



Pressmeddelande

10 november 2015

VD och koncernchef David Nuutinens kommentarer till resultatet för det tredje kvartalet 2015

Stark försäljningstillväxt och förbättrat rörelseresultat

Cloettas rörelseresultat (EBIT) förbättrades och uppgick under kvartalet till 212 Mkr (178). Rörelsemarginalen förbättrades till 14,5 procent (13,7). Även försäljningen ökade genom såväl organisk försäljningstillväxt som genom förvärv och valutaförändringar.

Det förbättrade rörelseresultatet beror huvudsakligen på en justering av tilläggsköpeskillingen för genomförda förvärv. Rörelseresultatet har också påverkats negativt av valutakursförändringar samt poster av engångskaraktär relaterade till förvärvet av Locawo B.V. (Lonka).

Rörelseresultat, justerat för poster av engångskaraktär, uppgick till 194 Mkr (193). Rörelseresultatet, justerat för poster av engångskaraktär, har påverkats av ökade investeringar i marknadsföring. Rörelsemarginalen, justerad för poster av engångskaraktär, uppgick till 13,3 procent (14,8). Periodens resultat förbättrades och uppgick till 130 Mkr (87).

Starkt kassaflöde och minskad nettoskuld/EBITDA

Kassaflödet från den löpande verksamheten fortsatte att vara starkt och uppgick till 174 Mkr (75) under kvartalet. Nettoskulden/EBITDA minskade markant i förhållande till samma kvartal föregående år. Trots förvärvet av Lonka under kvartalet ökade nettoskulden/EBITDA bara från 3,30 till 3,39 jämfört med det andra kvartalet 2015.

Konfektyrmarknaden

Konfektyrmarknaden utvecklades överlag positivt i Sverige, Norge, Danmark och Finland. I Nederländerna och Italien var marknadsutvecklingen svagt negativ under kvartalet.

Ökad organisk tillväxt och förvärvstillväxt

Cloettas försäljning ökade med 12,0 procent under kvartalet varav organisk tillväxt var 4,2 procent, förvärv av Lonka 6,6 procent och valuta 1,2 procent. Jag är särskilt nöjd med att vår organiska försäljningstillväxt uppgick till 4,2 procent trots att vi under kvartalet påverkades negativt av både oavslutade kontraktsförhandlingar och minskad försäljning på några marknader. Kontraktsförhandlingarna med en stor kund i Sverige har emellertid nu slutförts.

Cloettas försäljning ökade på samtliga marknader utom i Finland, Norge och Italien. Den positiva försäljningsutvecklingen i Sverige drevs av det nya lösviktskonceptet och i Danmark ökade försäljningen främst inom pastiller. Försäljningen i Nederländerna och Tyskland ökade främst inom påsgodis. I Norge minskade försäljningen främst inom pastiller och i Finland minskade försäljningen främst inom påsgodis. Försäljningen i Italien fortsätter att minska och Cloetta har därmed inte haft tillväxt i Italien sedan det fjärde kvartalet 2013.

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



Stabila råvarupriser

Råvarupriserna har under kvartalet i allt väsentligt varit oförändrade men med alltjämt höga priser på framförallt kakao och nötter. Cloetta har under de senaste kvartalen höjt priserna i framförallt Sverige och Norge för att kompensera för en försämrad valutakursutveckling.

Integrationen av Lonka enligt plan

Lonka, som förvärvades den 17 juli 2015, stärker avsevärt Cloettas position i Nederländerna. Därutöver är även Norden och Storbritannien viktiga marknader, särskilt inom lösviktsgodis. Arbetet med att integrera Lonka i Cloettas organisation har påbörjats och går enligt plan. En ny gemensam försäljnings och marknadsorganisation har skapats i Nederländerna. Planerna för hur Lonkaprodukter ska hanteras och lanseras på andra marknader är under utarbetande. Till följd av förvärvet av Lonka har två fabriker tillkommit i Cloetta.

Arbetet med att samordna integrationen av fabriker och arbetssätt har påbörjats. När alla kostnadssynergier från förvärvet av Lonka är implementerade räknar vi med att dessa kommer att stödja Cloettas mål om en EBIT-marginal, justerat för poster av engångskaraktär, på 14 procent. Vad gäller försäljning och lönsamhet har Lonka under kvartalet utvecklats enligt plan.

Cloetta medlem i Bonsucro

Cloetta fortsätter att utveckla sitt hållbarhetsarbete och har därför blivit medlem i Bonsucro, en organisation som arbetar för att hantera hållbarhetsutmaningarna inom sockerrörsindustrin.

Strategin ligger fast

När jag tog över som VD för Cloetta i somras sa jag att det var min ambition att fortsätta driva lönsam tillväxt genom organisk försäljningstillväxt, fortsatt kostnadseffektivitet och nya initiativ inkluderandes potentiella förvärv. Jag är därför glad över att kunna konstatera att vi under mitt första kvartal som VD kunnat uppvisa såväl fortsatt organisk försäljningstillväxt som förvärvet av Lonka. Det visar att strategin ligger fast.

Vårt fokus framåt ligger naturligtvis på fortsatt lönsam tillväxt, men även nya initiativ inom lösviktsgodis och integrationen av Lonka utgör prioriterade områden.

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 10 november 2015 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, Nederländerna 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 13 fabriker i sex länder. Cloettas B-aktie handlas på Nasdaq 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