



Mediatiedote
Julkaisuvapaa
13.3.2018

Vuonna 2017 Fazer teki hyvän tuloksen ja jatkoi kehittymistä moderniksi ja vastuulliseksi ruoka-alan yritykseksi

Vuoden 2017 tulos

- Liikevaihto kasvoi 2 % edellisestä vuodesta ja oli 1 641,6 M€ (2016: 1 603,1).
- Vertailukelpoinen liikevaihto kasvoi lähes 4 %, jos vuoden 2016 luvuista vähennetään vuoden 2017 alussa poistuneen makeisveron osuus.
- Konsernin liikevoitto nousi 92,1 miljoonaan euroon (90,1).
- Liiketoiminnan kassavirta oli 149,6 M€ (146,6) ja bruttoinvestoinnit olivat 108,0 M€ (104,6).
- Fazer päivitti strategiansa ja perusti uuden Fazer Lifestyle Foods -liiketoiminta-alueen

Näkymät vuodelle 2018

Fazerin liikevaihdon odotetaan kasvavan vuonna 2018 valuuttakurssien kehityksestä riippuen. Fazer jatkaa myös kilpailukykyä vahvistamista. Tätä työtä ohjaavat käynnissä olevat arvonluontiohjelmat ja siihen tähtää myös yrityksen organisaation ja rakenteen jatkuva kehittäminen.

Konsernijohtaja Christoph Vitzthum:

"Vuonna 2017 taloustilanne alkoi kohentua monilla Fazerin päämarkkinoilla: Suomen, Norjan ja Venäjän taloudet vahvistuivat, ja Ruotsin talous kasvoi edelleen. Kilpailu on kuitenkin ankaraa, ja saavutettujen markkinaosuuksien säilyttäminen ja kehittäminen edellyttävät kovaa työtä. Tästä huolimatta Fazerin myynti kehittyi positiivisesti ja konsernin liikevoitto nousi vuonna 2017.

Elämme yhä nopeammin muuttuvassa maailmassa. Jatkuva muutos haastaa elintarviketeollisuuden etsimään aktiivisesti uusia ratkaisuja, joilla vastata markkinoiden ja kuluttajien uudentuneisiin tarpeisiin. Ympäröivän maailman tavoin myös Fazer muuttuu jatkuvasti. Haluamme luoda yhdessä kumppanimme kanssa uusia tuotteita ja palveluja, jotta voimme tarjota ihmisille tuoreita ja nautinnollisia ruokakokemuksia.

Kesäkuussa esittelimme strategiaamme vuosiksi 2018–2022 sekä uuden missiomme ja visiomme. Fazerin uusi missio on "Ruokaa, jolla on merkitys". Visiomme on luoda iloa ja hyvinvointia merkityksellisillä ruokakokemuksilla.



Tulevien vuosien strategiassamme keskitymme luomaan arvoa valikoiman, kasvun, jatkuvan toiminnan laadun parantamisen ja rakenteellisten uudistusten avulla. Tämä on todellakin ollut hyvä alku kasvupolullemme. Maaliskuussa perustimme uuden liiketoiminta-alueen, Fazer Lifestyle Foodsin, joka keskittyy maidottomiin viljatuotteisiin, kasvipohjaisiin aterioihin sekä mukaan otettaviin ruokiin ja juomiin. Ostimme myös Biofermen, suomalaisen yhtiön, joka on erikoistunut hapatettuihin kauratuotteisiin. Marraskuussa ostimme Pohjoismaiden johtavan smoothie-brändin, Frooshin. Perustimme myös uuden liiketoimintayksikön, Fazer Retailin, joka tulee vahvistamaan kuluttajaliiketoimintaamme.”

Fazer jatkoi operatiivisen tuloksensa parantamista ja strategiansa toteuttamista vuonna 2017

