

The background of the slide is a photograph of a greenhouse filled with tomato plants. The plants are lush green and have many unripe, green tomatoes hanging from the vines. The greenhouse structure, including the curved metal frame and translucent panels, is visible in the upper part of the image.

FISKARS  
EST. GROUP 1649



# Bolagsstämma 2022

16.3.2022

# ◆ Nathalie Ahlström

VERKSTÄLLANDE DIREKTÖR



# 2021 nyckeltal

STRATEGIN

FINANSIELLA MÅL

HÅLLBARHET

KOMMERSIELLA FRAMGÅNGAR

LEDNINGSGRUPPEN

UTSIKTERNA





# ❖ Fiskars Group *nyckeltal 2021*

OMSÄTTNING  
milj. euro

1 254,3

JÄMFÖRBAR EBITA  
milj. euro

168,8

RESULTET PER AKTIE  
euro

1,06

JÄMFÖRBAR EBIT  
milj. euro

154,2

KASSAFLÖDE FRÅN  
LÖPANDE  
VERKSAMHET FÖRE  
FINANSIELLA POSTER  
OCH SKATTER  
milj. euro

164,2

ANSTÄLLDA

6 690

31.12.2021



FISKARS®



ROYAL COPENHAGEN



iittala



GERBER



MOOMIN  
by ARABIA



WATERFORD



WEDGWOOD

# Updatering på *övriga betydande händelser* under 2021

## ALLA OMSTRUKTURERINGSPROGRAMMEN SLUTFÖRDA

### **Siktade kostnadsbesparingar uppnåddes**

- Transformationsprogram ca 17 milj. euro
- Omstruktureringsprogram ca 20 milj. euro
- Majoritet av inbesparingarna synliga redan 2021.

### **Programkostnaderna under förväntade**

- De sammanlagda kostnaderna förväntades ursprungligen vara cirka 70 milj. euro
- De sammanlagda kostnaderna för båda programmen var ca 45 milj. euro

## BEVATTNINGVERKSAMHETEN I NORDAMERIKA AVYTTRAD

Avyttringen av bevaktningsverksamheten slutfört 1.2.2022

- Avtalet omfattade immateriella rättigheter inklusive varumärkena Gilmour och Nelson samt relaterade varumärken och patent
- Avyttringen i linje med vår nya tillväxtstrategi
- Bevaktningsprodukter kommer att finnas i vår portfolio och säljs under Fiskarsvarumärket i Europa





