



Fazer-konserni

Tilinpäätöstiedote

TAMMI-JOULUKUU 2025



FAZER-KONSERNI TAMMI-JOULUKUU 2025: ENNÄTYKSELLINEN LIIKEVAIHTO JA VERTAILUKELPOINEN LIIKETULOS

Tämän lehdistötiedotteen sisältämät taloudelliset tiedot on johdettu Fazer-konsernin konsernitilinpäätöksestä, joka on laadittu kansainvälisten tilinpäätösstandardien mukaisesti (IFRS Accounting Standards). Tämän tiedotteen taloudellisia tietoja ei ole tilintarkastettu. Suluissa olevat luvut viittaavat edellisvuoden vastaavaan kauteen, ellei toisin mainita. Vuoden 2025 tilinpäätös julkaistaan viikolla 11.

Tammi-joulukuu 2025 lyhyesti

- Liikevaihto oli 1 188,6 (1 183,1) miljoonaa euroa.
- Vertailukelpoinen EBITDA oli 137,8 (141,4) miljoonaa euroa, eli 11,6 % (12,0 %) liikevaihdosta.
- Vertailukelpoinen liiketulos (EBIT) oli 77,8 (75,9) miljoonaa euroa, tai 6,5 % (6,4 %) liikevaihdosta.
- Liiketulos (EBIT) oli -1,0 (46,0) miljoonaa euroa. Liiketulos sisältää EUR -78,8 (-29,9) miljoonaa euroa vertailukelpoisuuteen vaikuttavia eriä, jotka pääosin liittyvät Fazer Lifestyle Foodsin -69,5 miljoonan euron alaskirjaukseen liikearvossa sekä ksytilolitehtaan 4,0 miljoonan euron alaskirjaukseen tuotannon koneissa ja kalustossa.
- Liiketoiminnan rahavirta oli 127,5 (110,0) miljoonaa euroa.
- Vertailukelpoinen osakekohtainen tulos oli 8,46 (8,59) euroa.

Tunnusluvut

MEUR, tai kuten ilmoitettu	2025	2024	Muutos
Liikevaihto	1 188,6	1 183,1	0 %
EBITDA, vertailukelpoinen	137,8	141,4	-3 %
EBITDA, vertailukelpoinen %	11,6 %	12,0 %	
Liiketulos, vertailukelpoinen	77,8	75,9	3 %
Liiketulos, vertailukelpoinen %	6,5 %	6,4 %	
Liiketulos	-1,0	46,0	-
Liiketulos %	-0,1 %	3,9 %	
Tilikauden tulos	-19,1	34,7	-
Liiketoiminnan nettorahavirta	127,5	110,0	16 %
Osakekohtainen tulos, vertailukelpoinen EUR	8,46	8,59	-1 %
Osakekohtainen tulos, EUR	-2,79	5,07	-
Sijoitetun pääoman tuotto, %	-0,1 %	5,9 %	
Oman pääoman tuotto, %	-2,9 %	5,1 %	

TULOSOHJEISTUS VUODELLE 2026

Fazer arvioi liikevaihtonsa kasvavan ja vertailukelpoisen EBITDA:n paranevan vuoteen 2025 verrattuna. Arvio perustuu oletamaan, että Fazerin liiketoimintaympäristön toimintaedellytykset kehittyvät myönteisesti.

NÄKYMÄT VUODELLE 2026

Vahvistuvan ostovoiman arvioidaan tukevan kuluttajakysyntää. Ostovoimaan vaikuttavat myönteisesti palkankorotukset, maltillinen inflaatio sekä työmarkkinoiden vakaat näkymät, mutta hintatietoisien ostamisen arvioidaan edelleen vaikuttavan kategorioiden dynamiikkaan ja kilpailun kaupan omia merkkejä vastaan jatkuvan kovana. Myös geopolitiittisen epävarmuuden arvioidaan pysyvän, mikä saattaa vaikuttaa sekä yleiseen kustannustasoon että kuluttajien luottamukseen.

Makeismarkkinoiden arvioidaan toipuvan haastavasta vuodesta 2025 pääasiassa volyymin kasvun avulla. Kaakaon hintapaineen ja volatiliiteetin arvioidaan helpottuvan jonkin verran.

Leipomomarkkinoiden näkymät ovat varovaisen optimistisia ja kasvun arvioidaan olevan vakaata tai maltillista kaikilla kolmella markkinalla. Kilpailun odotetaan pysyvän kovana etenkin kaupan omien merkkien osalta. Ruotsissa elintarvikkeiden arvonlisäveron alentaminen edistää volyymin kasvua.

Markkinoiden volatilitteetista ja kovasta kilpailusta huolimatta Fazer Lifestyle Foodsin markkinatilanteen arvioidaan paranevan jossain määrin.

FAZERIN KONSERNIJOHTAJA CHRISTOPH VITZTHUM:

Vuonna 2025 Fazer eteni kohti tavoitteitaan ja sen liiketoimintojen kehitys jatkui myönteisenä. Haastavasta toimintaympäristöstä huolimatta saavutimme kaikkien aikojen parhaan liikevaihdon ja vertailukelpoisen liikutuloksen. Tähän vaikuttivat onnistunut katehallinta, investoinnit markkinointiin sekä toteutetut kustannussäästöt. Fazer-konsernin liikevaihto oli 1 188,6 miljoonaa euroa (1 183,1) ja vertailukelpoinen liikutulos 77,8 miljoonaa euroa, mikä oli edellisvuoden ennätysellistä 75,9 miljoonaan euron vertailukelpoista liikutulostakin korkeampi. Fazerin liiketoiminnan rahavirta oli myös vahva, 127,5 miljoonaa euroa (110,0).

Makeisliiketoiminnalle vuoden ensimmäinen puolikas oli vaativa ja sitä leimasi kaakaon hinnan ennennäkemätön nousu ja kova kilpailu. Vuoden loppua kohden volyymit kuitenkin kasvoivat ja taloudellinen kehitys vahvistui makeisliiketoiminnan liikevaihdon saavuttaessa kaikkien aikojen ennätyksen 580,6 miljoonaa euroa (543,1). Joulutarjoomamme otettiin hyvin vastaan Suomessa ja Ruotsissa ja tämän sekä suklaalevyihin panostamisen ansiosta suklaakategoria palasi kasvun tielle. Fazerin marmeladit, etenkin sesonkiuutuudet, menestyivät erityisen hyvin Suomessa ja Ruotsissa. Suklaa- ja makeiskategoriat kehittyivät Ruotsin lisäksi hyvin myös Norjassa ja Tanskassa. Fazer Retail, johon kuuluvat Fazer Café-kahvilat ja Gateau-leipomomyymälät, kasvoi merkittävästi Suomessa, kun taas kehitys Ruotsissa ei vastannut odotuksiamme.

Leipomomarkkinoiden kova kilpailu jatkui koko vuoden, minkä seurauksena leipomoliiketoiminnan liikevaihto laski hieman päättyen 446,9 miljoonaan euroon (452,4). Fazer Leipomot Suomen toimintaan vaikutti Fazeriin suhteettomasti osunut lakkojen sarja keväällä 2025, mutta koko vuoden tasolla Suomen leipomoiden kehitys oli vakaata vuoden loppua kohden kiristyneestä kilpailusta huolimatta. Liikevaihtoon vaikutti myönteisesti myymäläleipomoiden vahva kehitys. Myymäläleipomot saavuttivat ennätysellisen liikevaihdon vuoden aikana, ja myymäläleipomoliiketoiminta muodostaakin jo lähes kolmanneksen Suomen leipomoliiketoiminnan liikevaihdosta.

