

Fazer 2025

ÅRSREDOVISNING





8

Konsumenten utgör kärnan i vår strategi



20

Vårt mål är att utveckla mat som en lösning för en mer hållbar verksamhet

16

Vi är kända för våra högkvalitativa konfektyr-, bageri- och växtbaserade produkter



Innehållsförteckning

3 FAZER ÅR 2025

- 4 Fazer i korthet
- 5 Finansiella nyckeltal
- 6 Koncernchefens översikt

8 STRATEGI

- 9 Hur vi arbetar med konsumentförståelse
- 10 Våra marknader
- 11 Vi bygger långsiktigt hållbart värde med ett starkt konsumentfokus
- 15 Vår utveckling år 2025

16 VÅR VERKSAMHET

- 17 Fazer Konfektyr
- 18 Fazer Bageri
- 19 Fazer Lifestyle Foods

20 HÅLLBARHET PÅ FAZER

- 21 Allmän information
- 28 Miljöinformation
- 44 Social information
- 56 Bilaga
- 58 Hållbarhetspolicyer och principer

66 FINANSIELL INFORMATION

FAZER ÅR 2025

STRATEGI

VÅR VERKSAMHET

HÅLLBARHET PÅ FAZER

FINANSIELL INFORMATION

FAZER-KONCERNEN
ÅRSREDOVISNING
2025



FAZER ÅR 2025

Testa. Smaka. Fullända.

Våra produktutvecklare experimenterar ständigt för att möta konsumenternas föränderliga smakpreferenser. Vårt sortiment omfattar över 2 000 konsumentprodukter – många av dessa är älskade klassiker som har stått sig genom årtionden.

Vid sidan av de välbekanta favoriterna spelar även nya produkter en viktig roll. År 2025 lanserade vi över 250 nyheter, inspirerade av konsumentfeedback, lokala preferenser och nya hälsotrender. Detta är en del av vårt engagemang att ligga steget före och definiera vad ”utsökt” betyder i morgon.



Över
250
nyheter år 2025

FAZER
ÅR 2025

STRATEGI

VÅR
VERKSAMHET

HÅLLBARHET
PÅ FAZER

FINANSIELL
INFORMATION

FAZER-
KONCERNEN

ÅRSREDOVISNING
2025



Fazer i korthet

Fazer är ett ledande konsumentvaruföretag inom snabbbröliga konsumtionsvaror (FMCG) i Nordeuropa, känt för sina högkvalitativa produkter inom konfektyr, bageri och växtbaserat. Med ett rikt arv och en stark närvaro i regionen gläder Fazer konsumenter med innovativa och älskade varumärken.

VÅR GEOGRAFISKA NÄRVARO

Medarbetare i
8
länder

15
produktions-
anläggningar

Export
till över
40
länder



FAZER KONFEKTYR

Fazer Konfektyr är en ledande aktör på den nordiska choklad- och konfektyrmarknaden. Vår portfölj omfattar välkända lokala och internationella varumärken, såsom Karl Fazer, Tutti Frutti, Dumle och Geisha. All vår produktion finns i Finland, och vår starka expertis säkerställer högkvalitativa smakupplevelser. Vårt mål är att växa genom varumärkesdriven innovation och expansion till utvalda tillväxtmarknader i Europa och Asien. Vi exporterar våra produkter till cirka 40 länder och stärker kontinuerligt vår position inom internationell Travel Retail. Vi skapar även unika smakupplevelser på våra Fazer Cafés och Gateau-bageributiker.



FAZER BAGERI

Fazer Bageri, med sin världsledande expertis inom råg- och havrebakning, är en ledande producent av bageriprodukter i Finland och en betydande aktör på de svenska och baltiska bagerimarknaderna. Fazers bageriprodukter tillverkas i Finland, Sverige och Lettland. Affärsområdet har dessutom mer än 150 butiksbagerier i Finland och Estland. Fazer Bageris produkter säljs i över 20 länder. Några av Fazer Bageris mest populära varumärken är Fazer Puikula, Oululainen Reissumies och Pullava, Fazer Leipurit, Skogaholm, Druva och Gardesis.



FAZER LIFESTYLE FOODS

Fazer Lifestyle Foods erbjuder moderna konsumenter ett brett sortiment av växtbaserade produkter – från havredrycker och frukostprodukter till smoothies. Under varumärket Fazer Aito producerar vi havredrycker gjorda av nordisk havre i Tingsryd, Sverige. Sortimentet omfattar även Froosh-smoothies gjorda på enbart frukt och grönsaker, helt utan tillsatssämnen. Fazer är också en betydande aktör på den nordiska spannmålsmarknaden. Fazers havrekvarnar i Lahtis, Finland och Lidköping, Sverige, erbjuder konsumenterna gröt, müsli och flingor under varumärkena Fazer Alku och Frebaco, och levererar högkvalitativa spannmålsprodukter och värdeskapande lösningar till industriella kunder.