## VIKTIGASTE KATEGORIerna



Dukning



Glas



Inredning

## VIKTIGASTE VARUMÄRKENA



OMSÄTTNING 2021  
milj. euro

544,6  
+19,3 %

JÄMFÖRBAR EBITA  
milj.euro

86,7  
+111,4 %



# Verksamhetsenheten *Terra*

## VIKTIGASTE KATEGORIerna

---



Trädgård



Uteliv



Bevattning

## VIKTIGASTE VARUMÄRKENA

---

**FISKARS®**



OMSÄTTNING 2021  
milj. euro

**535,4**  
+8,4%

JÄMFÖRBAR EBITA  
milj. euro

**57,0**  
-15,6%



# ☆ Verksamhetsenheten *Crea*

## VIKTIGASTE KATEGORIerna:



Saxar och pyssel



Matlagning

## VIKTIGASTE VARUMÄRKET

**FISKARS®**

OMSÄTTNING 2021  
milj. euro

170,6  
+5,3%

JÄMFÖRBAR EBITA  
milj. euro

38,0  
-7,4%

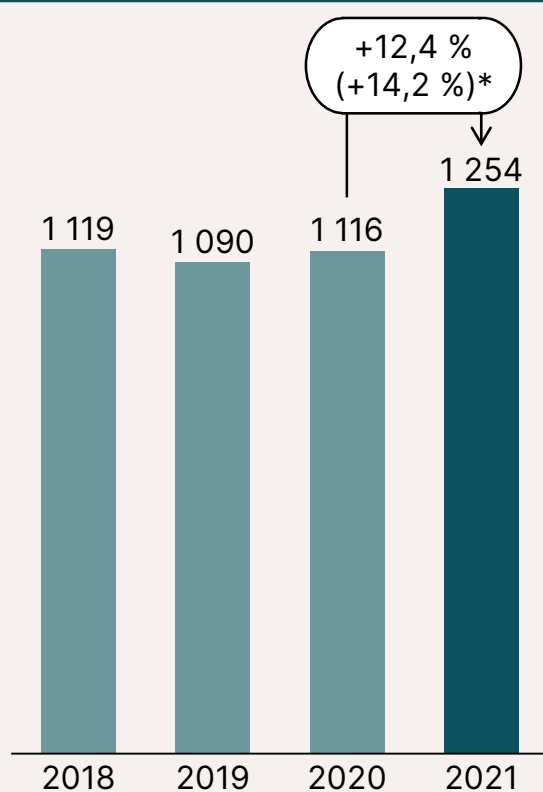




# Stark, lönsam *tillväxt*

– EBITA-marginal förbättrades 1,3 procentenheter tack vara ökad bruttomarginal

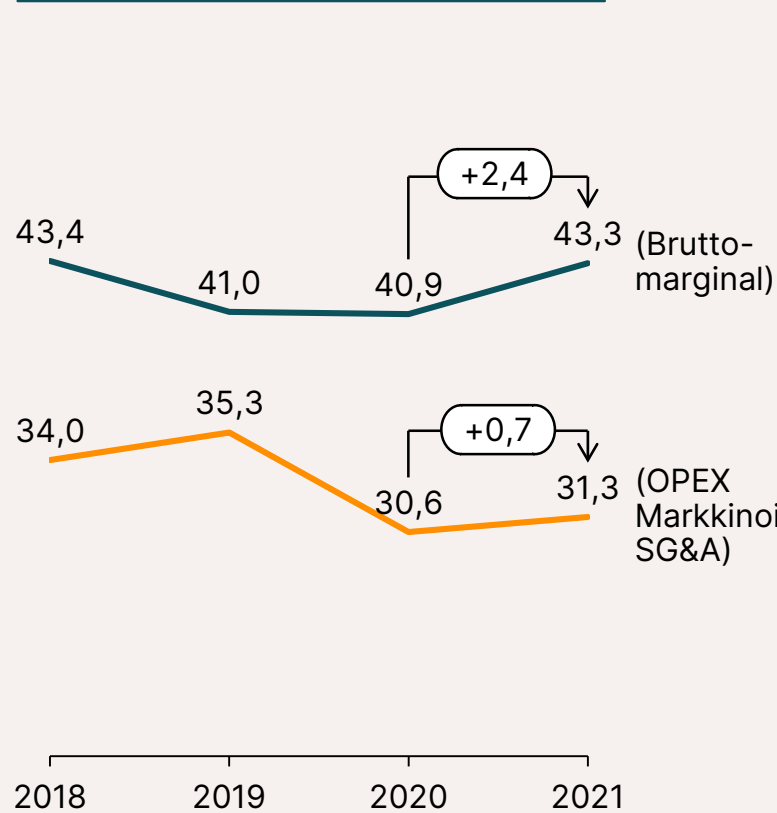
