



Fazer-koncernen

Bokslutskommuniké

JANUARI - DECEMBER 2025



FAZER-KONCERNEN JANUARI - DECEMBER 2025: REKORDHÖG OMSÄTTNING OCH JÄMFÖRBART RÖRELSERESULTAT

Den finansiella informationen i detta pressmeddelande hänför sig till Fazers koncernredovisning, som uppförts i enlighet med de internationella redovisningsstandarderna (IFRS Accounting Standards). Den finansiella informationen i detta meddelande är oreviderad. Siffrorna inom parentes anger siffrorna för motsvarande period föregående år, om inte annat anges. Bokslutet för 2025 publiceras vecka 11.

Januari - december 2025 i korthet

- Omsättningen uppgick till 1 188,6 (1 183,1) miljoner euro.
- Jämförbara EBITDA uppgick till 137,8 (141,4) miljoner euro, eller 11,6 % (12,0 %) av omsättningen.
- Det jämförbara rörelseresultatet (EBIT) uppgick till 77,8 (75,9) miljoner euro, eller 6,5 % (6,4 %) av omsättningen.
- Rörelseresultatet uppgick till -1,0 (46,0) miljoner euro. Jämförelsestörande poster inkluderade i rörelseresultatet uppgick till -78,8 (-29,9) miljoner euro och består huvudsakligen av nedskrivningar av goodwill -69,5 miljoner euro i Fazer Lifestyle Foods och -4,0 miljoner euro relaterat till maskiner och övriga materiella tillgångar i xylitolfabriken.
- Kassaflödet från den operativa verksamheten uppgick till 127,5 (110,0) miljoner euro.
- Det jämförbara resultatet per aktie uppgick till 8,46 (8,59) euro.

Nyckeltal

MEUR, eller såsom angetts	2025	2024	Förändring
Omsättning	1 188,6	1 183,1	0%
EBITDA, jämförbar	137,8	141,4	-3%
EBITDA, jämförbar marginal	11,6 %	12,0 %	
Rörelseresultat, jämförbar	77,8	75,9	3%
Rörelseresultat, jämförbar marginal	6,5 %	6,4 %	
Rörelseresultat	-1,0	46,0	-
Rörelseresultat marginal	-0,1 %	3,9 %	
Periodens resultat	-19,1	34,7	-
Affärsverksamhetens kassaflöde	127,5	110,0	16%
Resultat per aktie, jämförbar EUR	8,46	8,59	-1%
Resultat per aktie, EUR	-2,79	5,07	-
Avkastning på sysselsatt kapital, %	-0,1 %	5,9 %	
Avkastning på eget kapital, %	-2,9 %	5,1 %	

UTSIKTER FÖR 2026

Fazer uppskattar att dess omsättning kommer att öka och jämförbara EBITDA förbättras år 2026. Fazers estimat utgår från att Fazers affärsmiljö gradvis kommer att förbättras.

MARKNADSUTSIKTER FÖR 2026

Under 2026 förväntas konsumentefterfrågan förbättras med stöd av en förbättring i den allmänna köpkraften tack vare löneökningar, måttlig inflation samt stabila arbetsmarknadsutsikter. Trots detta förväntas prismedveten konsumtion fortsätta påverka kategoridynamiken, och konkurrensen från handelns egna varumärken förväntas förbli hård. Den höga geopolitiska osäkerheten som förväntas fortsätta, kan potentiellt påverka både insatskostnader och konsumentförtroende.

Konfektyrmarknaden förväntas återhämta sig efter det utmanande året 2025, främst drivet av volymtillväxt. Prispressen och volatiliteten på kakaomarknaden bedöms lätta något.

Utsikterna för bagerimarknaden är försiktigt optimistiska, med stabil till måttlig tillväxt på alla tre marknader. Konkurrensen förväntas förbli hård, i synnerhet från handelns egna varumärken. I Sverige kunde en sänkning av mervärdesskatten på livsmedel ytterligare stödja volymtillväxten.

Trots marknadsvolatilitet och hård konkurrens förväntas marknadsförhållandena för Fazer Lifestyle Foods förbättras något.

CHRISTOPH VITZTHUM, FAZERS KONCERNCHEF:

År 2025 gjorde Fazer goda framsteg mot sina mål och verksamheten utvecklades positivt. Trots den alltjämt utmanande affärs miljön uppnådde vi såväl rekordhög omsättning som jämförbart rörelseresultat, som en följd av disciplinerad marginalhantering, ökade marknadsföringsinsatser och framgångsrika åtgärder för att minska kostnaderna. Fazer-koncernens omsättning uppgick till 1 188,6 miljoner euro (1 183,1) och det jämförbara rörelseresultatet till 77,8 miljoner euro, en ökning från det rekordhöga jämförbara rörelseresultatet på 75,9 miljoner euro året innan. Fazers kassaflöde från den operativa verksamheten var också starkt och uppgick till 127,5 miljoner euro (110,0).

Rekordhöga kakaopriser och intensiv konkurrens utmanade Fazer Konfektyr i början på året. Mot slutet av året vände dock utvecklingen med volymtillväxt som följd, vilket resulterade i en rekordhög omsättning på totalt 580,6 miljoner euro (543,1). Vårt julsortiment togs väl emot i Finland och Sverige och bidrog, i kombination med våra kommersiella satsningar i chokladkakor, till att vår utveckling inom kategorin var god. Fazers marmelader, framför allt våra säsongnyheter, utvecklades väl i Finland och Sverige. Utöver Sverige var efterfrågan på Fazers choklad och godis även god i Norge och Danmark. I Fazer Retail, som består av Fazer Cafés och Gateaubageributiker, var försäljningstillväxten betydande i Finland, medan utvecklingen i Sverige inte motsvarade våra förväntningar.