Myymäläleipomoliiketoiminta kasvoi tasaisesti koko vuoden onnistuneiden uutuuskien ja sesonkiaktivointien, uudistuneen hävikkituotekonseptin ja oikein mitoitettujen laajennustoimien ansiosta. Tuoreen pakatun leivän kysyntä laski hieman. Ruotsin leipomoliiketoiminnan liikevaihto pysyi vakaana edellisvuoteen verrattuna. Tumma palaleipä ja maalaisleipä jatkoivat kategorioina vahvaa kasvuaan ja myös paahtoleivän myynti kääntyi kasvuun. Baltian leipomoliiketoiminnan liikevaihto laski edelleen jatkuneen intensiivisen hintakilpailun, kaupan omien merkkien, ja

Liettuasta Latviaan tuotannon siirron aiheuttamien sisäisten haasteiden takia. Nämä vaikuttivat etenkin ruisleivän ja makeiden leipomotuotteiden saatavuuteen.

Fazer Lifestyle Foodsin liikevaihto laski 190,5 miljoonaan euroon (218,5) pääasiassa kasvipohjaisten juomien laskeneen yritysmyyntin seurauksena. Lisäksi myllyliiketoiminnan kasvu oli vaisua edellisvuotta huomattavasti alhaisemman viljan hinnan takia. Haasteet kasvipohjaisissa juomissa jatkuivat, joskin Fazer Aito Barista kasvoi merkittävästi Suomessa vahvistaen markkina-asemaansa kategoriassa. Muita saavutuksia olivat kaurajuomiemme lanseeraus Saksassa. Vaikka olemmekin panostaneet kasvipohjaisten juomien liiketoiminnan kehittämiseen, on selvää, ettei sen kannattavuus vielä täytä odotuksiamme. Fazer Lifestyle Foodsin toteuttamat toimenpiteet kannattavuuden ja operatiivisen tehokkuuden parantamiseksi ovat kuitenkin vahvistaneet liiketoiminnan resilienssiä. Froosh-smoothieiden kysyntä oli hyvää Suomessa, Ruotsissa ja Norjassa

Vuoden aikana saavutimme useita strategisia virstanpylväitä. Saavutuksista merkittävin oli päätös investoida noin 400 miljoonaa euroa uuteen, huippumoderniin suklaatehtaaseen Lahdessa. Investointi vahvistaa tulevan kasvumme perustaa ja mahdollistaa sekä kasvun kotimarkkinoillamme että kansainvälisen laajentumisen. Tämä heijastaa myös pitkäaikaista sitoutumistamme tavoitteisiimme: haluamme tarjota herkullisia, laadukkaita ja innovatiivisia makuelämyksiä kaikissa kategorioissamme. Päätöstämme tuki Suomen hallituksen tervetullut päätös perua ehdotuksensa makeisten arvonlisäveron merkittävästä korottamisesta.

Markkina-aseman vahvistaminen Pohjoismaissa ja kansainvälisesti on Fazerille edelleen tärkeää. Suomessa jatkamme markkinajohtajuutemme vahvistamista edistämällä kannattavaa kasvua vakiintuneissa kategorioissamme ja vahvistamalla tarjoomamme esimerkiksi lahja- ja sesonkituotteissa. Ruotsissa kuluttajien tarpeisiin vastaaminen luo mahdollisuuksia keskeisillä segmenteillä, joilla luotettavat brändimme tarjoavat meille kilpailuetua. Lisäksi odotettu elintarvikkeiden arvonlisäverokannan puolittuminen 12 prosentista 6 prosenttiin Ruotsissa huhtikuussa 2026 voi tukea kuluttajakysyntää. Keski- ja Itä-Euroopassa suklaatuotteemme ja kasvipohjainen tarjoomamme ovat saaneet hyvän vastaanoton, ja näemme



selkeää potentiaalia laajentua näillä markkinoilla, kun tietoisuus tuotteistamme edelleen kasvaa.

Olen erittäin iloinen, että vuonna 2025 kansainvälinen laajentumisemme eteni hyvin, erityisesti makeisliiketoiminnan osalta. Jatkaessamme kansainvälisen kasvun matkaamme etsimme aktiivisesti mahdollisuuksia laajentua paitsi orgaanisesti myös yrityshankintojen kautta. Keskeinen tavoitteemme on Fazerin asemaa sekä olemassa olevilla että uusilla markkinoilla.

Vuoteen 2026 katsottaessa kaakaon hintapaine näyttää helpottavan. Kuluttajien hintatietoisuuden arvioidaan pysyvän korkealla, mutta luottamuksen ja ostovoiman kohenevan vähitellen useilla markkinoilla. Hintojen vaikutus ostokäyttäytymiseen näkyy edelleen eri kategorioissa ja kilpailu kaupan omia merkkejä vastaan jatkuu kovana. Työmarkkinatilanne näyttää vakiintuvan, vaikkakin Suomessa työttömyyden arvioidaan pysyvän edelleen korkealla. Maailmanlaajuisesti geopoliittinen epävarmuus aiheuttaa edelleen huolta. Näistä haasteista huolimatta lähdemme vuoteen luottavaisin mielin panostaen erityisesti kasvun ja kilpailukyyn vahvistamiseen, tehokkuuden parantamiseen ja kaikkien kategorioidemme kannattavan ja kestävä kehityksen edistämiseen.

FAZER-KONSERNIN TALOUDELLINEN KEHITYS

Liikevaihto ja kannattavuus

MEUR	2025	2024	Muutos
Fazer Makeiset	580,6	543,1	7 %
Fazer Leipomot	446,9	452,4	-1 %
Fazer Lifestyle Foods	190,5	218,5	-13 %
Muut	5,1	5,1	-1 %
Konsernieliminoinnit	-34,6	-36,0	4 %
Liikevaihto yhteensä	1 188,6	1 183,1	0 %

Konsernin kauden liikevaihto oli 1 188,6 (1 183,1) miljoonaa euroa. Valuuttakurssivaikutukset pois lukien liikevaihto pysyi samalla tasolla. Fazer Makeisten liikevaihto oli 580,6 (543,1) miljoonaa euroa, Fazer Leipomoiden liikevaihto 446,9 (452,4) miljoonaa euroa ja Fazer Lifestyle Foodsin liikevaihto 190,5 (218,5) miljoonaa euroa. Liikevaihto Suomessa oli 740,5 miljoonaa euroa (740,3), ja liikevaihto Ruotsissa kasvoi 4 % ollen 285,1 miljoonaa euroa (274,9). Liikevaihto muissa maissa oli 163,0 miljoonaa euroa (167,9) ja laski 3 % edelliseen vuoteen verrattuna.

Konsernin kauden vertailukelpoinen EBITDA laski 3 % pääasiassa kaakaon hinnan merkittävästä noususta johtuen ja

oli 137,8 (141,4) miljoonaa euroa, eli 11,6 % (12,0 %) liikevaihdosta. EBITDA oli 133,5 (133,1) miljoonaa euroa. Vertailukelpoinen liiketulos kasvoi 3 % ja oli 77,8 (75,9) miljoonaa euroa, eli 6,5 % (6,4 %) liikevaihdosta. Liiketulos oli -1,0 (46,0) miljoonaa euroa.

