

Snellman

ÅRSÖVERSIKT 2021

1.1–31.12.2021

SNELLMAN	Q4 2021	Q4 2020	År 2021	År 2020
Omsättning M€	97,2	95,4	372,0	353,3
Rörelseresultat M€	2,8	8,0	17,1	14,6
Rörelseresultat, %	2,9	8,4	4,6	4,1
Resultat före skatter M€	2,7	7,8	16,3	14,3
Räkenskapsårets resultat M€	2,5	6,6	13,1	11,5
Soliditet, %			47,2	49,7
ROI, %			13,5	12,3
Nettoskultsättningsgrad, %			38,1	43,6
Nettoskulder/driftbidrag			1,2	1,3
Investeringar i maskiner och anläggningar, M€	7,5	4,2	20,1	13,2
Balansomslutning			199,2	170,1
Rörelseverksamhetens kassaflöde	9,4	14,4	26,6	36,7
Rörelsekapital (M€)			11,7	10,9
Likvida medel			14,0	2,6
Årsverken (FTE)	1 250	1 198	1 192	1 163

Årsöversikt 2021

År 2021 var ett framgångsrikt år för Snellmankoncernen. Även om verksamhetsförhållandena fortsättningsvis var krävande på grund av coronapandemin lyckades vi öka omsättningen med över 5 procent, även rörelseresultatet ökade avsevärt och var det bästa någonsin.

Finländska livsmedel och särskilt lokalproducerade livsmedel värdesätts mer än någonsin. En undersökning gällande köttkonsumtionen, publicerad av Kantar TNS i slutet av 2021, visar också att finländarna åt kött oftare än året innan. 78 procent av svarspersonerna uppgav att de äter kött åtminstone flera gånger i veckan. Året innan var motsvarande siffra 76 procent.

Köttförädlingen kunde öka sin försäljning något och stärkte sin marknadsandel i de flesta produktsegmenten. Året var mycket tudelat: fram till början av hösten bjöd det ständigt föränderliga coronaläget på de största utmaningarna, medan huvudfokus under slutet av året låg på producenternas snabbt försvagade situation. Den exceptionellt dåliga skörden under sommaren i kombination med kraftigt ökade övriga insatskostnader ledde snabbt till ett krisläge särskilt inom svinköttsproduktionen och till akut behov av stöd på producentfältet. Snellman höjde producentpriserna flera gånger, allokerade finansiellt stöd till de mest kritiska delarna i kedjan och betalade extra producentstöd inom både svin- och nötköttsproduktionen i december, totalt 1,5 miljoner euro. Vi har fattat beslut om att fortsätta med tilläggsstöden även under våren 2022. Samtidigt ser vi att de övriga produktionskostnaderna, som förpackningsmaterial, löner och energipriser, ökar tydligt.

På grund av de åtgärder som producenternas svåra situation krävde sjönk Köttförädlingens rörelseresultat jämfört med året innan. Vi anser dock att det är absolut nödvändigt att vi gör vad vi kan för att trygga tillgången på inhemsk kött råvara och producenternas utkomst. Samtidigt står det klart att Snellman inte ensam klarar av detta, utan åtgärder behöver vidtas tillsammans med andra aktörer inom branschen, handeln, konsumenterna och statsmakten. Vi tror dock att det finns en gemensam vilja i frågan.

För Herr Snellman var 2021 det 70:e verksamhetsåret. Under hösten förnyades Herr Snellmans logotyp och varumärkesdesign. Samtidigt som vi bevarade de element som gör att konsumenterna känner igen varumärket, ville vi stärka kvalitetsintrycket ytterligare med en ny, tydligare design. Inhemsk råvaror, finländskt arbete, äkthet och naturlighet samt familjeföretagets ansvarsfulla verksamhet är enligt undersökningar mycket viktiga urvalskriterier för konsumenterna och dessa lyfts fram tydligare i den nya varumärkesdesignen.

Djurmat fortsatte att öka i snabb takt. Hela branschen har haft en god utveckling under pandemin och undantagssituationen har medfört en ökad efterfrågan på sällskapsdjur. Inom enheten Djurmat utvecklar vi även näthandeln för både konsumenter och business-to-business-kunder kraftigt. Detta utvecklingsarbete kommer vi i fortsättningen att försöka utnyttja i koncernens övriga enheter.

