



Tilinpäätös 1.1.–31.12.2014

## **Fazerilta vahva tulos vuoden 2014 haastavassa liiketoimintaympäristössä**

**Fazer-konsernin liikevoitto parani vuonna 2014 vertailukelpoisilla valuuttakursseilla mitattuna. Haastavan liiketoimintaympäristön ja erityisesti heikentyneen Venäjän ruplan takia konsernin liikevaihto laski edellisestä vuodesta 2,8 prosenttia ja oli kokonaisuudessaan 1 647,7 miljoonaa euroa. Fazer-konsernin liikevoitto ennen liikearvopoistoja kohosi 79,6 miljoonaan euroon. Fazerin juuri julkaistu vuosikatsaus luo positiivisen näkymän vuodelle 2015.**

Vuonna 2014 Fazer paransi tulostaan huolimatta vaikeasta markkinatilanteesta. Konsernin liikevaihto ja liikevoitto putosivat hieman vuoden 2013 tasosta, mutta vertailukelpoisin valuuttakurssein mitattuina ne kohenivat. Fazerin liikevaihto oli 1 647,7 miljoonaa euroa. Vertailukelpoisin valuuttakurssein mitattuna liikevaihto kasvoi 1,5 prosenttia. Konsernin liikevoitto ennen liikearvopoistoja oli 79,6 miljoonaa euroa ja liikevoitto 43,3 miljoonaa euroa.

Euroopan taloudellinen tilanne pysyi viime vuonna heikkona ja Ukrainan ja Venäjän kriisit vaikuttivat ruplan poikkeukselliseen heikentymiseen. Tämän lisäksi Ruotsin ja Norjan valuuttojen heikentyminen vaikutti Fazerin liiketoimintaan ja kokonaistulokseen vuonna 2014. Haastavassa liiketoimintaympäristössä konserni teki toiminnan tehokkuuden parantamiseen ja rakenteellisiin muutoksiin tähtääviä toimenpiteitä, ja yhteistoimintaneuvotteluita käytiin. Toteutetuilla toimilla on kuitenkin ollut toivottu vaikutus kokonaistulokseemme.

”Vuosi 2014 oli vaikea pääasiassa haastavan toimintaympäristön vuoksi. Venäjän epävakaa tilanne ja ruplan heikkeneminen hankaloittivat tilannetta entisestään, ja talouden laskusuhdanne jatkui Fazerin tärkeimmillä markkinoilla”, Fazerin konsernijohtaja **Christoph Vitzthum** toteaa.

Haasteista huolimatta leipomo- ja ruokapalveluliiketoiminnan kannattavuus parani. Fazer Makeiset sen sijaan ei päässyt tavoitteisiinsa.

Vuodesta 1891 lähtien Fazer on kasvanut kuuntelemalla asiakkaitaan, huomioimalla heidän muuttuvat elämäntapansa ja tarttumalla avautuviin mahdollisuuksiin. ”Luomme jatkossakin menestyksekkäitä tuote- ja brändikokemuksia ilahduttamaan kuluttajien päivittäisiä hetkiä”, Christoph Vitzthum toteaa.

### **Liiketoiminnan kasvu vaatii mukautumista**

Vuoden aikana tapahtui paljon muutoksia. Vuoden 2014 alussa päivitettiin Fazerin strategia, jonka painopisteitä ovat muuttuva liiketoimintaympäristö, asiakkaan ja kuluttajan tarpeet sekä toiminnan rakentaminen Fazerin vahvuuksien pohjalle. Huhtikuussa otettiin käyttöön uusi toiminta- ja organisaatiomalli, joka koostuu kolmesta liiketoiminta-alueesta (Fazer Leipomot, Fazer Food Services ja Fazer



Makeiset) sekä kahdesta erillisestä liiketoimintayksiköstä (Fazer Mylly ja Fazer Cafés).

Fazer perustuu vahvoihin brändeihin. Fazerin brändistrategia päivitettiin vuoden 2014 aikana. Vahvat brändit ovat Fazerille tärkeitä, mutta myös Fazerin liiketoimintojen on oltava parhaassa kunnossa, jotta ne voivat laajentua ja kehittyä omilla aloillaan. Fazer pyrkii myös vähentämään riippuvuuttaan Suomen markkinasta kasvamalla kaikissa liiketoiminnoissaan Suomen ulkopuolella.

Fazerin tavoitteena on kannattava kasvu, ja mahdollisuudet sen saavuttamiseen ovat selvästi nähtävissä. Turvatakseen kilpailukykyä ja menestyksensä tulevaisuudessa Fazer pyrkii luomaan lisäarvoa ja kasvattamaan liikevoittoa liikevaihtoa nopeammin. Tämän saavuttaminen vaatii useita konkreettisia toimia. ”Tehostamme toimintaamme, jatkamme investointeja ja kehitämme edelleen nykyisiä liiketoimintojamme. Panostamme korkeaan laatuun sekä turvallisuuteen kaikessa toiminnassamme ja selkeytämme toimintaamme ja rakenteitamme”, Christoph Vitzthum toteaa.

