



FAZER-KONCERNEN JANUARI–DECEMBER 2022: GOD UTVECKLING I EN TURBULENT OMGIVNING

Den finansiella informationen i detta pressmeddelande bygger på Fazer koncernredovisning, som uppförts i enlighet med de internationella redovisningsstandarderna IFRS (International Financial Reporting Standards). Den finansiella informationen i detta meddelande är oreviderad. Bokslutet för 2022 publiceras vecka 12.

I början av mars 2022 meddelade Fazer sina planer på att avsluta all verksamhet i Ryssland. Försäljningen av Fazers affärsverksamhet i Ryssland slutfördes i april 2022. Som ett resultat av detta klassificeras den ryska verksamheten som avvecklad verksamhet 2022 och presenteras som en enda post i den konsoliderade resultaträkningen. Jämförelseperioden har omräknats i enlighet med detta.

Siffrorna inom parentes hänför sig till samma period året innan, om inget annat anges.

JANUARI–DECEMBER 2022 I KORTHET

- Omsättningen ökade med 13 % till 1 122,2 miljoner euro (991,9).
- Jämförbar EBITDA minskade med 10 % till 101,4 miljoner euro (112,4). Jämförbara EBITDA-marginalen låg på 9,0 % (11,3 %). EBITDA ökade med 16 % till 106,3 miljoner euro (91,6).
- Jämförelsestörande poster i EBITDA uppgick till totalt 4,9 miljoner euro (-20,8) och hänförde sig huvudsakligen till försäljningsvinster från avyttring av fastigheter. 2021 var jämförelsestörande poster i EBITDA exceptionellt höga, främst på grund av omvandlingsprogrammen inom Fazer Bageri Sverige och Fazer Lifestyle Foods.
- Den jämförbara rörelsevinsten minskade med 35 % till 34,4 miljoner euro (53,0), vilket utgör 3,1 % av omsättningen (5,3 %). Rörelsevinsten ökade med 29 % till 39,3 miljoner euro (30,6).
- Jämförelsestörande poster i rörelsevinsten uppgick till 4,9 miljoner euro (-22,4).
- Kassaflödet från den löpande verksamheten uppgick totalt 72,7 miljoner euro (77,5).

FAZER-KONCERNENS NYCKELTAL

MEUR, eller såsom anges	1–12/2022	1–12/2021	Förändring
Kvarvarande verksamheter			
Omsättning	1 122,2	991,9	13 %
Jämförbar EBITDA	101,4	112,4	-10 %
Jämförbar EBITDA marginal	9,0 %	11,3 %	
Jämförelsestörande poster i EBITDA	4,9	-20,8	123 %
EBITDA	106,3	91,6	16 %
EBITDA marginal	9,5 %	9,2 %	
Jämförbar rörelsevinst	34,4	53,0	-35 %
Jämförbar rörelsemarginal	3,1 %	5,3 %	
Jämförelsestörande poster i rörelsevinsten	4,9	-22,4	122 %
Rörelsevinst	39,3	30,6	29 %
Rörelsemarginal	3,5 %	3,1 %	
Resultat före skatt	38,2	36,2	6 %
Räkenskapsperiodens resultat, kvarvarande verksamheter	34,2	24,5	40 %
Räkenskapsperiodens resultat, avvecklade verksamheter	-18,0	7,6	-236 %
Räkenskapsperiodens resultat	16,2	32,0	-49 %

Affärsverksamhetens kassaflöde	72,7	77,5	-6 %
Investeringar	59,9	82,1	-27 %
Nettoskulder	78,3	-95,2	-182 %
Skuldsättningsgrad, %	9,9 %	-10,9 %	
Avkastning på eget kapital (ROE), %	1,9 %	3,5 %	
Soliditet, %	65,4 %	68,3 %	
Avkastning på sysselsatt kapital (ROCE), %	4,0 %	3,0 %	
Personal, genomsnitt*	4 990	4 891	2 %
Personal, slutet av perioden*	4 875	4 711	3 %

* Alla personalsiffror visas som antal heltidsekvivalenter (FTE).

FAZERS KONCERNCHEF CHRISTOPH VITZTHUM:

Fazers utveckling under 2022 var god med hänsyn till att marknadsomgivningen kännetecknades av skenande inflation, utmaningar i den globala leveranskedjan samt osäkerhet kring kriget i Ukraina. Under året samarbetade vi nära med alla viktiga intressenter, leverantörer och kunder för att säkerställa leveranssäkerhet, kontinuitet i verksamheten och lönsamhet för vår verksamhet och hela värdekedjan. Fazer-koncernens omsättning ökade med 13 % huvudsakligen på grund av prisökningar och icke-organisk tillväxt från förvärvet av Trensoms Food. Omsättningen ökade inom alla tre affärsområden och utvecklingen var stabil. Vi kunde täcka de största effekterna av kostnadsinflationen genom prisökningar, och trots att ökningarna realiserades med fördröjning lyckades vi försvara vår lönsamhet. Jag vill tacka alla våra medarbetare och intressenter för ett väl utfört arbete under dessa extremt utmanande förhållanden. Jag är mycket uppmuntrad av den smidighet och flexibilitet vår personal har uppvisat och jag är övertygad om att vi kan fortsätta utnyttja de gynnsamma möjligheter som uppstår även under 2023.

Fazers enskilt största händelse år 2022 var beslutet att avsluta all verksamhet i Ryssland och lämna landet. Vi lyckades snabbt sälja det ryska dotterbolaget och var bland de första västerländska företagen att lämna den ryska marknaden. Avyttringen hade stor inverkan på koncernens resultat för 2022, som följaktligen minskade med 49 %. Rysslands invasion av Ukraina utlöste också en energikris av en omfattning som inte skådats på årtionden. Detta skapade problem på framför allt naturgas- och elmarknaderna vilket ledde till att energimarknaderna var extremt volatila och oförutsägbara under hela året. De höga energipriserna och leveransproblemen hade stor inverkan på alla våra verksamheter. Eftersom värmeenergin som används i våra bagerier i Finland och Baltikum kommer huvudsakligen från naturgas, var problemet särskilt utmanande för bageriverksamheten. Vi reagerade snabbt och investerade i oljebaserad reservutrustning för de flesta bagerilinjer för att mildra risken för störningar i energiförsörjningen. Behovet av reservutrustningen var dock minimal under året, och jag är mycket nöjd med att vi kunnat uppfylla alla våra kundåtaganden utan avbrott samt att vår leveransnoggrannhet bibehöll samma höga standard som våra kunder är vana vid.