Även för **färdigmat** var året mycket framgångsrikt. Den totala marknaden har utvecklats positivt under pandemin, genom att detaljhandeln tillhandahåller ett allt mångsidigare sortiment av högklassig färdigmat, till en del av restaurangkvalitet. Detta har ökat det allmänna intresset för kategorin och gett nya kunder. Enligt Taloustutkimus undersökning Suomi Syö 2021 är Kikkikartano konsumenternas favoritvarumärke inom färdigmat. Även TNS Kantars undersökning om paraplyvarumärkenas ställning inom färdigmat 2021 visar att Kikkikartano alltså är Finlands mest populära färdigmatvarumärke mätt i preferens.

Paninis affärsverksamhet påverkades fortsatt negativt av avsaknaden av evenemangsförsäljning, som är viktig för verksamheten, även om försäljningen via detaljhandeln utvecklades positivt. Även **Snellman Pro** på foodservice-marknaden tvingades anpassa sig till ett mycket svagt marknadsläge. Läget förbättrades något när rörligheten ökade under våren, men försämrades återigen avsevärt mot slutet av året.

I Sverige gjorde **Snellman Sverige** betydligt bättre ifrån sig, även om marknadsläget var krävande och marknadsutvecklingen för färsk färdigmat var anspråkslös. Målet är att under innevarande år öka Snellmans synlighet i Sverige ytterligare samt att avsevärt öka samarbetet mellan Köttförädling och Färdigmat.

Investeringarnas år 2021

Våra investeringar i tillväxt och förbättrad lönsamhet var exceptionellt stora under det gångna året och kommer att vara de närmaste åren. Investeringar riktas till både Meat Production och Ready Meals, och målet med dem är att tillgodose det föränderliga konsumentbeteendet, men även att bredda vårt utbud och öka synligheten för våra varumärken. Investeringarna under 2021 steg till totalt 20,1 (13,2) miljoner euro.

I början av året fattade vi ett betydande investeringsbeslut om att bygga en matfabrik i anslutning till fabriken på Granholmen i Jakobstad. Investeringen uppgår till cirka 12 miljoner euro och avsikten är att produktionen hösten 2022. Fabriken kommer att svara mot förändringarna i konsumtionstrenderna och den kraftiga ökningen i efterfrågan på färdigmat, samtidigt som den höjer produkternas förädlingsvärde. På fabriken kommer man att tillverka olika slags köttkomponenter, portionsrätter och mellanmålsprodukter. Den är

också ett nytt, viktigt steg i riktning mot ett allt intensivare samarbete mellan våra verksamhetsområden.

Inom tillväxtområdet djurmat investerade vi i varumärket Raw for Paw under första kvartalet. Under varumärket säljs högklassigt frystorkat hundgodis. Produkterna tillverkas vid vår fabrik Fodax i Sverige. Efterfrågan på frystorkade produkter har ökat avsevärt och investeringen fick en fortsättning i slutet av året, då vi fattade beslut om att skaffa en ny frystorkningsanläggning. Investeringen är värd 1,5 miljoner euro och ibrukstagning sker sommaren 2022.

Inför sommaren fattade vi beslut om att investera i expeditiionsavdelningar i både Jakobstad och Kervo. Kockikartanos lokaler i Kervo utvidgas med cirka 3 000 kvadratmeter samtidigt som expeditionssystemet förnyas. Investeringen uppgår till cirka 15 miljoner euro och den bidrar till att avlägsna flaskhalsar och säkerställa en smidig verksamhet när volymerna ständigt ökar. Investeringen väntas bli klar under första kvartalet 2023.

Investeringen i expeditionen i Jakobstad uppgår till cirka 4 miljoner euro. Investeringen är den första fasen i moderniseringen och höjningen av verksamhetskapaciteten på den nuvarande expeditionen. Den första fasen väntas bli klar i juni 2022 och hela utvidgningsinvesteringen 2028.