Konsernin kauden EBITDA sisältää vertailukelpoisuuteen vaikuttavia eriä -4,4 (-8,3) miljoonaa euroa. Liiketulos sisältää vertailukelpoisuuteen vaikuttavia eriä -78,8 (-29,9) miljoonaa euroa liittyen pääosin Fazer Lifestyle Foodsin liikearvon alaskirjaukseen, -69,5 miljoonaa euroa, sekä ksylytolitehtaan tuotannon koneiden ja kaluston alaskirjaukseen -4,0 miljoonaa euroa.

RAHOITUISERÄT JA TULOS

	2025	2024	Muutos
Rahoitustuotot ja -kulut, MEUR	-2,9	-0,6	-
Tuloverot, MEUR	-15,2	-10,7	-41 %
Tilikauden tulos, MEUR	-19,1	34,7	-
Osakekohtainen tulos, EUR	-2,79	5,07	-
Osakekohtainen tulos, vertailukelpoinen EUR	8,46	8,59	-1 %

Konsernin kauden rahoitustuotot ja -kulut olivat yhteensä -2,9 (-0,6) miljoonaa euroa, muutoksen johtuessa pääasiassa valuuttakurssivaikutuksista. Tulos ennen veroja laski -3,9 (45,4)

miljoonaan euroon, ja konsernin kauden tulos oli -19,1 (34,7) miljoonaa euroa. Osakekohtainen tulos oli -2,79 (5,07) euroa, ja vertailukelpoinen osakekohtainen tulos oli 8,46 (8,59) euroa.

RAHAVIRTA, INVESTOINNIT JA RAHOITUSASEMA

MEUR, tai kuten ilmoitettu	2025	2024	Muutos
Liiketoiminnan nettorahavirta	127,5	110,0	16 %
Bruttoinvestoinnit	74,6	54,9	36 %
Sijoitettu pääoma	652,0	734,1	-11 %
Käyttöpääoma	-2,3	50,7	-
Nettovelat	13,8	22,4	-38 %
Nettovelat / EBITDA	0,1	0,2	
Nettovelkaantumisaste, %	2,2 %	3,2 %	
Omavaraisuusaste, %	63,2 %	64,9 %	

Konsernin kauden liiketoiminnan rahavirta oli 127,5 (110,0) miljoonaa euroa. Liiketoiminnan rahavirran kasvu johtui pääosin parantuneesta käyttöpääoman hallinnasta. Konsernin kauden investoinnit olivat 74,6 (54,9) miljoonaa euroa. Investointien kasvu johtuu pääosin Lahteen rakennettavasta

suklaatehtaasta. Vuoden 2025 lopun negatiivinen käyttöpääoma johtuu pääasiassa johdannaispimusten negatiivisesta käyvästä arvosta tilikauden päättyessä. Kauden lopussa konsernin rahavarat olivat yhteensä 78,2 (78,9) miljoonaa euroa. Nettovelka oli 13,8 (22,4) miljoonaa euroa, ja

nettovelkaantumisasaste oli 2,2 % (3,2 %). Konsernin taseen loppusumma oli 986,5 (1 065,6) miljoonaa euroa ja omavaraisuusaste 63,2 % (64,9 %).

Investointi uuteen suklaatehtaaseen

Heinäkuussa 2025 Fazer kertoi investoivansa 400 miljoonaa euroa uuteen Lahteen rakennettavaan suklaatehtaaseen.

HENKILÖSTÖ

Henkilöstö liiketoiminta-alueittain, kauden lopussa

Fazer Makeiset
Fazer Leipomot
Fazer Lifestyle Foods
Muut
Yhteensä

	2025	2024	Muutos
Fazer Makeiset	1 741	1 664	5 %
Fazer Leipomot	2 281	2 331	-2 %
Fazer Lifestyle Foods	371	444	-16 %
Muut	300	325	-8 %
Yhteensä	4 693	4 764	-1 %

Fazerin henkilöstömäärä oli tilikauden lopussa 4 693 (4 764). Konsernin henkilöstöstä 68 % työskenteli Suomessa, 21 % Ruotsissa ja 10 % Baltian maissa. Nämä ovat samalla Fazerin kolme suurinta markkina-alueita. Konserni työllisti kauden aikana keskimäärin 4 761 (4 885) täysipäiväistä työntekijää.

Vuoden alussa Fazer sai päätökseen Liettuan Kaunasissa sijainneen leipomon tuotannon siirron ja Baltian leipomotoimintojen keskittämisen Latvian Ogreen. Tuotannon siirron tavoitteena oli edistää Fazerin Baltian toimintojen tehokkuutta ja kilpailukykyä.

Kesällä saatiin päätökseen Fazerin gurttivalmistuksen siirto Korialta Finnish Food Factorylle Kouvolaan. Liikkeenluovutuksen myötä Fazerilta siirtyi Finnish Food Factorylle 32 työntekijää, jotka jatkoivat uuden työnantajan palveluksessa vanhoina työntekijöinä.

Työ Fazerin ksylitolitehtaan tuotannon ylösajamisen osalta jatkui. Vaihtoehtoisten raaka-aineiden pilotointi tuotannossa on edelleen ratkaisevaa ksylitoliliiketoiminnan kannattavuuden parantamiseksi. Koska uuden raaka-aineen saatavuudessa oli vuoden aikana viiveitä, tehtaan henkilöstön lomautuksia jatkettiin.

Heikkojen talousnäkymien ja kuluttajakäyttäytymisen muutosten vuoksi Fazer kävi vuoden aikana muutosneuvotteluja, joiden seurauksena toimintaa uudelleenjärjesteltiin eri puolilla organisaatiota.

Fazerin tavoitteena on vahvistaa työnantajamielikuvaansa entisestään houkutelakseen huippuosaajia kaikilla keskeisillä aloilla ja kaikilla tärkeimmillä markkinoillaan. Vuonna 2025 Fazer ylsi merkittävään saavutukseen yltaessään kolmen halutuimman työnantajan joukkoon Universumin Suomessa tehdyssä liike-elämän ammattilaisille suunnatussa kyselyssä. Tulos on yhtiön paras sitten vuoden 2018. Lisäksi Fazer paransi

Uuden tehtaan arvioidaan olevan valmis käyttöönotettavaksi vuonna 2028.

Tehtaan rahoitus sisältää vihreän 280 miljoonan euron syndikoidun määräaikaistlainan ja vihreän pitkäaikaisen 120 miljoonan euron leasingrahoitus sopimuksen tehdasrakennuksesta sekä 19.5 miljoonan euron Business Finlandin puhtaan siirtymän investointituen.

merkittävästi sijoitustaan luonnontieteiden aloille suunnatussa kyselyssä, sijalta 28 sijalle 7.

Baltiassa Fazerin panosti työnantajamielikuvansa parantamiseen menestyksekkäästi, ja yhtiö nimettiin Vidzemen alueen parhaaksi työnantajaksi, mikä vahvistaa entisestään Fazerin mainetta työnantajana Baltiassa.

Työntekijöiden hyvinvointi sekä monimuotoisuus ja osallisuus ovat Fazerille keskeisiä tekijöitä työnantajamielikuvan parantamisessa. Monimuotoisuus on myös keskeinen osa Fazerin rekrytointiperiaatteita.

