och -fiber för kosmetika- och läkemedelsindustrin. Omsättningen för det nya affärsområdet uppgick till 99,4 miljoner euro under det första



verksamhetsåret. I beloppet ingår Fazer Kvarns försäljning och Biofermes och Froosh försäljning efter förvärven.

År 2017 låg Fazer Cafés omsättning på samma nivå som året innan och uppgick till 21,9 miljoner euro (22,0) trots den ständigt hårdnande konkurrensen. Två nya caféer öppnades, ett i Sanomahuset i Helsingfors och ett i Ainoa i Hagalund i Esbo. Fazer Cafés kundnöjdhet förbättrades ytterligare jämfört med den höga nivån året innan.

Besökscentret Fazer Experience, som öppnade 2016, då Fazer firade 125-årsjubileum, hade över 187 000 besökare under 2017. Besökarna gav centret ett gott betyg (kundnöjdhetsindex).

Finansiellt resultat, kassaflöde och finansiell ställning

Fazers rapporterade omsättning ökade med 2 procent från föregående år och uppgick till 1 641,6 miljoner euro (1 603,1). Om punktskatten, som slopades i början av 2017, exkluderas från siffrorna för 2016 ökade den jämförbara omsättningen med nästan 4 procent. De stärkta utländska valutakurserna ökade omsättningen med 14,4 miljoner euro och de förvärvade och avyttrade affärsverksamheterna med 25,8 miljoner euro (netto).

Koncernens rörelsevinst steg till 92,1 miljoner euro (90,1). Rörelsevinsten omfattar engångskostnader för omstruktureringar och avskrivningar (netto) på 3,5 miljoner euro (0,6). Räkenskapsperiodens vinst var 72,1 miljoner euro (70,5). Den förbättrade lönsamheten härstammar huvudsakligen från Fazer Bageri och Fazer Konfektyr.

Affärsverksamhetens kassaflöde var 149,6 miljoner euro (146,6) och bruttoinvesteringarna uppgick till 108,0 miljoner euro (104,6). Till de viktigaste investeringarna hörde förvärven av Bioferme och Froosh samt investeringar i ny produktionsutrustning och uppgraderingar av existerande maskiner inom bageri- och konfektyrverksamheterna. Koncernens finansiella ställning var fortsatt stark. De räntebärande nettoskulderna uppgick till 79,0 miljoner euro (57,3). Koncernens soliditet ökade till 55,1 procent (54,2 procent).

Nyckeltal	2017	2016
Omsättning, mn €	1 641,6	1 603,1
Rörelsevinst, mn €	92,1	90,1
– andel av omsättningen, %	5,6	5,6
Avkastning på eget kapital, %	13,3	14,1
Soliditet, %	55,1	54,2
Nettoskuldsättningsgrad, %	14,2	10,8



Personal

Vid utgången av året hade Fazer 15 478 anställda (15 533). Av dessa var 68 (143) anställda i moderbolaget.

Personal	2017	2016
Antal anställda, 31/12	15 478	15 533
Antal anställda, heltidsekvivalenter i genomsnitt	13 198	13 287
Löner och arvoden, mn €	433,3	422,2

Implementering av strategin

Utöver att bilda det nya affärsområdet Fazer Lifestyle Foods, där tillhörande förvärv och affärsutveckling, genomförde Fazer flera initiativ för att implementera sin strategi. I strategin ingår initiativ för att skapa mervärde i koncernens övriga affärsområden och koncernfunktioner samt planer och verktyg för tillväxt och geografisk expansion.

En separat Fazer Retail affärsenhet bildades i början av 2018, för att stärka Fazers verksamhet för direktförsäljning till konsumenter. Den nya affärsenheten kombinerar Gateau-bageributikerna i Finland och Sverige samt Fazer Cafés i Finland. Fazer Retail erbjuder högklassigt hantverksbakat bröd, söta och salta delikatesser, choklad samt varma och kalla drycker till kunder i caféerna och bageributikerna.

Kvalitet, arbetshälsa, arbetssäkerhet och miljö

Under 2017 fortsatte Fazer att utveckla och förbättra kvaliteten, arbetshälsan, arbetssäkerheten och miljöansvaret (QEHS), genom både interna program och tredjepartscertifieringar av ledningssystemen. Den nya QEHS-policyn kommunicerades brett och gemensamma QEHS-åtgärder implementerades inom alla Fazers verksamheter.

Fazer implementerade nya kommunikationssätt och ledarskapsaktiviteter för att förbättra arbetshälsan och -säkerheten. Ledningens safety walks, säkerhetsutvärderingar, säkerhetsåtaganden och andra säkerhetsåtgärder har blivit en del av den dagliga verksamheten. Olycksfrekvensen sjönk med 6 procent från 2016.