Trots den mycket utmanande miljön fortsatte vi att utveckla våra verksamheter och investera i företaget. Därmed uppnådde vi många milstolpar under året. Projektet med att bygga en toppmodern konfektyrfabrik i Finland fortsatte, och i maj 2022 tecknade vi ett samarbetsavtal

med staden Lahtis. Om projektet förverkligas är det den största investeringen i företagets och den finska livsmedelsbranschens historia. Inom Fazer Bageri svarade vi på den ökade efterfrågan på havreprodukter genom att utöka vår kapacitet med hjälp av investeringen i en toppmodern havrebrödproduktionslinje på vårt bageri i Vanda, Finland. Inom Fazer Lifestyle Foods slutförde vi förvärvet av Trensoms Food, en svensk tillverkare av växtbaserade drycker, samt investeringen i ökad havrekapacitet i Korja, Finland. Vår xylitolfabrik i Lahtis inledde sin kommersiella verksamhet under året. 2022 öppnade vi 13 nya butiksbagerier i Finland, tre nya butiksbagerier i Estland och startade ett pilotprojekt i Sverige. Inom Fazer Retail öppnades flera Fazer Caféer i Finland samt Gateau-bageributiker i Sverige.

Under året flyttades kundernas oro snabbt från pandemin till invasionen av Ukraina och de snabbt ökande priserna. Hushållen står nu inför ökad ekonomisk press och det finns tydliga tecken på förändringar i konsumentbeteendet på grund av ökad prismedvetenhet. Tack vare investeringarna i vår verksamhet, vår förmåga att reagera på snabba förändringar samt styrkan i våra varumärken anser jag att vi  r väl rustade att hantera förändrade kundbehov och samtidigt visa resiliens under de aktuella utmaningarna. Vi f rventar oss att situationen på marknaden fortsätter att vara utmanande under åtminstone första halvan av 2023. Osäkerheten förblir hög på råvaru- och energimarknaderna och den allmänna visibiliteten  r låg. Under 2023 kommer vi att fortsätta vår fokusera på effektivitet och smidighet utan att försumma våra långsiktiga strategiska prioriteringar.

UTSIKTER FÖR 2023

Marknaderna f rventas fortsätta vara utmanande under åtminstone första halvan av 2023. Osäkerheten på råvaru- och energimarknaderna fortsätter, och priserna på råvaror, förpackningsmaterial och energi f rventas förbli volatila. Samtidigt minskar kundernas köpkraft med ökande priskänslighet som resultat. Visibiliteten  r generellt sett låg och det  r osäkert om överenskomna och planerade ökningar av kundpriserna fullt ut kan absorbera effekterna av den höga kostnadsinflationen. Tack vare styrkan i Fazers varumärke och förmågan att reagera på snabba förändringar är Fazer väl rustat att besvara konsumentbehoven och visa resiliens i en utmanande marknadsomgivning.

F r mer information, vänligen kontakta:

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

Joséphine Mickwitz, Executive Vice President, Kommunikation & Hållbarhet, Fazer-koncernen, josephine.mickwitz@fazer.com, tfn +358 400 784 889

Fazers medietelefon  r öppen m n–fre kl. 8.00–16.00,
tfn +358 40 668 2998, media@fazer.com

Fazer-koncernen

Med fokus på matupplevelser, g r Fazer det möjligt att njuta av dagens bästa stunder. Vår mission, Mat med mening, bygger på vårt unika 130-åriga arv, djupa konsumentinsikter och innovationer för att skapa hållbara matl sningar för framtiden. Med våra ca 5 000 engagerade medarbetare fokuserar vi på konsumentprodukter, vår direkt till konsument-riktade verksamhet i Nordeuropa och export till ytterligare ca 40 olika länder. Vår verksamhet följer Fazers uppförandekod som baserar sig på koncernens värderingar och FN-initiativet Global Compact. Fazer-koncernens oms tning 2022 uppgick till 1,1 miljarder euro.

Northern Magic. Made Real.

UTTRÄDE FRÅN RYSSLAND

I början av mars 2022 meddelade Fazer sina planer på att avsluta all verksamhet i Ryssland. Försäljningen av Fazers affärsverksamhet i Ryssland slutfördes i april 2022. Verksamheten utgjorde en del av Fazer Bageri affärsområdet och inkluderade bagerier i både Sankt Petersburg samt Moskva och sysselsatte ca 2 300 medarbetare. År 2021 uppgick den ryska omsättningen (inklusive exporten) till ca 157 miljoner euro, motsvarande 13 % av koncernens omsättning. Under januari - april 2022 var omsättningen för den ryska verksamheten 65 miljoner euro.

FAZER-KONCERNENS EKONOMISKA UTVECKLING 2022 (KVARVARANDE VERKSAMHETER)

Omsättning och lönsamhet

Koncernens omsättning ökade med 13 % till 1 122,2 miljoner euro (991,9), främst på grund av prisökningar och icke-organisk tillväxt från förvärvet av Trensoms Food. Omsättningen för Fazer Bageri ökade med 6 % och uppgick till 432,9 miljoner euro (408,7), medan Fazer Konfektyrs omsättning ökade med 8 % till totalt 461,4 miljoner euro (429,0). Omsättningen för Fazer Lifestyle Foods ökade med 44 %, där organisk tillväxt representerade 17 %. Omsättningen för Fazer Lifestyle Foods uppgick till 259,8 miljoner euro (180,3).

