

Lehdistötiedote

10.2.2006

Cloetta Fazerin myynti kasvoi mutta tulos heikkeni

Cloetta Fazerin myynti kasvoi 5 prosenttia 973 miljoonaan kruunuun (922) vuoden viimeisellä vuosineljänneksellä. Liikevaihto vuonna 2005 oli 3.071 miljoonaa kruunua (3.024). Cloetta Fazerin myynti Pohjoismaissa kasvoi 4 prosenttia 2.816 miljoonaan kruunuun, kun taas myynti Pohjoismaiden ulkopuolella pieneni.

Liikevoitto ennen kertaluonteisia eriä oli vuoden viimeisellä vuosineljänneksellä 138 miljoonaa kruunua, mikä on 26 miljoonaa kruunua vähemmän kuin edellisen vuoden vastaavana jaksena. Koko vuoden liikevoitto, ilman kertaluonteisia eriä, oli 369 miljoonaa kruunua (418), mikä on 12 prosenttia vähemmän edelliseen vuoteen verrattuna.

– Olemme tehneet suuria markkinointipanostuksia tärkeimpiin tavaramerkkeihimme vastataksemme kiristyvän kilpailutilanteen ja hintapaineiden tuomiin haasteisiin. Tuotantosiirrot ovat lyhytaikaisesti nostaneet kustannuksia. Nämä markkinointi- ja tuotantopanostukset maksavat itsensä takaisin, sanoo konsernijohtaja Karsten Slotte.

Cloetta Fazerin 12 suurimman tavaramerkin myynti on edelleen kehittynyt vahvasti vuoden aikana. Yhteensä näiden tavaramerkkien myynti kasvoi 10 prosenttia ollen näin ensimmäistä kertaa yli 50 prosenttia koko myynnistä. Näiden tavaramerkkien tuoteuutuudet ovat myötävaikuttaneet myönteiseen kehitykseen. Suomessa Fazerin Sinisen myynti kasvoi 24 prosenttia ja tämän tavaramerkin alla markkinoille tuotiin viime vuonna hyvällä menestyksellä Fazerin Sininen Marianne Crisp. Ruotsissa Kexchokladin myynti kasvoi 18 prosenttia ja tuoteperhettä on laajennettu snackstuotteilla.

– Tunnetut, vahvat tavaramerkkimme ovat paras kilpailuetumme ja niihin panostamme jatkuvasti, Karsten Slotte jatkaa. Tavoitteena on näiden tavaramerkkien alla kehittää uusia tuotteita, jotka luovat asiakkaille ja kuluttajille lisäarvoa.

Myynti Pohjoismaiden ulkopuolella pieneni puolalaisen tytäryhtiön lopettamisen seurauksena. Puolassa uusi paikallinen myyntiorganisaatio on aloittanut toimintansa.

– Olemme vuoden 2005 aikana keskittyneet kilpailukykyisen ja yhtenäisen valikoiman luomiseen Pohjoismaiden ulkopuolella. Näillä markkinoilla suurin yksittäinen tuotepanostus on kohdistunut Geisha-tavaramerkkiin. Venäjän markkinat ovat edelleen mielenkiintoisia ja olemme vuoden aikana lisänneet panostustamme sinne, sanoo Karsten Slotte.

Henkilöstömäärä on pienentynyt ja oli keskimäärin 1.801 (1.981).

Cloetta Fazer

Cloetta Fazer -konserni on Pohjoismaiden johtava makeisyhtiö 22 prosentin markkinaosuudellaan. Konsernilla on tuotantolaitoksia Ruotsissa ja Suomessa. Vahvat tavaramerkit, kuten Fazerin Sininen, Kexchoklad, Dumle, Geisha, Polly ja Center ovat liiketoiminnan tärkein voimavara. Konsernin palveluksessa on keskimäärin 1.800 henkilöä ja liikevaihto vuonna 2004 oli noin 3 miljardia kruunua (330 miljoonaa euroa).

Kysymyksiin vastaa TJ ja konsernijohtaja Karsten Slotte (myös suomeksi), matkapuhelin +46 70 687 9922 tai talousjohtaja Curt Petri, matkapuhelin +46 70 593 21 69.

www.cloettafazer.fi