Finansiella nyckeltal

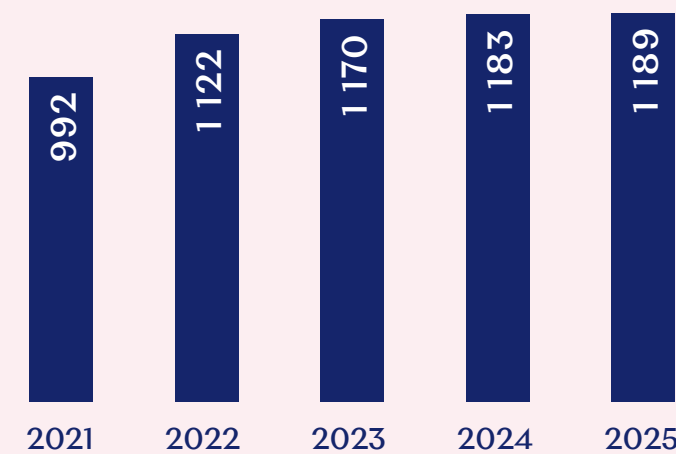
KONCERNOMSÄTTNING 2025 MEUR

1 188,6

JÄMFÖRBAR EBITDA MEUR

137,8

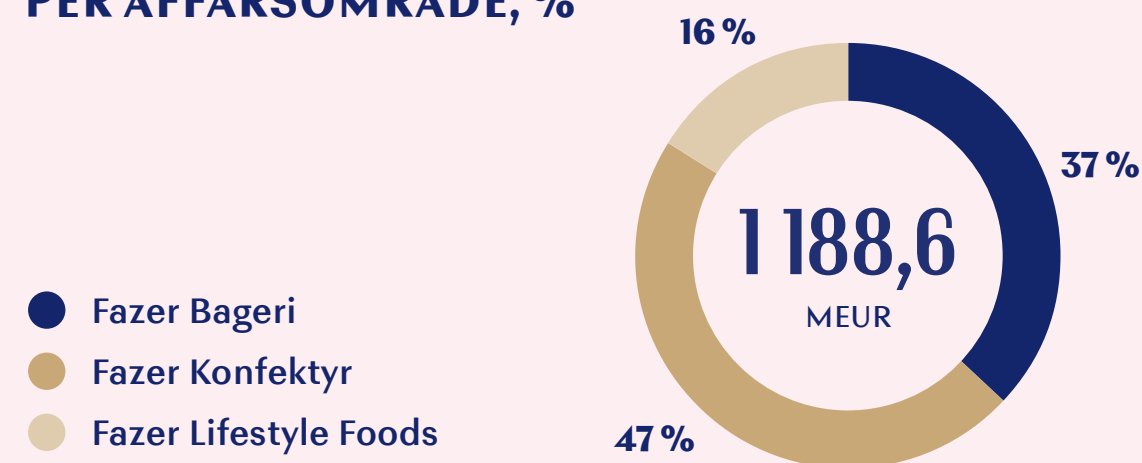
KONCERNOMSÄTTNINGENS UTVECKLING



JÄMFÖRBART RÖRELSERESULTAT MEUR

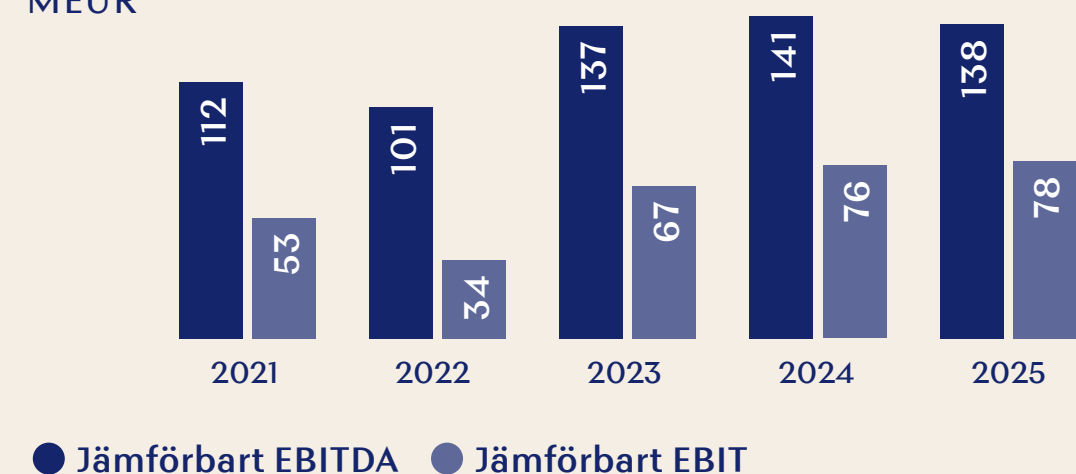


KONCERNOMSÄTTNING PER AFFÄRSOMRÅDE, %



OKONSOLIDERAD

JÄMFÖRBAR LÖNSAMHET UTVECKLING MEUR



NYCKELTAL 2025

	2025	2024
Koncernens omsättning, MEUR	1 188,6	1 183,1
Jämförbar EBITDA, MEUR	137,8	141,4
Jämförbar EBITDA marginal, %	11,6 %	12,0 %
EBITDA, MEUR	133,5	133,1
EBITDA marginal, %	11,2 %	11,2 %
Jämförbart rörelseresultat, MEUR	77,8	75,9
Jämförbart rörelseresultat marginal, %	6,5 %	6,4 %
Rörelseresultat, MEUR	-1,0	46,0
Rörelseresultat marginal, %	-0,1 %	3,9 %
Resultat före skatter, MEUR	-3,9	45,4
Räkenskapsperiodens resultat, MEUR	-19,1	34,7
Personal, medeltal december*	4 693	4 764
Personal, medeltal under året*	4 761	4 885
Avkastning på sysselsatt kapital (ROCE), %	-0,1 %	5,9 %
Jämförbar avkastning på sysselsatt kapital (ROCE), %	10,3 %	9,7 %
Soliditet, %	63,2 %	64,9 %
Skuldsättningsgrad, %	2,2 %	3,2 %

* Personalsiffrorna visas som antal heltidsekvivalenter (FTE)

Ett år av modiga beslut och resiliens

Under 2025 gjorde Fazer betydande framsteg mot sina mål och verksamheten utvecklades positivt trots en fortsatt utmanande affärsmiljö.

Q&A

Hur skulle du sammanfatta företagets övergripande utveckling och finansiella resultat för året?

År 2025 levererade Fazer en rekordhög omsättning och ett rekordhögt jämförbart rörelseresultat. Jag är mycket nöjd med att vi lyckades förbättra vårt rörelseresultat och till och med överskred det rekordhögra jämförbara rörelseresultatet året innan. Utfallet var långt ifrån självklart, utan resultatet av disciplinerat arbete, målmedvetna marknadsinsatser och ett konsekvent fokus på operativ effektivitet. Efter ett utmanande första halvår med kraftigt ökade råvarukostnader, framför allt till följd av stigande kakaopriser, visade Fazer Konfektyr en tydlig återhämtning mot slutet av året. Den ökade konkurrensen på bagerimarknaderna innebar att vi landade något under fjolårets nivåer, och inom den växtbaserade kategorin fortsatte

utmaningarna med låg efterfrågan och hård priskonkurrens.

Vad är du mest stolt över då du ser tillbaka på år 2025?