Omsättning per verksamhet, MEUR	1-12/2022	1-12/2021	Förändring
Fazer Bageri	432,9	408,7	6 %
Fazer Konfektyr	461,4	429,0	8 %
Fazer Lifestyle Foods	259,8	180,3	44 %
Koncernens stödfunktioner	20,1	18,1	11 %
Elimineringar	-51,9	-44,2	18 %
Omsättning, totalt	1 122,2	991,9	13 %

Omsättning per land, MEUR	1-12/2022	1-12/2021	Förändring
Finland	695,7	638,5	9 %
Sverige	268,1	218,6	23 %
Estland	28,0	23,5	19 %
Lettland	18,8	15,5	21 %
Danmark	17,8	13,8	29 %
Litauen	17,3	14,0	23 %
Norge	14,8	15,5	-4 %
Övriga länder	61,7	52,4	18 %
Omsättning, totalt	1 122,2	991,9	13 %

Fazer-koncernens jämförbara EBITDA minskade med 10 % och uppgick till 101,4 miljoner euro (112,4) eller 9,0 % (11,3 %) av omsättningen. Alla verksamheter belastades av stigande priser på råvaror och förpackningsmaterial, ökade kostnader för energi och transport samt löneinflation. EBITDA ökade med 16 % jämfört med året innan och uppgick till 106,3 miljoner euro (91,6) eller 9,5 % (9,2 %) av omsättningen. Jämförelsestörande poster inkluderade i EBITDA uppgick till 4,9 miljoner euro (-20,8), huvudsakligen relaterade till försäljningsvinster av fastigheter. De jämförelsestörande posterna för år 2021 var

exceptionellt höga, främst på grund av implementeringen av den nya verksamhetsmodellen inom Fazer Bageri Sverige och omorganiseringar inom Fazer Lifestyle Foods. Under 2022 minskade koncernens jämförbara rörelsevinst med 35 % och uppgick till 34,4 miljoner euro (53,0), eller 3,1 % (5,3 %) av omsättningen. Koncernens rörelsevinst ökade med 29 % och uppgick till 39,3 miljoner euro (30,6), vilket representerade 3,5 % (3,1 %) av omsättningen.

De finansiella intäkterna och kostnaderna uppgick till -1,1 miljoner euro (5,6). Resultatet före skatt för den kvarvarande verksamheten ökade till 38,2 miljoner euro (36,2), och resultatet för perioden uppgick till totalt 16,2 miljoner euro (32,0). Minskningen beror på avyttringen av Fazers verksamhet i Ryssland.

Kassaflöde och finansiell ställning

Fazer-koncernens kassaflöde från den löpande verksamheten uppgick till 72,7 miljoner euro (77,5). De likvida medlen uppgick till 67,1 miljoner euro (226,5). Minskningen är främst kopplad till förvärvet av Trensoms Food.

Vid utgången av december 2022 uppgick nettoskulden till 78,3 miljoner euro (-95,2). Ökningen beror främst på förvärvet av Trensoms Food. Skuldsättningsgraden var 9,9 % (-10,9 %). Vid utgången av december uppgick koncernens balansräkning till 1 209,9 miljoner euro (1 278,2). Koncernens soliditet uppgick till 65,4 % (68,3 %).

Investeringar

Investeringarna uppgick till 59,9 miljoner euro (82,1). Majoriteten av investeringarna hänförde sig till Fazers mål att bli en ledande aktör inom havre. Fazer investerade i en ny xylitolfabrik i Lahtis, Finland, utökade havrekapaciteten i Korja, Finland samt tog i bruk en ny havrelinje i bageriet i Vanda, Finland. Till de övriga viktiga investeringarna hörde energireservutrustning i bagerierna samt uppgraderingar av befintliga maskiner inom Fazer Bageri och Fazer Konfektyr.

Avskrivningar, amorteringar och nedskrivningar uppgick till 67,0 miljoner euro (61,1).

Personal

Vid utgången av december 2022 hade Fazer 4 875 anställda (4 711). Fazer Bageri sysselsatte 2 254 (2 350), Fazer Konfektyr 1 665 (1 605), Fazer Lifestyle Foods 691 (510) och koncernens stödfunktioner 264 (247) personer. Av koncernens anställda arbetade 70 % i Finland, 18 % i Sverige och 12 % i Baltikum, Fazers tre största marknader.

Fazers beslut att avveckla verksamheten i Ryssland och avyttra dotterbolaget i Ryssland hade stor inverkan på koncernen och dess anställda. Under 2022 fokuserade Fazer på täta dialoger med sina medarbetare samt på att stöda deras välbefinnande.

Fazer vill erbjuda möjligheter till utveckling i en modern, säker och inkluderande kultur. Människor och välbefinnande är en av Fazers fyra hållbarhetsambitioner, med fokus på tre pelare: hälsa och säkerhet, välbefinnande och engagemang samt mångfald och inkludering. Under 2022 gjorde företaget stora framsteg inom flera områden inom ramen för Människor och välbefinnande. Under året implementerade Fazer kompetensutvecklingsprogram inom ledarskap, marknadsföring, FoU, ekonomi, digitalisering och produktion, lanserade Fazers riktlinjer för välmående, definierade fokusområden och utvecklade ett strategiskt ramverk för arbetsgivarvarumärket, definierade mål för mångfald och inkludering samt tog fram en färdplan med fokus på att bland annat skapa medvetenhet inom ämnet.

Anställda per affärsområde	31.12.2022	31.12.2021	Förändring
Fazer Bageri	2 254	2 350	-4 %
Fazer Konfektyr	1 665	1 605	4 %
Fazer Lifestyle Foods	691	510	36 %
Koncernens stödfunktioner	264	247	7 %
Totalt	4 875	4 711	3 %

Anställda per land	31.12.2022	31.12.2021	Förändring
Finland	3 397	3 374	1 %
Sverige	878	766	15 %
Lettland	278	260	7 %
Litauen	213	202	5 %
Estland	78	74	5 %
Danmark	20	24	-17 %
Norge	11	11	0 %
Polen	1	-	100 %
Totalt	4 875	4 711	3 %

Forskning och utveckling

Under 2022 fortsatte Fazer-koncernen sin omfattande forskningsverksamhet och arbetade med att ta fram nya livsmedelslösningar med fortsatt fokus på havre. Det långsiktiga FoU-programmet Fazer Xtech genererade en ny immateriell rättighet för framtida hållbara växtbaserade innovationer. Tarm-hjärna-axeln, kostfiber och växtbaserat protein var i fokus för Fazers näringsforskning. Fazer och Solar Foods fortsatte sitt strategiska samarbete inom projektet Solein2Food. Livsmedelsmyndigheten i Singapore godkände Solein® som ett nytt livsmedel under 2022. Som aktieägare i Solar Foods utvecklar och testar Fazer produkter som innehåller Solein® i kategorier som är relevanta för Fazer.