Den intensiva konkurrensen fortsatte på bagerimarknaderna under hela året och som ett resultat minskade Fazer Bageris omsättning något och uppgick till 446,9 miljoner euro (452,4). Fazer Bageri Finland påverkades oproportionerligt mycket av strejkerna på våren, men på helårsnivå var utvecklingen stabil, trots den allt intensivare konkurrensen mot slutet av året. Omsättningen främjades av den goda utvecklingen i butiksbagerierna, som uppnådde rekordhög omsättning och nu står för nästan en tredjedel av Fazer Bageri Finlands totala omsättning. Butiksbageriernas tillväxt var god under hela året, framför allt driven av framgångsrika säsongaktiveringar, ett förnyat koncept för försäljningen av överskottsprodukter och en välgrundad nätverksexpansion. Efterfrågan på Fazers packade färska bröd dämpades något under året. Omsättningen i Fazer Bageri Sverige förblev på samma nivå som året innan. Försäljningstillväxten i mörkt portionsbröd och lantbröd var fortsatt god och efterfrågan för rostbröd ökade också. Omsättningen i Fazer Bageri Baltikum minskade på grund av fortsatt intensiv priskonkurrens och handelns egna varumärken, samt de interna utmaningar som konsolideringen av produktionen från Litauen till Lettland.

orsakade, vilket påverkade i synnerhet tillgången till rågröd och söta bröd.

Fazer Lifestyle Foods omsättning minskade jämfört med föregående år och uppgick till 190,5 miljoner euro (218,5), främst på grund av lägre B2B-försäljning i vår verksamhet



för växtbaserade drycker. Därtill var försäljningstillväxten inom kvarnverksamheten dämpad på grund av betydligt lägre spannmålspriser än föregående år. Utmaningarna inom växtbaserade drycker fortsatte, även om efterfrågan för Fazer Aito Barista växte avsevärt i Finland, vilket resulterade i en stärkt marknadsposition i kategorin. Andra framgångar under året omfattar lanseringen av våra havredrycker i Tyskland. Trots vår starka fokus på en förbättrad utveckling i växtbaserade drycker är det klart att verksamheten inte än möter våra förväntningar. En förbättring av den operativa effektiviteten och det knivskarpa fokuset på lönsamhet har dock stärkt verksamhetens resiliens. Efterfrågan för Froosh-smoothies var god i Finland, Sverige och Norge.

Under året nådde vi flera strategiska milstolpar, varav den mest betydande var beslutet att investera cirka 400 miljoner euro i en ny, toppmodern chokladfabrik i Lahtis, Finland. Denna investering stärker grunden för vår framtida tillväxt och möjliggör både inhemsk expansion och internationell tillväxt. Den speglar också vårt långsiktiga engagemang för att erbjuda innovativa matupplevelser med överlägsen smak och kvalitet inom våra kategorier. Vårt beslut främjades av den finska regeringens välkomna beslut att dra tillbaka sitt förslag om att kraftigt höja mervärdesskatten på konfektyrprodukter.

Att stärka våra marknadspositioner såväl i Norden som internationellt är fortsättningsvis en viktig prioritet för Fazer. I Finland fortsätter vi att stärka vår ledande position genom att driva lönsam tillväxt inom etablerade kategorier samtidigt som vi stärker vår position inom bland annat gåvor och säsongprodukter. I Sverige skapar otillgodosedda konsumentbehov möjligheter inom sådana nyckelsegment, där våra uppskattade varumärken kan erbjuda oss konkurrensfördelar. Därtill kan den förväntade halveringen av mervärdessatsen på livsmedel i Sverige, från 12 till 6 procent i april 2026 stödja konsumentefterfrågan. I Central- och Östeuropa har våra chokladprodukter och vårt växtbaserade sortiment fått ett gott mottagande, och vi ser ytterligare tillväxtpotential i takt med att medvetenheten om vårt utbud

ökar. Jag är nöjd över att vår internationella expansion utvecklats väl under 2025, i synnerhet inom Fazer Konfektyr. Då vi fortsätter vår internationella expansionsresa, utforskar vi aktivt såväl möjligheter till organisk tillväxt som företagsförvärv och är fortsatt starkt engagerade i att utforska alla möjligheter att stärka Fazers position på både befintliga och nya marknader.

Ser vi framåt tyder mycket på att pressen på kakaopriset kan förväntas lätta. Priskänsligheten bland konsumenterna förväntas förbli hög, men konsumentförtroendet och köpkraften förbättras på många marknader. Prismedveten

konsumtion fortsätter att påverka dynamiken inom kategorierna, och konkurrensen från handelns egna varumärken är fortsättningsvis hård. Arbetsmarknadsutsikterna är stabilare, även om arbetslösheten i Finland förblir hög. På global nivå skapar den geopolitiska osäkerheten fortfarande oro. Trots dessa utmaningar inleder vi året med förtroende, tack vare de åtgärder vi vidtagit för att främja vår tillväxt och konkurrenskraft, förbättra effektiviteten och positionera våra produkter för fortsatt framgång.

FAZER-KONCERNENS EKONOMISKA UTVECKLING

Omsättning och lönsamhet

MEUR	2025	2024	Förändring
Fazer Konfektyr	580,6	543,1	7%
Fazer Bageri	446,9	452,4	-1%
Fazer Lifestyle Foods	190,5	218,5	-13%
Övrigt	5,1	5,1	-1%
Koncernelimineringar	-34,6	-36,0	4%
Omsättning sammanlagt	1 188,6	1 183,1	0%

Koncernens omsättning för perioden uppgick till 1 188,6 (1 183,1) miljoner euro. Utan valutaeffekt förblev omsättningen på föregående års nivå. Fazer Konfektyrs omsättning uppgick till 580,6 (543,1) miljoner euro, Fazer Bageris till 446,9 (452,4) miljoner euro, och Fazer Lifestyle Foods till 190,5 (218,5) miljoner euro. Omsättningen från Finland uppgick till 740,5 (740,3) miljoner euro medan omsättningen från Sverige ökade med 4 % till 285,1 (274,9) miljoner euro. Omsättningen i övriga länder uppgick till 163,0 (167,9) miljoner euro, motsvarande en minskning på 3 % i förhållande till föregående år.

