



Pressmeddelande

14 november 2013

VD och koncernchef Bengt Barons kommentarer till resultatet för det tredje kvartalet 2013

Försäljningstillväxten på 3,0 procent och realiserade synergier bidrog till att det underliggande rörelseresultatet (EBIT) förbättrades jämfört med föregående år för fjärde kvartalet i rad.

Bolagets underliggande rörelseresultat (EBIT) förbättrades till 160 Mkr (124) för kvartalet. Förbättringen beror främst på realiserade synergier från samgåendet, samt fabriksomstruktureringar, men även den ökade försäljningen bidrog positivt. Rörelseresultat förbättrades till 131 Mkr (90).

EBIT-marginalen förbättrades till 11,0 procent (7,5). Underliggande EBIT-marginal uppgick till 13,3 procent (10,7). Kassaflödet från den löpande verksamheten uppgick till 54 Mkr (93). Förändringen beror främst på en betydande försäljningsökning under andra halvan av kvartalet.

Konfektyrmarknaden

Konfektyrmarknaden har utvecklats något bättre under kvartalet, vilket har inneburit att flertalet av våra marknader har växt. Särskilt noterbart är att den italienska marknaden för första gången på flera månader uppvisade en viss tillväxt. Den finska totalmarknaden fortsätter dock att uppvisa en svag utveckling. Sammantaget har vi alltså en försiktig inställning till marknadsutvecklingen på kort sikt.

Ökat fokus på lönsam tillväxt

I takt med att vi närmar oss slutförandet av integrationsarbetet och fabriksomstruktureringarna kan vi återigen fokusera på lönsam tillväxt. Under kvartalet har vi ökat marknadsinvesteringarna och gjort flera nylanseringar. Försäljningen ökade med 3,0 procent under kvartalet. Justerat för valutakursförändringar ökade försäljningen med 1,4 procent. Försäljningen ökade i Sverige, Danmark, Finland, Tyskland, Storbritannien och Italien, medan den minskade något i Nederländerna och Norge.

Försäljningstillväxten i Sverige drevs av flera lyckade nylanseringar. Det faktum att integrationsarbetet är avslutat tillåter också organisationen att fullt ut fokusera på marknads- och kampanjaktiviteter. Trots en svag marknadsutveckling ökade vi försäljningen i Finland under kvartalet. För andra kvartalet i rad ökade vi försäljningen i Italien, vilket beror på såväl en förbättrad marknadsutveckling som ett positivt mottagande av nylanseringen av Dietorelle. Det är dock för tidigt att säga om det är ett trendbrott då den för Cloetta mycket stora försäljningen av säsonsprodukter i Italien infaller under det fjärde kvartalet. Den minskade försäljningen i Nederländerna beror på en svag tuggummimarknad och den minskade försäljningen i Norge hänger främst samman med avvecklad försäljning av ett tredjepartsvarumärke.

Refinansiering minskar lånekostnaderna och förbättrar den operativa flexibiliteten

Under kvartalet har koncernens befintliga lånefacilitet omförhandlats i samband med en emission av ett säkerställt obligationslån om 1 000 Mkr. Nettoemissionslikviden har använts till att refinansiera befintliga skulder. De omförhandlade lånevillkoren, i kombination med obligationsemmissionen,

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



kommer att minska bolagets lånekostnader över tid, förlänga förfallostrukturen på skuldportföljen samt öka den operativa flexibiliteten. De förbättrade villkoren på befintliga skulder och det faktum att obligationsemissionen överteknades betydligt visar tydligt Cloettas attraktionskraft som investering på kapitalmarknaden.

Genomförda effektivitetsåtgärder ger oss goda möjligheter att nå våra mål

Det gläder mig att kunna rapportera att integrationsarbetet nu är i princip genomfört och avslutat. Det enda som kvarstår är att slutföra den pågående insourcingen av Tupla till Ljungsbro. Sammantaget har integrationsarbetet gått smidigare och snabbare än vad vi förutsåg när vi för snart två år sedan presenterade samgåendet. Under processen tror vi oss ha utvecklat en effektiv modell för hur integrationsarbete ska gå till.

Omstruktureringsarbetet inom produktionskedjan går fortsatt enligt plan. Matchning av produkter från fabriken i Gävle, vilken vi avser att stänga under första kvartalet 2014, är i det närmaste avslutad och merparten av dessa produkter testkörs nu också i de mottagande fabrikerna i Ljungsbro och Levice, Slovakien.

Integrations- och omstruktureringskostnaderna, vilka som kommunicerats beräknas uppgå till ca 450 Mkr, förväntas upphöra under andra kvartalet nästa år.

Det är glädjande att Cloetta visar försäljningstillväxt i kvartalet. Förutom att slutföra stängningen och flytten av fabriken i Gävle, är vårt fokus nu lönsam tillväxt. Tillväxt kan ske genom såväl organisk tillväxt som förvärv. Jag är fortsatt övertygad om att med den starka ställning som Cloetta har på marknaden, och med vår nuvarande utveckling, har vi goda möjligheter att nå våra uppsatta finansiella mål.

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 14 november 2013 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