Under året presenterade Fazer sitt forskningsprojekt som utforskar alternativa källor för kakao och potentialen med cellodling för framtida hållbar produktion av kakaoråvara. Fazer är del av konsortiet CERA-FIM, som samlar flera finska företag och forskningsinstitut för att gemensamt utforska framtida lösningar kring cellodling.

Fazer-koncernens forsknings- och utvecklingskostnader 2022 uppgick till 10,1 miljoner euro (8,7), en tillväxt på 16 % jämfört med föregående år.

AFFÄRSOMRÅDENAS UTVECKLING UNDER 2022

Fazers huvudfokus ligger på marknaderna för bageriprodukter, konfektyr, non-dairy och växtbaserade livsmedel samt spannmålsprodukter genom företagets tre affärsområden: Fazer Bageri, Fazer Konfektyr och Fazer Lifestyle Foods.

Fazer Bageri: God utveckling i en utmanande miljö

Trots den höga inflationen, utmaningar i leveranskedjan och den allmänna osäkerheten, var Fazer Bageris utveckling god under 2022 och omsättningen ökade med 6 % till 432,9 miljoner euro (408,7).

Fazer Bageris enskilt viktigaste händelse 2022, med betydande inverkan på hela koncernen, var avvecklandet av all verksamhet i Ryssland på grund av Rysslands attack mot Ukraina. Verksamheten var en del av Fazer Bageris affärsområde och omfattade bagerier i Sankt Petersburg och Moskva. Avyttringen slutfördes i slutet av april och Fazer var ett av de första västerländska företagen som lämnade den ryska marknaden.

Rysslands invasion mot Ukraina utlöste en energikris av en omfattning som inte skådats på årtionden. Detta ledde till problem på framför allt naturgas- och elmarknaderna. Fazers bagerier i Finland och Baltikum drivs huvudsakligen med naturgas, och därmed investerade Fazer i oljedriven reservutrustning och utarbetade reservplaner för flera bagerilinjer i Finland och Baltikum. Alla bagerier kunde uppfylla alla sina kundåtaganden utan avbrott.

Bagerimarknaden i Finland ökade i värde tack vare prisökningar, samtidigt som volymerna minskade något. Fazer Bageris efterfrågan i Finland var god, och Fazer lyckades bibehålla sin ledande position på marknaden. Under året lanserade Fazer flera nyheter, där bland annat vitt portionsbröd och mörka Reissumies fick ett positivt mottagande. Den svenska bagerimarknadens utveckling påminde om den finska, med ännu starkare tillväxt i värde och liknande minskning av volym. Fazers nya verksamhetsmodell i Fazer Bageri Sverige var framgångsrik och ledde till positiv utveckling. I Sverige växte efterfrågan på brödlimpor och rostat bröd, framför allt tack vare varumärket Skogaholm. Nyheten Havrebröd lanserades framgångsrikt under hösten. Marknaden i Baltikum drabbades särskilt hårt av inflationen, med en inflation som översteg 20 %. Fazer Bageri Baltikum lyckades omförhandla priserna och delvis mildra inverkan av de stora kostnadsökningarna.

Fazer Bageri svarade på den ökade efterfrågan på havreprodukter genom att utöka sin kapacitet med hjälp av en investering i en toppmodern havrebrödproduktionslinje vid bageriet i Vanda, Finland. Under året öppnade Fazer 13 nya butiksbagerier i Finland, vilket gav totalt 131 butiksbagerier i slutet av året. Dessutom öppnade Fazer tre nya butiksbagerier i Estland, vilket gav totalt 13 butiker i slutet av 2022. Ett nytt pilotprojekt med butiksbagerier påbörjade i Sverige.

Vid utgången av december 2022 sysselsatte Fazer Bageri 2 254 (2 350) personer.

Fazer konfektyr: God utveckling

Den finska konfektyrmarknaden ökade i värde tack vare prisökningar. Fazer lyckades stärka sin position inom kex, presentprodukter, säsongprodukter och pastiller. Fazer Konfektyrs omsättning ökade med 8 % till 461,4 miljoner euro (429,0), främst på grund av prisökningar som implementerades under andra halvåret. Efterfrågan var särskilt stor på sortimentet av present- och säsongprodukter tack vare påsk- och julprodukter, lösgodis och kex återhämtade sig främst tack vare glutenfria nyheter och tillväxten var fortsatt stark för stycksaker med Crunchy-serien. Karl Fazer Crunchy Black Edition, som lanserades i augusti, utsågs till årets godis 2022 i Finland. Den ikoniska Karl Fazer-mjolkchokladen firade sitt 100-årsjubileum under året.

Alla Fazer Konfektyrs huvudmarknader växte jämfört med motsvarande period 2021. Travel Retail och Fazer Retail återhämtade sig från de låga COVID-19-nivåerna och omsättningen ökade. Tillväxten inom Fazer Retail hängde också samman med öppnandet av tre Fazer Caféer i Finland och två Gateau-bageributiker i Sverige under 2022.

Fazers projekt att bygga en toppmodern konfektyrfabrik i Finland fortskred under året. Projektet är nu i grundplaneringsfasen och kommer att efterföljas av själva investeringsbeslutet. Som del av denna fas tecknade Fazer ett samarbetsavtal med staden Lahtis i maj 2022, där staden avsätter ett område på 34 hektar i industriområdet Pippo-

Kujala åt Fazer. Nästa fas i planeringsprojektet är att ta fram en modell av fabriksbyggnaden och placeringen av produktionen i fabriken. Målet med den aktuella grundplaneringsfasen är att ta fram en fabriksritning som ska utgöra grund för det potentiella investeringsbeslut som ska fattas under 2023. Om planerna förverkligas skulle verksamheten flyttas från de nuvarande fabrikena i Vanda och Villmanstrand till den nya fabriken stegvis under åren 2025–2027.

