



Pressmeddelande

14 Mars 2019

Cloetta Kapitalmarknadsdag 2019

Under Cloettas Kapitalmarknadsdag idag i Stockholm, presenterar VD Henri de Sauvage-Nolting tillsammans med medlemmar av Cloettas koncernledning, en uppdatering av Cloettas strategier och målsättningar, samt en fördjupad beskrivning av lösviktsgodis, marknadsföring och produktion, samt vägen mot en EBIT-marginal, justerad om 14 procent.

"Cloetta har en lönsam verksamhet med stabilt kassaflöde på stabila marknader. Vi har starka varumärken och starka marknadspositioner och vi är bestämda på att nå målet om att växa Cloetta organiskt till en EBIT-marginal, justerad, om 14 procent", säger Henri de Sauvage-Nolting, VD för Cloetta.

Sedan 2012 har Cloetta vuxit med över 25 procent, främst genom förvärv. Ambitionen är att ha en hållbar organisk tillväxt på minst 1-2 procent, inklusive lösviktsaffären. Rörelsemarginalen (EBIT-marginalen) har förbättrats sedan 2012 men har fört synergier från förvärvet av Candyking försvagats. Cloettas ambition är att driva tillväxt för förpackade varumärken, insourca Candyking-volymer, förbättra affären för lösviktsgodis och minska kostnader, för att koncernen ska ha en EBIT-marginal, justerad, om 14 procent på medellång sikt.

Cloettas målsättning är en utdelning på 40-60 procent av periodens resultat, samtidigt som nettoskulden är i linje med målet för att skapa flexibilitet för förvärv.

Under 2018 hade Cloetta fyra på varandra följande kvartal av tillväxt av förpackade varumärken med en EBIT-marginal på över 14 procent. Fortsatt tillväxt i förpackade produkter på denna nivå kommer att stödja vägen mot målet om 14 procent EBIT-marginal.

Cloetta tog marknadsandelar 2018 och är i en god position för att fortsätta driva tillväxt inom förpackade varumärken. Marknadsinvesteringar direkt riktade mot konsumenter kommer att öka under de kommande åren, eftersom den nuvarande marknadsbudgeten kommer att användas mer effektivt samtidigt som den totala kostnaden för marknadsföring kommer att öka. Fokus på färre varumärken och en ny innovationsstrategi bör stödja tillväxten.

Lösviktsaffären minskade under 2018, främst beroende på ett förlorat kontrakt i Sverige och en ökad sockerskatt i Norge. Idag levererar lösviktsaffären, huvudsakligen bestående av det förvärvade bolaget Candyking, en rörelsemarginal på endast cirka 1 – 2 procent. Alla Cloettas marknader för lösvikt, utom Sverige, är för närvarande lönsamma med en medel-ensiffrig marginal (mid-single digit). Lösviktsgodis i Sverige (huvudsakligen drivet av Candyking) hade dock en negativ EBIT om cirka 60 Mkr år 2018.

Kortsiktigt fokus (2019 och 2020) för lösvikt är att göra den svenska lösviktsverksamheten lönsam genom att förbättra EBIT på kontrakt med negativ eller låg marginal. Detta kommer att omfatta prishöjningar, minskade kostnader för lager och distribution, höjd effektivitet för plock i butik samt harmonisering av sortiment.

Cloetta AB (publ)

Org.No. 556308-8144

Solna Business Park, SE-171 41 Solna, Sweden

Visiting address : Englundavägen 7D, 2nd floor, Solna

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



Cloetta har starka positioner inom den växande lösviktsmarknaden. På medellång sikt kommer Cloetta att fokusera mer på utveckling av kategorin, för att erbjuda konsumenterna den bästa upplevelsen inom lösvikt. Detta kommer att omfatta konsumentinsikt, koncept- och hylllösningar, varumärke, innovativa produkter och mer effektiv hantering.

För att klara den planerade tillväxten av varumärken inom förpackade produkter och fortsatt insourcing av Candyking-volymerna kommer Cloetta, utöver den normala investeringsnivån på 3,5 procent av försäljningen, att investera totalt cirka 100 miljoner kronor i fabriksnätverket under 2019 och 2020, främst i ytterligare torkningskapacitet i två fabriker. Detta kommer att öka kapaciteten med cirka 10 procent för fabriksnätverket för gjutna produkter. Dessutom lanserar Cloetta "The Perfect Factory"-programmet som kommer att skapa högre effektivitet och mindre avfall, vilket ökar kapaciteten och minskar kostnaderna.

För att ytterligare driva ned kostnaderna och säkerställa en helhetssyn gällande marginalutvecklingen lanserar Cloetta ett nytt koncernövergripande program som kallas Value Improvement Program Plus. Programmet kommer att använda branschledande praxis och vara centrerad på nollbasbudgetering och principerna om transparens, ansvar och noggrannhet. Cloetta har anlitat Accenture för att stödja programmet med kostnadsanalys och värdeskapande inklusive benchmarking och bästa praxis för att hantera indirekta kostnader.

Tillväxt inom förpackade varumärken, Candyking-synergier, förbättrade marginaler inom lösvikt, Perfect Factory och minskade indirekta kostnader är viktiga byggstenar i Value Improvement Program Plus, som på medellång sikt kommer att driva Cloettas EBIT-marginal, justerad, till 14 procent.

Cloetta Kapitalmarknadsdag

Cloettas Kapitalmarknadsdag äger rum i Stockholm den 14 mars 2019. Talare är Henri de Sauvage-Nolting, VD, Oskari Vidman, Chief Pick & Mix Officer, Thomas Biesterfeldt, Chief Marketing Officer, Marcel Mensink, President Operations och Frans Rydén, CFO.

Presentation finns tillgänglig på <https://www.cloetta.com/sv/events/cloetta-kapitalmarknadsdag-2019/> och en filmad presentation publiceras dagen efter eventet.

Denna information utgjorde innan offentliggörandet insiderinformation och är sådan information som Cloetta AB (publ) är skyldigt att offentliggöra enligt EU:s marknadsmissbruksförordning. Informationen lämnades, genom nedanstående kontaktpersons försorg, för offentliggörande den 14 mars 2019 kl. 12.30 (CET).

Mediakontakt

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

Om Cloetta

Cloetta grundades 1862 och är ett ledande konfektyrföretag i Norden och Holland. Cloettas produkter säljs i fler än 50 länder världen över med Sverige, Finland, Danmark, Norge, Holland, Tyskland och Storbritannien som huvudmarknader. Cloetta har några av de starkaste varumärkena på marknaden, till exempel Läkerol, Cloetta, Candyking, Jenkki, Kexchoklad, Malaco, Sportlife och Red Band. Cloetta har 8 fabriker i 5 länder. Cloettas B-aktie handlas på Nasdaq Stockholm. Mer information finns tillgänglig på www.cloetta.com.

Cloetta AB (publ)

Org.No. 556308-8144

Solna Business Park, SE-171 41 Solna, Sweden

Visiting address : Englundavägen 7D, 2nd floor, Solna

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