Koncernens jämförbara EBITDA för perioden minskade med 3 %, främst på grund av avsevärt högre kakaopriser, och

uppgick till 137,8 (141,4) miljoner euro eller 11,6 % (12,0 %) av omsättningen. EBITDA uppgick 133,5 (133,1) miljoner euro. Det jämförbara rörelseresultatet ökade med 3 % och uppgick till 77,8 (75,9) miljoner euro eller 6,5 % (6,4 %) av omsättningen. Rörelseresultatet uppgick till -1,0 (46,0) miljoner euro.

Jämförelsestörande poster i EBITDA uppgår till -4,4 (-8,3) miljoner euro. Jämförelsestörande poster i rörelseresultatet uppgår till -78,8 (-29,9) miljoner euro och består huvudsakligen av nedskrivning av goodwill 69,5 miljoner euro i Fazer Lifestyle Foods och 4,0 miljoner euro relaterat till maskiner och övriga materiella tillgångar i xylitolfabriken.

FINANSIELLA POSTER OCH RESULTAT

MEUR	2025	2024	Förändring
Finansiella intäkter och kostnader, MEUR	-2,9	-0,6	-
Inkomstskatter, MEUR	-15,2	-10,7	-41%
Räkenskapsperiodens resultat, MEUR	-19,1	34,7	-
Resultat per aktie, EUR	-2,79	5,07	-
Resultat per aktie, jämförbar EUR	8,46	8,59	-1%

Periodens finansiella intäkter och kostnader uppgick till -2,9 miljoner euro (-0,6). Skillnaden till föregående period beror främst på valutaeffekter. Resultat före skatt minskade till -3,9

miljoner euro (45,4) och resultatet uppgick till -19,1 miljoner euro (34,7). Resultat per aktie uppgick till -2,79 euro (5,07) och jämförbart resultat per aktie till 8,46 euro (8,59).

KASSASTRÖM, INVESTERINGAR OCH FINANSIELL POSITION

MEUR, eller såsom angetts	2025	2024	Förändring
Affärsverksamhetens kassaflöde	127,5	110,0	16%
Investeringar	74,6	54,9	36%
Sysselsatt kapital	652,0	734,1	-11%
Rörelsekapital	-2,3	50,7	-
Nettoskulder	13,8	22,4	-38%
Nettoskulder / EBITDA	0,1	0,2	
Skuldsättningsgrad, %	2,2 %	3,2 %	
Soliditet, %	63,2 %	64,9 %	

Koncernens kassaflöde från den operativa verksamheten för perioden uppgick till 127,5 (110,0) miljoner euro. Ökningen i affärsverksamhetens kassaflöde berodde främst på förbättrad hantering av rörelsekapitalet. Koncernens investeringar under

perioden uppgick till 74,6 miljoner euro (54,9). Ökningen härrör sig främst till byggnationen av den nya chokladfabriken i Lahtis, Finland. Det negativa rörelsekapitalet vid utgången av 2025 hänför sig huvudsakligen till det negativa verkliga värdet

på derivativavtalen vid räkenskapsårets slut. Vid utgången av 2025, uppgick de likvida medlen till 78,2 miljoner euro (78,9). Nettoskulden uppgick till 13,8 miljoner euro (22,4) och skuldsättningsgraden var 2,2 % (3,2 %). Vid utgången av december uppgick koncernens balansräkning till 986,5 miljoner euro (1 065,6). Koncernens soliditet uppgick till 63,2 % (64,9 %).

PERSONAL

Personal per affärsområde, slutet av perioden

Fazer Konfektyr
Fazer Bageri
Fazer Lifestyle Foods
Övriga
Sammanlagt

Vid utgången av december 2025, hade Fazer 4 693 anställda i heltidsekvivalenter (4 764). Av koncernens anställda arbetade 68 % i Finland, 21 % i Sverige, och 10 % i Baltikum, Fazers tre största marknader. Antalet anställda i Fazer-koncernen uppgick i medeltal till 4 761 (4 885) heltidsekvivalenter (FTE) under 2025.

I början av året slutfördes överföringen av produktionen från bageriet i Kaunas i Litauen och den därpå följande konsolideringen av den baltiska bageriverksamheten till bageriet i Ogre i Lettland. Avsikten med förändringen var att främja effektiviteten och konkurrenskraften i Fazers baltiska verksamhet.

Under sommaren slutfördes överföringen av Fazers gurtproduktion från Korja till Finnish Food Factory. I och med verksamhetsöverlåtelsen övergick 32 arbetstagare från Fazers fabrik i Korja till Finnish Food Factory som gamla arbetstagare med bibehållna anställningsvillkor.

Arbetet med upptrappningen av produktionen vid Fazers xylitolfabrik fortsatte under året. Att testa alternativa råvaror kvarstod som viktig milstolpe i strävan efter att förbättra verksamhetens lönsamhet. På grund av utmaningar med tillgången till det nya råmaterialet, fortsatte permitteringsarna av personalen vid xylitolfabriken.

På grund av de allmänt svaga ekonomiska utsikterna och förändringarna i konsumentbeteendet vidtog Fazer omställningsförhandlingar och därpå följande omstruktureringar i olika delar av organisationen under året.

Fazers ambition är att ytterligare stärka sitt arbetsgivarvarumärke för att attrahera de bästa kompetenserna på alla marknader och inom alla centrala

Investeringen i den nya chokladfabriken

I juli 2025 tillkännagav Fazer sitt beslut att investera 400 miljoner euro i en ny chokladfabrik i Lahtis, Finland. Fabriken är avsedd att driftsättas 2028.

Fabrikens finansiering omfattar ett grönt syndikerat lån om 280 miljoner euro, ett 120 miljoner euros leasingavtal med långsiktig löptid för fabriksbyggnaden samt ett investeringsstöd på 19,5 miljoner euro från Business Finlands program för grön energiomställning.