Fazer jatkoi operatiivisen tuloksensa parantamista ja strategiansa toteuttamista vuonna 2017. Konsernin liikevaihto ja liikevoitto kasvoivat edellisvuodesta. Maaliskuussa 2017 konsernin liiketoiminnalliseen rakenteeseen tehtiin muutos luomalla uusi liiketoiminta-alue, Fazer Lifestyle Foods, joka keskittyy maidottomiin viljatuotteisiin, kasvipohjaisiin aterioihin ja mukaan otettaviin välipalatuotteisiin ja juomiin. Vuoden 2017 aikana tehtiin kaksi yritysostoa, jotka liittyvät uuteen liiketoiminta-alueeseen: Fazer osti suomalaisen Bioferme Oy:n, joka on erikoistunut hapattamalla valmistettuihin kauratuotteisiin, ja Pohjoismaiden johtavan smoothiebrändi Frooshin. Lisäksi Fazer Mylly liitettiin Fazer Lifestyle Foods -liiketoiminta-alueeseen. Tehokkuuden parantamista jatkettiin monella saralla. Työturvallisuus ja turvallisuuskulttuurin kehittäminen olivat yhä tärkeitä teemoja vuoden 2017 aikana, ja työ tuotti positiivisia tuloksia.

Vuonna 2017 Fazer otti konsernitilinpäätöksessään käyttöön kansainväliset tilinpäätöskäytännöt (International Financial Reporting Standards, IFRS). Myös vuoden 2016 vertailutiedot muokattiin IFRS:n mukaisiksi.

Markkinat, liiketoimintaympäristö ja myynti

Vuonna 2017 monien Fazerin avainmarkkinoiden talous kääntyi parempaan suuntaan: Suomen, Norjan ja Venäjän talous vahvistui ja Ruotsin talous jatkoi kasvuaan. Valuuttakurssimuutoksista ruplan vaikutus oli suurin. Rupla vahvistui suhteessa euroon keskimäärin 11 %, mikä vahvisti Fazerin liikevaihtoa ja tulosta.

Leipomomarkkina kutistui kokonaisuudessaan hieman Fazerin päämarkkinoilla vuoden 2017 aikana ja kaupan omien merkkien osuus kasvoi. Haastavasta markkinatilanteesta huolimatta Fazer Leipomot pystyi kasvattamaan myyntiään 614,4 miljoonaan euroon (2016: 602,4) ja toteuttamaan onnistuneesti arvonluontiin tähtääviä toimenpiteitä toiminnallisen tehokkuuden ja kannattavuuden parantamiseksi. Terveystrendi jatkui ja edisti hyvinvointia tukevan tarjooman myyntiä, ja artesaanileivän suosio pysyi vahvana. Suomessa



hyvää tulosta tuki hyvä tuotevalikoima, vahvojen tuotteiden menestys sekä kiinnostavat uutuustuotteet. Myös myymäläleipomoliiketoiminnan menestys jatkui. Ruotsi puolestaan kärsi markkinan pienenemisestä ja kilpailusta kaupan omien merkkien kanssa. Venäjällä toteutettiin menestyneitä tuotelanseerauksia ja toimintaa tehostettiin edelleen. Baltian maissa leipomotoiminnan tuoteportfolio kehittyi onnistuneiden tuotelanseerauksien ja hintapositionnin ansiosta. Artesaanileipä houkutteli kuluttajia edelleen ja leipomomyymälöiden myynti kasvoi.

2017 oli erinomainen vuosi Fazer Makeisille: vertailukelpoinen liikevaihto kasvoi 331,2 miljoonaan euroon (2016: 313,4 ilman 24,0 M€:n makeisveroa) onnistuneiden tuotelanseerauksien, uutuuksien ja kampanjoiden tukemana. Makeismarkkinan volyymi kasvoi ja myös keksimarkkina kasvoi jonkin verran. Domino, Jaffa ja Fasupala -brändien tulos ylitti odotukset. Suomessa kilpailu suklaalevyissä oli kovaa, mutta Fazer onnistui puolustamaan asemaansa ydinmarkkinallaan. Karl Fazer -brändi äänestettiin Suomen arvostetuimmaksi brändiksi. Fazer Makeisten markkinaosuus kasvoi Ruotsissa.