Vid utgången av december 2022 sysselsatte Fazer Konfektyr 1 665 (1 605) personer.

Fazer Lifestyle Foods: Stark omsättningsutveckling

Utvecklingen av Fazer Lifestyle Foods fortsatte under hela 2022 i syfte att utnyttja all dess potential gällande effektivitet. 2022 ökade omsättningen med 44 % till 259,8 miljoner euro (180,3), tack vare icke-organisk tillväxt från förvärvet av Trensums Food och en organisk tillväxt på 17 %. Den organiska tillväxten drevs främst av ökade försäljningspriser inom B2B-försäljning från kvarnarna i Finland och Sverige.

Fazer Lifestyle Foods har ett starkt fokus på kärnverksamheten och genomförandet av den växtbaserade strategin. Affärsverksamheten implementerade flera strategiska åtgärder under året. Förvärvet av Trensums Food slutfördes i februari. En investering för att öka havrekapaciteten i Korja slutfördes under sommaren. Fazers xylitolfabrik i Lahtis invigdes under våren och den kommersiella verksamheten startade i slutet av året. I januari 2023 meddelade Fazer att företaget överväger att lägga ner mejeriverksamheten vid sin fabrik i Korja och inledde därmed förändringsförhandlingar. Om planerna förverkligas kommer det i framtiden att tillverkas endast havrebaserade drycker och andra havrebaserade produkter i Korja.

Krister Zackari utsågs till verkställande direktör för Fazer Lifestyle Foods, och tillträdde sin position i juli 2022. För att påskynda lönsam tillväxt finlipade Fazer Lifestyle Foods sin strategi och omdefinierade verksamhetens "must win battles" och viktiga strategiska initiativ i slutet av året. Verksamhetsmodellen utvecklades ytterligare och roller och ansvarsområden förtydligades.

Vid utgången av december 2022 sysselsatte Fazer Lifestyle Foods 691 (510) personer.

KONCERNSTRATEGI 2022

Under 2022 prövade Fazer sin koncernstrategi mot de rådande omständigheterna på grund av de radikala förändringarna av marknadsmiljön och de strukturella förändringarna i verksamheten. Slutsatsen av denna grundliga analys bekräftade att koncernens existerande strategiska vägval och vägkartor förblir oförändrade. Den utmanande marknadsmiljön och kundernas oro krävde dock kortsiktigt fokus och smidiga åtgärder i form av ökat fokus på produktsortiment och priser, säkerställd energitillgång och en genomgång av de geografiska marknaderna. Samtidigt fortsatte Fazer med genomförandet av sin strategi.

Strategisk utveckling 2022

Fazer-koncernen

- För att minska risken för beroende av en enda energikälla och säkerställa energitillgången, uppdaterade Fazer sin energistrategi 2022 och beslöt att investera i solenergi under 2023. Dessutom undersöktes möjligheterna till att bland annat elektrifiera bagerilinjer vid Fazer Bageri Finland.
- Fazer inledde ett projekt som undersöker cellodlingens potential för framtida produktion av hållbar kakao.
- Fazers närvaro på den polska marknaden förstärktes genom etableringen av en ny kommersiell enhet, Fazer Polen.
- Fazer fortsatte att utveckla arbetssätt för att bli branschledande inom lönsamhet genom flera pågående omvandlingsprogram och åtgärder för förbättrad effektivitet.
- Företaget fortsatte att fokusera på Fazers varumärkeslöfte Northern Magic. Made Real. och att stärka konsumentvarumärket Fazer.
- Som ett resultat av Fazers avyttring av verksamheten i Ryssland, förvärvet av Trensums Food och anpassningen av den nya modulen för utsläppsberäkning, omräknades Fazers utgångsvärden för utsläpp och skickades till SBTi för omvalidering. Efter godkännande och omvalidering kvarstår Fazers ambitiösa mål på en 42-procentig minskning till 2030.

Fazer Bageri

- Fazer Bageri svarade på den ökade efterfrågan på havreprodukter genom att utöka sin kapacitet med hjälp av en investering i en toppmodern havrebrödproduktionslinje på bageriet i Vanda, Finland.
- Under året öppnade Fazer 13 nya butiksbagerier i Finland, och tre i Estland. Ett butiksbageri pilotprojekt startades även i Sverige.

Fazer Konfektyr

- I början av året offentliggjorde Fazer sina planer på att investera i en ny konfektyrfabrik i finska Lahtis. Om dessa planer blir verklighet kommer den nya fabriken att ersätta de nuvarande konfektyrfabrikerna i Vanda och Villmanstrand. Om projektet förverkligas är detta den största investeringen i företagets historia.
- Fazer Konfektyr etablerade affärsenheten Kex och Crisps.
- Inom Fazer Retail öppnades flera Fazer Caféer i Finland samt Gateau-bageributiker i Sverige.

Fazer Lifestyle Foods

- Förvärvet av den svenska tillverkaren av växtbaserade drycker Trensums Food slutfördes och verksamheten integrerades till Fazer Lifestyle Foods.
- Fazers investering i ökad havrekapacitet i Korja slutfördes.
- Fazers xylitolfabrik i Lahti inledde sin kommersiella verksamhet.

Hållbarhet

Fazer utvecklar mat som en lösning för en mer hållbar planet och verksamhet samt är medvetna om att sätten att odla, producera och konsumera mat har en avsevärd inverkan på människors välmående, miljön och samhället. Grunden för Fazers hållbarhet fastställs i koncernens ambitiösa hållbarhetsagenda, med fokus på fyra hållbarhetsambitioner: Klimat och cirkularitet, Hållbara produkter och innovationer, Ansvarsfulla inköp samt Människor och välbefinnande.

Inom området Klimat och cirkularitet omräknades Fazers utgångsvärden för utsläpp på grund av de stora förändringarna i verksamheten när Fazer avyttrade affärsverksamheten i Ryssland och förvärvade Trensums Food under året. Som ett resultat omvaliderades Fazers klimatmål samt godkändes av Science Based Targets initiative (SBTi) och målen förblev därmed oförändrade. Som en del av Fazers uppdatering av energiramverket under året, beslutade Fazer att investera i solpaneler 2023. Fazer började också undersöka möjligheterna till elektrifiering av bagerilinjerna vid Fazer Bageri Finland.