	2025	2024	Förändring
	1 741	1 664	5%
	2 281	2 331	-2%
	371	444	-16%
	300	325	-8%
	4 693	4 764	-1%

segment. År 2025 nådde Fazer en milstolpe då det placerade sig bland de tre bäst ansedda företagen i Finland i Universums undersökning för yrkesverksamma inom ekonomi och affärsverksamhet. Placeringen är Fazers bästa sedan 2018. Dessutom gjorde Fazer anmärkningsvärda framsteg inom motsvarande undersökning bland naturvetare, från 28:e till 7:e plats.

I Baltikum var Fazers arbete för att differentiera sig som arbetsgivare fortsatt framgångsrikt, vilket resulterade i att företaget utsågs till bästa arbetsgivaren i Vidzeme regionen. Utnämningen stärker ytterligare Fazers anseende som arbetsgivare i Baltikum.

Medarbetarnas välbefinnande samt mångfald och inkludering är centrala byggstenar i Fazers arbete för att stärka sitt arbetsgivarvarumärke. Mångfald är också ett centralt tema inom Fazers rekryteringspraxis.

Utöver andra initiativ som stödjer Fazers mål att utveckla och främja en resultatorienterad kultur är rättvis och transparent ersättning viktiga delar av moderna personalpraxis. Under året gjorde Fazer betydande framsteg i att förbättra praxis för rättvisa och transparenta lönesystem, och detta fokus kommer att förbli en prioritet även 2026.

År 2025 fokuserade kompetensutvecklingen på Fazer på teman som ledarskapsutveckling, förändringsledarskap, artificiell intelligens (AI), miljö, hälsa och säkerhet samt hantverksbakning.

Inom ledarskapsutveckling introducerade Fazer Ledarskaps hörnstenar som ett gemensamt ramverk för att främja implementeringen av strategin. För att stärka Fazers förmåga inom förändringsledning lanserades ett utbildningsprogram

under namnet ChangeMakers, med målet att dela bästa praxis i att leda förändring och stödja ledare i att genomföra och kommunicera förändringar.

Lärande på arbetet är fortfarande en viktig hörnsten för medarbetarutveckling på Fazer. Dessutom är jobbrotation fortsättningsvis en central del av utvecklingen, och erbjuder mångsidiga möjligheter och breddar perspektiv inom hela organisationen. År 2025 fylldes över hälften av tjänstemannapositionerna på Fazer med interna kandidater.

År 2025 infördes Total Recordable Incident Frequency (TRIF) som ett viktigt säkerhetsnyckeltal, med målet att även

registrera mindre incidenter samt främja proaktivt agerande och en säkrare arbetsplats för alla. Under rapporteringsåret uppgick Fazers Lost Time Accident Frequency (LTAF) till 2,7 (4,0) medan Total Recordable Incident Frequency (TRIF) uppgick till 11,9 (13,4).

Som en del av de förebyggande säkerhetsåtgärderna infördes en strukturerad process för att identifiera och hantera potentiella fall av betydande incidenter eller dödsfall (Significant Incident or Fatality, SIF). Dessutom lanserade Fazer en koncernövergripande process för riskhantering inom hälsa och säkerhet för att standardisera hur arbetsplatsrisker identifieras, bedöms och mildras.

AFFÄRSOMRÅDEN

Fazer Konfektyr

Höga kakaopriser fortsatte att utmana konfektyrmarknaderna under större delen av året. Konkurrensläget förblev intensivt, och andelen kampanjer stor. Ett växande antal nya konfektyrkoncept och aktörer intensifierade konkurrensen ytterligare. Chokladmarknaden i Finland var dämpad, men tog fart mot slutet av året, främst drivet av kampanjer. För helåret minskade Fazers marknadsandel i kategorin dock något. Fazer presterade bra på chokladmarknaden i Sverige och vann marknadsandelar. Den finska godismarknaden, liksom Fazers marknadsandel i kategorin, förblev oförändrad. I Sverige växte däremot godismarknaden betydligt i volym, driven av pick & mix. Fazer tog marknadsandelar i godispåsar, främst tack vare framgångsrika nyhetslanseringar. På kexmarknaden växte segmenten för snacking och handelns egna varumärken.

Fazer Konfektyr uppnådde en rekordhög omsättning, 580,6 (543,1) miljoner euro, en tillväxt på 7 % jämfört med föregående år. Utan valutaeffekt ökade omsättningen med 6 %, med god tillväxt både i Sverige och internationellt. Tillväxten inom Chocolate & Snacking -enheten drevs främst av prisökningar, medan volymerna minskade. Candy-enheten utvecklades väl i Sverige och Danmark, där efterfrågan på bland annat Tutti Frutti Remix-godispåsen var god. Fazers marmelader, framför allt säsongnyheterna, uppskattades av konsumenterna. Försäljningstillväxten inom Fazer Retail, som består av Fazer Cafés och Gateau-bageributikerna, var avsevärd i Finland, men levde inte upp till förväntningarna i Sverige.

Fazer Bageri

Utvecklingen på finska bagerimarknaden var i stort sett oförändrad under året, med marknadstillväxt främst i butiksbagerier och bake-off. Försäljningen av matbröd förblev på föregående års nivå, medan försäljningen av färskt packat bröd minskade. På våren drabbades bagerimarknaden av en rad strejker, som påverkade Fazer oproportionerligt mycket. Konkurrensen ökade under året då mindre regionala bagerier tog marknadsandelar och större etablerade aktörer drev tillväxt inom kärnsegment, såsom mörkt bröd. Årets slut präglades av en tydlig upptrappning av handelns priskonkurrens och intensifierade kampanjer, vilket ökade efterfrågevolatiliteten ytterligare. Den svenska bagerimarknaden fortsatte att minska både i volym och värde, och konsumentpreferenserna fortsatte att skifta mot mindre produktstorlekar. Den baltiska bagerimarknaden förblev stabil i värde, men minskade i volym under 2025. Konkurrensen intensifierades, med aggressiv prissättning, kampanjer och ökat fokus på handelns egna varumärken. Fazer Bageri Baltikums marknadsposition förblev stabil under senare delen

av året, men som helhet minskade marknadsandelen från föregående år. Utvecklingen återspeglar den ökade konkurrensen, samt de interna utmaningar som konsolideringen av produktionen orsakade, vilket påverkade i synnerhet tillgången till rågbröd och söta bröd.