Fazer Food Services on Pohjoismaiden johtava ruoka-alan yritys. Sillä on noin 1 200 ravintolaa Suomessa, Ruotsissa, Norjassa ja Tanskassa ja ne tarjoavat herkullisia ja ravitsemuksellisesti tasapainoisia aterioita sadoille tuhansille ruokailijoille päivittäin. Fazer Food Services tarjoaa ruokapalveluja yksittäisille asiakasyrityksille ja niiden henkilökunnalle, yrityspuistojen, yliopistojen ja muiden vastaavien avointen ympäristöjen toimijoille sekä julkishallinnolle ja sen henkilöstölle. Vuonna 2017 Fazer Food Services säilytti vahvan markkina-asemansa etenkin julkishallinnossa kasvaneesta kilpailusta huolimatta ja liiketoiminta-alueen liikevaihto oli 607,7 M€ (600,7). Asiakasportfolion nettomuutos oli lievästi negatiivinen, mutta vertailukelpoinen myynti kasvoi erityisesti Suomessa. Myös asiakastyytyväisyys (NPS) parani. Brändiuudistus, jossa Amica-brändiä päivitetään ja uutta Fazer Food & Co -ravintolabrändiä rakennetaan, alkoi vuonna 2017 ja se jatkuu vuonna 2018. Fazer Food Services jatkaa kasvisten ja kasvipohjaisen ruuan kulutuksen edistämistä ravintola-asiakkaiden hyvinvoinnin parantamiseksi ja ruoantuotannon ympäristövaikutusten vähentämiseksi.

Fazer Lifestyle Foods liiketoiminta-alue perustettiin maaliskuussa 2017 kauraan erikoistuneen Biofermen ja sen suosituksen Yosa-brändin oston myötä. Sen tuotetarjooma koostuu kasvipohjaisista aterioista ja juomista, maidottomista tuotteista ja välipalatuotteista. Marraskuussa ostettu smoothiebrändi Froosh toimii Fazer Lifestyle Foodsin terveellisten ja vastuullisten hedelmäpohjaisten tuotteiden perustana. Frooshilla on vahva asema Pohjoismaissa ja vientiä useisiin Euroopan maihin. Fazer Mylly, joka myös on osa uutta liiketoiminta-alueetta, valmistaa perinteisten myllytuotteiden lisäksi kaurapohjaisia aamiaistuotteita kuten puuroja, myslä ja muroja. Se valmistaa myös kaurajohdannaisia, kuten betaglukaania ja kauraproteiinia elintarviketeollisuudelle sekä kauraöljyä ja kaurakuitua kosmetiikka- ja



lääketeollisuudelle. Liiketoiminta-alueen liikevaihto oli 99,4 M€ ensimmäisen toimintavuotensa aikana, sisältäen Fazer Myllyn liikevaihdon lisäksi Biofermen ja Frooshin liikevaihdon ostohetkestä alkaen.

Fazer Cafésin liikevaihto pysyi edellisvuoden tasolla ja oli 21,9 M€ (22,0) jatkuvasti kiristyvistä kilpailusta huolimatta. Kaksi uutta kahvilaa avattiin, toinen Sanomataloon Helsingissä ja toinen Tapiolan Ainoaan Espoossa. Fazer Cafésin asiakastytyväisyys parani entisestään edellisen vuoden korkeasta tasosta.

Vuonna 2016 Fazerin 125-vuotisjuhlan kunniaksi avatussa Fazer Experience -vierailukeskuksessa kävi vuoden 2017 aikana yli 187 000 ihmistä. Kävijöiden asiakastytyväisyys oli korkea.

Taloudellinen tulos, kassavirta ja taloudellinen asema

Fazerin liikevaihto kasvoi 2 % edellisestä vuodesta ja oli 1 641,6 M€ (1 603,1). Jos vuoden 2016 luvuista vähennetään vuoden 2017 alussa poistuneen makeisveron osuus, vertailukelpoinen liikevaihto kasvoi lähes 4 %. Vahvistuneet valuuttakurssit kasvattivat liikevaihtoa 14,4 miljoonalla eurolla ja ostettu ja myyty liiketoiminta 25,8 miljoonalla eurolla (netto).

Konsernin liikevoitto nousi 92,1 miljoonaan euroon (90,1). Liikevoitto sisältää 3,5 M€ (0,6) kertaluontoisia uudelleenjärjestelykuluja ja alaskirjauksia (netto). Tilikauden voitto oli 72,1 M€ (70,5). Eniten tulostaan paransivat Fazer Leipomot ja Fazer Makeiset.

Liiketoiminnan kassavirta oli 149,6 M€ (146,6) ja bruttoinvestoinnit 108,0 M€ (104,6). Merkittävimpiin investointeihin kuuluivat Biofermen ja Frooshin hankinta sekä investoinnit uusiin tuotantolaitteisiin ja olemassa olevien koneiden ja laitteiden uudistamiseen leipomo- ja makeisliiketoiminnassa. Konsernin taloudellinen asema säilyi vahvana. Korolliset nettovelat olivat 79,0 M€ (57,3). Konsernin omavaraisuusaste parani ja oli 55,1% (54,2%).