OMSÄTTNING 2021, milj.euro



\*) valutaneutral

16 MARCH 2022

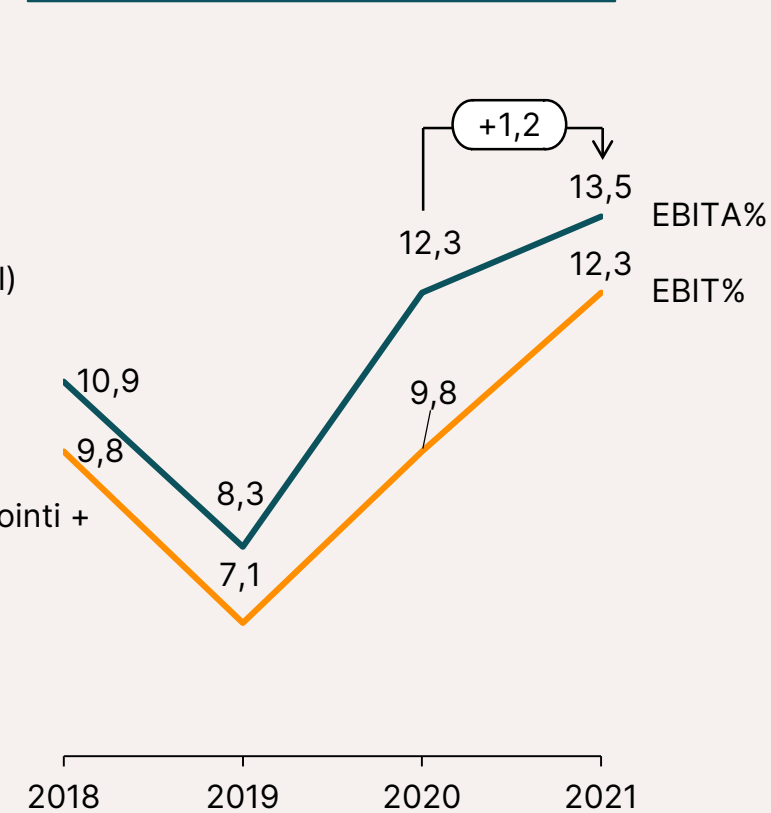
BRUTTOMARGINAL OCH OPEX, %



\*) utan jämförelsestörande poster

©FISKARS GROUP. COMPANY CONFIDENTIAL.

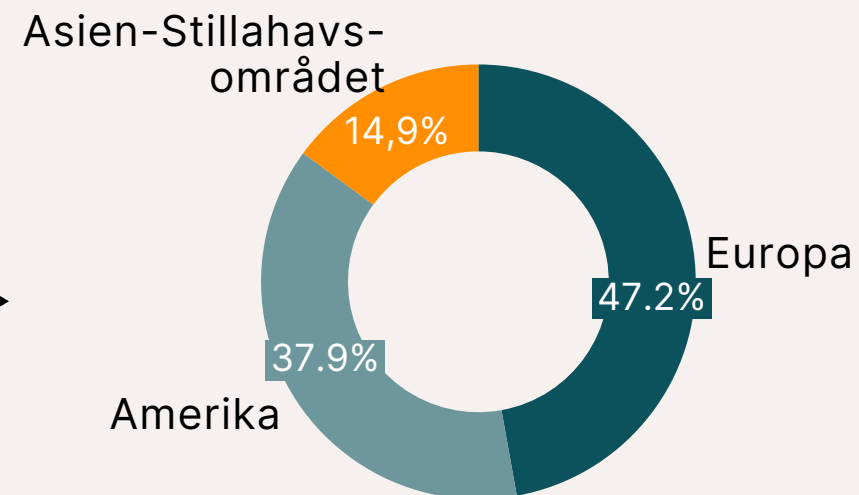
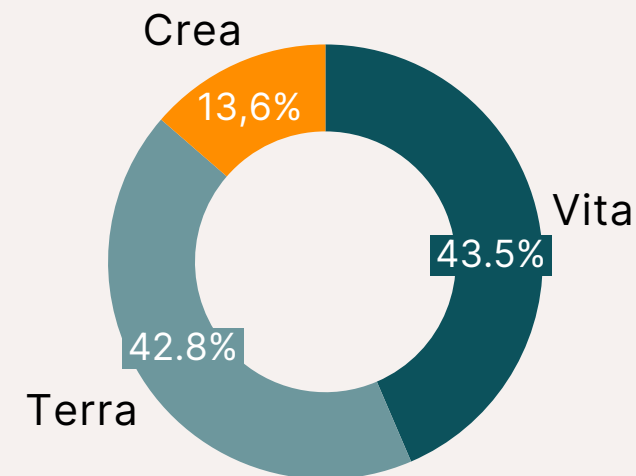
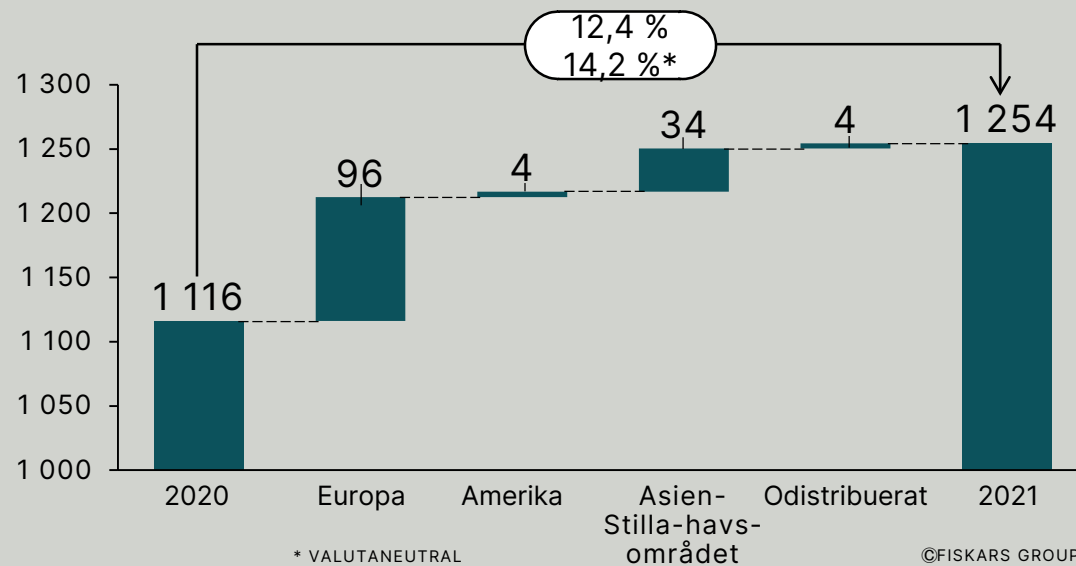
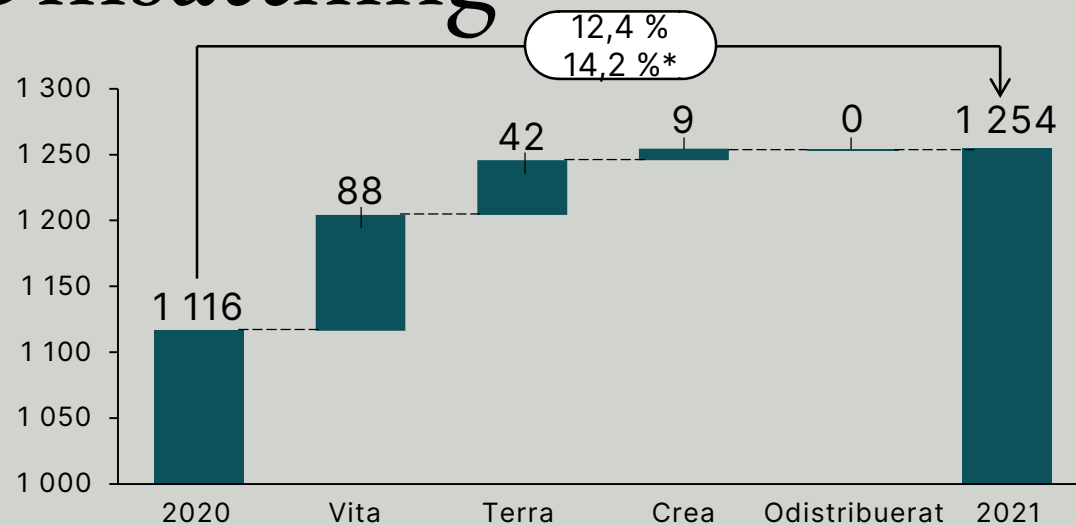
EBITA%\* OCH EBIT%\*