Fazer Bageris omsättning för året minskade med 1 % i förhållande till föregående år och uppgick till 446,9 (452,4) miljoner euro. Utan valutaeffekt minskade omsättningen med 2 %. Utvecklingen i Fazer Bageri Finland var stabil under året, trots den något negativa effekten av strejkerna på våren. Butiksbagerierna utvecklades särskilt väl under året, främst tack vare framgångsrika säsongskoncept och ett förnyat koncept för försäljningen av överskottsprodukter. Efterfrågan på rispiroger var god, vilket delvis motverkade den dämpade efterfrågan på färskt packat bröd. I Fazer Bageri Sverige växte mörkt portionsbröd och lantbröd, och även efterfrågan för rostbröd började öka mot slutet av året. Efterfrågan på limpor minskade fortsättningsvis. Fazer Bageri Baltikum fortsatte utmanas av den intensifierade konkurrensen samt de operativa utmaningar som berodde på överföringen av produktionen från Litauen till Lettland. Under året vidtog Bageri Baltikum en rad åtgärder för att förnya produktportföljen och förbättra effektiviteten för att mildra de negativa effekterna av produktionsöverföringen.

Fazer Lifestyle Foods

Fazer Lifestyle Foods affärsmiljö förblev utmanande under hela året, och kännetecknades av intensifierad konkurrens och dämpad efterfrågan inom affärsområdets nyckelkategorier. I Finland växte marknaden för växtbaserade drycker marginellt, och Fazer stärkte sin position inom kategorin. På marknaden för spannmålsprodukter intensifierades konkurrensen på grund av ökad kapacitet och nya aktörer på marknaden. Kvarnverksamhetens B2B-försäljning påverkades av ökad prispress. Inom B2C minskade värdet inom många kategorier, medan andra, såsom müsli och granolor, uppvisade resiliens. Tillväxt sågs däremot inom smoothiekategorin i både Finland och Sverige.

Fazer Lifestyle Foods omsättning för året minskade med 13 % i förhållande till föregående år och uppgick till 190,5 (218,5) miljoner euro. Utan valutaeffekt minskade omsättningen med 14 %.

Inom växtbaserade drycker ökade efterfrågan på Fazer Aito Oat Drink Barista i Finland avsevärt tack vare framgångsrika nyhetslanseringar och kampanjer. Lanseringen av Fazer Aito havreproteindrycker under året var också framgångsrik. Efterfrågan var dock inte tillräcklig för att stödja utvecklingen

av omsättningen i kategorin, som minskade avsevärt främst på grund av en kraftig minskning av B2B-försäljningen. Under året inleddes lanseringen av växtbaserade Fazer Aito drycker i Tyskland. Omsättningen i kvarnverksamheten minskade jämfört med föregående år, främst på grund av lägre B2B-volymer. Omsättningen för Fruit-enheten ökade något under året.

Övriga verksamheter

Arbetet med upptrappningen av produktionen vid Fazers xylitolfabrik fortsätter. Att testa alternativa råvaror i början av 2026 kvarstår som viktig milstolpe i strävan efter att förbättra verksamhetens lönsamhet. På grund av fördröjningar i tillgången till det nya råmaterialet, fortsätter permitteringarna av personalen vid fabriken. Under räkenskapsperioden gjordes nedskrivningar hänförandes till xylitolfabrikens maskiner och övriga materiala tillgångar på 4,0 miljoner euro.

STRATEGISK UTVECKLING

FAZER-KONCERNENS STRATEGI I KORTHET

Fazer bygger långsiktigt hållbart värde med hjälp av starkt konsumentfokus.

Fazers strategiska prioriteringar:

- Främja lönsam tillväxt som Finlands främsta konsumentföretag
- Accelerera lönsam tillväxt i Sverige
- Driva internationell tillväxt med tydliga prioriteringar
- Främja tillväxt med trendiga kategorier och vinnande koncept
- Förbättra produktiviteten och marginalerna till branschledande nivåer
- Utveckla och främja en resultatorienterad kultur
- Utveckla mat som en lösning för en mer hållbar verksamhet

Fazers tillväxtstrategi bygger på djupgående konsumentförståelse, en solid grund av älskade varumärken och produkter samt starka marknadspositioner.

Fazer har som syfte att stärka sin position som ledande nordiskt FMCG-företag genom att växa på sina hemmamarknader, Finland och Sverige, samt internationellt. Bolagets mål är att framhäva de unika konkurrensfördelarna i sin produktportfölj och sina välkända varumärken för att exportera chokladprodukter och växtbaserade drycker till Central- och Östeuropa samt till Asien, utöver de nuvarande marknaderna i Norden. Samtidigt som Fazer satsar på att fullskaligt utnyttja sin nuvarande produktportfölj, utvecklar bolaget innovationer och nya koncept som formar marknader och trender samt skapar ny konsumentefterfrågan. Fazer utforskar även aktivt tillväxtpotentialer genom förvärv. Fazer strävar till att driva marginalerna till branschledande nivåer genom att fokusera på tillväxt samt förbättrad produktivitet och operativ effektivitet. Bolaget främjar också om en resultatorienterad kultur, som tar fasta på ansvarstagande och organisatorisk flexibilitet och resiliens. Genom att investera i sina medarbetare och harmonisera arbetssätt och praxis, strävar Fazer efter att skapa en arbetsmiljö som attraherar och behåller talanger. Fazer har förbundit sig att bygga en hållbar verksamhet som främjar långsiktig framgång och ett mer hållbart livsmedelssystem.

STRATEGISKA AKTIVITETER UNDER 2025

Under 2025 fortsatte Fazer att implementera sin tillväxtstrategi med gediget fokus på årets prioriteringar.