Inom Hållbara produkter och innovationer lanserade Fazer flera nya växtbaserade produkter och innovationer. Andelen växtbaserat i sortimentet ökade från 47 % till 48 % (utgångsvärdet för 2020 var 45 %). Under året lanserades Fazers vision för hållbara förpackningar. Visionen består av tre områden: att minska mängden använt förpackningsmaterial, förbättra återvinningsbarheten, förnybarheten och återanvändbarheten samt att utveckla helt nya typer av ekologiska förpackningslösningar genom samarbete med externa partners.

Under 2022 fortsatte Fazer att arbeta aktivt med Ansvarsfulla inköp och flera milstolpar uppnåddes. Under året uppdaterade Fazer sin Kakaovision för att ytterligare säkerställa att kakao anskaffas, produceras och hanteras på ett ansvarsfullt sätt i hela värdekedjan. Visionen omfattar övervakning och tredjepartsverifiering av de ekonomiska, sociala och miljömässiga aspekterna som beskrivs i Fazers kakaostandard. Fazers kakaodlarprogram i Ecuador, Nigeria och Elfenbenskusten har verifierats av SCS Global Services. Detta bekräftade att odlarna upprätthåller goda inköpsrutiner och att odlarprogrammen i alla tre länder bedrivs på ett professionellt sätt. År 2022 var 41 % av vår kakao certifierad, medan 59 % kom från odlarprogrammen.

Under 2022 genomförde Fazer en utvärdering av inverkan på de mänskliga rättigheterna inom de teman som är mest relevanta för Fazers verksamheter. Utvärderingen bekräftade att de globala leveranskedjorna för råvaror, inklusive Fazers egen, innebär stora risker förknippade med barnarbete, modernt slaveri, arbetshälsa och säkerhet samt levnadslöner. För att förhindra risker relaterade till barnarbete, etablerade företaget ett system för övervakning och förebyggande av barnarbete (CLMRS). Systemet är Fazers sätt

att identifiera, hantera, och förebygga barnarbete i leveranskedjan. Fazer fortsatte också aktivt att arbeta med odlare i enlighet med sin Spannmålvision.

Vid utgången av december hade 86 % av Fazers leverantörer, beräknat som andelen av de externa utgifterna, undertecknat koncernens uppdaterade uppförandekod för leverantörer.

Inom området Människor och välbefinnande definierade Fazer sin färdplan för mångfald och inkludering under 2022. Under året startade utbildningar för förpersoner i syfte att skapa medvetenhet, dialog och uppmuntra till rutiner som främjar en inkluderande miljö. Personalundersökningen 2022 visade positiv utveckling med ökade poäng för inkludering.

Mer information om Fazers hållbarhetsarbete finns på Fazergroup.com samt i årsredovisningen och koncernredovisningen för 2022, som publiceras vecka 12.

KONCERNLEDNINGEN OCH ÄNDRINGAR I KONCERNLEDNINGEN

Aaron Barsness utsågs till marknadsföringsdirektör och Executive Vice President inom Fazer-koncernen och medlem i Fazer-koncernens ledningsgrupp den 1 januari 2022. Under året utsågs Krister Zackari till verkställande direktör för Fazer Lifestyle Foods och intog sin nya roll den 1 juli 2022. I december utsågs Lara Saulo (vd, Fazer Bageri) till verkställande direktör för Fazer Konfektyr, eftersom Markus Hellström beslutade sig för att ta en befattning utanför koncernen. Marko Bergholm intar rollen som tf. chef för affärsområdet Fazer Bageri, förutom sin roll som verkställande direktör för Fazer Bageri Finland.

Vid utgången av 2022 bestod koncernens ledningsgrupp av Christoph Vitzthum (verkställande direktör och koncernchef, ordförande), Aaron Barsness (marknadsföringsdirektör, EVP), Jenni Gallagher (EVP, People), Jouni Grönroos (ekonomidirektör och vice verkställande direktör), Markus Hellström (verkställande direktör för Fazer Konfektyr till slutet av december), Sebastian Jägerhorn (EVP, chefsjurist), Joséphine Mickwitz (EVP, kommunikation och hållbarhet), Lara Saulo (verkställande direktör, Fazer Bageri till slutet av december och verkställande direktör, Fazer Konfektyr från januari 2023) och Krister Zackari (verkställande direktör, Fazer Lifestyle Foods).

RISKER OCH OSÄKERHETER I VERKSAMHETEN

Fazer utvärderar och analyserar regelbundet de strategiska, operativa och finansiella riskerna inom ramen för koncernens riskpolicy och vidtar åtgärder för att minimera riskerna.

Pris och tillgång på råvaror och handelsvaror

Lönsam tillväxt är en viktig del av Fazers strategi. Fazer köper stora volymer råvaror och tillgången samt rättvis prissättning av vissa viktiga råvaror är avgörande för en framgångsrik verksamhet. Geopolitisk osäkerhet och andra störningar i leveranskedjan kan leda till plötsliga och betydande tillgänglighetsproblem och ökningar av kostnader för råvaror, förpackningsmaterial, handelsvaror och logistik. Dessa ökningar kan påverka Fazers lönsamhet om Fazer inte lyckas överföra sådana ökningar till produktpriserna utan dröjsmål.

För att ytterligare fördjupa sin förståelse om marknadsutvecklingen för de viktigaste råvarorna förbättrar Fazer kontinuerligt samarbetet med utvalda nuvarande leverantörer och letar efter konkurrenskraftiga alternativa leverantörer för att minska risken. Nya alternativa

leverantörer förbättrar priskonkurrensen, ökar produktionskapaciteten vid behov och kan minska inköpsrisken. Upphandlingen inom Fazer-koncernen strävar efter att proaktivt minska riskerna relaterade till prissättning, kvalitet, kapacitet, tillgång och andra krav samt för att förstå geografiska beroenden. Råvarupriserna säkras enligt godkända policyer. Under 2022 drabbades alla affärsverksamheter av inflationstryck på de viktigaste råvarupriserna, energi och transportkostnaderna. Fazer vidtog åtgärder för att minska de negativa effekterna av detta. Ökningen i insatskostnaderna absorberades dock inte helt, och prishöjningar var oundvikliga.