Avainluvut	2017	2016
Liikevaihto, M€	1 641,6	1 603,1
Liikevoitto, M€	92,1	90,1
– osuus liikevaihdosta, %	5,6	5,6
Oman pääoman tuotto, %	13,3	14,1
Omavaraisuus, %	55,1	54,2
Nettovelkaisuusaste, %	14,2	10,8

Henkilöstö

Vuoden lopussa Fazer-konsernissa oli 15 478 työntekijää (15 533), joista 68 (143) henkeä oli konsernin emoyhtiön palveluksessa.



Henkilöstö	2017	2016
Henkilöstön määrä 31.12.	15 478	15 533
Henkilöstö keskimäärin vuoden aikana	13 198	13 287
Palkat ja palkkiot, M€	433,3	422,2

Strategian toteuttaminen

Fazer Lifestyle Foodsin perustamisen ja siihen liittyvien yritysostojen ja liiketoiminnan kehittämisen lisäksi Fazer toteutti monia muitakin toimenpiteitä strategiansa toteuttamiseksi. Näitä olivat arvonaluontiin tähtäävät kehityshankkeet muissa liiketoiminta-alueissa ja konsernifunktioissa sekä kasvun ja maantieteellisen laajentumisen mahdollistavien keinojen suunnittelu ja kehittäminen.

Erillinen Fazer Retail -niminen liiketoimintayksikkö perustettiin vuoden 2018 alussa vahvistamaan Fazerin suoraa kuluttajaliiketoimintaa. Uuteen liiketoimintayksikköön kuuluvat Gateau-leipomomyymälät Suomessa ja Ruotsissa sekä Fazer Cafét Suomessa. Fazer Retail tarjoaa kahviloiden ja leipomomyymälöiden asiakkaille laadukasta käsin leivottua leipää, makeita ja suolaisia leivonnaisia, suklaata sekä kuumia ja kylmiä juomia.

Laatu, työterveys, työturvallisuus ja ympäristö

Vuoden 2017 aikana Fazer jatkoi laatuun, työterveyteen, työturvallisuuteen ja ympäristöön liittyvien vastuullisuusasioiden kehittämistä ja parantamista sekä sisäisten ohjelmien ja kolmansien osapuolien sertifikaattien käyttöönottoa. Uudesta QEHS-politiikasta tiedotettiin laajalti ja sen mukaisia toimenpiteitä otettiin käyttöön eri puolilla Fazeria.

Uusia viestintäkeinoja ja johtamistoimenpiteitä otettiin käyttöön työterveyden ja -turvallisuuden parantamiseksi. Johdon turvallisuuskävelyt, -katsaukset, -sitoumukset ja muut turvallisuustoimenpiteet muotoutuivat osaksi päivittäistä työtä. Tapaturmataajuus väheni 6 % edellisvuodesta.

Fazer jatkoi myös laadun ja elintarviketurvallisuuden kehittämistä monin tavoin. Esimerkiksi uusia digitaalisia QEHS-ratkaisuja otettiin käyttöön, ohjelmaa kaikkien tuotantolaitosten sertifioimiseksi globaaliin elintarviketurvallisuusjärjestelmään jatkettiin ja allergeenien hallintaa kehitettiin.

Fazer kehitti myös ympäristöasioiden hallintaa: jätteen ja sivutuotteiden kierrätyksestä ja energiahallintasertifiointia kehitettiin ja Suomessa Fazer Makeiset, Fazer Leipomot ja Fazer Mylly liittyivät uuteen kansalliseen energiatehokkuussopimukseen, jossa on asetettu tavoitteita saavutettavaksi vuoteen 2025 mennessä.



Yritysvastuu

Vuonna 2017 Fazer edistyi systemaattisessa työssään vastuullisuustavoitteiden saavuttamiseksi. Kohokohtia olivat vastuullisen kaakaon osuuden kasvattaminen 100 prosenttiin, 100 % tavoitteen määrittäminen vastuulliselle viljalle Suomessa ja Ruotsissa vuoteen 2025 mennessä, kasvisten osuuden lisääminen ravintolatarjoomassa, Fazerin maineen ylläpitäminen erinomaisella tasolla yhtiön päämarkkinoilla, ihmisoikeustyön jatkaminen ja vesienhoitosuunnitelman kehittämisen aloittaminen.