Fazerin pitkäaikaisena suunnitelmana on panostaa edelleen Venäjän toimintoihin ja jatkaa niiden kehittämistä. Venäjän poliittisen tilanteen etenemistä ja vaikutuksia seurataan tarkasti.

### **Vastuullisia makuelämyksiä**

Yritysvastuu on olennainen osa Fazerin brändiä. Vuonna 2014 Fazer päivitti yritysvastuuvisiona, -strategiansa ja -ohjelmansa. Myös Fazerin eettiset periaatteet päivitettiin. Fazer on jo vuosien ajan asettanut itselleen tavoitteita ja pyrkinyt lisäämään vastuullisuuttaan keskeisten raaka-aineryhmien, kuten kaakaon, palmuöljyn, kalan ja viljan hankinnassa.

Konsernin suunnitelman mukaisesti tavoitteena on lisätä vastuullisen kaakaonhankinnan kriteerit täyttävän kaakaon ostomääriä 10–15 prosentilla vuosittain saatavuuden ja markkinatilanteen mukaan. Vuoteen 2017 mennessä kaikki Fazerin käyttämä kaakao on jäljitettävää ja täyttää vastuullisuuden kriteerit. Vuonna 2014 vastuullisuusohjelmien mukaisen kaakaon osuus nousi 50 prosenttiin Fazerin ostamasta kaakaosta. Tänä vuonna Fazer arvioi osuuden nousevan 70 prosenttiin.

Vuonna 2014 World Cocoa Foundation (WCF) palkitsi Fazerin pitkäjänteisestä työstä vastuullisen kaakaon parissa. Fazer julkaisi vastuullisen palmuöljyn sitoumuksen vuonna 2014. Uusi sitoumus antaa Fazerin palmuöljyhankinnalle suuntaviivat vuoteen 2020 asti ja on jatkoa Fazerin palmuöljytyölle. Sitoumuksen tavoitteena on parantaa käytetyn palmuöljyn jäljitettävyyttä ja hankintaketjun läpinäkyvyyttä. Kaikki Fazerin käyttämä palmuöljy on RSPO-sertifioitua palmuöljyä, jota hankitaan eri toimitusketjuvaihtoehtojen kautta.

Fazer kehittää yritysvastuutoimintaansa monin tavoin, ja vuonna 2014 Fazer muun muassa allekirjoitti FIBS-yritysvastuuverkoston monimuotoisuussitoumuksen, kasvatti uusiutuvan energian osuuden konsernin kokonaisenergiankulutuksesta 66 prosenttiin ja lisäsi vihannesten osuuden Fazer Food Servicen tarjoomasta noin 40 prosenttiin.



## **Kohokohdat ja tulevaisuuden näkymät Fazerin päämarkkinoilla**

Fazerin pääliiketoiminta-alueet ovat Fazer Leipomot, Fazer Makeiset ja Fazer Food Services. Tämän lisäksi Fazer-konserni jatkaa menestyksestä siirtymistä tuotteista palveluihin esimerkiksi Fazer Mylly ja Fazer Café -liiketoiminta-alueilla.

”Haluamme tarjota unohtumattoman kokemuksen laadukkailla tuotteilla ja palveluilla”, toteaa Christoph Vitzthum.

### *Fazer Leipomot: Muuttuvat leipomomarkkinat edellyttävät ketteryyttä*

Fazer on johtava leipomoyritys Suomessa, Pietarissa ja Moskovassa. Fazerilla on vahva jalansija myös Ruotsin ja Baltian maiden markkinoilla. Vuosi 2014 oli leipomoteollisuudelle haastava, sillä leivän kokonaiskulutus jatkoi laskua useimmilla Fazerin leipomomarkkinoilla.

Kulutuksen laskusta huolimatta Fazerin uutuustuotteet menestyivät hyvin erityisesti Suomessa ja Venäjällä. Venäjällä kasvua nähtiin erityisesti pakastetuotteissa ja korkeamman lisäarvon tuotteissa, ja Fazer vahvisti edelleen asemiaan maan johtavana leipomoyrityksenä. Kilpailu koveni yhä Ruotsissa ja Baltian maissa.

Markkinaosuutta on vahvistettu entisestään tuomalla markkinoille innovatiivisia uutuustuotteita, parantamalla kannattavuutta kaikilla mahdollisilla alueilla, sekä keskittymällä maantieteellisiin alueisiin, joissa on paljon potentiaalia, kuten Venäjään. Kategorioiden väliset muutokset tapahtuvat nopeasti, ja pakasteiden odottamattoman vahva kasvu leipomomarkkinoilla on selkeä mahdollisuus Fazerille.