Palkitsemisen oikeudenmukaisuutta ja läpinäkyvyyttä vahvistavat hankkeet ovat tärkeä osa nykyaikaista henkilöstöjohtamista. Ne tukevat yhdessä muiden aloitteiden kanssa Fazerin tavoitetta edistää ja luoda edellytykset tuloshakuiselle kulttuurille. Vuoden aikana Fazer edistyi merkittävästi oikeudenmukaisen ja läpinäkyvän palkitsemisen kehittämisessä, ja tämä painopiste pysyy prioriteettina myös vuonna 2026.

Vuonna 2025 osaamisen kehittäminen keskittyi Fazerilla teemoihin kuten johtajuuden kehittäminen, muutosjohtajuus, tekoäly (AI), ympäristö, terveys ja turvallisuus sekä artesaanileivonta.

Johtajuuden kehittämisen puitteissa Fazer esitteli Fazerin johtamisen kulmakivet yhteisenä viitekehystenä strategian toteutuksen tukemiseksi. Vahvistaakseen muutosjohtamisen kyvykkyksiään Fazer käynnisti ChangeMakers-nimisen koulutusohjelman, jonka tavoitteena on jakaa parhaita käytäntöjä muutoksen johtamisessa ja tukea yhtiön johtajia muutoksen toteuttamisessa ja viestimisessä.

Työssä oppiminen on Fazerilla edelleen työntekijöiden kehityksen keskeinen tekijä. Lisäksi työkierto on tärkeää,

tarjoten monipuolisia mahdollisuuksia työntekijöille ja laajentaen näkökulmia koko organisaatiossa. Vuonna 2025 yli puolet toimihenkilörooleista täytettiin sisäisen haun kautta.

Fazer otti käyttöön kokonaistapaturmataajuuden (Total Recorded Incident Frequency, TRIF) keskeisenä turvallisuusmittarina. Kokonaistapaturmataajuus huomioi myös lievemmät tapaturmat, mikä edistää ennakoivia toimia kokonaisvaltaisen työturvallisuuden vahvistamiseksi. Vuoden aikana Fazerin onnettomuustaaajuus (Lost Time Accident Frequence, LTAF) oli 2,7 (4,0) ja kokonaistapaturmataajuus (TRIF) oli 11,9 (13,4).

Ennaltaehkäisevien turvallisuustoimenpiteiden osana otettiin käyttöön prosessi, jonka avulla tunnistetaan ja käsitellään etukäteen mahdollisia vaaratilanteita, vakavia läheltä piti-tilanteita ja tilanteita, jotka voisivat johtaa vakavaan loukkaantumiseen tai kuolemaan (Significant Incident or Fatality, SIF). Lisäksi Fazer käynnisti koko konsernin kattavan terveys- ja turvallisuusriskienhallintamenettelyn luodakseen vakiintuneet menetelmät työpaikan riskien tunnistamiselle, arvioimiselle ja vähentämiselle.

LIIKETOIMINTA-ALUEET

Fazer Makeiset

Kaakaon korkea hinta aiheutti haasteita makeismarkkinoilla suurimman osan vuodesta. Kilpailutilanne pysyi tiukkana, kun kampanjointi, uudenlaiset makeistuotteet ja -konseptit sekä uudet tulokkaat kiristivät kilpailua alalla. Suomessa suklaamarkkina oli laskussa suuren osan vuodesta, mutta vankistui vuoden loppua kohden kampanjoinnin myötä. Koko vuoden osalta Fazerin markkinaosuus kategoriassa laski hieman. Fazer menestyi hyvin Ruotsin suklaamarkkinoilla ja kasvatti markkinaosuuttaan. Sokerimakeisten osalta Suomen markkinatilanne sekä Fazerin markkinaosuus pysyivät ennallaan. Ruotsissa makeismarkkinan volyymi kasvoi sen sijaan vahvasti, eritoten irtokarkkimyynnin ansiosta. Fazer kasvatti markkinaosuuttaan makeispusseissa onnistuneiden uutuustuotteiden ansiosta. Kekseissä kasvavia segmenttejä olivat kaupan omien merkkien keksit ja erilaiset välipalatuotteet.

Fazer Makeiset saavutti kaikkien aikojen korkeimman liikevaihtonsa, 580,6 (543,1) miljoonaa euroa ja kasvua oli 7 % edellisvuoteen verrattuna. Valuuttavaikutukset pois lukien liikevaihto kasvoi 6 %. Liikevaihto kasvoi vahvasti sekä Ruotsissa että kansainvälisesti. Chocolate & Snacking -yksikön liikevaihdon kasvu perustui pääosin hinnankorotuksiin volyymien laskiessa. Candy-yksikön kehitys oli vahvaa Ruotsissa ja Tanskassa, joissa esimerkiksi Tutti Frutti Remix -makeispussin kysyntä oli hyvää. Fazerin marmeladituotteet, sesonkiuutuudet erityisesti, saavuttivat suuren suosion kuluttajien keskuudessa. Fazer Retail-yksikkö, johon kuuluvat Fazer Café-kahvilat ja Gateau-leipomomyymälät, kasvatti merkittävästi liikevaihtoaan Suomessa, mutta jäi tavoitteista Ruotsissa.

Fazer Leipomot

Suomen leipomomarkkinat olivat pääosin vakaat. Kasvua oli erityisesti myymäläleipomo- ja paistopistetuotteissa. Suolaisten leipomotuotteiden myynti oli vakaata tai kasvoi hieman, ja tuoreen pakatun leivän myynti laski. Merkittävin ulkoinen häiriötekijä leipomomarkkinalla oli keväälle 2025 ajoittunut lakkojen sarja, joka osui Fazeriin suhteettomasti. Kilpailu markkinalla kiristyi vuoden edetessä, pienemmät alueelliset leipomot kasvattivat markkinaosuuksiaan ja suuremmat toimijat hakivat etuja ydinkategoriassa, etenkin tummassa leivässä. Vuoden loppua kohden vähittäiskauppojen välinen hintakilpailu kiristyi ja kampanjoiden vaikutus kasvoi, mikä lisäsi kysynnän vaihtelua entisestään. Ruotsissa leipomomarkkinat laskivat sekä volyymin että arvon osalta, ja

kuluttajat suosivat entistä selkeämmin pienempiä pakkauskojoja. Baltiassa leipomomarkkinoiden arvo pysyi vakaana, mutta volyymit laskivat. Kilpailu kiristyi aggressiivisen hinnoittelun, kampanjoiden ja kaupan omien merkkien myötä. Fazer säilytti vakaan markkina-aseman vuoden jälkipuoliskolla, mutta kokonaisuutena markkinaosuus laski vuodentakaisesta. Tämä johtui edelleen kiristyneestä kilpailusta ja tuotannon siirron aiheuttamista sisäisistä haasteista, jotka vaikuttivat etenkin ruisleivän ja makeiden leipomotuotteiden saatavuuteen.

