

Pressmeddelande

Stockholm, 28 september, 2018

Essity sänker kostnaderna för ökad lönsamhet och konkurrenskraft

För att stärka bolagets långsiktiga kostnadseffektivitet introducerar hygien- och hälsobolaget Essity idag ett koncernövergripande besparingsprogram. Programmet beräknas ge årliga kostnadsbesparingar om cirka 800 MSEK, med full effekt vid utgången av 2019.

Essity har under ett antal år redovisat försäljningstillväxt och ökad lönsamhet. Under det första halvåret 2018 har bolagets marginal påverkats negativt av betydligt högre råvarukostnader. De snabbt stigande kostnaderna har i stor utsträckning uppvägs av ett aktivt arbete med prishöjningar, produktmixförbättringar och kostnadsbesparingar. Under det tredje kvartalet 2018 har den negativa påverkan från externa marknadsfaktorer, som kraftigt stigande kostnader för pappersmassa, oljebaserade råvaror och energi accelererat ytterligare.

Besparingsprogrammet implementeras i alla delar av bolaget för att minska kostnadsbasen inom kostnad för sålda varor samt försäljnings- och administrationskostnader. Programmet kommer att inkludera personalneddragningar, minskade kostnader för projekt, konsulter och resor. Personalförändringar kommer att vara föremål för sedvanliga förhandlingar. Det lanserade programmet är utöver det pågående effektiviseringsarbetet i bolaget, exempelvis "Tissue Roadmap" och "Cure or Kill".

"Kraftigt stigande råvarukostnader och högre energipriser påverkar våra marginaler kortsiktigt. Vi genomför detta besparingsprogram för att öka lönsamheten och stärka vår konkurrenskraft. Samtidigt fortsätter vi investera i innovation och våra starka varumärken", säger Magnus Groth, vd och koncernchef för Essity.

Kostnadsbesparingar från programmet kommer att redovisas separat utöver de besparingar som bolaget löpande redovisar. Omstruktureringskostnader som följer av besparingsprogrammet kommer att vara kopplade till personalminskningar och redogöras för under fjärde kvartalet 2018.

Telefonkonferens och webbsändning:

En telefonkonferens på engelska för media, analytiker och investerare kommer att hållas idag klockan 08:30 med Essitys vd och koncernchef, Magnus Groth. Telefonkonferensen kommer även att webbsändas.

Länk till webbsändning: <https://essity.videosync.fi/2018-09-28-pc>

För att delta via telefon, ring: +1 631 510 74 95, +44 (0) 207 192 80 00 eller +46 (0) 8 506 921 80. Uppge "Essity" eller konferens id 9418369. Vänligen, ring in i god tid innan konferensen börjar.

Notera: Denna information är sådan information som Essity är skyldig att offentliggöra enligt EU:s marknadsmissbruksförordning. Informationen lämnades, genom nedanstående kontaktpersons försorg, för offentliggörande den 28 september 2018 klockan 07:30.

Per Lorentz, Vice President Corporate Communications, +46 8 788 52 51



För ytterligare information, kontakta:

Johan Karlsson, Vice President Investor Relations +46 8 788 51 30

Per Lorentz, Vice President Corporate Communications +46 8 788 52 51

Om Essity

Essity är ett ledande globalt hygien- och hälsobolag som ökar människors välbefinnande genom våra produkter och lösningar. Namnet Essity är en utveckling av de engelska orden essentials och necessities, nödvändigheter i vardagen. Vår hållbara affärsmodell sätter värdeskapande för människor och miljö i centrum. Försäljning sker i cirka 150 länder under de globalt ledande varumärkena TENA och Tork samt andra starka varumärken såsom Jobst, Leukoplast, Libero, Libresse, Lotus, Nosotras, Saba, Tempo, Vinda och Zewa. Essity har omkring 48 000 medarbetare och nettoomsättningen 2017 var cirka 109 miljarder kronor (11,3 miljarder euro). Huvudkontoret ligger i Stockholm och bolaget är noterat på Nasdaq Stockholm. För mer information, besök www.essity.com.