

Cloetta i korthet

Cloetta grundades 1862 och är ett ledande konfektyrföretag i Norden, Nederländerna och Italien. Cloetta tillverkar och säljer sockerkonfektyr, chokladprodukter, nötter, pastiller och tuggummi. Sammantaget säljs Cloettas produkter i fler än 50 länder.

Fakta om Cloetta

- 5,7 miljarder kronor i försäljning år 2015
- Rörelseresultat (EBIT), justerad på 690 miljoner kronor år 2015
- Ledande lokala varumärken i sex länder
- Ledande marknadspositioner i Sverige, Finland, Norge, Danmark, Nederländerna och Italien
- 2 600 anställda i 14 länder
- Produktion vid 13 fabriker i sex länder
- Noterat på Nasdaq Stockholm.

Strategier

Koncernens fokus ligger på volymtillväxt och marginalexpansion, kostnadseffektivitet och medarbetarutveckling. Starka lokala varumärken och lokal närvaro i kombination med en utvidgning av produktsortimentet såväl genom lanseringar, och möjlighet till förvärv av, nya produkter och varumärken ska bidra till tillväxten. Förbättrade processer och system kommer att öka kostnadseffektiviteten.

Vision, mission och kärnvärden

Cloettas vision är "To be the most admired satisfier of Munchy Moments" och missionen är "To bring a smile to your Munchy Moments". Cloetta har fastställt fyra kärnvärden som är vägledande i sättet att arbeta och agera, både internt och externt. Dessa kärnvärden är **Focus, Passion, Teamplay** och **Pride**.

Produkter och varumärken

Cloetta har några av de starkaste varumärkena på marknaden, till exempel **Läkerol, Cloetta, Jenkki, Kexchoklad, Malaco, Sportlife, Saila, Red Band, Sperlari, Lonka** och **Nutisal**, de flesta med en lång historisk tradition. Inom de olika produktkategorierna har Cloetta ledande varumärken i flera länder.

Choklad

Cloetta har en ledande position i Sverige med varumärkena Kexchoklad, Polly, Center och Plopp. Stark lokal position i Finland med varumärkena Tupla, Royal, Polly och Center. I Norge är Center, Sportlunch och Bridge populära. I Nederländerna finns Lonka Sinas Snippers och mjuk nougat som är konsumenternas favoriter med en lång tradition inom chokladspecialiteter. Ledande inom julsäsongprodukter i Italien med Sperlari.

Sockerkonfektyr

Cloetta har "harmoniserat" sitt ledande varumärke Malaco i Norge, Finland, Sverige och Danmark och varumärket Red Band i Nederländerna. Andra starka varumärken är Ahlgrens bilar, Venco, Galatine, Chewits, Lonka och Juleskum. I Italien var varumärket Dioterelle det första sockerfria godiset.

I Italien har Cloetta starka lokala positioner med säsongsvarumärket Sperlari och med varumärket Diator för sötningsmedel.

Pastiller och tuggummi

Läkerol är ett mer än 100 år gammalt varumärke och koncernens största varumärke för pastiller. Andra ledande varumärken inom pastiller är Mynthon, King och Saila.

Cloetta är ledande i Finland inom tuggummi med varumärket Jenkki. I Nederländerna och Belgien har Cloetta en ledande position med Sportlife och Xylifresh. Cloetta har också berett väg för användningen av xylitol i tuggummi.

Nötter

Cloetta förvärvade år 2014 Nutisal, ett ledande svenskt företag inom torrostade nötter. Den svenska marknaden står för ungefär hälften av försäljningen, men Nutisal säljs även i Danmark, Norge, Tyskland och i Benelux-länderna.

Marknad och försäljning

Cloettas sex huvudmarknader är Sverige, Italien, Finland, Nederländerna, Norge och Danmark. På dessa marknader har Cloetta en egen försäljnings- och distributionsorganisation med starka kundrelationer och stort kategorikunnande. Cloettas produkter säljs på totalt 50 marknader över hela världen. Utanför huvudmarknaderna sker försäljningen genom externa distributörer.

Produktion

Cloetta har 13 fabriker vilka omfattar de flesta produktionsteknologierna. Fabrikerna finns i Sverige, Italien, Nederländerna, Belgien, Slovakien och Irland.

Marknaden

Konfektyr är relativt okänslig för konjunktursvängningar och är en av de mest impulsdrivna varugrupperna i detaljhandeln. Konsumtionsmönster och smakpreferenser varierar mellan de olika marknaderna och jämfört med övriga Europa är till exempel chokladkonsumtionen i Norden betydligt lägre medan konsumtionen av sockerkonfektyr är betydligt högre i Norden än i övriga Europa. Även konfektyrkonsumtionen per person och år varierar en hel del mellan länderna där till exempel konsumtionen i de nordiska länderna är mer än dubbelt så hög som i Italien.