

Pressmeddelande

Stockholm, 22 oktober 2020

Essity höjer målet för justerad avkastning på sysselsatt kapital till över 17 procent senast år 2025

Essity höjer målet för justerad avkastning på sysselsatt kapital till över 17 procent senast år 2025. Det tidigare målet om över 15 procent justerad avkastning på sysselsatt kapital har uppnåtts under de senaste 12 månaderna. Det höjda målet kommer att uppnås genom att fortsätta genomföra Essitys befintliga strategi, en accelererad digital transformation samt ytterligare effektivisering av produktion, logistik och distribution. Övriga finansiella mål är oförändrade.

Essitys innovationsdrivna kategori- och kanalstrategi med ledande varumärken i kombination med en omfattande effektivisering har under de senaste tre åren bidragit till god organisk försäljningstillväxt och en succesivt ökad lönsamhet. Den strukturella lönsamheten inom Consumer Tissue har höjts bland annat till följd av en högre andel egna varumärken, fokus på tillväxt inom segment med höga marginaler, framgångsrika innovationer och effektivare produktion. Inom Baby Care fortsätter arbetet med att öka lönsamheten och vi har under året exempelvis lämnat underpresterande positioner i Nordafrika och Ryssland. Inom Incontinence Products, Medical Solutions och Feminine Care är fokus fortsatt på tillväxt. Inom Professional Hygiene förväntas den ökade medvetenheten om betydelsen av hygien och hälsa på sikt leda till ökad efterfrågan.

Essitys digitala transformation kommer under de kommande åren accelereras med en ny digital plattform. Detta kommer ytterligare stärka bolagets kund- och konsumenterbjudanden, generera betydande kostnadsbesparingar och minska rörelsekapitalbehovet. Denna digitala investering förväntas uppgå till cirka 2,6 miljarder SEK, varav kostnader cirka 1,4 miljarder SEK som kommer tas under åren 2020-2024 och investeringar cirka 1,2 miljarder SEK. Positiv försäljnings- och resultateffekt förväntas gradvis från 2022. På kort sikt förväntas kostnaderna att kompenseras av besparingar inom andra områden. Den digitala plattformen kommer att möjliggöra en automatisering av alla delar i värdekedjan, förenkling och skalfördelar samt förbättrad visibilitet och förutsägbarhet baserat på datainsamling med hög kvalitet och avancerad analys.

Det nya programmet "Manufacturing Roadmap" kommer att optimera och effektivisera Essitys samtliga cirka 60 helägda anläggningar för kostnadseffektivitet, kvalitet och servicenivå i världsklass. Programmet innefattar även logistik och distribution. Dessutom bidrar programmet till Essitys hållbarhetsmål avseende reducering av koldioxidutsläpp i linje med Science Based Targets initiativet.

"Vi fortsätter att leverera på vår strategi att både organiskt och genom förvärv växa inom produktkategorierna med högst lönsamhet. Vi har för de senaste 12 månaderna levererat en justerad avkastning på sysselsatt kapital på 15,7 procent. Nu höjer vi vårt mål till att uppnå över 17 procent senast år 2025. Snabbt förändrade marknadsvillkor i kombination med ökad digitalisering ger möjligheter att accelerera vår digitala transformering som möjliggör högre tillväxt och lönsamhet. Vi ser ytterligare möjligheter att fortsätta effektivisera vår produktion, logistik och distribution. Som ett ledande globalt hygien- och hälsobolag har vi en unik position att skapa ökat aktieägarvärde." säger Magnus Groth, vd och koncernchef Essity.

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 22 oktober 2020 klockan 07:00.

Karl Stoltz, Media Relations Manager, +46 8 788 51 55

För ytterligare information, kontakta:

Per Lorentz, Vice President Corporate Communications +46 8 788 52 51, per.lorentz@essity.com
Johan Karlsson, Vice President Investor Relations, +46 8 788 51 30, johan.ir.karlsson@essity.com

Om Essity

Essity är ett ledande globalt hygien- och hälsobolag. Vi ökar människors välbefinnande genom våra produkter och tjänster. 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 46 000 medarbetare. Nettoomsättningen 2019 var cirka 129 miljarder kronor (12,2 miljarder euro). Huvudkontoret ligger i Stockholm och Essity är noterat på Nasdaq Stockholm. Essity bryter barriärer för ökat välbefinnande och bidrar till ett hälsosamt, hållbart och cirkulärt samhälle. För mer information, besök www.essity.com.