- Den viktigaste strategiska milstolpen under året var bolagets historiska beslut att investera i en ny, toppmodern chokladfabrik i Lahtis, Finland. I den nya fabriken kombineras Fazers chokladexpertis med högautomatiserade produktionslinjer och ny teknologi, som kan användas för att producera helt nya typer av produkter och följaktligen bidra till att accelerera bolagets långsiktiga tillväxt.
- Fazer Konfektyr utvecklade sin verksamhet i enlighet med sin tillväxtstrategi, och fortsatte att utveckla sitt utbud av godis, choklad och snackingprodukter för att ytterligare stärka sin position inom gåvor och säsong, vilket drev lönsamt tillväxt på Fazers hemmamarknader, Finland och Sverige samt på de andra nordiska marknaderna. Samtidigt fortsatte Konfektyr bygga varumärkesmedvetenhet för noggrant utvalda varumärken på utvalda internationella fokusmarknader.
- Fazer Lifestyle Foods tog ett viktigt steg på sin internationella tillväxtresa genom att lansera Fazer Aito-havredrycker i Tyskland. Tyskland är Europas största marknad för växtbaserade produkter.
- För att främja sin tillväxt med trendiga kategorier och vinnande koncept samt för att främja företagets hållbarhetsagenda, lanserade Fazer en ny spannmålsbaserad Taste the Future-godis utan kakao, och den spannmålsbaserade Raspberry Dream-delikatesstycksaken. Taste the Future-konceptet omfattade därtill snackingprodukter med Solein®, som lanserades på våren i USA som ett ytterligare bevis på Fazers innovationsförmåga.
- Under året öppnade Fazer sammanlagt fem nya Fazer Café- och Gateau-enheter i Finland och i Sverige.

Under året utförde Fazer flera verksamhetstransformationer med syfte att förbättra effektiviteten, stärka bolagets verksamhetsmodell och stödja skalbar tillväxt.

- Fazer slutförde verksamhetsöverlåtelsen av sin gurtproduktion i Koria till Finnish Food Factory i Kouvola, Finland. Finnish Food Factorys nybyggda produktionsanläggning och moderna tillverkningsprocesser möjliggör produktionen av havrebaserade gurter av ännu högre kvalitet och med förlängd hållbarhet, vilket är avgörande för att främja exportmöjligheterna.
- Arbetet för att finna ett råmaterial för Fazers xylitolfabrik fortsatte. Att prova alternativa råmaterial

i produktionen i början av 2026 är den nästa kritiska milstolpen i planen för att utforska potentiella lösningar.

Under 2025 främjade Fazer sin agenda för att utveckla och förbättra sin leveranskedja genom att optimera processer och finna synergier mellan verksamheterna.

- För att förbättra effektiviteten centraliserade Fazer lagerfunktionerna inom konfektyrverksamheten, Fazer Lifestyle Foods och xylitol-verksamheten till en aktör i Finland.
- Fazer tog i bruk en ny rågbrödslinje i sitt bageri i Lahtis, Finland. Den nya produktionslinjen minskar bageriets energiförbrukning avsevärt och även hela koncernens CO₂-utsläpp.

Under året vidtog Fazer också flera åtgärder för att förbättra produktiviteten samt för att förenkla och automatisera processer för att förbättra marginalerna till branschledande nivåer.

- Fazer fattade beslut om att investera i ett nytt ERP-system för att modernisera sin teknologiska plattform samt öka effektiviteten och produktiviteten genom övergripande processautomation. Därtill stöder det nya systemet i framtiden starkt den nya chokladfabriken.
- Under året fortsatte Fazer att främja data- och AI-baserade lösningar i verksamheten och för att stöda processer för att öka automationsnivån och tillförlitligheten.

Under året främjade Fazer centrala initiativ inom organisatorisk utveckling, HR och företagskultur.

- Under året genomförde Fazer omstruktureringar i olika delar av organisationen med målet att säkerställa flexibilitet och effektivitet i den föränderliga verksamhetsmiljön.
- Företaget fortsatt att utveckla och främja en resultatorienterad kultur med hjälp av flera initiativ såsom att investera i kritiska kompetenser som behövs för att implementera Fazers tillväxtstrategi, bland annat kompetenser inom ledarskap och förändringsledarskap.

FORSKNING OCH UTVECKLING

2025 uppdaterade Fazer sin forsknings- och utvecklingsstrategi och FoU-programmets fokus skärptes. Programmet fokuserar på valda teman och teknologier samt på bolagets kosthållningsagenda. Under året omfattade det bland annat projekt finansierade av Business Finland, vars fokus var alternativa källor till kakao samt på att utveckla tillämpningar för att återvinna och förädla råvaror. Därtill främjades aktivt utvalda interna projekt med fokus på spannmålsteknologi, socker och sötma, alternativa proteiner och fetter samt företagets kosthållningsagenda. Den innehåller frågor relaterade till näringsaspekter av fullkornsprodukter, kostfibrer och växtproteiner samt en generell omställning mot mer växtbaserade livsmedel.

Inom ramarna för FoU-programmet Fazer Upcycled utvecklar Fazer mervärdesskapande lösningar för att utnyttja sidoströmmar från livsmedelsproduktionen. Dessa kan vara nya livsmedelskoncept, nya livsmedelsingredienser eller till och med lösningar för hållbart icke-livsmedelsrelaterat bruk eller som råvaror för cellulärt jordbruk. Programmets övergripande mål är att utveckla nya tillvägagångssätt för att minska matsvinnet.

Fazer utforskar aktivt alternativ till traditionell kakao med lösningar baserade på choklad av fermenterad nordisk spannmål såsom råg och havre, samt cellodlad kakao. Som en del av ett större konsortium med partners och samarbetsresurser från Finland och USA, har Fazer deltagit i ett projekt som leds av den nationella vetenskapsstiftelsen i USA (National Science Foundation, NSF). Projektet med namnet Future Food Bioeconomy har som fokus att utveckla nya hybrida livsmedelsingredienser och -produkter som sammanlänkar växtbaserade ingredienser och ingredienser med ursprung i cellulärt jordbruk. Under 2025 besökte partners från USA Finland och Fazer. Forskningen inom ramarna för programmet har varit framgångsrik, och Fazer har som mål att stegvis inleda dess kommersialisering.