Många saker gjorde mig stolt under året, men framför allt är jag mycket glad över att vi kunde slutföra beslutet att investera 400 miljoner euro i en ny, toppmodern chokladfabrik i Lahtis, Finland. Denna strategiska investering kommer att stödja både vår inhemska tillväxt och internationella expansion och är ett viktigt steg i vårt åtagande att erbjuda marknadens mest intressanta och innovativa produkter – både idag och i framtiden. Detta beslut stöddes av den finska regeringens beslut att upphäva sitt förslag om en betydande momshöjning på konfektyr.



”**Vårt mål är att driva internationell tillväxt genom att erbjuda högkvalitativa produkter med överlägsen smak, tack vare kontinuerlig innovation.**



Grundstenen till den nya chokladfabriken lades i Lahtis den 29 september 2025. På bilden, från höger: statsminister Petteri Orpo, Fazers koncernchef Christoph Vitzthum, Fazers styrelseordförande Casper von Koskull, Lahtis borgmästare Niko Kyyräinen, Skanska Finlands VD Tuomas Särkilahti samt Tanja Sallinen, huvudförtroendeman vid Fazers konfektyrfabrik i Vanda.

Vilka var de största riskerna och utmaningarna under året och hur hanterade ni dessa risker?

De senaste fem åren har präglats av kostnadsinflation, kraftig prisvolatilitet, tillgänglighetsproblem och leveransstörningar i våra viktigaste råvaror. Dessutom har vi under de senaste 1,5 åren belastats av rekordhöga kakaopriser. Jag anser att vi har lyckats anpassa vårt ledarskap och våra processer väl,

och är nu betydligt bättre rustade för att verka i en volatil miljö. I praktiken innebär detta att även om vår långsiktiga strategi inte har förändrats, har våra planeringscykler blivit mer dynamiska. Vi använder regelbundet scenarioanalys som ett verktyg och tar vid behov till och med ett "war-room"-tillvägagångssätt när en fråga kräver vår dagliga eller till och med timvisa uppmärksamhet. Vi är en agil organisation som snabbt anpassar sig till föränderliga situationer. Trots det måste vi vara uppmärksamma, noggrant följa marknadsutvecklingen och ta hänsyn till både aktuella och potentiella risker i vår planering.

Vilka är de främsta drivkrafterna för företagets tillväxt framöver?

Konsumenttrender och -preferenser utvecklas ständigt. Människor söker i allt högre grad unika smakupplevelser, vardagslyx och njutning, samt produkter som passar en livsstil med högt tempo och kan konsumeras "on-the-go". Vårt mål är att driva tillväxt genom att erbjuda överlägsen smak, kvalitet och innovation. Genom att kapitalisera på vår etablerade portfölj av starka varumärken och svara på marknadstrender bygger vi varumärkeslojalitet och levererar premiumprodukter i alla våra kategorier. Utöver att driva tillväxt genom våra kategorival strävar vi också efter hållbar tillväxt genom geografisk expansion.

Vilka steg tar företaget för att stärka sina marknadspositioner och växa internationellt?

För att driva fortsatt lönsam tillväxt som det ledande FMCG-företaget i Finland kommer vi att fortsätta stärka vår lönsamma kärna samtidigt som vi diversifierar vår portfölj inom områden som

gåvor och säsong. Vi strävar också efter att stärka vår position i Sverige genom att utnyttja våra välkända varumärken och högkvalitativa produkter, med fokus på otillgodosedda konsumentbehov. Vår framgång på hemmamarknaden stödjer internationell tillväxt, särskilt när vi introducerar chokladprodukter och växtbaserade drycker på marknaderna i Central- och Östeuropa genom att framhäva deras unika säljargument.

Hur ser du att marknaderna utvecklas under 2026?

Livsmedelssektorn har redan i flera år navigerat i en mycket volatil och dynamisk verksamhetsmiljö, präglad av föränderliga konsumentförväntningar och en makroekonomisk omställning. På alla våra marknader har den övergripande trenden varit ökad priskänslighet och värdestyrt köpbeteende. Prisdrevena kampanjer har dominerat marknaderna, och handelns egna varumärken har fortsatt att utmana varumärkesprodukter. Då vi ser framåt är de makroekonomiska signalerna försiktigt optimistiska och konsumentförtroendet verkar förbättras. Arbetsmarknaderna stabiliseras, även om arbetslösheten förblir hög – särskilt i Finland. Vi går in i året med tillförsikt.

Några sista ord?

Jag vill tacka alla Fazer-medarbetare, våra partners, kunder och konsumenter för det gångna året. Jag ser fram emot att fortsätta samarbeta med er alla under 2026.

”

Den nya toppmoderna chokladfabriken i Lahtis, Finland, är den största investeringen i Fazers historia.



STRATEGI

Vi skapar värde genom insikt och innovation

Fazers tillväxtstrategi bygger på djup konsumentförståelse och kontinuerlig innovation. Genom att utnyttja konsumentinsikter och fokusera på våra starka varumärken, operativ effektivitet och hållbarhet skapar vi långsiktigt värde och accelererar den internationella expansionen.

FAZER
ÅR 2025

STRATEGI

VÅR
VERKSAMHET

HÅLLBARHET
PÅ FAZER

FINANSIELL
INFORMATION

FAZER-
KONCERNEN

ÅRSREDOVISNING
2025

Illustration av den nya chokladfabriken i Lahtis, Finland.



STRATEGI

Hur vi arbetar med konsumentförståelse

Att bevaka konsumentbehov och marknadstrender är avgörande för vår tillväxt och för att skapa hållbart, långsiktigt värde.

Att bevaka konsumentbehov är en central del av vår strategi och vägleder både innovation och kontinuerligt värdeskapande. Vi kombinerar dataanalys i realtid, konsumentpaneler, undersökningar och sentimentanalys i sociala medier för att identifiera nya preferenser och beteenden. Dessutom ger Fazer Experience besökscentret, samt våra Fazer Caféer, Gateau-bageributiker och butiksbagerier oss en unik möjlighet att lyssna på konsumenterna och föra en dialog med dem. Dessa insikter hjälper oss att segmentera marknaden utifrån föränderliga behovstillstånd, såsom bekvämlighet, njutning och funktionella lösningar, vilket möjliggör fokuserade produktutveckling och konsumentkommunikation. Genom att kontinuerligt bevaka och tolka konsumenttrender säkerställer vi att våra varumärken förblir relevanta och lyhörda på en dynamisk marknad. Detta datadrivna arbetssätt gör det möjligt för oss att leverera skräddarsydda lösningar som bygger långsiktig konsumentlojalitet.