Anseende och varumärke

Att främja och skydda Fazers anseende och varumärkesbild är avgörande för företagets framgångsrika verksamhet. Fazers framgång är beroende av förmågan att bibehålla och förbättra dess varumärken och utveckla sortimentet med nya produkter som lever upp till konsumenternas förväntningar och krav. Oförmåga att svara på det fortsatta fokuset på konsumenternas välbefinnande, inklusive förändringar i konsumentbeteendet som hänförelse till exempel till huruvida vissa ingredienser anses vara acceptabla, de näringsmässiga förväntningarna på produkterna och hållbarhetsfrågor relaterade till ingredienser, leveranskedjor och förpackningslösningar, kan ha en negativ inverkan på Fazers varumärken.

Dessutom beror Fazers förmåga att bibehålla och förbättra sin varumärkesbild på dess förmåga att förutse förändringar och anpassa sig till en snabbt föränderlig marknadsförings- och mediavärld, inklusive ökad tilltro till etablerade och nya sociala medier och digitala plattformar.

Energi

Fram till 2022 var Ryssland den största exportören av olja och naturgas till Europeiska unionen, och nästan hälften av den gas som förbrukades inom EU kom från Ryssland. Livsmedelsindustrin är energiintensiv, och merparten av värmeenergin drivs med naturgas. Den största enskilda förbrukningen av elenergi sker vid nedkylning.

Under 2022 orsakade energikrisen som utlöstes av Rysslands angrepp på Ukraina problem, särskilt på marknaderna för naturgas och elektricitet. På grund av geopolitiska och ekonomiska problem var energimarknaderna oförutsägbara under året. Fazer investerade i energireservsystem för stora produktionslinjer och tog fram reservplaner för produktionsprocesser med naturgas i Finland och Baltikum för att säkerställa kontinuiteten i verksamheten. För att minska risken med att vara beroende av en enda energikälla och säkerställa energitillgången, uppdaterade Fazer sin energistrategi 2022 och beslöt att investera i solenergi under 2023. Dessutom undersöktes möjligheterna till elektrifiering inom bland annat Fazer Bageri Finland.

Investering i konfektyrfabrik

Fazers strategiska mål är att stärka sin position som Finlands ledande företag inom snabbrikliga konsumentprodukter. Tillväxten påskyndas genom konsumentinriktade innovationer, trendiga kategorier och foodtech. Som en del av implementeringen av sin strategi planerar Fazer nu att investera i en ny konfektyrfabrik av världsklass i Lahtis, Finland. Fabriken ska leva upp till konsumenternas framtida förväntningar, förbättra arbetsförhållandena och öka energieffektiviteten. Om planerna förverkligas kommer den nya fabriken att ersätta de nuvarande konfektyrfabrikerna i Vanda och Villmanstrand. En större försening av investeringsbeslutet och efterföljande byggnadsarbete kan ha en negativ inverkan på Fazers konkurrenskraft i fortsättningen. För att minska risken har Fazer förberett

en detaljerad projektplan, inklusive en riskutvärdering och tydliga mitigeringsplaner. För att mildra riskerna för betydligt högre investeringskostnader än planerat, har satsningar på kostnadseffektivitet och övervakning av löpande besparingsmöjligheter införts. Investeringsbeslutet ska fattas under 2023.

Personal- och kompetensstyrning

Implementeringen av Fazers strategi och strategiska omvandling kräver nya färdigheter och kompetenser. För att säkerställa konkurrenskraft och lönsam tillväxt samt för att effektivisera verksamheten är det viktigt att locka och behålla medarbetare med rätt färdigheter och kompetenser. Det finns en risk för att livsmedelssektorn inte lockar till sig de mest kompetenta medarbetarna. Fazer har gjort mycket bra ifrån sig i personalundersökningar i Finland och har lyckats bra med att locka talanger. I andra länder, till exempel Sverige och Baltikum, sätts starkt fokus på arbetsgivarvarumärket och andra insatser för att göra företaget mer känt som arbetsgivare.

Fazer arbetar kontinuerligt med att identifiera personer med stor potential och viktiga kompetenser för framtida behov. Genom systematisk utveckling och förbättring av ersättningssystem, utbildningsprogram, trainee-program och karriärutvecklingsprogram strävar Fazer efter att säkerställa kontinuitet i tillgången på kompetent personal även i framtiden.

Konsumentefterfrågan, produkter och innovationer

Förändrade konsumentpreferenser, Fazers misslyckande med att utveckla och expandera sin varumärkesportfölj och skapa efterfrågan i växande kategorier utanför Finland, längre innovationscykler än konkurrenterna och en uppfattning om att produkterna är dyra kan leda till minskad efterfrågan på Fazers produkter. Fazer övervakar hela tiden konsumentpreferenserna och trender i nära samarbete med kunder inom detaljhandeln. Fazer söker möjligheter att investera och expandera inom tillväxtkategorier med ständigt fokus på produktportfölj, nyheter och innovationer samt att uppfylla kundernas förväntningar.

Hållbarhet

Hållbarhet är integrerat i Fazer-koncernens och affärsverksamheternas strategier. Företaget har ambitiösa hållbarhetsmål inom områden som minskade utsläpp, matsvinn, hållbara förpackningar och ansvarsfulla inköp. Om Fazer inte uppfyller dessa mål kan det leda till skadat rykte och begränsad tillgång till kostnadseffektivt kapital. För att mildra riskerna har Fazer tydligt definierat och övervakar regelbundet färdplanerna för att säkerställa att de uppsatta målen blir uppfyllda. Om det inträffar några avvikelser från färdplanen måste korrigerande åtgärder vidtas utan dröjsmål.