\*) utan jämförelsestörande poster



# Omsättning



2021 NYCKELTAL

# Strategin

FINANSIELLA MÅL

HÅLLBARHET

KOMMERSIELLA FRAMGÅNGAR

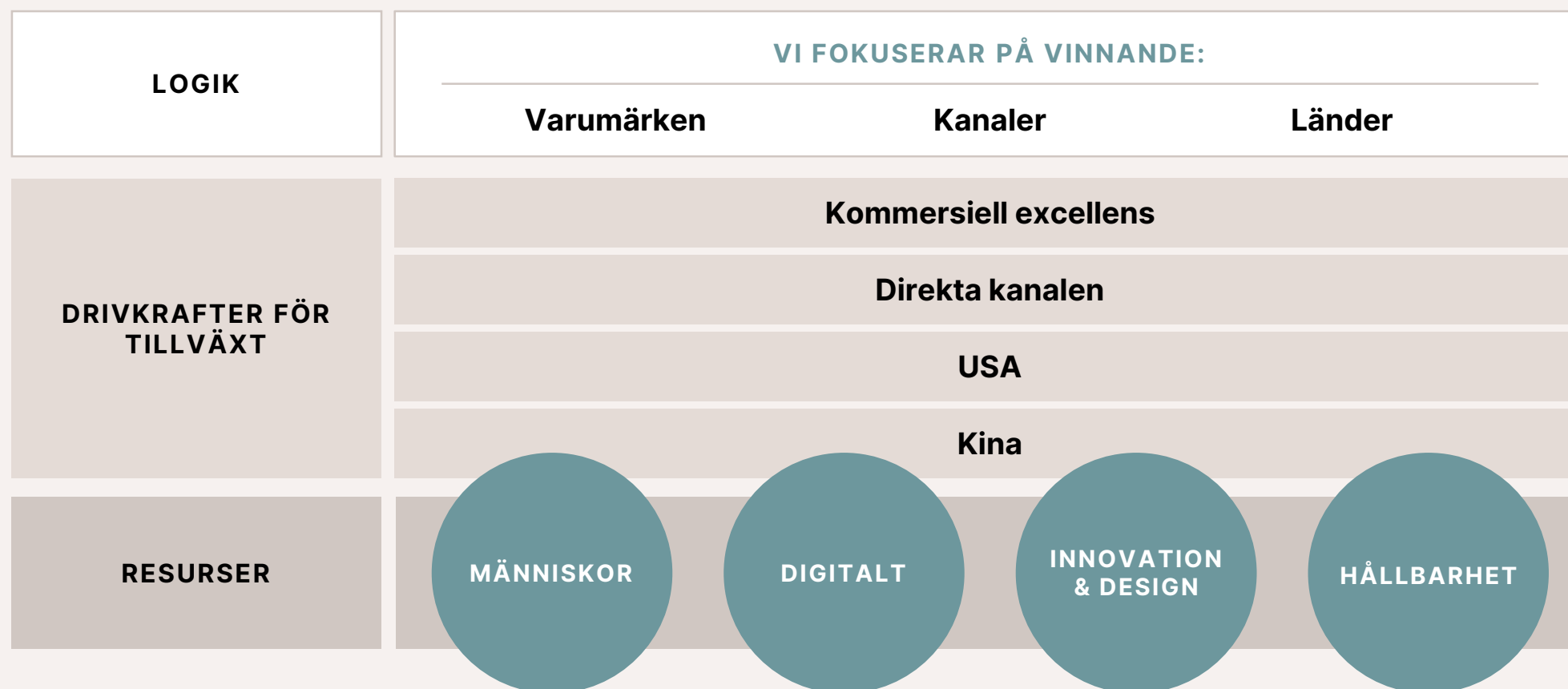
LEDNINGSGRUPPEN

UTSIKTERNA



# *Tillväxtstrategin*

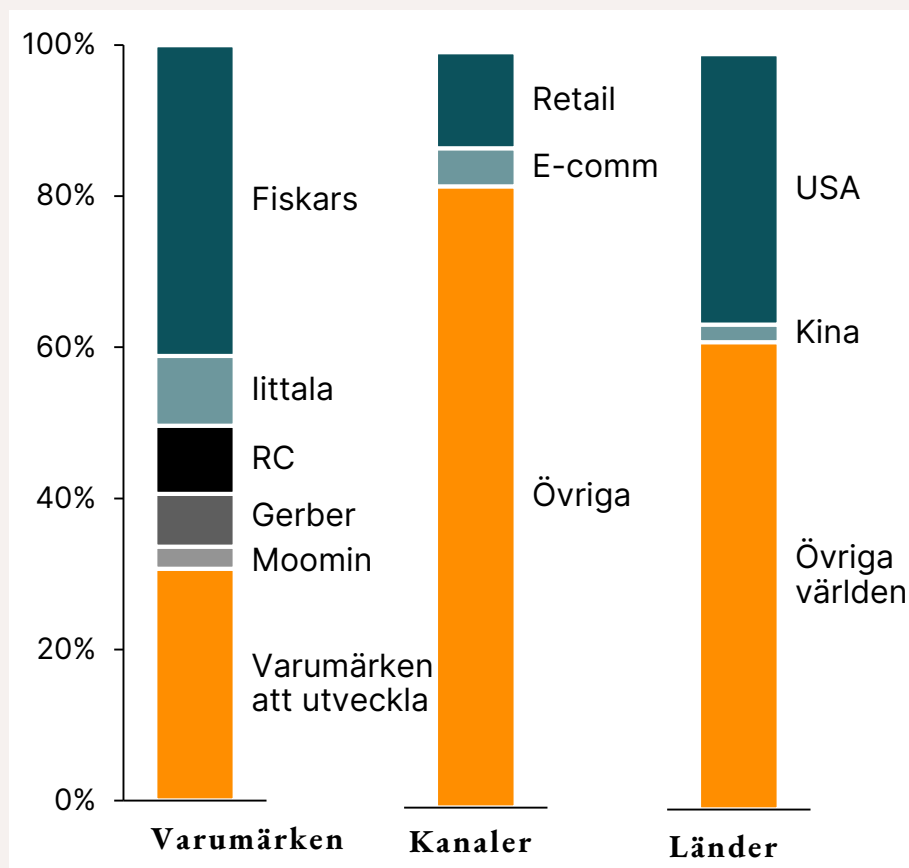
## – tydlig strategisk fokus och drivkrafter för tillväxt