Konsumenttrender och implikationer för Fazer

Konsumenttrender	Vårt svar
<p>Prismedvetenhet</p> <p>Som en följd av ekonomiska utmaningar såsom inflation, har konsumenterna blivit mer prismedvetna och söker bättre värde för sina pengar.</p>	<p>För oss innebär detta att vi stärker vår premiumpositionering samtidigt som vi erbjuder produkter och prisnivåer som maximerar värdet för konsumenten. Att utnyttja styrkan i våra varumärken och förmåga att skapa innovativa recept är avgörande för att upprätthålla lojaliteten på en prismedveten marknad.</p>
<p>Bekvämlighet och omnikanalshopping</p> <p>Konsumenter använder flera kanaler (online, sociala medier, fysiska butiker) före köp och förväntar sig smidig integration och bekvämlighet.</p>	<p>Vi fortsätter att investera i digitala lösningar i samarbete med våra kunder och i våra direkta konsumentkanaler.</p>
<p>Hälsa och välbefinnande</p> <p>Konsumenter strävar i allt högre grad efter en hälsosammare och mer hållbar livsstil samt till att minska matsvinn, återvinna och välja naturlig, näringsrik mat. Efterfrågan formas av samspelet mellan hälsa, hållbarhet och prismedvetenhet.</p>	<p>Vårt hälso- och näringsupplägg är utformad för att göra det lättare för konsumenterna att göra kostval som stöder deras övergripande välmående. Genom att fokusera på faktorer såsom portionsstorlek, näringsrika val och hälsofördelar samt öka andelen växtbaserade produkter, i kombination med smak och njutning, vill vi säkerställa att varje måltid bidrar på ett meningsfullt sätt till en balanserad kost.</p>
<p>Sociala mediers påverkan</p> <p>Plattformer som TikTok och Instagram har dramatiskt försnabbat förändringarna i konsumenttrender och förkortat trendcyklerna från månader eller år till bara dagar eller veckor. Dessa plattformer fungerar som moderna laboratorier där viralt, visuellt tilltalande och användargenererat innehåll snabbt omvandlas till köpbeteende i verkligheten.</p>	<p>Detta understryker vårt behov av att ständigt följa konsumentpreferenser och trender i sociala medier, agera snabbt och kontinuerligt utveckla populära kategorier och koncept. Vår nya, flexibla och automatiserade chokladfabrik erbjuder ett konkret svar på dessa förändringar i konsumentbeteendet.</p>

Våra marknader

Fazer verkar på marknaderna för konfektyr-, bageri- och växtbaserade produkter och är också en betydande aktör inom kvarnindustrin i Norden. Företaget har starka positioner i Finland, Sverige och hela Nordeuropa.

Fazers adresserbara marknader omfattar ett brett sortiment av FMCG-kategorier. Dessa inkluderar choklad och konfektyr, bageriprodukter såsom bröd och söta bakverk samt kex och surskorpor. Företaget verkar också på marknaden för växtbaserade drycker, gröt, mysli, granola och frukostflingor – produktgrupper där konsumenternas intresse fortsätter att öka i takt med trender inom hälsa, hållbarhet och livsstil. Resten av marknaden omfattar kategorier bl.a. salta snacks, där Fazer ser betydande potential. Fazer är väl positionerat inom de växande och lönsamma delarna av marknaden, med god potential att stärka sina positioner ytterligare.

Det rådande marknadsläget

Fazer verkar i en dynamisk marknadsmiljö som präglas av föränderliga konsumentpreferenser och mer omfattande makroekonomisk

utveckling. Även om makroekonomiska indikatorer visar en viss optimism är konsumenterna fortsatt försiktiga, och förtroendet är lågt, särskilt i Finland. På alla Fazers marknader är den rådande trenden ett starkt fokus på pris och konsumenterna är värdeorienterade, vilket leder till intensiv priskonkurrens från både etablerade varumärken och handelns egna varumärken. Branschens framgång bygger på hög kvalitet, överlägsen smak och innovationer i kombination med effektiva processer, starka varumärken och förmågan att snabbt anpassa sig till föränderliga marknadstrender – områden där Fazer är väl positionerad för att driva tillväxt och skapa långsiktigt värde för sina aktieägare.

”