Ändringar av regleringar och skattebestämmelser

Livsmedelsindustrin är starkt reglerad och står under statligt överinseende. Ett antal lagar och bestämmelser reglerar bland annat livsmedelsproduktion, förpackningslösningar och avfallshantering samt hälso- och säkerhetspraxis. Statliga myndigheter gör regelbundet ändringar i lagar och bestämmelser samt i sina tolkningar av befintliga lagar och bestämmelser. Ett införande av skatter rörande konsumtionen av vissa produkter eller ingredienser kan ha en negativ inverkan på Fazers verksamhet. Klimatförändringsfrågan kan resultera i nya lagstadgade och rättsliga krav för att minska eller motverka konsekvenserna av klimatförändringarna. Sådana ändringar kan öka Fazers driftskostnader relaterade till energi och förpackningar genom skatter eller bestämmelser. I sitt omfattande hållbarhetsarbete förbättrar Fazer kontinuerligt energieffektiviteten i sin verksamhet och har som mål att minska utsläppen i hela sin leveranskedja avsevärt.

Förändringar i konkurrensläget

Livsmedelsindustrin är starkt konkurrensutsatt. Fazers främsta konkurrenter är livsmedels- och snacksföretag med verksamhet inom flera geografiska områden. Därtill har Fazer många lokala och regionala företag. Om Fazer misslyckas med att effektivt svara på utmaningarna från sina konkurrenter kan företagets verksamhet påverkas negativt.

Omfattande konsolideringar bland konkurrenterna skulle kunna förändra marknadsdynamiken och potentiellt även Fazers marknadsposition. Risken hanteras på koncern- och affärsområdesnivå genom kontinuerlig övervakning av konkurrensen. Fazers mål är att svara på konkurrensen genom sitt förstklassiga utbud, sin aktiva hantering av kundrelationerna och en kontinuerlig utveckling av produktsortimentet för att skilja sig från konkurrenterna och vara konkurrenskraftiga. För att förstå och tillgodose konsumenternas behov och förväntningar gör Fazer betydande investeringar i aktivt arbete med konsumentinsikter och utvecklar sitt produktsortiment utifrån detta.

Pandemier

Globala pandemier eller regionala epidemier skulle kunna ha en negativ inverkan på Fazers affärsverksamhet, finansiella resultat och operativa resultat. Beroende på hur allvarlig, omfattande och långvarig pandemin är, skulle den kunna ha en negativ inverkan på Fazers verksamhet på många olika sätt. Även om Fazer påverkades av COVID-19-pandemin visade verksamheten tydlig resiliens under 2022. Fazer hanterade och minskade riskerna relaterade till pandemin genom att upprätthålla och genomföra strikta planer för kontinuitet i verksamheten samt lands- och funktionsspecifika instruktioner.

Cybersäkerhet

Fazer blir alltmer beroende av datasystem, datatrafik och externa tjänsteleverantörer. Sammankopplingen av nätverk, outsourcing av tjänster och onlinetjänster har gjort det svårare för företag att övervaka sin datasäkerhet effektivt. Utdragna störningar i datasystem, betalningsöverföringar eller någon annanstans i leveranskedjan, eller andra exceptionella situationer som en cyberattack, skulle kunna lamslå företagets verksamhet eller stoppa flödet av varor inom koncernen och ge upphov till avsevärda ekonomiska förluster. Fazer sätter ökat fokus på att identifiera datasäkerhetsrisker och öka sin datasäkerhetskapacitet genom utbildning, tester och fortlöpande planering av kontinuitet i verksamheten.

Olycksrisker

Omfattande avbrott i verksamheten, som bränder, damm explosioner eller maskinhaverier i produktionen skulle kunna ha en negativ inverkan på Fazers verksamhet och förmåga att tillhandahålla produkter. Dessa risker minskas genom kontinuerlig förbättring av processerna, genomförande av riskundersökningar, fortlöpande planering av kontinuitet i verksamheten och risköverföring genom försäkring.

Hantering av finansiell risk

Koncernen exponeras för flera finansiella risker, som valutarisker, råvarurisker, ränterisker, likviditets- och återfinansieringsrisker samt motpartsrisker. Målen och principerna inom vilka de finansiella riskerna hanteras på Fazer samt principerna som styr den råvaruspecifika riskhanteringen finns i respektive policyer som godkänts av styrelsen. Mer information om hantering av finansiell risk finns i noterna i bokslutet. Bokslutet publiceras vecka 12.

HÄNDELSE EFTER RAPPORTPERIODEN

I januari 2023 presenterade Fazer att förändringsförhandlingar som påverkar 226 anställda ska inledas vid fabriken i Korja. Fazer Lifestyle Foods har ett starkt fokus på kärnverksamheten och genomförandet av den växtbaserade strategin. Därför övervägs produktionsförändringar vid fabriken i Korja. Om planerna genomförs kommer fabriken i Korja i framtiden endast att fokusera på produktionen av havredrycker och andra havrebaserade produkter, vilket leder till att mjölkproduktionen avvecklas. Företaget beräknar att förändringsförhandlingarna kan leda till uppsägningen av maximalt 95 fast anställda.

1.2.2023 undertecknade Fazer och Lahtis stad ett preliminärt avtal om fastighetstransaktionen. Det preliminära avtalet föregår den faktiska fastighetstransaktionen och det slutliga investeringsbeslutet om Fazers nya konfektyrfabrik.

UTSIKTER FÖR 2023

Marknaderna förväntas fortsätta vara utmanande under åtminstone första halvan av 2023. Osäkerheten på råvaru- och energimarknaderna fortsätter, och priserna på råvaror, förpackningsmaterial och energi förväntas förbli volatila. Samtidigt minskar kundernas köpkraft med ökande priskänslighet som resultat. Visibiliteten är generellt sett låg och det är osäkert om överenskomna och planerade ökningarna av kundpriserna fullt ut kan absorbera effekterna av den höga kostnadsinflationen. Tack vare styrkan i Fazers varumärke och förmågan att reagera på snabba förändringar, är Fazer väl rustat att besvara kundbehoven och visa resiliens i en utmanande marknadsomgivning.

ÅRSREDOVISNING OCH FINANSIELL ÖVERSIKT 2022

Fazer kommer att publicera sin årsredovisning för 2022 under vecka 12 på företagets webbplats [Fazergroup.com](https://www.fazergroup.com). Årsredovisningen innehåller styrelsens verksamhetsberättelse, bokslut, rapportering av icke-finansiell information och information om förvaltning och ersättningar.