Ansvarsfull verksamhet

Vårt mål "att vara det mest ansvarstagande livsmedelsföretaget med en värdekedja där alla har möjlighet till framgång" är ambitiöst, men vi fortsätter att arbeta målmedvetet för det. Producenterna i synnerhet, har haft ett utmanande år på grund av dålig skörd och stigande priser på fodersäd. Åtgärder för att säkerställa prisnivån har vidtagits. Både nöt och svin är starka stötspelare i Snellmans strategi. Ett exempel på detta är lanseringen av Lantgris, som är föremål för marknadsföringssatsningar även 2022. Dessutom har prishöjningar gjorts sedan sommaren, och dessa fortsätter alltjämt. Även inhemska proteinkällor prioriteras. Genom att priset på GMO-fri soja steg blev inhemska proteinkällor mer konkurrenskraftiga. Ärtor, bondebönor och ryps tillsammans med de inhemska sädesslagen är förmånligare och innebär ytterligare steg mot ett lägre sojaberoende. Inhemskt foderprotein är förmånligare och har dessutom en positiv inverkan på klimatutsläppen.

Inom Köttförädlingen fokuserades kampanjerna i huvudsak till hållbarhetsinsatser: tillsatsfria produkter, minskad mängd förpackningsplast och förnybar energi i produktionen är aspekter som fick stor synlighet. Även undersökningen Suomi Syö 2021 visar att matvanorna förändras av miljöskäl. I den uppgav 53 procent av de som svarat att de har ändrat minst en sak i anknytning till mat/måltider. Speciellt livsmedel i återvinningsbara plastförpackningar har ökat mycket i popularitet.

Inom temat cirkulär ekonomi fick biotankstationen på Granholmen tillstånd att gå vidare till nästa fas när investeringen i en LBG-biotankstation (Liquefied Biogas) avsedd för tunga fordon (till exempel slaktbilar) godkändes i maj. Personbilar har kunnat tankas på biotankstationen på Granholmen sedan 2020 och biotankning av tunga fordon blir i och med denna investering möjlig från hösten 2022.

Som del av vår hållbarhet inledde vi också arbetet med att definiera ESG-indikatorer (Environmental, Social, Governance). Med hjälp av dem lokaliserar miljöriskerna och de sociala effekterna i anknytning till företagets verksamhet samtidigt som en god företagsstyrning säkerställs. De fungerar även som mål för hållbar utveckling. ESG-indikatorerna väljs specifikt per företag, och rekommendationen är att välja de indikatorer som är mest relevanta för affärsverksamheten och intressenterna. I tecknade kreditavtal har följande ESG-indikatorer införts: fri grisning, superior-utfodring och arbetsolyckor. Dessutom har åtgärdsplaner för att nå målen utarbetats.

Vårt ansvarsfulla verksamhetsätt avspeglas även i koncernens produktutveckling, där vi genom samarbete har åstadkommit avsevärda synergieffekter på koncernnivå. Ett konkret exempel är att minska matsvinnet genom att utnyttja alla råvaror och biprodukter. På detta sätt tillverkas exempelvis Kokkikartanos skinkpasta där Superior-skinka används som råvara.

Utsikter för 2022

År 2022 kommer att bjuda på stora utmaningar framför allt till följd av producenternas situation som är svårare än någonsin tidigare, men också på grund av övriga kraftigt ökande kostnader. Samtidigt kommer vi under året att få se på vilket sätt den utdragna pandemin har förändrat konsumtionsvanorna, vilka förändringar som blir bestående och hur öppnandet av samhället avspeglas i utvecklingssiffrorna dels inom detaljhandeln, dels inom foodservice. Allmänt taget har risken ökat på grund av de senaste händelserna i Ukraina samt läget inom primärproduktionen.

Vi förutspår att Snellmans omsättning kommer att öka under 2022 och att rörelseresultatet kommer att ligga på en betydligt lägre nivå än året innan. Avgörande för resultatet är hur snabbt de ökade produktions- och insatskostnaderna kan överföras till försäljningspriserna och vilken inverkan detta har på efterfrågan. Genom de exceptionellt stora och strategiskt viktiga investeringarna som inleddes under året säkerställer vi att företaget och dess produkter fortsättningsvis är attraktiva och att Snellmans varumärken är de mest ansedda bland kunderna även framöver.