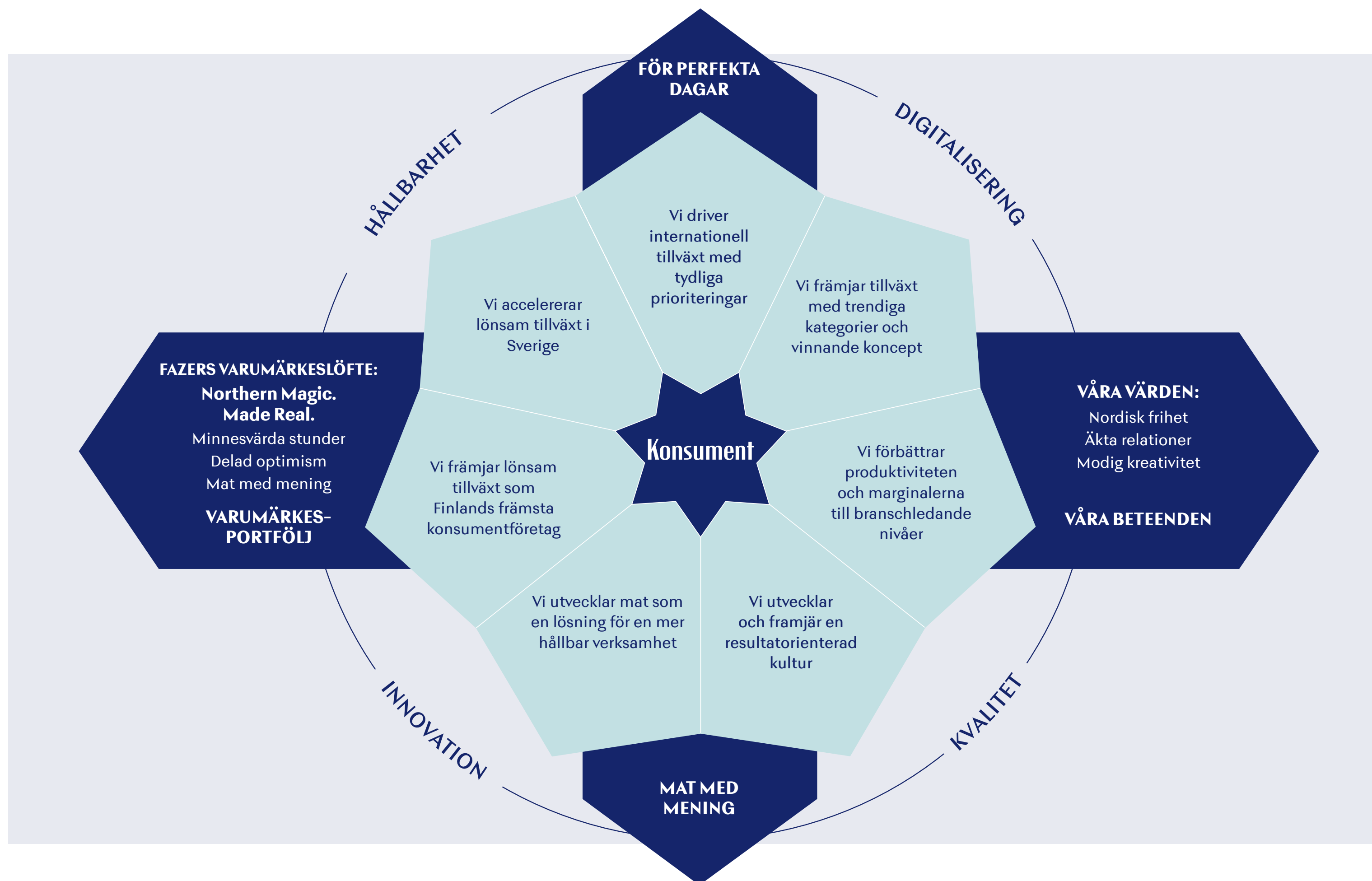
Även om makroekonomiska indikatorer visade en viss optimism förblev konsumenten fortsatt försiktig under 2025.



Vi bygger långsiktigt hållbart värde med ett starkt konsumentfokus

Fazers tillväxtstrategi bygger på en djup förståelse för konsumenten, älskade varumärken och produkter samt starka marknadspositioner.

Var vi spelar och hur vi vinner



Kategorival

Fazers målsättning är att stärka sin position som ett ledande nordiskt FMCG-företag genom att fokusera på sina kärnkategorier – konfektyr och bageri samt växtbaserade produkter – och säkerställa att resurser och fokus riktas mot de mest betydelsefulla delarna av verksamheten. Genom att accelerera volymtillväxten via kontinuerlig innovation kan vi lansera nya produkter och snabbt anpassa oss till konsumenternas behov, vilket ytterligare stärker vår konkurrenskraft. Vårt mål är att driva tillväxt genom att erbjuda överlägsen smak och kvalitet samt innovationer. Genom att kapitalisera på vår etablerade portfölj av starka varumärken bygger vi varumärkeslojalitet och levererar premiumprodukter. Vi prioriterar kategorier där vi har starka positioner inom centrala konsumentbehov. Vi har marknadsledande positioner inom söta läckerheter, är

närvarande i konsumenternas dagliga frukost- och mellanmålsstunder och ser betydande potential inom funktionella produkter. Vårt kontinuerliga fokus på innovation och nyheter stärker kundlojaliteten och varumärkesvärdet ytterligare. Värdeskapandet accelereras också genom företagsförvärv, både på våra nuvarande hemmamarknader och för att stödja vår internationella expansion.

Geografiska val

Finland

Finland är vår vagg, hemmet för många av våra mest ikoniska varumärken, och vi är den obestridda marknadsledaren på konfektyr- och bagerimarknaderna i Finland. För att driva fortsatt lönsam tillväxt som det ledande FMCG-företaget i Finland kommer vi att fortsätta stärka vår lönsamma kärna och accelerera tillväxten inom våra starkaste kategorier, samtidigt som vi alltid strävar efter att möta och överträffa konsumenternas förväntningar. Därtill vill vi bredda vår närvaro inom olika dagliga konsumentbehov genom att utnyttja våra styrkor och diversifiera vår portfölj inom områden som gåvor och säsong. Samtidigt som vi tar tillvara den fulla potentialen i vår kärnverksamhet utvecklar vi koncept som driver marknadstrender och skapar efterfrågan vid nya konsumtionstillfällen.

Internationell expansion

Vi är fast beslutna att bli ett ledande FMCG-företag på vår andra hemmamarknad, Sverige, där vi ser stor potential. Vårt mål är att ytterligare stärka våra positioner genom att bygga vidare på våra kärnstyrkor och utnyttja vår befintliga portfölj av välkända varumärken och högkvalitativa produkter, samtidigt som vi svarar på konsumentbehov som hittills varit mindre tillgodosedda inom olika kategorier. Genom att dra nytta av vårt rika arv och våra starka positioner inom prioriterade kategorier samt genom att fördjupa kundrelationerna för att introducera ett bredare Fazer-sortiment på marknaden kommer vi att accelerera lönsam tillväxt i Sverige.

Med verksamhet i Baltikum, Norge, Danmark och Polen samt export till över 40 länder världen över har vi finslipat våra prioriteringar för internationell tillväxt. Vår framgång på våra nuvarande hemmamarknader skapar en stark grund för internationell expansion. Vårt mål är att utnyttja vår produkt- och varumärkesportfölj genom att lyfta fram unika säljargument samt erbjuda chokladprodukter och växtbaserade drycker på de central- och östeuropeiska marknaderna. Vi utforskar effektiva go-to-market-strategier för att accelerera varumärkestillväxt, använder lokala insikter samt samarbetar med partners för att skräddarsy strategier och skapa efterfrågan mer effektivt.



