



Pressmeddelande

25 april 2014

VD och koncernchef Bengt Barons kommentarer till resultatet för det första kvartalet 2014

Cloetta ökade försäljningen för tredje kvartalet i rad.

Cloetta fortsätter att växa på en svagt positiv totalmarknad men bolagets underliggande rörelseresultat (EBIT) minskade till 77 Mkr (91) för kvartalet. Förändringen beror främst på minskade produktionsvolym, valutakurseffekter samt – för att driva fortsatt tillväxt – investeringar i marknadsföring och säljkampanjer. Kampanjplaneringen kan variera från år till år och därmed påverka resultatet i individuella kvartal.

Valutakursförändringar kommer att motverkas genom prisökningar, vilka dock tar en viss tid att implementera. Nutisal, som förvärvades i januari, har också påverkat rörelseresultatet. Målet om att Nutisal förväntas ha en positiv påverkan på vinst per aktie under 2015 kvarstår.

Rörelseresultatet uppgick till 52 Mkr (58) och resultatet efter skatt uppgick till –12 Mkr (36). Den underliggande EBIT-marginalen uppgick i kvartalet till 6,7 procent (8,1) och bruttomarginalen till 35,5 procent (37,5). Förvärvet av Nutisal i kombination med valutakurseffekter samt minskad produktionsvolym är de huvudsakliga förklaringarna till förändringen i bruttomarginalen. Kassaflöde från den löpande verksamheten utvecklades starkt och ökade till 91 Mkr (–16).

Konfektyrmarknaden

Konfektyrmarknaden har uppvisat en svagt positiv utveckling i Sverige, Norge och Danmark. I Nederländerna märktes en viss återhämtning och marknaden uppvisade viss tillväxt. Marknaden i Finland visade en tydlig negativ utveckling under kvartalet. Efter två kvartal av en relativt stabil utveckling uppvisade Italien återigen en svag marknadsutveckling inom framförallt sockerkonfektyr.

Fortsatt tillväxt

Vårt fokus på organisk tillväxt ger resultat då vi nu uppvisar organisk tillväxt tre kvartal i rad. Därutöver har förvärvet av Nutisal bidragit till att ytterligare accelerera försäljningstillväxten. Sammantaget ökade försäljningen med 5,9 procent under kvartalet, varav 0,6 procent var organisk tillväxt och 2,3 procent var valutaeffekter. Försäljningen ökade eller var oförändrad på samtliga marknader utom Italien och Norge. Kontraktstillverkningen minskade också. Försäljningstillväxten var särskilt markant i Danmark och Tyskland beroende på fler listningar och förbättrad distribution. Den minskade försäljningen i Norge beror på en lägre volym inom pick & mix. I Italien minskade försäljningen efter tre kvartal av tillväxt med ett starkt fjärde kvartal där Cloetta tog marknadsandelar. Det första kvartalet är försäljningsmässigt historiskt det svagaste kvartalet för Cloetta i Italien. Det är det fjärde kvartalets säsongförsäljning som avgör utvecklingen för verksamheten i Italien. Försäljningen av nötter under varumärket Nutisal ökade under kvartalet, men minskad kontraktstillverkning medförde att den totala försäljningen minskade jämfört med föregående år. En ökad fokusering på försäljning under egna varumärket Nutisal är dock helt i linje med den långsiktiga strategin.

Cloetta AB (publ)

Org.No. 556308-8144

Kista Science Tower, SE-164 51 Kista, Sweden

Visiting address : Färögatan 33, 25th floor, Kista

+46 8 527 288 00, www.cloetta.com



Omstruktureringsarbetet på väg att slutföras

Efter att produktionen vid fabriken i Gävle upphört i slutet av 2013 har huvuddelen av den sista utrustningen under kvartalet flyttats från fabriken. Produktionen i de mottagande fabrikerna har under kvartalet utvecklats enligt plan. Arbetet med att ta över produktionen från extern leverantör av chokladprodukten Tupla till fabriken i Ljungsbro går enligt plan och förväntas slutföras senast under tredje kvartalet.

Integrationsarbetet för Nutisal enligt plan

Nutisal, ledande inom torrostade nötter i Sverige, förvärvades i januari som ett led i att bredda produktsortimentet inom Munchy Moments. Den 1 april övertog Cloettas svenska säljorganisation försäljningsansvaret för Nutisal. Under kvartalet lanserades Nutisal också i Finland. Arbetet med att integrera Nutisal-fabriken i Cloettas processer och system är påbörjat och löper enligt plan.

Lönsam tillväxt fortsatt i fokus

Jag är nöjd med att Cloetta nu har kunnat uppvisa organisk tillväxt tre kvartal i rad. Det är ett resultat av det hårda dagliga arbetet med att öka marknadsandelarna i en mogen marknad där varje kund, varje ökad exponering, varje lansering, varje ny listning och varje ny kund räknas. För att öka tillväxttakten ytterligare spelar förvärv, såsom till exempel Nutisal, en viktig roll, men även fler potentiella förvärv kan vara möjliga för att ytterligare öka tillväxten.

Informationen i detta pressmeddelande är sådan som Cloetta AB (publ) ska offentliggöra enligt lagen om handel med finansiella instrument och/eller lagen om värdepappersmarknaden. Informationen lämnades för offentliggörande den 25 april 2014 klockan 08.00.

Mediakontakt

Jacob Broberg, SVP Corporate Communications & Investor Relations, 070-190 00 33.

Om Cloetta

Cloetta grundades 1862 och är ett ledande konfektyrföretag i Norden, Holland och Italien. Sammantaget säljs Cloettas produkter i fler än 50 länder. Cloetta har några av de starkaste varumärkena på marknaden, till exempel Läkerol, Cloetta, Jenkki, Kexchoklad, Malaco, Sportlife, Saila, Red Band och Sperlari. Cloetta har 10 fabriker i fem länder. Cloettas B-aktie handlas på NASDAQ OMX i Stockholm. Mer information finns tillgänglig på www.cloetta.com

Cloetta AB (publ)

Org.No. 556308-8144

Kista Science Tower, SE-164 51 Kista, Sweden
Visiting address : Färögatan 33, 25th floor, Kista
+46 8 527 288 00, www.cloetta.com