Taste the Future är Fazers koncept för att testa och lansera bland annat produkter med alternativa kakaolösningar. År 2025 introducerades Taste the Future med Solein-protein i USA. Produktionen av den alternativa Taste the Future -kakaon, som baseras på nordisk spannmål, skalades upp och den första kommersiella lanseringen i större skala genomfördes framgångsrikt.

Fazer-koncernens forsknings- och utvecklingskostnader 2025 uppgick till 10,7 miljoner euro (10,8).

HÅLLBARHET

En av Fazers strategiska prioriteringar är att utveckla mat som en lösning för en mer hållbar verksamhet. Målet är att skapa och erbjuda hållbara matupplevelser samtidigt som man tar hänsyn till leveranskedjan, människor, produktionsprocesser och påverkan på miljö och samhälle. Fazer har förbundit sig till kontinuerlig förbättring och till att utveckla sin verksamhet för att bidra till en mer hållbar och resilient framtid.

Fazers hållbarhetsarbete bygger på fyra hållbarhetsambitioner, där klimat och natur, hållbara produkter och innovationer samt ansvarsfulla inköp utgör byggstenar i den dagliga verksamheten. Hälsa och säkerhet samt välbefinnande för både Fazers medarbetare och människorna i värdekedjan är också centrala för Fazers hållbarhetsarbete.

För att främja hållbara praxis samarbetar Fazer med ett antal olika intressenter, från utbildnings- och forskningsinstitutioner till jordbrukare och icke-statliga organisationer.

HÖJDUNKTER INOM HÅLLBARHET 2025

Under 2025 gjorde Fazer goda framsteg i implementeringen av sin hållbarhetsagenda.

I linje med sin klimatomställningsplan gjorde Fazer goda framsteg avseende utsläppen i scope 1 och 2, och utsläppen minskade med 41 % under 2025 jämfört med referensåret 2020. Åtgärder relaterade till scope 1- och 2-utsläppsminskningar inkluderade en pågående investering för att ersätta naturgas med elektricitet i ångproduktionen i konfektyrfabriken i Villmanstrand, ibruktagandet av en ny elektrisk produktionslinje i bageriet i Lahtis, vilket resulterade i en minskning av utsläppen med 4,3 % på koncernnivå, samt överföringen av Fazers gurtproduktion från fabriken i Korja till Finnish Food Factory.

Fazers scope 3-utsläpp ökade med 6 % under 2025 jämfört med referensåret 2020. Den begränsade tillgången till tillförlitliga data för att uppskatta utsläppsminskningspotentialen i scope 3 har utgjort ett avsevärt hinder för att utvärdera och förverkliga utsläppsminskningar i leveranskedjan. Som en del av Fazers åtagande att minska utsläppen i värdekedjan kvarstår förbättring av datakvalitet som fokusområde. Under året fortsatte Fazer också sitt arbete med att uppmuntra leverantörer att åta sig egna vetenskapligt baserade klimatmål och ställa utsläppsmål i enlighet med SBTi. Fazer nådde sitt mål för leverantörsengagemang 2024, redan före det utsatta målet år 2025.

År 2025 inledde Fazer en mer detaljerad utvärdering av hur dess produktportfölj bidrar till scope 3-utsläppen under 2025, genom att inom ramarna för ett pilotprojekt utföra beräkningar på produktnivå för 100 olika produkter. Piloten gav värdefulla insikter om hur beslut inom produktutveckling och råvarornas ursprung påverkar företagets utsläpp. Med utgångspunkt i dessa resultat kunde Fazer ställa mål för att minska utsläppen av produktportföljen i utvalda kategorier under det kommande året. Tillvägagångssättet kunde göra det möjligt för företaget att fatta mer informerade val av produktformuleringar och driva ytterligare minskningar av scope 3-utsläppen.

Utöver klimatpåverkan är ansvarsfull inköspraxis avgörande för att förhindra förlusten av biologisk mångfald. Fazer samarbetar med sina leverantörer för att minska negativ miljöpåverkan, och främjar hållbara och regenerativa odlingsmetoder för att förhindra förlust av biologisk mångfald och bevara livsmiljöer. År 2025 förnyade Fazer sin spannmålsvision, ett program för att stödja jordbrukare i att anta hållbara odlings- och arbetsmetoder, med målet att förbättra jordmånens hälsa och produktivitet samt att minska utsläppen från jordbruket.

Att minska matsvinnet är fortsättningsvis ett viktigt fokusområde för Fazer. Fazer har förbundit sig att minska matsvinnet med 50 procent senast 2030 jämfört med referensåret 2020. År 2025 minskade Fazer mängden undvikbart matsvinn med 12 procent jämfört med föregående år och med 24 procent jämfört med referensåret 2020. Att minska mängden matsvinn är ett viktigt initiativ för hela koncernen och ingår som prestationsbaserat bonusmål för alla medarbetare. Framöver fortsätter Fazer att utforska hur det kunde öka användningen av sidoflöden för att främja cirkulära lösningar och minimera matsvinnet.

Fazer är medvetet om att de val det gör i leveranskedjan påverkar människor, samhällen och miljön. Företaget har förbundit sig till rättvisa och hållbara inköpsmetoder, samt till att upprätthålla mänskliga rättigheter och säkerställa rättvisa arbetsvillkor. Fazer samarbetar med odlare och leverantörer som delar företagets värderingar, och stödjer rättvis handel, lokala samhällen samt etiska och ansvarsfulla inköspraxis.

Ansvarsfulla inköspraxis är nyckeln till att stödja människor i värdekedjan. Fazer har förbundit sig till ansvarsfulla affärspraxis och under 2025 stärkte Fazer sitt engagemang till frivilliga standarder såsom OECD:s due diligence-vägledning och FN:s vägledande principer för företag och mänskliga rättigheter. Fazers odlarprogram, i synnerhet inom kakao, är alltså centrala för detta arbete.