# Framsteg i strategin

VINNANDE VARUMÄRKEN, LÄNDER OCH KANALER  
ANDEL AV OMSÄTTNINGEN 2021



DRIVKRAFTER FÖR TILLVÄXT

|                       |                                                                                                                                                                          |
|-----------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Kommersiell excellens | <ul style="list-style-type: none"> <li>Varumärkenas styrka</li> <li>Bruttomarginal förbättrades, både för fjärde kvartalet och helåret 2021</li> </ul>                   |
| Direkta kanalen       | <ul style="list-style-type: none"> <li>Direkta kanalen växte över bolagets medeltal</li> <li>Fjärde kvartalet (+14%) och helåret 2021 (+20%)</li> </ul>                  |
| USA                   | <ul style="list-style-type: none"> <li>Positiv utveckling i försäljning under fjärde kvartalet i BA Vita och BA Terra</li> <li>Double-digit tillväxt vs. 2020</li> </ul> |
| Kina                  | <ul style="list-style-type: none"> <li>Stark tillväxt fortsatte under fjärde kvartalet, omsättningen växte 1.5X</li> <li>Omsättning nästan fördubblades 2021</li> </ul>  |



2021 NYCKELTAL

STRATEGIN

# Finansiella mål

HÅLLBARHET

KOMMERSIELLA FRAMGÅNGAR

LEDNINGSGRUPPEN

UTSIKTERNA



# Uppföljning av finansiella mål

## EN BRA START PÅ VÅR FYRAÅRIGA STRATEGIRESA

| KPI                 | MÅL                                                                                  | RESULTAT |       |
|---------------------|--------------------------------------------------------------------------------------|----------|-------|
|                     |                                                                                      | 2021     | 2020  |
| TILLVÄXT            | Årlig organisk omsättningstillväxt (valutakursneutral) cirka 5 % (mid-single digit). | 14,2 %   | 3,4 % |
| LÖNSAMHET           | Jämförbar rörelsemarginal (EBIT) cirka 15 % (mid-teen) per slutet av 2025.           | 12,3 %   | 9,8 % |
| KASSAFLÖDE          | Fritt kassaflöde / periodens resultat) minst 80 %.                                   | 109 %    | 255 % |
| NETTOSKULD / EBITDA | Nettoskuld / driftsbidrag (EBITDA, senaste 12 mån), 2,5x eller mindre.               | 0,7x     | 0,8x  |



2021 NYCKELTAL

STRATEGIN

FINANSIELLA MÅL

# Hållbarhet

KOMMERSIELLA FRAMGÅNGAR

LEDNINGSGRUPPEN

UTSIKTERNA



# Med våra *hållbarhetsåtaganden* vill vi åstadkomma varaktig effect



MOTARBETA SLIT-OCH-  
SLÄNG KULTUREN



FÖR EN  
KOLDIOXIDNEUTRAL  
FRAMTID



FÖR ÖKAD GLÄDJE



# Framsteg i hållbarhetsarbete



## REDUCERA DEPONI

2030-mål: allt avfall från egna fabriker och distributionscenter återanvänds eller återvinns, samt att inget avfall ska deponeras.

I slutet av år 2021 nådde 7 av 21 fabriker och distributionscenter målet om noll deponi, nio år före 2030-målet.

*Avfallet till deponi minskade med 28 % under belåret 2021 jämfört med 2020.*

## PRODUKTER AV ÅTERVUNNET MATERIAL

2030-mål: över 50 % av omsättningen ska genereras av cirkulära produkter och tjänster.

*Försäljningen av återvunna produkter ökade med 78 % jämför med 2020.*

## ELEKTRICITET FRÅN FÖRNYBARA KÄLLOR

71 % av köpt el kom från förnybara källor 2021.





2021 NYCKELTAL  
STRATEGIN  
FINANSIELLA MÅL  
HÅLLBARHET

# Kommersiella framgångar

LEDNINGSGRUPPEN  
UTSIKTERNA



# Kommersiella *framgångar* 2021



KESKO LANSERADE EN KAMPANJ FÖR HÅLLBARHET. MED VAR OCKSÅ FISKARS SAXAR AV ÅTERVUNNET MATERIAL.