Vår konfektyrverksamhet utvecklades mycket väl i Sverige, där efterfrågan på Tutti Frutti ökade och den årliga försäljningen översteg 10 miljoner påsar.

Produktivitet och effektivitet

För att driva våra marginaler till branschledande nivåer fokuserar vi på tillväxt, förbättrad produktivitet och ökad operativ effektivitet genom högre automatisering samt effektivisering av våra processer. Vår framtida konkurrenskraft är beroende av att vi utvecklar vår värdekedja och produktion med hjälp av avancerad teknologi och hållbara tillvägagångssätt. Investeringar i digitala lösningar och direkta konsumentkanaler (D2C) gör det möjligt för oss att bygga starkare relationer med konsumenterna och snabbt reagera på marknadstrender.

Resultatorienterad kultur

Fazer främjar en resultatorienterad kultur som bygger på ansvarstagande och resiliens. Genom att investera i människor och harmonisera arbetssätt skapar vi en arbetsplats som attraherar och behåller branschens främsta talanger. Vi strävar efter en inkluderande miljö som stärker medarbetarnas trivsel och engagemang. Kontinuerligt lärande

och professionell utveckling utrustar våra team med framtidens kompetenser och främjar innovation och flexibilitet. Vårt engagemang för välbefinnande, mångfald och inkludering stödjer en välmående, högpresterande arbetsstyrka och utgör grunden för vår långsiktiga framgång.

Mat som en lösning för en mer hållbar verksamhet

Vi har förbundit oss att bygga en hållbar verksamhet som stödjer långsiktig framgång och gynnar både samhället och miljön. Genom att utveckla innovationer för ett mer hållbart livsmedelssystem arbetar vi för att minska vår miljöpåverkan och omvandla matsvinn till nya möjligheter. Vår värdekedja styrs av rättvisa och hållbarhet, vilket säkerställer etiskt inköp och transparens i varje steg.



**FÄRDPLAN FÖR
ATT ACCELERERA
VÄRDESKAPANDET**

**Tillväxt på
hemmamarknaderna**

**Internationell
expansion**

**Värdeskapande
genom riktade
förvärv**

**Transformation av
verksamheten**

**Operativ
excellens och
automatisering**

Digitalisering

**Organisatorisk
effektivitet och
koncernsynergier**



VÅRA STYRKOR

- ▶ Tydlig marknadsledare i Finland och en stark marknadsposition i Sverige med en portfölj av älskade konsumentvarumärken.
- ▶ Dokumenterat goda resultat och betydande möjligheter till värdeskapande genom internationell expansion.
- ▶ Förmåga att utveckla koncept som passar konsumenternas behov och lansera innovativa nya produkter, till exempel chokladprodukter som i framtiden kommer att produceras i en toppmodern chokladfabrik i Lahtis, Finland.
- ▶ Väl positionerad i den växande trenden kring hälsa och välbefinnande med produkter baserade på spannmål och frukter.
- ▶ En resilient affärsmodell med kategoriledande lönsamhet och ett starkt kassaflöde som erbjuder ytterligare fördelar genom kostnadseffektivitet med en slimmad organisation, koncernsynergier och ny teknologi.
- ▶ Förmåga att driva konsolidering och värdeskapande genom företagsförvärv.

” Vår främsta styrka är förmågan att utveckla koncept som passar konsumentens behov och att lansera innovativa produkter.



Vår utveckling år 2025

Vi fortsatte att implementera vår strategi och drev flera strategiska initiativ under året.

PRIORITET	FRAMSTEG
Vi främjar lönsam tillväxt som Finlands främsta konsumentföretag	Vi är den tydliga marknadsledaren på den finska konfektyr- och bagerimarknaden. Vi beslutade att investera i en ny, toppmodern chokladfabrik i Lahtis, Finland. Investeringen stärker vår framtida tillväxt och möjliggör både expansion på hemmamarknaden och ökad internationell närvaro.
Vi accelererar lönsam tillväxt i Sverige	I synnerhet Fazer Konfektyr tog målmedvetna steg för att stärka sin närvaro på den svenska marknaden genom att lansera flera nyheter och säsongspanprodukter. Produkterna togs emot väl, vilket resulterade i att omsättningen i Sverige ökade med 4 % under året. Vi vann marknadsandelar inom flera kategorier.
Vi driver internationell tillväxt med tydliga prioriteringar	Vårt chokladsortiment och våra växtbaserade produkter togs väl emot i Nordeuropa, och i takt med att kännedomen ökar ser vi goda möjligheter att växa ytterligare runtom i Europa.
Vi främjar tillväxt med trendiga kategorier och vinnande koncept	Vi drev hållbara innovationer genom att lansera kakaofria konfektyrprodukter baserade på spannmål. Som ett exempel på detta är Taste the Future-produktfamiljen och dess Raspberry Dream-våffelrån. I USA introducerade vi även snacksprodukter baserade på Solein®, vilket understryker vårt engagemang för tillväxt och produktinnovation.
Vi förbättrar produktiviteten och marginalerna till branschledande nivåer	För att öka effektiviteten centraliserade vi lagerfunktionerna för konfektyrverksamheten, Fazer Lifestyle Foods och xylitolverksamheten till en och samma operatör i Finland. Vi beslutade också att investera i ett nytt ERP-system för att modernisera vår teknologiska plattform, öka effektiviteten och produktiviteten genom övergripande processautomation samt för att stödja produktionen på den nya chokladfabriken.
Vi utvecklar och främjar en resultatorienterad kultur	Vi investerade i kritiska kompetenser som behövs för implementeringen av vår tillväxtstrategi genom att bland annat introducera Leadership Cornerstones – grundläggande principer för gott ledarskap –, vidareutveckla förändringsledarskap och satsa på att utveckla framtidens ledare.
Vi utvecklar mat som en lösning för en mer hållbar verksamhet	Ett av de viktigaste framstegen i vårt hållbarhetsarbete var färdigställandet och ibrukttagandet av Fazer Bageri Finlands nya rågbrödslinje. Den nya produktionslinjen minskar avsevärt energiförbrukningen vid bageriet i Lahtis och bidrar till lägre CO ₂ -utsläpp för koncernen.





