

Pressmeddelande

16 juni 2008

Cloetta Fazers delning klar till årsskiftet

De båda huvudägarna i Cloetta Fazer, AB Malfors Promotor och Oy Karl Fazer Ab, har träffat överenskommelse om en delning av Cloetta Fazer. Det råder samsyn mellan huvudägarna att delningen ska ske på ett samordnat sätt så att den goda relationen till företagets kunder och varumärkenas marknadsposition bibehålls. De nya bolagen – börsnoterade Cloetta AB och Fazer-koncernens nya division Fazer Konfektyr – beräknas inleda sina respektive verksamheter vid årsskiftet.

Cloetta Fazer inledde sin verksamhet år 2000 då Cloetta AB och Fazer-koncernens konfektyrdivision Fazer Konfektyr gick samman. De båda huvudägarna är överens om att de lönsamhetsmässiga målsättningarna, som ställdes upp vid samgåendet, har infriats. Orsaken till att bolaget delas är att huvudägarna AB Malfors Promotor och Oy Karl Fazer Ab har olika syn på den långsiktiga utvecklingen av bolaget.

– Samgåendet har ur ett operativt perspektiv varit framgångsrikt och våra medarbetare har tillsammans gjort ett mycket fint arbete. För oss inom bolaget känns det därför beklagligt att bolaget delas. Våra starka varumärken visar en positiv utveckling och de är i dag mycket uppskattade av konsumenterna på våra viktigaste marknader Sverige, Finland, de övriga nordiska marknaderna samt Baltikum och Ryssland, konstaterar Cloetta Fazers koncernchef Jesper Åberg.

– Vi är dock lättade över att ägartvisten nu får ett slut, vilket är nödvändigt för att säkerställa att våra varumärken kan utvecklas till deras fulla potential. Delningen kommer att ske på ett sätt som säkerställer att de nya bolagen även i fortsättningen kan erbjuda de anställda intressanta utmaningar samt kunder och konsumenter starka och attraktiva varumärken. Bolagen kommer efter delningen att samarbeta inom bland annat produktion och logistik, säger Jesper Åberg.

Jesper Åberg kvarstår som VD och koncernchef och Curt Petri som vice VD och ekonomidirektör för Cloetta Fazer AB. De har även fått i uppdrag av Cloetta Fazer AB:s styrelse att genomföra delningen av Cloetta Fazer AB.

Efter att delningen av bolaget är genomförd kommer Jesper Åberg att tillträda som VD för Fazer-koncernens division Fazer Konfektyr. Det finländska dotterbolagets verksamhet fortsätter under ledning av nuvarande VD Tom Lindblad. Curt Petri kommer att tillträda som koncernchef och VD för det nya Cloetta AB som kommer att ansöka om börsnotering. Eva Persson kvarstår som VD i det svenska dotterbolaget Cloetta Fazer Sverige AB, som efter delningen kommer att namnändras till Cloetta Sverige AB. Fazer Konfektyr kommer inom kort att utse en person med uppdrag att under hösten bygga upp Fazer Konfektyrs svenska kommersiella organisation.

Nettoomsättningen, proforma 2007, för Cloetta uppgick till 850 miljoner SEK (ca 90 miljoner euro). I Sverige var marknadsandelen, proforma 2007, cirka 14,5 procent i Sverige. Nettoomsättningen, proforma 2007, för Fazer Konfektyr var cirka 2 407 miljoner SEK (ca 257 miljoner euro). Fazer Konfektyrs marknadsandel, proforma 2007, var 42 procent i Finland, och cirka 9,5 procent i Sverige.

Cloetta Fazer har drygt 1.000 anställda i Finland samt drygt 500 i Sverige. Cloetta Fazer har även egna säljorganisationer i Baltikum och i Ryssland. Medelantalet anställda i koncernen är 1.600 personer. På övriga marknader samarbetar bolaget med lokala distributörer. Produktionen sker i bolagets fem fabriker. Fabrikerna i Ljungsbro och Alingsås (Karamellpojarna) kommer att ingå i nya Cloetta AB. Fabrikerna i Vanda, Villmanstrand och Högfors (Fennobon) kommer att ingå i Fazer Konfektyr.

Företaget har inlett MBL-förhandlingar med de fackliga parterna i Sverige.

För ytterligare information om delningen hänvisas till Cloetta Fazers kommunikation på www.cloettafazer.se

Cloetta Fazer i korthet:

- Cloetta Fazers omsättning uppgick år 2007 till 3,3 miljarder kronor (cirka 352 miljoner euro)
- Konfektyrbolaget Cloetta Fazers marknadsandel på den nordiska marknaden är 22%. De största marknaderna är Finland (42%), Sverige (24%), Travel Trade (marknadsledare inom Norden) , Norge (5%), Danmark (2%), Baltikum (12%) och Ryssland (i parentes marknadsandel på respektive marknad i volym).
- Cloetta Fazers största varumärken är Karl Fazer, Kexchoklad, Dumle, Geisha, Polly, Ässä, Tutti Frutti, Pantteri/Salta katten, Center, Marianne, Tyrkisk Peber och Plopp.
- Sammantaget står Fazer-varumärkena står för cirka 70 procent av bolagets försäljning och Cloetta-varumärkena för cirka 30 procent. På den svenska marknaden är 60 procent av försäljningen hänförlig till Cloetta-varumärken och 40 procent till Fazer-varumärken. På den finska marknaden är i princip 100 procent av försäljningen hänförlig till Fazer-varumärken.

Informationen i detta pressmeddelande är sådan som Cloetta Fazer skall offentliggöra enligt lagen om värdepappersmarknaden. Informationen lämnades för offentliggörande den 16 juni 2008 klockan 08.00.

För ytterligare information angående Cloetta Fazer kontakta VD och koncernchef Jesper Åberg, tfn +46 701 802 101 eller vice VD och ekonomidirektör Curt Petri, tfn +46 70 593 2169.

För bokning av intervju den 16 juni, vänligen kontakta Mikael Theander, tfn +46 0 708 359 144