Tulevaisuudessa Fazer Leipomot luo vahvan imun kuluttajien suuntaan johtavilla brändeillään ja kattavalla valikoimallaan.

### *Fazer Makeiset: Laatu ja innovatiivisuus heijastavat muuttuvia aikoja*

Makeismarkkinat ovat kasvaneet Suomessa jo 20 vuoden ajan. Vuosi 2014 oli kuitenkin poikkeuksellinen, sillä markkinat kutistuivat 2,2 %. Vuosi oli haastava myös Fazerin makeisliiketoiminnalle. Fazer Makeiset jatkoi kehitystään kasvavissa trendeissä, kuten välipalatuotteissa, ja laajensi vahvoja makeisbrändejään muun muassa kekseihin ja jäätelöön. Suklaalevyjen osalta markkinaosuus kasvoi Suomessa. Kohokohtia olivat muun muassa 200 gramman Fazerin Sininen -levyt ja Fazer Pure Dark -uutuudet.

Fazer Makeisten tavoitteena on kasvaa kaikilla päämarkkinoillaan vuonna 2015. Fazer on tunnistanut kuluttajien tarpeet, jotka ohjaavat makeisvalikoiman kehitystyötä. Toiveiden kirjo ulottuu itsensä hemmottelusta ja erityisistä hetkistä ja juhlista aina pikkupurtaviin ja terveellisempiin tuotteisiin asti. Näiden tarpeiden taustalla olevat markkinat on tunnistettu ja niiden potentiaali arvioitu. Esimerkiksi Fazer Pure Dark -tuotekonseptin menestys on osoitus tutkimustiedon onnistuneesta soveltamisesta.

### *Fazer Food Services: Ruokapalveluratkaisuja yrityksille ja teollisuudelle*

Fazer on Pohjoismaiden johtava ruokapalveluiden toimittaja, ja sillä on lähes 1 100 ravintolaa Suomessa, Ruotsissa, Norjassa ja Tanskassa. Vuonna 2014 Fazer Food Services ylsi lähelle asetettua myyntitavoitetta.

Gastronomia, terveys ja hyvinvointi sekä kestävä kehitys ovat edelleen tarjoaman kehittämisen pääteemoja. Yksi esimerkki näiden alueiden viimeisimmistä aloitteista on



projekti, jossa pilotoitiin ruokajätteen vähentämistä SAP:ssa Tanskassa vuonna 2014. Samalla projektissa pyrittiin lisäämään laadukkaiden raaka-aineiden käyttöä ruuanvalmistuksessa.

Fazer Food Services onnistui solmimaan useita suuria sopimuksia Pohjoismaissa. Yksi esimerkiksi tästä on Region Skånen kanssa solmittu sopimus sairaalaruokailun toimittamisesta eteläisessä Ruotsissa. Kuukausittain jaetaan noin 100 000 annosta, joista suuri osa on luomuruokaa.

Fazer Food Services pyrkii jatkuvasti kehittämään ratkaisuja, jotka vastaavat paremmin kuluttajien muuttuvia tarpeita. Liiketoiminta-alueen tavoitteena on siirtyä sopimusruokailun tarjoajasta ruokapalveluiden tuottajaksi hyödyntämällä tulevaisuuden mahdollisuudet uusissa ravintolatyypeissä, ateriaratkaisuissa ja segmenteissä.

#### *Fazer Mylly ja Fazer Cafés: tuotteista palveluihin*

2014 oli Fazer Myllylle hyvä vuosi, vaikka Venäjän vastasanktiot EU:lle vaikuttivat joidenkin miksituotteiden vientiin Venäjälle. Uusi kauramyly jatkoi menestyksekkäästi tuotannon kasvattamista ja Fazerin kansainvälistä asiakaspohjaa kehitettiin edelleen. Myös Fazer Alku -puurot lanseerattiin onnistuneesti.

Fazer Cafés keskittyi uudistetun kahvilakonseptinsa käyttöönottoon ja paransi edelleen asiakaslähtöisyyttä tarjotakseen asiakkaille yhä parempaa palvelua.

#### **Lähes puolet Fazerin liikevaihdosta tulee Suomesta**

Fazer säilytti asemansa markkinajohtajana Suomessa kaikilla kolmella liiketoiminta-alueellaan: leipomo-, makeis- ja ruokapalveluliiketoiminnassa. Fazerin liikevaihto Suomessa oli 872 miljoonaa euroa, mikä vastaa 47 prosenttia yhtiön kokonaisliikevaihdosta. Haastava liiketoimintaympäristö ja jatkunut talouden heikkeneminen vaikuttivat negatiivisesti liikevaihtoon Suomessa. Yrityksen yli 15 000 työntekijästä lähes 6 500 työskentelee Suomessa.