SATSNINGAR I VARUMÄRKESKÄNNEDOM OCH KONSUMENTUPPLEVELSE I KINA



VITA-VARUMÄRKENS OMVANDLING I USA - LÖNNSAM, LÅNGSIKTIG TILLVÄXT



2021 NYCKELTAL

STRATEGIN

FINANSIELLA MÅL

HÅLLBARHET

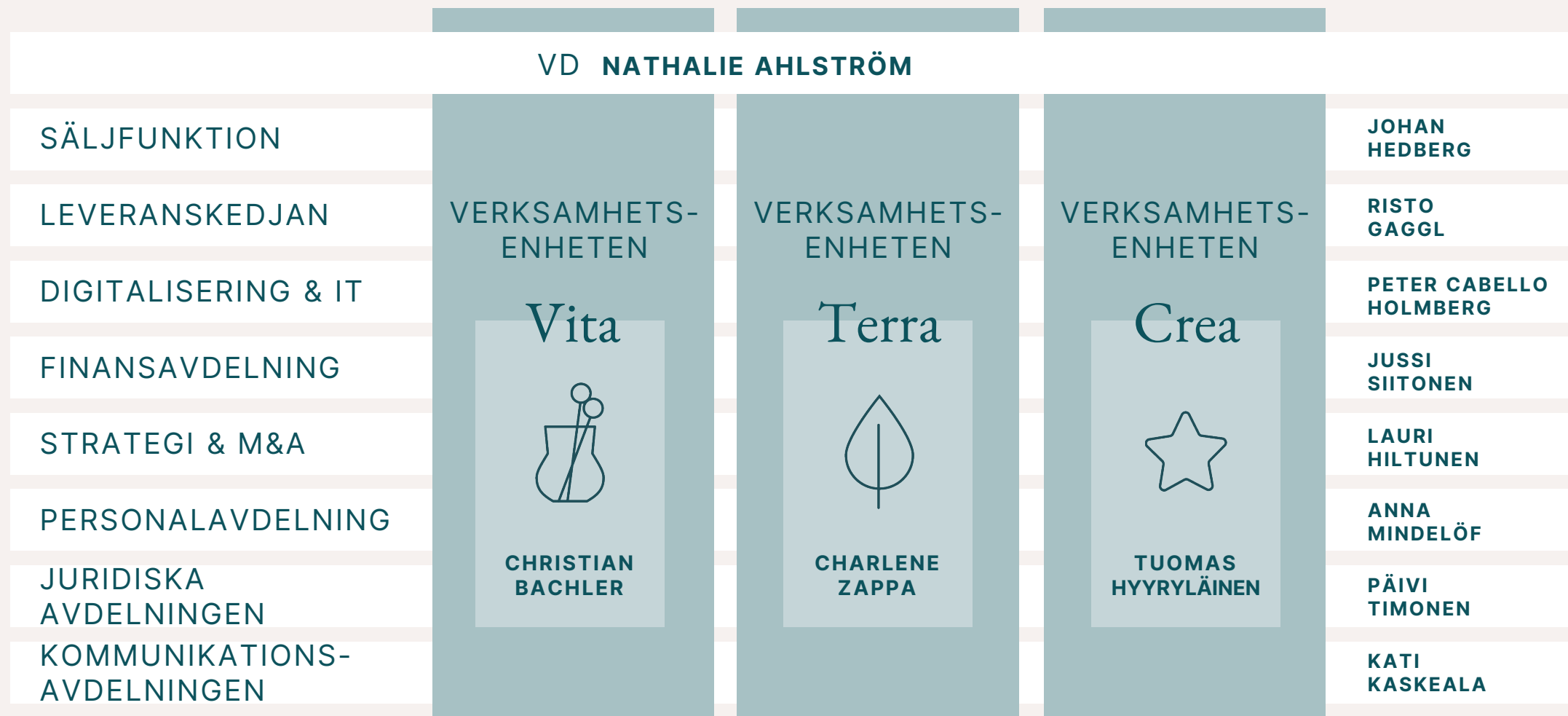
KOMMERSIELLA FRAMGÅNGAR

# Ledningsgruppen

UTSIKTERNA



# Organisationstruktur



# Ledningsgruppen



**Nathalie Ahlström**  
Verkställande direktör  
*Anställd 2020*



**Jussi Siitonen**  
Ekonomidirektör  
*Anställd 2021*



**Christian Bachler**  
EVP, verksamhetsenhet Vita  
*Anställd 2010*



**Tuomas Hyyryläinen**  
EVP, verksamhetsenhet Crea  
*Anställd 2018*



**Charlene Zappa**  
EVP, verksamhetsenhet Terra  
*Anställd 2022*



**Risto Gaggl**  
Direktör för leveranskedjan  
*Anställd 2011*



**Johan Hedberg**  
Direktör, försäljning och President, Americas  
*Anställd 2019*



**Peter Cabello Holmberg**  
Direktör, digital utveckling  
*Anställd 2021*



**Anna Mindelöf**  
HR-director  
*Anställd 2022*



**Päivi Timonen**  
Chefsjurist  
*Anställd 2014*



2021 NYCKELTAL

STRATEGIN

FINANSIELLA MÅL

HÅLLBARHET

KOMMERSIELLA FRAMGÅNGAR

LEDNINGSGRUPPEN