Fazer Leipomoiden liikevaihto laski 1 % edellisvuoteen verrattuna ja oli 446,9 (452,4) miljoonaa euroa. Valuuttavaikutukset pois lukien liikevaihto laski 2 %. Fazer Leipomot Suomen osalta kehitys oli vakaata, vuoden alkupuoliskolle osuneiden lakkojen negatiivisesta vaikutuksesta huolimatta. Myymäläleipomoiden kehitys oli hyvää läpi vuoden, erityisesti vahvojen sesonkituotteiden ja uudistetun hävikkimyöntikonseptin ansiosta. Riisiipiirakoiden kysyntä oli vahvaa, mikä osittain kompensoi tuoreen pakatun leivän laskenutta kysyntää. Fazer Leipomot Ruotsissa tumma palaleipä ja maalaisleivät jatkoivat kasvuaan, ja myös paahtoleivän kysyntä kääntyi kasvuun. Limppu-tyyppisten leipien kysyntä jatkoi sen sijaan laskuaan. Fazer Leipomot Baltian toimintaa vaikeuttivat edelleen toimialan kiristynyt kilpailu sekä Liettuasta Latviaan siirretyn tuotannon siirtoon liittyvät haasteet. Leipomot Baltia toteutti vuoden aikana useita tuoteportfolion uudistuksia sekä tuotannon siirtoon tähtääviä toimia tuotannon siirron negatiivisten vaikutusten lieventämiseksi.

Fazer Lifestyle Foods

Fazer Lifestyle Foodsin toimintaympäristö oli edelleen haastava, ja markkinoita leimasi vaisu kysyntä ja kiristynyt kilpailu keskeisissä kategorioissa. Suomessa kasvipohjaisten juomien markkina kasvoi hieman, ja Fazer vahvisti asemaansa kategoriassa. Viljatuotteiden markkinoilla kilpailu kiristyi kapasiteetin kasvun ja uusien markkinatulokkaiden myötä ja myllyliiketoiminnan yritysmyyntimarkkinassa kasvoi hintapaine. Kuluttajatuotteissa havaittiin sen sijaan arvon laskua, joskin tietyt alakategoriat kuten myslit ja granolat kykenivät ylläpitämään hintatasonsa. Smoothie-kategoria sen sijaan kasvoi sekä Suomessa että Ruotsissa.

Fazer Lifestyle Foodsin liikevaihto laski 13 % edellisvuoteen verrattuna ja oli 190,5 (218,5) miljoonaa euroa. Valuuttavaikutukset pois lukien liikevaihto laski 14 %. Kasvupohjaisissa juomissa Fazer Aito Oat Baristan kysyntä Suomessa kasvoi merkittävästi onnistuneiden uutuuslansseerausten ja kampanjoiden ansiosta. Fazer Aito kauraproteiinijuomien lansseeraus vuoden aikana oli myös menestyksenkäs. Kysyntä ei kuitenkaan ollut riittävää tukemaan

liikevaihdon kehitystä kategoriassa, joka laski merkittävästi yritysmyyntin voimakkaan laskun takia. Vuoden aikana aloitettiin myös Fazer Aito kaurajuomien lanseeraus Saksassa. Myllyliiketoiminnan liikevaihto laski edellisvuoteen verrattuna alhaisempien yritysmyyntivolyymien vuoksi. Fruit-liiketoiminnan liikevaihto kasvoi hieman.

Muut toiminnot

Työ Fazerin ksylitolitehtaan tuotannon ylösajamisen osalta jatkuu. Seuraava keskeinen virstanpylväs ksylitolituotannon kasvattamisessa on vaihtoehtoisten raaka-aineiden pilotointi tuotannossa alkuvuoden 2026 aikana. Raaka-aineen saatavuudessa olleiden viiveiden takia lomautuksia tehtaalla on jatkettu. Tehtaan koneisiin ja kalustoon tehtiin yhteensä 4,0 miljoonan euron alaskirjaukset.

STRATEGINEN KEHITYS

FAZER-KONSERNIN STRATEGIA

Fazer luo pitkäjänteistä ja kestäväää arvoa vahvalla kuluttajälähtöisyydellä.

Fazerin strategisena tavoitteena on:

- Kasvaa kannattavasti Suomen parhaana kuluttajatuoteyhtiönä
- Kiihdyttää kannattavaa kasvua Ruotsissa
- Kasvaa kansainvälisesti selkeillä prioriteeteilla
- Vauhdittaa kasvua trendikkäillä kategorioilla ja voittavilla konsepteilla
- Parantaa tuottavuutta ja kannattavuutta alan johtavalle tasolle
- Edistää ja luoda edellytykset tuloskeskeiselle kulttuurille
- Kehittää ruokaa ratkaisuna liiketoiminnan vastuullisuuden varmistamiseksi

Fazerin kasvustrategia pohjautuu syvälliseen kuluttajaymmärrykseen, rakastettuihin brändeihin ja tuotteisiin sekä vahvoihin markkina-asemiin.

Fazerin tavoite on vahvistaa asemaansa johtavana pohjoismaisena kuluttajatuoteyhtiönä kasvamalla kotimarkkinoillaan, Suomessa ja Ruotsissa, sekä kansainvälisesti. Yrityksen tavoitteena on ainutlaatuista tuote- ja brändivalikoimaansa hyödyntäen tarjota suklaatuotteita ja kasvipohjaisia juomia Pohjoismaiden markkinoiden lisäksi Keski- ja Itä-Euroopan sekä Aasian markkinoille. Hyödyntäen ydinliiketoimintojensa koko potentiaalia Fazer kehittää konsepteja, jotka ohjaavat markkinatrendejä, tarjoavat uusia kulutusmahdollisuuksia ja luovat kuluttajakysyntää. Lisäksi Fazer etsii aktiivisesti mahdollisuuksia laajentua yritysostojen kautta. Fazerin tavoitteena on katteiden nostaminen alan huipputasolle keskittymällä kasvuun sekä tuottavuuden ja operatiivisen tehokkuuden parantamiseen. Fazer vaalii vastuullisuuteen ja resilienssiin perustuvaa tuloslähtöistä kulttuuria. Henkilöstöön panostamalla ja työkäytäntöjä harmonisoimalla Fazer luo työkuulttuurin, joka houkuttelee ja sitouttaa toimialan johtavia osaajia. Fazer on sitoutunut rakentamaan kestäväää liiketoimintaa, joka luo pitkäaikaista menestystä ja tukee kestävämpää ruokajärjestelmää.

STRATEGISET TOIMENPITEET VUONNA 2025

Vuonna 2025 Fazer jatkoi kasvustrategiansa toteuttamista keskittyen vahvasti vuoden prioriteetteihin.

- Vuoden tärkein strateginen askel oli yhtiön historiallinen päätös investoida uuteen, huippumoderniin suklaatehtaaseen Lahdessa,

Suomessa. Uusi tehdas yhdistää Fazerin suklaaosaamisen uuteen teknologiaan ja automatisoituihin tuotantolinjoihin, jotka mahdollistavat uudenlaisten tuotteiden kehittämisen pitkäaikaisen kasvun vauhdittamiseksi.