VÅR VERKSAMHET

Smakupplevelser som skapar glädje i vardagen

Våra engagerade medarbetare bygger på vårt stolta arv och orubbliga fokus på hållbarhet för att skapa matupplevelser som utvecklas i takt med konsumenternas föränderliga preferenser – upplevelser som sprider glädje och driver vår tillväxt.



5 630

anställda i
8 länder

Sverige

1 193

Norge

5

Danmark

17

Polen

5

Finland

3 925

Estland

85

Lettland

375

Litauen

25





Fazer Konfektyr

Fazer Konfektyr är den ledande tillverkaren av choklad, godis och kex i Finland och stärker därtill sin position både i Sverige och internationellt.

Verksamheten i korthet

Våra starka varumärken, samt Fazer Caféerna i Finland och Gateau-bageributikerna i både Finland och Sverige, är mycket uppskattade av konsumenterna. All Fazers choklad produceras idag vid vår fabrik i Vanda, Finland, där vi årligen tillverkar över 13 miljoner chokladkakor. Fazers godissortiment produceras i Villmanstrand i Finland. Fazer Konfektyr exporterar till cirka 40 länder och är verksam inom global Travel Retail.

Konfektyrmarknaden 2025

Det höga kakaopriset fortsatte att utmana konfektyrmarknaden under största delen av året. Konkurrensläget förblev hårt, med omfattande kampanjaktiviteter, ett växande antal nya konfektyrkoncept och fler nya aktörer som ökade konkurrensen. I Finland

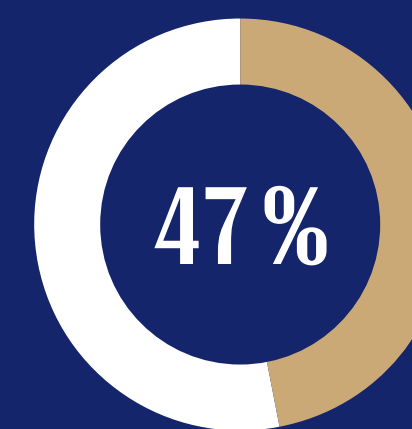
var chokladmarknaden dämpad i början av året men återhämtade sig mot slutet av året tack vare kampanjer. Godismarknaden i Finland förblev oförändrad. I Sverige växte godismarknaden kraftigt, främst driven av pick&mix. På kexmarknaden växte segmenten för snacking och handelns egna varumärken.

Affärsutveckling 2025

Fazer Konfektyrs omsättning var rekordhög år 2025. Tillväxten inom Chocolate & Snacking-verksamheten drevs främst av prisökningar, medan volymerna minskade. Candy-verksamheten presterade starkt i Sverige och Danmark, där bland annat Tutti Frutti Remix-påsen var mycket efterfrågad. Fazer Retail, som omfattar Fazer Caféer och Gateau-bageributiker, växte betydligt i Finland men levde inte upp till förväntningarna i Sverige.

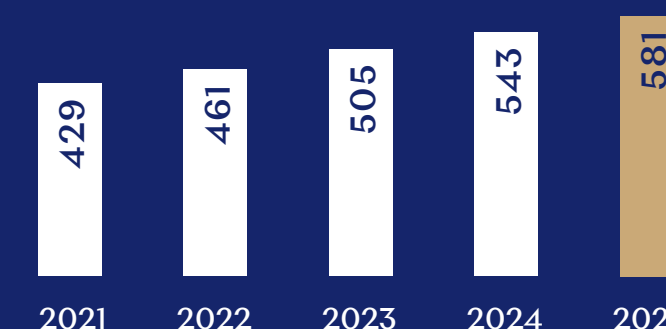


ANDEL AV KONCERN-OMSÄTTNINGEN



OKONSOLIDERAD

OMSÄTTNINGSENTVECKLING
Fazer Konfektyr, MEUR



ÅTGÄRDER

STRATEGIN I PRAKTIKEN

- Fazer inledde sin största investering någonsin: byggandet av en modern chokladfabrik i Lahtis, Finland.
- Fazer Konfektyr växte och ökade sina marknadsandelar i Sverige.
- Nya produkter, såsom Fazers säsongsmarmelader, lanserades framgångsrikt i såväl Finland som Sverige.

FOKUSOMRÅDEN 2026

År 2026 kommer Fazer Konfektyr att fortsätta att

- implementera sin starka innovations- och nyhetsagenda för både choklad och godis
- ytterligare stärka och bredda sin portfölj inom vissa kategorier, till exempel gåvor och säsong produkter
- fokusera på att säkra marknadsledarskapet i Finland samt expandera ytterligare i Sverige och på utvalda internationella marknader.



Fazer Bageri

Fazer Bageri är en ledande aktör på bagerimarknaden i Finland och har starka positioner även i Sverige och Baltikum.

Verksamheten i korthet

Fazer Bageri består av tre affärsenheter: Fazer Bageri Finland med bagerier i Vanda, Lahtis och Villmanstrand, Fazer Bageri Sverige med bagerier i Umeå, Eskilstuna och Lidköping samt Fazer Bageri Baltikum med ett bageri i Ogre, Lettland. Affärsområdet har dessutom 140 butiksbagerier i Finland och 12 i Estland.