År 2025 stödde flera initiativ Fazers mål inom ambitionen för Människor och välbefinnande. Fazer har förbundit sig att främja en arbetsmiljö där alla känner sig trygga och inkluderade, samtidigt som det strävar efter att minimera eventuella risker för medarbetarnas hälsa och säkerhet. År 2025 uppgick Fazers Lost Time Accident Frequency, LTAF, till 2,7 (4,0), medan Total Recordable Incident Frequency, TRIF, som tar i hänsyn även mindre incidenter, uppgick till 11,9 (13,4).

FÖRVALTNING

ORDINARIE BOLAGSSTÄMMANS BESLUT

Oy Karl Fazer Ab:s ordinarie bolagsstämma hölls den 20 mars 2025 i Vanda, Finland. Bolagsstämman beslöt att dela ut som dividend 4,00 euro per aktie och utbetalningen gjordes i en rat den 27 mars 2025.

Bolagsstämman befullmäktigade styrelsen att besluta om att förvärva bolagets egna aktier, så att det sammanlagda antalet preferensaktier och stamaktier som förvärvas är totalt högst 300 000. Förvärvet av aktierna kan göras riktat, det vill säga, att aktier kan förvärvas i annat förhållande än aktieägarnas innehav och de förvärvade aktierna skall makuleras. Befullmäktigandet är i kraft till nästa ordinarie bolagsstämma.

Antalet styrelsemedlemmar fastställdes till åtta. De tidigare styrelsemedlemmarna Casper von Koskull (ordförande), Harry Brouwer, Elisabeth Dreijer von Sydow, Ketil Eriksen, Jan Fazer, Katharina Stenholm och Laura Tarkka återvaldes. Till ny styrelsemedlem valdes Hubert Weber.

Bolagsstämman valde revisionsamfundet PricewaterhouseCoopers Oy till revisor med Martin Grandell, CGR, som huvudansvarig revisor.

FAZER-KONCERNENS LEDNINGSGRUPP

Under räkenskapsåret skedde inga förändringar i sammansättningen av Fazer-koncernens ledningsgrupp under räkenskapsåret. Vid utgången av 2025 bestod ledningsgruppen av Christoph Vitzthum (Verkställande direktör och koncernchef), Aaron Barsness (Marknadsföringschef, CMO), Jukka Erlund (Ekonomidirektör, CFO), Jenni Gallagher (HR-chef, CHRO), Sebastian Jägerhorn (Chefsjurist), Joséphine Mickwitz (Chef för Kommunikation och hållbarhet), Lara Saulo (Verkställande direktör, Fazer Konfektyr), Tero Tynkkynen (Chef för den kommersiella enheten, CCO) och Krister Zackari (Verkställande direktör, Fazer Lifestyle Foods).

KORTSIKTIGA RISKER OCH OSÄKERHETER

Kakao är en av Fazers viktigaste råvaror. Riskerna som relaterar till tillgången på kakao, höga kakaopriser samt

prisfluktuationer förväntas förbli höga, även om de mildrats något. Tillgången är för närvarande god, och priserna har sjunkit. Fazer Konfektyr har vidtagit ett antal åtgärder för att minska riskerna. Bolaget har bland annat säkrat kakaopriser, anpassat sina priser, utforskat alternativa geografiska områden för kakaoinköp samt gjort förändringar i sin produktportfölj, sina recept och ingredienser. Att fortsätta valda åtgärder för att minska riskerna och noga följa med utvecklingen av kakaomarknaden förblir en av koncernledningens främsta prioriteter. Fazer säkrar kakaopriser och andra råvarupriser enligt godkända policyer.

Marknaden för växtbaserade drycker har varit utmanande under hela året, och den hårda konkurrensen har påverkat i synnerhet B2B-verksamheten i Fazers enhet för växtbaserade drycker. Fazer har med framgång vidtagit en rad åtgärder för att hantera frågan, vilket resulterat i flera nya B2B-kontrakt. Om bolaget däremot misslyckas med att förvärva flera nya B2B-kunder i den takt som krävs, kan det påverka Fazers tillväxt och lönsamhet. Fazer fokuserar starkt på att bygga efterfrågan genom nya kunder och produktkategorier samt med hjälp av marknadsföring.

Upptäckningen av produktionen vid Fazers xylitolfabrik har varit mer utmanande än väntat. De tester som görs med alternativa råvaror är kritiska för att förbättra lönsamheten i verksamheten. Det har förekommit fördröjningar i tillgången till den träbaserade råvaran, och ytterligare förseningar kan ha en negativ inverkan på Fazers utveckling framöver.

Under det senaste året har Fazers marknader varit volatila och konkurrensen från såväl handels egna märken som varumärkesprodukter har varit hård. Flera internationella aktörer har gått in på konfektyrmarknaden och på den finska bagerimarknaden, Fazers största bagerimarknad, har mindre bagerier vunnit marknadsandelar. Samtidigt har höga insatspriser tydligt påverkat konsumenternas priskänslighet och preferenser. För att mildra dessa effekter följer Fazer kontinuerligt situationen och anpassar sitt erbjudande och prissättning samt marknadsföring och kampanjer i nära dialog med sina kunder.

Fazers verksamhet, produkter och tjänster är mycket beroende av datanätverk, mjukvara och digitala lösningar. Brister och fel samt cybersäkerhetsintrång i nätverk eller i ICT-infrastrukturer kan påverka Fazers verksamhet och ekonomiska ställning negativt och skada dess anseende.

De geopolitiska spänningarna kan leda till energibrist och förseningar i transporten av viktiga råvaror och förpackningsmaterial, särskilt i Östersjöområdet. Detta kunde påverka Fazers produktionsscheman negativt och avsevärt påverka företagets operativa effektivitet,

produktionskapacitet och övergripande affärskontinuitet. Åtgärder för att minska risken inkluderar bland annat scenarioplanering, ökade lagernivåer och identifiering av alternativa leverantörer.

HÄNDELSER EFTER RAPPORTERINGSPERIODEN

Det har inte skett några väsentliga händelser efter räkenskapsperiodens slut.

Vanda, 23 februari 2026

Oy Karl Fazer Ab

Styrelsen



fazergroup.com