- Toteuttaen kasvustrategiaansa Fazer Makeiset jatkoi makeis-, suklaa- ja välipalatarjonnan kehittämistä vahvistaakseen asemaansa sesonki- ja lahjatuotteissa. Tämä vauhditti kannattavaa kasvua Fazerin kotimarkkinoilla Suomessa ja Ruotsissa sekä muilla pohjoismaisilla markkinoilla. Samaan aikaan Fazer Makeiset jatkoi valittujen brändien tunnettuuden rakentamista valituilla kansainvälisillä markkinoilla.
- Fazer Lifestyle Foods otti tärkeän askeleen kansainvälisessä kasvussaan laajentamalla Fazer Aito - kaurajuomien myyntiä Saksassa, Euroopan kasvipohjaisten tuotteiden suurimmalla markkina-alueella.
- Osoituksena innovaatiokyvykkyydestään ja vastuullisuudestaan sekä nopeuttaakseen kasvuaan trendikkäissä kategorioissa Fazer lanseerasi viljapohjaiset, kaakaottomat Taste the Future - makeislevyt sekä viljapohjaiset Raspberry Dream - makeispatukat. Taste the Future -konseptin puitteissa Yhdysvalloissa esiteltiin lisäksi Solein® -proteiinia sisältäviä välipalatuotteita.
- Vuoden aikana Fazer avasi yhteensä viisi Fazer Café-kahvilaa ja Gateau-leipomomyymälää Suomessa ja Ruotsissa.

Vuoden aikana Fazer edisti useita liiketoiminnan muutoshankkeita tehokkuuden parantamiseksi, toimintamallin vahvistamiseksi ja skaalautuvan kasvun tukemiseksi.

- Fazer saattoi päätökseen Koriolla sijainneen gurtivalmistuksen siirron Finnish Food Factorylle Kouvolaan. Finnish Food Factoryn moderni tuotantolaitos ja kehittyneet valmistusmenetelmät mahdollistavat yhä laadukkaampien kaurapohjaisten gurttien valmistuksen entistä pidemmällä säilyvyysajoilla, mikä on ratkaisevan tärkeää vientimahdollisuuksien lisäämiseksi.
- Työ Fazerin ksytilitehtaan raaka-aineratkaisun löytämiseksi jatkui. Seuraava tärkeä askel on vaihtoehtoisten raaka-aineiden pilotointi tuotannossa vuoden 2026 alussa.

Vuoden 2025 aikana Fazer edisti toimitusketjun huippuosaamistaan optimoimalla prosesseja ja hyödyntämällä synergioita liiketoimintojen välillä.

- Tehokkuuden parantamiseksi Fazer keskitti makeisliiketoiminnan, Fazer Lifestyle Foodsin ja ksylitoliliiketoiminnan varastotoiminnot yhdelle toimijalle Suomessa.
- Fazer otti käyttöön uuden ruisleipälinjan Lahden leipomossaan. Uusi tuotantolinja vähentää merkittävästi Lahden leipomon energiankulutusta ja koko konsernin CO₂-päästöjä.

Vuoden 2025 aikana Fazer ryhtyi useisiin toimenpiteisiin parantaakseen tuottavuuttaan ja automatisoidakseen prosessejaan alan parhaan kannattavuuden saavuttamiseksi.

- Fazer teki päätöksen investoida uuteen ERP-järjestelmään modernisoidakseen teknologisen alustansa sekä parantaakseen kokonaisvaltaisesti tehokkuuttaan ja tuottavuuttaan prosessiautomaation avulla. Uusi järjestelmä tukee vahvasti myös uuden suklaatehtaan tuotantoa.
- Vuoden aikana Fazer jatkoi dataan ja tekoälyyn pohjautuvien ratkaisujen kehittämistä liiketoiminnan ja tukitoimintojen tarpeisiin, muun muassa. Lisäämään automaatiota ja parantamaan luotettavuutta.

Vuonna 2025 Fazer jatkoi organisaation, henkilöstöjohtamisen ja kulttuurin kehittämistä.

- Vuoden aikana Fazer toteutti uudelleenjärjestelyjä eri puolilla organisaatiota tavoitteenaan varmistaa organisaation ketteryys ja tehokkuus alati muuttuvan toimintaympäristön aiheuttamiin haasteisiin vastaamisessa.
- Yritys jatkoi tuloskeskeisen kulttuurin rakentamista muun muassa investoimalla Fazerin kasvustrategian toteuttamiseen tarvittaviin kriittisiin taitoihin, kuten muutosjohtajuuskyvykkyyksien kehittämiseen ja tulevien johtajien kasvattamiseen.

TUTKIMUS JA KEHITYS

Vuonna 2025 Fazer päivitti tutkimus- ja kehitysstrategiansa sekä terävöitti tutkimus- ja kehitysohjelmaansa. Ohjelma rakentuu määritellyille teemoille ja teknologisille ratkaisuille sekä Fazerin ravitsemusagendalle. Vuoden aikana työtä tehtiin

raaka-aineiden uusiokäyttöön ja vaihtoehtoihin kaakaoratkaisuihin liittyvässä, Business Finlandin rahoittamissa hankkeissa. Valikoituja sisäisiä hankkeita, joiden keskiössä olivat viljateknologiat, sokeri ja makeutus, vaihtoehtoiset proteiinit ja rasvat sekä ravitsemusagenda edistettiin aktiivisesti. Fazerin ravitsemusagenda kattaa muun muassa täysjyvätuotteiden, ravintokuidun ja kasvisproteiinien ravitsemukselliset näkökohdat sekä yleisen siirtymän kohti kasvipohjaisempaa ruokavaliota.

Fazer Upcycled -ohjelman tarkoituksena on löytää ja kehittää lisäarvoa tuottavia ratkaisuja ruuantuotannon sivuvirroista ruokahävikin vähentämiseksi. Nämä voivat olla uusia elintarvikekonsepteja tai raaka-aineita, raaka-aineita solumaatalouden tarpeisiin tai kestäviä ratkaisuja muuhun kuin elintarviketeollisuuden käyttöön. Ohjelman päätavoite on kehittää uusia tapoja vähentää ruokahävikkiä.

Fazer tutkii aktiivisesti vaihtoehtoja perinteiselle kaakaolle, muun muassa fermentoituun pohjoismaiseen viljaan, kuten rukiiseen ja kauraan perustuvia ratkaisuja, sekä soluviljeltyä kaakaota. Osana laajempaa konsortiota, johon kuului kumppaneita ja yhteistyökumppaneita Suomesta ja Yhdysvalloista, Fazer osallistui Yhdysvaltain Kansallisen tiedesäätiön (National Science Foundation, NSF) Future Food Bioeconomy -projektiin, jonka tavoitteena on kehittää uusia hybridielintarvikekaaka-aineita ja -tuotteita, joissa yhdistyvät kasvipohjaiset ja soluviljeltyt raaka-aineet. Vuonna 2025 Yhdysvaltain konsortion kumppanit vierailivat Suomessa ja Fazerilla. Ohjelman tutkimustoiminta on ollut menestyksekkästä, ja Fazer etenee vähitellen kohti hankkeen tulosten kaupallistamista.

Taste the Future on Fazerin konsepti muun muassa vaihtoehtoisten kaakaotuotteiden testaamiseen ja lanseeraamiseen. Vuonna 2025 Yhdysvalloissa esiteltiin Taste the Future Solein-proteiinilla. Taste the Future -konseptin puitteissa lanseeratun, pohjoismaiseen viljaan perustuvan kaakaonkaltaisen tuotteen tuotantoa laajennettiin ja ensimmäinen kaupallinen tuote lanseerattiin menestyksekkäästi.

Vuoden 2025 Fazer-konsernin tutkimus- ja tuotekehityskustannukset olivat 10,7 miljoonaa euroa (10,8).