# Utsikterna







## *Utsikterna för 2022*

**Fiskars förväntar sig att jämförbara rörelseresultatet (EBIT) år 2022 ökar från föregående års nivå (2021: 154,2 milj. euro)**

Utmaningarna som relaterar till störningar i de globala leveranskedjorna samt ökade råmaterial- och energipriser har fortsatt. Även om bolaget framgångsrikt har hanterat dessa faktorer, fortsätter de att vara en risk för den finansiella utvecklingen 2022.

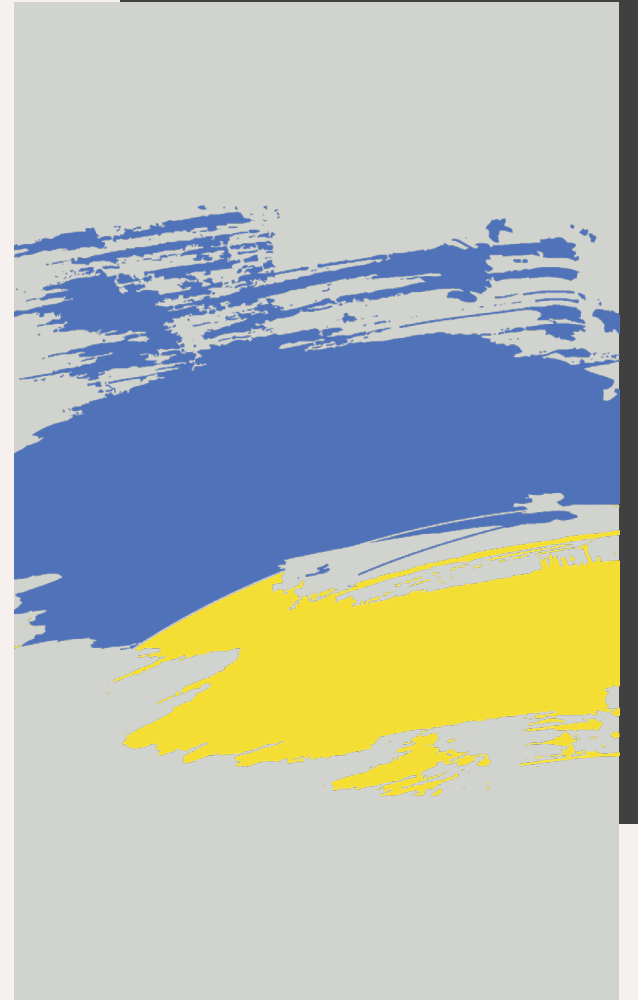


# Fiskarskoncernen fördömer starkt Rysslands invasion av Ukraina

VÅRA TANKAR ÄR MED MÄNNISKÖR SOM DRABBAS AV KRIGET OCH DEN HUMANITÄRÄ KRISEN DET MEDFÖRT

Fiskarskoncernen meddelade 7.3.2022 att den avstå från all sin affärsverksamhet i Ryssland. Omsättningen för verksamheten i Ryssland år 2021 uppgick till omkring en procent av koncernens globala omsättning. Utträdet från den ryska marknaden har ingen betydande inverkan på bolagets ekonomiska ställning eller resultatet för år 2022.

Tillsammans med våra varumärken har vi donerat 180 000 euro till UNICEFs arbete i Ukraina. Dessutom kommer vi att matcha bidrag från våra anställda.



AGM 2022





*Tack!*

