

## Strategiska prioriteringar

*Cloettas mission är “to bring a smile to your Munchy Moments”. Det innebär att konsumenten ska sättas främst och att kunderna ska se Cloetta som sin främsta partner. Cloettas mål är växa organiskt och genom förvärv till en justerad rörelsemarginal på 14 procent.*

*Cloetta ska stärka sin position som det ledande konfektyrföretaget i nordvästra Europa. Cloetta har starka ledande lokala varumärken och en ledande position inom lösviktsgodis. Cloetta kan utnyttja stordriftsfördelar inom produktion och innovation samt de starka marknadskanalerna till att ständigt förbättra varumärkena med fokus på hög kvalitet och lokal tradition.*

*Cloettas kategorier är godis, choklad, pastiller, tuggummi, nötter och lösviktsgodis. Cloettas huvudmarknader, där koncernens försäljning bör växa organiskt med minst 1–2 procent per år, är Sverige, Finland, Nederländerna, Danmark, Storbritannien, Norge och Tyskland. Cloetta kommer också att selektivt expandera och växa snabbare med några få varumärken på Internationella marknader.*

*Cloetta ska skapa förutsättningar för tillväxt genom att bygga ”Ett Cloetta” med en gemensam agenda för hela koncernen. Genom att ha fokus på kostnadseffektivitet kan Cloetta öka lönsamheten och investera för framtiden. Det kan vara investeringar för att stärka och öka koncernens kapacitet inom produktion, marknadsföring eller försäljning men även selektiva förvärv.*

## Cloetta strategier bygger på tre pelare:

1

### Driva tillväxt

- Ytterligare **stärka** starka lokala varumärkena och selektivt expandera varumärken internationellt
- **Fokusera** på huvudmarknaderna och fördubbla försäljningen på Internationella marknader
- **Öka** marknadsandelar och volymer för förpackade varumärken
- **Öka** lösviktens utbredning och erbjudandet på huvudmarknaderna
- **Selektiva** förvärv inom Cloettas kategorier på huvud- eller närliggande marknader

2

### Möjliggöra tillväxt

- **Nolltolerans** mot arbetsolyckor
- Skapa "**Ett Cloetta**" med en gemensam agenda och arbetssätt
- **Stärka** varumärkes- och kategorihantering
- Skapa en **vinnande** kultur
- **Utveckla**, attrahera och behålla kompetenta ledare och medarbetare

3

### Finansiera tillväxt

- Driva **kostnadsbesparande** aktiviteter i hela organisationen
- Implementera "**Den perfekta fabriken**" och Lean-programmet inom produktionen
- **Insourca** produktion
- **Förbättra** lönsamheten inom lösviktsgodis
- Förbättra **marknadsförings-effektiviteten** samt interna system och processer