VASTUULLISUUS

Yksi Fazerin keskeisistä strategisista prioriteeteista on kehittää ruokaa ratkaisuna liiketoiminnan kestävyuden varmistamiseksi. Tavoitteena on luoda ja tarjota vastuullisia ruokaelämyksiä, joiden tuotannossa on huomioitu niin toimitusketju, ihmiset ja tuotantoprosessit kuin näiden vaikutukset ympäristöön ja

yhteiskuntaan. Fazer on sitoutunut jatkuvaan parantamiseen ja kehittämään liiketoiminnan jokaista osa-aluetta rakentaakseen vastuullisempaa ja kestävämpää tulevaisuutta.

Fazerin vastuullisuustyö perustuu neljälle vastuullisuuden painopistealueelle, joissa korostuvat ilmaston ja luonnon, vastuullisten tuotteiden ja innovaatioiden sekä vastuullisen hankinnan rooli päivittäisissä toiminnoissa. Lisäksi niin Fazerin oman henkilöstön kuin yhtiön arvoketjussa olevien ihmisten terveys ja turvallisuus sekä hyvinvointi ovat keskeisiä Fazerin vastuullisuustyölle.

Fazer edistää vastuullisia käytäntöjä toimimalla yhteistyössä laajan sidosryhmäverkoston kanssa, johon kuuluu niin koulutus- ja tutkimuslaitoksia kuin viljelijöitä ja kansalaisjärjestöjäkin.

VASTUULLISUUSTYÖN KOHOKOHDAT 2025

Vuoden 2025 aikana Fazer otti huomattavia edistysaskeleita vastuullisuustyössään.

Scope 1- ja 2-päästöjen osalta Fazer edistyi ilmastosiirtymäsuunnitelmansa mukaisesti, ja saavutti 41 % vähennyksen vuonna 2025 verrattuna vuoden 2020 lähtötasoon. Scope 1 ja 2-päästövähennyksiin liittyviin toimiin kuului muun muassa edelleen käynnissä oleva investointi maakaasun korvaamiseksi sähköllä Lappeenrannan makeistehtaan höyrytuotannossa, uuden sähköisen linjan käyttöönotto Lahden leipomossa, mikä johti 4,3 % päästövähennykseen konsernitason, sekä Fazerin gurttiluonnon siirto Korialta Finnish Food Factorylle.

Fazerin scope 3-päästöt kasvoivat 6 % vuonna 2025 verrattuna vuoden 2020 lähtötasoon. Merkittävä este toimitusketjun päästövähennysten arvioimiselle ja päästövähennystoimien toteuttamiselle on ollut saatavilla olevan datan rajallisuus scope 3-päästövähennyspotentiaalini arvioimiseksi. Datan laadun parantaminen on edelleen Fazerille keskeinen tavoite osana yhtiön sitoutumista päästöjen vähentämiseen koko arvoketjussa. Vuoden aikana Fazer jatkoi myös työtään kannustaakseen toimittajiaan sitoutumaan SBTi-tavoitteisiin ja asettamaan omia päästötavoitteita. Fazer saavutti tavoitteensa toimittajien sitoutumisasteesta SBTi:hin jo vuonna 2024, ennen vuodelle 2025 asettamaansa määräaika.

Vuonna 2025 Fazer aloitti yksityiskohtaisen arvion siitä, miten sen tuoteportfolio vaikuttaa scope 3-päästöihin, pilotoimalla tuotetason laskelmia 100 tuotteella. Pilotti tarjosi arvokkaita näkemyksiä siitä, miten tuotekehityspäätökset ja raaka-aineiden alkuperä vaikuttavat yrityksen päästöihin. Näiden havaintojen pohjalta Fazer voisi asettaa tavoitteita tuoteportfolioon päästöjen vähentämiseksi valituissa kategorioissa tulevan vuoden aikana. Tämä lähestymistapa

mahdollistaisi yritykselle aikaisempaa vahvemmin dataan nojaavien päätösten tekemisen tuoteportfolioon ja tuotteiden muokkaamisessa ja edistäisi scope 3-päästöjen vähentämistä.

Ilmastovaikutusten lisäksi vastuulliset hankintakäytännöt ovat tärkeitä luontokadon estämiseksi. Fazer tekee yhteistyötä toimittajiensa kanssa vähentääkseen haitallisia ympäristövaikutuksia, edistäen vastuullisia ja uudistavia viljelykäytäntöjä luontokadon ehkäisemiseksi ja elinympäristöjen suojelemiseksi. Vuonna 2025 Fazer uudisti viljavisio-ohjelmansa tukeakseen viljelijöitä vastuullisten viljely- ja työskentelytapojen omaksumisessa, tavoitteena parantaa maaperän terveyttä ja tuottavuutta sekä vähentää maataloudesta aiheutuvia päästöjä.

Ruokahävikin vähentäminen on Fazerille edelleen keskeinen tavoite. Yhtiö on sitoutunut vähentämään ruokahävikkiä 50 % vuoteen 2030 mennessä verrattuna vuoden 2020 lähtötasoon. Vuonna 2025 Fazer vähensi vältettävissä olevaa ruokahävikkiä 12 % edelliseen vuoteen verrattuna ja 24 % vuoden 2020 lähtötasoon verrattuna. Ruokahävikin vähentäminen on koko konsernin laajuinen tavoite, ja se on osa henkilöstön suoritusperusteisia bonustavoitteita. Fazer jatkaa tuotannon sivuvirtojen käytön lisäämiseen tähtääviä kehityshankkeita kiertotalousratkaisujen edistämiseksi ja ruokahävikin minimoimiseksi.

Fazer tiedostaa, että toimitusketjussa tehdyt valinnat vaikuttavat olennaisesti ihmisiin, yhteisöihin ja ympäristöön. Yritys on sitoutunut reiluun ja vastuulliseen hankintaan, ihmisoikeuksien kunnioittamiseen ja oikeudenmukaisten työolojen varmistamiseen. Fazer tekee yhteistyötä viljelijöiden ja toimittajien kanssa, jotka jakavat yhtiön arvot, ja tukee reilua kauppaa, paikallisyhteisöjä sekä eettisiä ja vastuullisia hankintakäytäntöjä.

Vastuulliset hankintakäytännöt ovat avainasemassa yhtiön arvoketjun piirissä olevien ihmisten tukemisessa. Fazer on sitoutunut vastuullisiin liiketoimintakäytäntöihin, ja vuonna 2025 Fazer vahvisti sitoutumistaan vapaaehtoiseen standardeihin, kuten OECD:n Due Diligence -ohjeistukseen, ja YK:n liiketoiminnan ja ihmisoikeuksien ohjeisiin. Fazerin viljelijäohjelmat, erityisesti kaakaon viljelijäohjelmat, ovat edelleen keskeisiä tälle työlle.

Vuonna 2025 useat aloitteet tukivat Fazerin tavoitteita edistää ihmisiä ja hyvinvointi -painopistealuetta. Fazer on sitoutunut vaalimaan työympäristöä, jossa jokainen tuntee olonsa turvalliseksi, osalliseksi ja voimaantuneeksi, ja pyrkii samalla minimoimaan kaikki mahdolliset riskit työntekijöiden terveydelle ja turvallisuudelle. Vuonna 2025 Fazerin tapaturmataajuus (Lost Time Accident Frequency, LTAF) oli 2,7

(4,0), kun taas kokonaistapaturmataajuus (Total Recordable Incident Frequency, TRIF), oli 11,9 (13,4).