Fazer fortsatte att förbättra sin kvalitets- och livsmedelssäkerhetsledning på många sätt. Exempel på detta är att Fazer implementerade nya digitala QEHS-lösningar, fortsatte programmet vars mål är att certifiera alla produktionsanläggningar enligt ett globalt livsmedelssäkerhetssystem och utvecklade kontrollen av allergener.



Fazer fortsatte också att förbättra hanteringen av miljöeffekterna. Återvinningen av avfall och biprodukter och certifieringen av energihanteringen utvecklades. I Finland anslöt sig Fazer Konfektyr, Fazer Bageri och Fazer Kvarn till ett nytt nationellt energieffektivitetsavtal med mål som sträcker sig fram till 2025.

Företagsansvar

Under 2017 gjorde Fazer framsteg i sitt systematiska arbete med att nå företagsansvarsmålen. Till höjdpunkterna hör att Fazer uppnådde målet med 100 % ansvarsfull kakao, fastställde målet att använda 100 % hållbart spannmål senast 2025 i Finland och Sverige samt en högre andel grönsaker i restaurangernas utbud. Fazers anseende var fortsatt på en utmärkt nivå på företagets huvudmarknader, arbetet med de mänskliga rättigheterna fortsatte och en plan för vattenhushållning började utarbetas.

Forskning och utveckling

Fazer fortsatte att genomföra programmet Fazer Brainhow under 2017. Programmet fokuserar på sambandet mellan mat och kognitiva färdigheter. Två kliniska studier inleddes. FlaSeCo-studien fokuserar på hur kakaoflavanoler påverkar den kognitiva förmågan hos äldre personer och på biomarkörer för hälsoeffekter. Studien genomförs i samarbete med Gery (förening för gerontologisk näringsforskning i Finland). En annan klinisk studie med namnet BRAVE genomförs i samarbete med Nokia Technologies och Nightingale Health. BRAVE-studien undersöker effekterna av hjärnvänlig mat på kognitiva funktioner, fysiologi och biomarkörer i blodet. Resultaten av båda studierna kommer att bli klara 2018.

Utvecklingen av tekniker för magvänliga matlösningar fortsatte. År 2017 låg fokus på att utveckla ett eget förbättringsmedel för magvänliga bageriprodukter. Samarbetet med Helsingfors universitet och Aalto-universitetet fortsatte, med fem pågående magister- eller diplomarbeten.

Kostnaderna för forskning och utveckling uppgick till 9,9 miljoner euro (9,0).

Utsikter för 2018

BNP-tillväxten på de flesta av Fazers huvudmarknader förväntas ligga på ungefär samma nivå som år 2017. Konkurrensläget förväntas dock fortsatt vara utmanande för Fazers samtliga affärsverksamheter.

Fazer fokuserar på lönsam tillväxt, för att nå de långsiktiga försäljnings- och lönsamhetsmålen i linje med sin strategi att skapa mervärde. Fazer fortsätter målmedvetet att driva organisk tillväxt inom de etablerade affärsverksamheterna och produktkategorierna. Därtill fortgår det aktiva arbetet, med målet att stöda tillväxten och internationaliseringen, genom företagsförvärv.



Fazers omsättning förväntas öka år 2018, men beror på valutakursutvecklingen. Fazer fortsätter också arbetet med att stärka sin konkurrenskraft. Arbetet drivs genom etablerade program för värdeskapande och genom att ständigt utveckla företagets organisatoriska och strukturella effektivitet.

Ytterligare information

Jouni Grönroos, ekonomidirektör och vice verkställande direktör, Fazer-koncernen, jouni.gronroos@fazer.com, tel. +358 40 504 5125

Ulrika Romantschuk, EVP, kommunikation och varumärkesledning, Fazer-koncernen, ulrika.romantschuk@fazer.com, tel. +358 40 566 4246

Fazers medietelefon är öppen vardagar kl. 8.00–16.00, tfn +358 40 668 2998

Intervjuförfrågningar: Taina Lampela-Helin, Kommunikation, Fazer-koncernen, tfn +358 40 668 2998

Fazer-koncernen

Fazer är ett internationellt familjeägt företag som erbjuder bageri-, konfektyr-, kex- och spannmålsprodukter, mjölkfria produkter, vegetabiliska måltider och on-the-go-mat och -drycker samt måltids- och café-tjänster av hög kvalitet. Fazers mission är Mat med mening. Koncernen har verksamhet i åtta länder och exporterar till cirka 40 länder. Fazers framgång har sedan etableringen 1891 grundats på bästa kvalitet i produkter och tjänster, populära varumärken, engagerade och kunniga medarbetare samt företagets ansvarsfulla sätt att arbeta. Fazer-koncernens omsättning 2017 uppgick till 1,6 miljarder euro och antalet anställda till närmare 15 000. Fazers verksamhet följer etiska principer som baserar sig på koncernens värderingar och FN:s Global Compact.

Vi skapar smakupplevelser