Tutkimus ja kehitys

Ruuan ja kognitiivisen suorituskyvyn suhteeseen keskittyvän Fazer Brainhow -ohjelman toteuttaminen jatkui ja kaksi uutta kliinistä koetta aloitettiin. FlaSeCo-tutkimus keskittyy kaakaon flavanolien vaikutukseen ikäihmisten kognitiiviseen suorituskyvyn ja terveyden biomarkkereihin. Tutkimus toteutetaan Geryn (Gerontologinen ravitsemus ry) kanssa. BRAVE-nimisen tutkimuksen yhteistyökumppanit ovat Nokia Technologies ja Nightingale Health. BRAVE tutkii ruuan vaikutusta kognitiiviseen suorituskyvyn, fysiologiaan ja veren biomarkkereihin. Molempien tutkimusten tulokset valmistuvat vuoden 2018 aikana.

Vatsaystävällisten ruokaratkaisujen teknologian kehittämistä jatkettiin. Vuonna 2017 painopiste oli oman paranteen kehittämisessä vatsaystävällisille leipomotuotteille. Yhteistyö Helsingin Yliopiston ja Aalto Yliopiston kanssa jatkui, ja niissä kirjoitettiin viittä gradua ja diplomityötä.

Tutkimus- ja kehityskulut olivat 9,9 M€ (9,0).

Näkymät vuodelle 2018

BKT:n kasvun odotetaan pysyvän lähellä vuoden 2017 tasoa Fazerin päämarkkinoilla. Kilpailuympäristön odotetaan kuitenkin jatkuvan kovana kaikissa Fazerin liiketoiminnoissa.

Fazer keskittyy kannattavan kasvun luomiseen arvonluontistrategiansa mukaisten pitkän aikavälin kasvu- ja kannattavuustavoitteiden saavuttamiseksi. Orgaanisen kasvun hakemista jatketaan määrätietoisesti nykyisissä liiketoiminnoissa ja tuotekategorioissa, minkä lisäksi tutkitaan aktiivisesti mahdollisuuksia vahvistaa kasvua ja kansainvälistymistä yritysostojen avulla.

Fazerin liikevaihdon odotetaan kasvavan vuonna 2018 valuuttakurssien kehityksestä riippuen. Fazer jatkaa myös kilpailukykynsä vahvistamista. Tätä työtä ohjaavat käynnissä olevat arvonluontiohjelmat ja siihen tähtää myös yrityksen organisaation ja rakenteen jatkuva kehittäminen.



Lisätietoja:

Jouni Grönroos, talousjohtaja ja varatoimitusjohtaja, Fazer-konserni,
jouni.gronroos@fazer.com, puh.040 504 5125

Ulrika Romantschuk, viestintä- ja brändijohtaja, Fazer-konserni,
ulrika.romantschuk@fazer.com, puh. 040 566 4246

Fazerin mediapuhelin palvelee arkisin klo 8.00–16.00 puh. 040 668 2998

Haastattelupyynnöt: Taina Lampela-Helin, viestintä, Fazer-konserni,
puh. 040 668 2998

Fazer-konserni

Fazer on kansainvälinen perheyritys, joka tarjoaa leipomo-, makeis- ja keksi- ja viljatuotteita, kasvipohjaisia aterioita, maidottomia tuotteita, mukaan otettavaa ruokaa ja juomia sekä ruokailu- ja kahvilapalveluita. Fazerin mission on Ruokaa, jolla on merkitys. Fazerilla on toimintaa kahdeksassa maassa ja vientiä noin 40 maahan. Fazerin menestys on sen perustamisesta lähtien vuonna 1891 perustunut parhaaseen tuotteiden ja palvelun laatuun, rakastettuihin brändeihin, osaaviin ihmisiin ja vastuulliseen toimintatapaan. Fazer-konsernin liikevaihto vuonna 2017 oli 1,6 miljardia euroa ja yrityksessä työskentelee lähes 15 000 henkeä. Fazer noudattaa liiketoiminnassaan eettisiä periaatteita, jotka pohjautuvat yrityksen arvoihin ja YK Global Compactin periaatteisiin.

Kun haluatte hyvää