HALLINTO

VARSINAISEN YHTIÖKOKOUKSEN PÄÄTÖKSET

Oy Karl Fazer Ab:n varsinainen yhtiökokous pidettiin Vantaalla 20.3.2025. Yhtiökokous vahvisti osingoksi 4,00 euroa per osake ja osinko maksettiin yhdessä erässä 27.3.2025.

Hallituksella on varsinaisen yhtiökokouksen 20.3.2025 antama, seuraavaan varsinaiseen yhtiökokoukseen asti voimassa oleva, valtuutus hankkia enintään 300 000 etuoikeusosaketta ja 300 000 kantaosaketta. Hankintamäärä on ehdollinen siltä osin, että hankittavien osakkeiden lukumäärä voi olla yhteensä enintään 300 000. Hankinta voidaan toteuttaa suunnattuna, eli hankinta voi poiketa osakkaiden omistussuhteista ja hankittavat osakkeet tulee mitätöidä. Valtuutus on voimassa seuraavaan varsinaiseen yhtiökokoukseen saakka.

Hallituksen jäsenten lukumääräksi vahvistettiin kahdeksan. Nykyisistä hallituksen jäsenistä Casper von Koskull (puheenjohtaja), Harry Brouwer, Elisabeth Dreijer von Sydow, Ketil Eriksen, Jan Fazer, Katharina Stenholm ja Laura Tarkka valittiin uudelleen hallituksen jäseniksi, ja uudeksi hallituksen jäseneksi valittiin Hubert Weber.

Yhtiön tilintarkastajaksi valittiin tilintarkastusyhteisö PricewaterhouseCoopers Oy, jonka päävastuullisena tilintarkastajana jatkaa Martin Grandell, KHT.

FAZER-KONSERNIN JOHTORYHMÄ

Fazer-konsernin johtoryhmässä ei tapahtunut muutoksia tilikauden aikana. 31.12.2025 Fazer-konsernin johtoryhmään kuuluivat Christoph Vitzthum (konsernin toimitusjohtaja, johtoryhmän puheenjohtaja), Aaron Barsness (markkinointijohtaja, CMO), Jukka Erlund (talous- ja rahoitusjohtaja, CFO), Jenni Gallagher (henkilöstöjohtaja, CHRO), Sebastian Jägerhorn (lakiasianjohtaja), Joséphine Mickwitz (viestintä- ja vastuullisuusjohtaja), Lara Saulo (toimitusjohtaja, Fazer Makeiset), Tero Tynkkynen (kaupallinen johtaja, CCO) ja Krister Zackari (toimitusjohtaja, Fazer Lifestyle Foods).

LYHYEN AIKAVÄLIN RISKIT JA EPÄVARMUUSTEKIJÄT

Vuonna 2025 Fazerille keskeisen raaka-aineen, kaakaon, saatavuuteen, hintaan ja hinnan vaihteluihin liittyvät riskit pysyivät edelleen merkittävänä, vaikkakin ne vähenivät jossain määrin. Saatavuus on tällä hetkellä hyvä, ja hinnat ovat laskeneet. Fazer Makeiset on ryhtynyt useisiin toimenpiteisiin riskin hillitsemiseksi, mukaan lukien kaakaon hinnan suojaaminen, hinnoittelumuutokset, vaihtoehtoisten maantieteellisten kaakaonhankinta-alueiden kartoittaminen

sekä portfolion, reseptien ja raaka-aineiden muokkaaminen. Riskien vähentämiseen tähtäävät toimenpiteet ja markkinakehityksen seuraaminen ovat yhtiön johdolle ensiarvoisia toimia. Fazer suojaa raaka-aineiden kuten kaakaon ja muiden hyödykkeiden hintoja konsernin suojaamispolitiikkojen mukaisesti.

Haasteet kasvipohjaisten juomien markkinoilla ovat jatkuneet vuoden aikana, ja kiristynyt kilpailu on vaikuttanut erityisesti Fazerin kasvipohjaiset juomat -liiketoimintayksikön yritysmyyntiin. Fazer on ryhtynyt useisiin onnistuneisiin toimiin haasteiden ratkaisemiseksi, mikä on johtanut muun muassa uusiin yritysmyyntisopimuksiin. Jos yritys ei kuitenkaan onnistu hankkimaan lisää uusia yritysasiakkaita tarvittavalla tahdilla, se voisi vaikuttaa Fazerin kasvuun ja kannattavuuteen. Fazer keskittyy vahvasti kysynnän rakentamiseen uusien asiakkaiden, tuotekategorioiden sekä markkinointitoimenpiteiden kautta.

Fazerin ksyylitolitehtaan tuotannon kasvattaminen on osoittautunut arvioitua haasteellisemmaksi. Vaihtoehtoisten raaka-aineiden pilotointi tuotannossa on edelleen ratkaisevaa ksyylitoliliiketoiminnan kannattavuuden parantamiseksi. Puupohjaisen raaka-aineen saatavuudessa on ollut viiveitä, ja edelleen jatkuvat viiveet saattaisivat vaikuttaa Fazerin kehitykseen heikentävästi.

Viimeisen vuoden aikana Fazerin markkinat ovat olleet muutoksessa ja kilpailu niin kaupan omien merkkien kuin brändituotteidenkin kesken on ollut kovaa. Useat kansainväliset toimijat ovat laajentaneet makeismarkkinoille, ja Suomen leipomomarkkinoilla, Fazerin suurimmalla leipomomarkkinalla, pienemmät leipomot ovat laajentaneet toimintaansa. Samaan aikaan erityisesti raaka-aineiden aiheuttama hintojen nousu on selvästi vaikuttanut kuluttajien hintaherkkyyteen ja mieltymyksiin. Näiden vaikutusten lieventämiseksi Fazer seuraa tilannetta jatkuvasti, mukauttaen tuoteportfoliotaan ja hinnoitteluaan sekä markkinointia ja kampanjointia, tiiviissä vuoropuhelussa asiakkaidensa kanssa.

Fazerin toiminta, tuotteet ja palvelut ovat suurelta osin riippuvaisia tietoverkoista, ohjelmistoista ja digitaalisista ratkaisuista. Mahdolliset viat ja kyberturvallisuusrikkomukset tällaisissa verkoissa tai ICT-infrastruktuurissa voisivat vaikuttaa haitallisesti Fazerin liiketoimintaan ja taloudelliseen asemaan sekä aiheuttaa haittoja yhtiön maineelle.

Geopoliittiset jännitteet voivat johtaa energiapulaan ja viivästyksiin kriittisten raaka-aineiden ja pakkausmateriaalien toimituksissa erityisesti Itämeren alueella. Tämä voisi vaikuttaa negatiivisesti Fazerin tuotantoaikatauluihin ja merkittävästi yhtiön operatiiviseen tehokkuuteen, tuotantokapasiteettiin ja kokonaisvaltaiseen liiketoiminnan

jatkuvuuteen. Fazer pyrkii pienentämään riskejä muun muassa vaihtoehtoisten skenaarioiden suunnittelun, varastojen kasvattamisen ja vaihtoehtoisten toimittajien tunnistamisen avulla.

TILIKAUDEN PÄÄTTYMISEN JÄLKEISET TAPAHTUMAT

Tilikauden päättymisen jälkeen ei ole ollut merkittäviä tapahtumia.

Vantaalla 23. helmikuuta 2026

Oy Karl Fazer Ab

Hallitus



fazergroup.com