

Aktien och aktieägare

Cloettas B-aktie har varit noterad på Nasdaq Stockholm sedan den 16 februari 2009. Cloetta börsnoterades dock redan 1994 och har sedan dess varit noterat i olika ägarkonstellationer. Cloetta-aktien ingår i OMX Stockholm Mid Cap-index, samt i de nordiska och svenska bransch-indexen för Food Producers, Food & Beverage och Consumer Goods.

Sju skäl att investera i Cloetta

1

Starka lokala varumärken

Cloetta har en omfattande portfölj av starka, lokala varumärken som är väl etablerade i medvetandet hos konsumenterna. Varumärkena har varit älskade i generationer och konsumenterna har en personlig relation till varumärken som de har vuxit upp med.

5

Stark marknadsposition och distribution

Cloetta har starka försäljnings- och marknadsorganisationer på sina huvudmarknader med goda relationer till handeln. Den breda marknadsledande produktportföljen skapar stordriftsfördelar och varumärkena är ofta mycket viktiga för handeln.

2

Attraktiv icke-cyklisk marknad

Konfektyrmarknaden är relativt okänslig för konjunktursvängningar med en stabil tillväxt som drivs främst av befolkningsutvecklingen och prishöjningar. Historiskt har den årliga marknadstillväxten varit mellan en och två procent.

6

Attraktivt kassaflöde och aktieutdelning

Cloettas verksamhet har en mycket stark kassagenererande förmåga som möjliggör en aktieutdelning i enlighet med målet om 40-60 procent av årets resultat.

3

Fokus på fortsatt marginaltillväxt

För att nå det finansiella målet om en EBIT-marginal, justerad, på minst 14 procent, kommer fokus fortsatt vara på kostnadseffektivitet, tillväxt och lönsamhet.

7

Hållbart värdeskapande

Vår hållbarhetsagenda har ett helhetsperspektiv på hur man skapar långsiktigt värde. Detta tillvägagångssätt minskar miljömässiga och sociala risker, och stärker partnerskap för vår framtid.

4

Tydlig strategi för att skapa tillväxt

För att skapa tillväxt är dagliga aktiviteter för att bredda distributionen, uppdatera förpackningar, PR och marknadsföring, line extension och lansering av säsonsprodukter viktigast. Därtill kommer strategiska aktiviteter så som innovation, expansion till nya geografiska marknader, brand extension och återlanseringar av varumärken. Selektiva förvärv är också en del av tillväxtstrategin.