Leivän kulutuksen laskusta huolimatta Fazer Leipomoiden markkinaosuus kasvoi Suomessa, jossa varsinkin uutuudet menestyivät. Fazer jatkoi työtä kotimaisen rukiin viljelyn edistämiseksi, ja tammikuusta 2015 lähtien Oululainen Jälkiuunileipä on ensimmäinen valtakunnallinen ruisleipä, jonka ruis on sataprosenttisesti kotimaista. Fazer Alku -puurojen lanseeraus oli menestys.

Suomi pysyy edelleen Fazer Makeisten päämarkkina-alueena, vaikkakin markkina pieneni 2 prosenttia vuoden 2014 aikana. Kehitys kääntyi kuitenkin parempaan suuntaan vuoden jälkipuoliskolla, ja Fazerin markkinaosuus kasvoi suklaalevyjen osalta. Kohokohtia olivat muun muassa 200 gramman Fazerin Sininen -levyt ja Fazer Pure Dark -uutuudet.

Vuonna 2014 Fazer Food Services ylsi lähelle asetettua myyntitavoitetta. Yksi vuoden suurista saavutuksista oli kumppanuus Valtatie 30:n kanssa, minkä tavoitteena on luoda uusi, laadukas ravintola- ja kokouskonsepti Tampereen alueelle.

Fazer jatkoi yrityksen maineen seuraamista Suomessa, ja vuoden 2014 tulokset olivat erinomaiset.



## **Tulevaisuuden näkymät**

Christoph Vitzthumin mukaan liikevaihdon orgaaninen kasvu tulee olemaan lähivuosina maltillista. Tästä huolimatta Fazer suunnittelee parannuksia kaikilla liiketoiminta-alueillaan. Fazer-konsernin tavoitteena on kannattava kasvu nykyisten ja uusien tuotekategorioiden sisällä sekä kotimarkkinoilla että valituilla kasvumarkkinoilla.

Vuonna 2015 yhtiö odottaa kasvua liikevaihdon ja kannattavuuden osalta vertailukelpoisilla valuuttakursseilla mitattuna. ”Turvataksemme kilpailukykyämme ja menestyksemme tulevaisuudessa luomme lisäarvoa ja pyrimme kasvattamaan liikevoittoa liikevaihtoa nopeammin”, Christoph Vitzthum toteaa.

Leipomoliiketoiminnassa Fazer luo vahvan kuluttajälähtöisen tarjooman ja myy kumppaneilleen ratkaisuja. Fazer keskittyy tuoretuotteisiin ja pakasteisiin ja pyrkii kategoriajohtajaksi kotimarkkinoilla. Ruokapalveluliiketoiminnassa Fazer näkee uusia mahdollisuuksia muuttuvassa ravintolamarkkinassa. Fazer Food Services rakentaa vahvan tarjonnan ja laajentaa liiketoimintaansa myös perinteisen sektorinsa ulkopuolelle. Fazer Makeiset -liiketoiminta-alue on mukana tämän päivän kasvavassa makeistrendissä. Kilpailukyvyyn kehittämistä jatketaan asiakas- ja kuluttajälähtöisyyden jatkuvalla parantamisella.

”Nyky maailma on jatkuvasti dramaattisten muutosten kourissa, mutta me käännämme tämän voitoksemme. Muutokset motivoivat meitä etsimään, kehittämään ja luomaan uusia makuelämyksiä”, Christoph Vitzthum sanoo.

## **Yhteenveto Fazer-konsernin tuloksesta vuodelta 2014**

- Fazer-konsernin liikevaihto oli yhteensä 1 647,7 miljoonaa euroa; kolmen prosentin lasku vuodesta 2013
- Liikevoitto oli 43,3 miljoonaa euroa
- Liiketoiminnan rahavirta oli 130,4 miljoonaa euroa, 13 prosentin kasvu vuodesta 2013
- Korolliset nettovelat laskivat ja olivat vuoden lopussa -20,7 miljoonaa euroa
- Konsernin omavaraisuusaste kasvoi 8 prosenttia 62,5 prosenttiin
- Vuoden 2014 lopussa Fazer työllisti 15 305 henkeä

## **Vuosikatsaus 2014**

Fazerin vuosikatsaus 2014 on julkaistu Fazerin internetsivuilla [www.fazergroup.com/fi/tietoa-meista/vuosikertomus/](http://www.fazergroup.com/fi/tietoa-meista/vuosikertomus/)

## **Yritysvastuuraportti**

Fazerin yritysvastuuraportti on julkaistu Fazerin internetsivuilla <http://www.fazergroup.com/corporate-responsibility-review-2014>