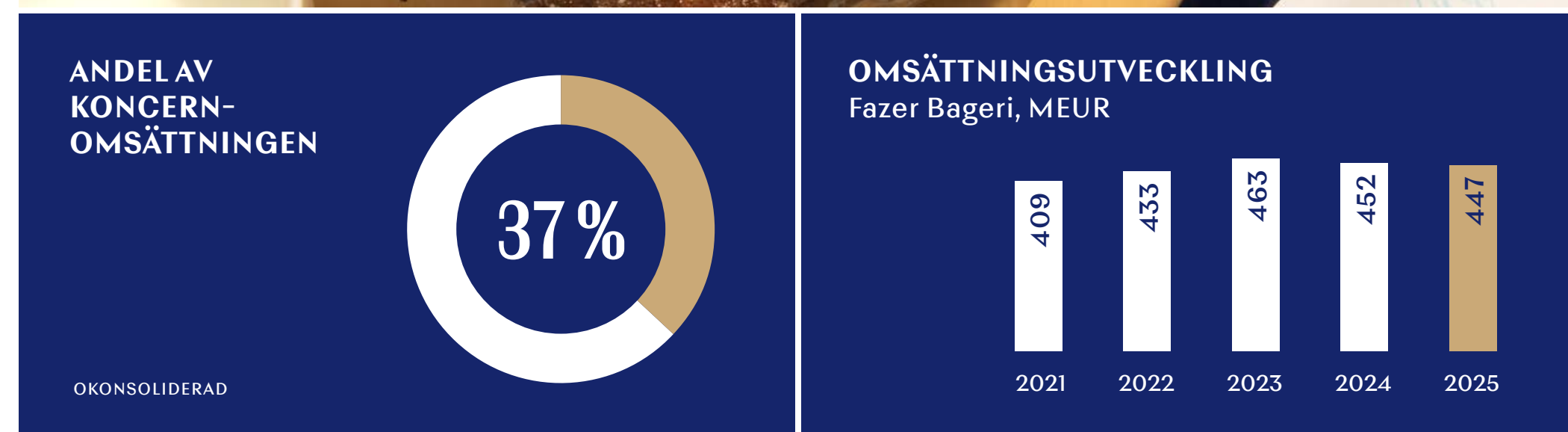
Bagerimarknaden 2025

Utvecklingen på den finska bagerimarknaden var stabil år 2025. Försäljningen av bake-off ökade kraftigt, och marknaden för snacking var oförändrad, samtidigt som marknaden för förpackat färskt bröd minskade. År 2025 såg den svenska bagerimarknaden en liten nedgång i värde och volym, samtidigt som andelen handelns egna varumärken ökade. De baltiska bagerimarknaderna domineras av några få stora regionala aktörer. Konkurrensen har varit mycket hård i flera år med priset som

den viktigaste köpbeslutsfaktorn. Aktörer inom dagligvaruhandeln på alla tre marknader har i allt högre grad ökat andelen egna varumärken, vilket innebär en växande konkurrens för varumärkesprodukter.

Affärsutveckling 2025

Fazer Bageri Finlands resultat förblev stabilt, trots den något negativa påverkan från arbetskonflikterna i början av året. Butiksbagerierna presterade särskilt väl, framför allt tack vare starka säsong produkter och ett förnyat koncept för försäljningen av överskottsprodukter. Inom Fazer Bageri Sverige fortsatte mörka portionsbröd, lantbröd och rostbröd att växa, medan efterfrågan på limpor fortsatte att minska. Fazer Bageri Baltikum utmanades fortfarande av hårdnande konkurrens samt operativa problem i samband med produktionens överflyttning.



ÅTGÄRDER

STRATEGIN I PRAKTIKEN

- Stark tillväxt för försäljningen på butiksbagerierna i Finland, drivet av ett unikt säsongssortiment och ett förnyat koncept för försäljningen av överskottsprodukter.
- Konsolideringen av två bagerier till en anläggning i Ogre, Lettland slutfördes inom Bageri Baltikum.
- En toppmodern rågbrödslinje som öppnades vid bageriet i Lahtis i Finland minskar Fazer-koncernens utsläpp med 4,3 %.

FOKUSOMRÅDEN 2026

- År 2026 kommer Fazer Bageri att fortsätta att
- leverera utsökta smaker och enastående produktkvalitet med stöd av starka varumärken som konsumenterna känner igen
 - implementera sin starka produktnyhetsagenda med stöd av effektfulla marknadsföringsaktiviteter och förstklassiga butiksupplägg på alla sina marknader
 - fokusera på att erbjuda differentierade innovationer och nya format
 - genomföra sin långsiktiga hållbarhetsagenda.

Fazer Lifestyle Foods

Fazer Lifestyle Foods erbjuder ett omfattande sortiment som är utformat för att möta moderna konsumenters föränderliga preferenser, inklusive ett brett urval av växtbaserade produkter, frukostprodukter och smoothies.

Verksamheten i korthet

Fazer Aito erbjuder havredrycker, gurter och matlagningsprodukter gjorda av nordisk havre, och de tillsatsfria Froosh-smoothies innehåller enbart frukt och grönsaker. Under varumärkena Fazer Alku och Frebaco tillverkas gröt, müsli och flingor. Affärsenheterna Cereals och Växtbaserade drycker betjänar industrikunder med ett omfattande B2B utbud.

Marknaden för växtbaserade produkter 2025

Fazer Lifestyle Foods affärsmiljö förblev utmanande under hela året och kännetecknades av intensifierad konkurrens och dämpad efterfrågan inom affärsområdets nyckelkategorier. I Finland växte marknaden för växtbaserade drycker marginellt, och Fazer stärkte sin position inom kategorin. På marknaden för spannmålsprodukter intensifierades konkurrensen på grund av ökad kapacitet och

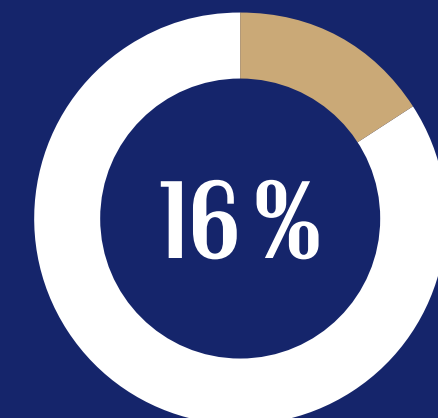
nya aktörer på marknaden. Kvarnverksamhetens B2B-försäljning påverkades av ökad prispres. Inom B2C minskade värdet inom många kategorier, medan andra, såsom müsli och granolor, uppvisade resiliens. Tillväxt sågs däremot inom smoothiekategorin i både Finland och Sverige.

Affärsutveckling 2025

Fazer Lifestyle Foods omsättning minskade jämfört med föregående år. Lägre volymer inom Cereals- och Växtbaserade drycker-enheternas B2B-verksamhet pressade det övergripande resultatet, eftersom dessa segment står för största delen av omsättningen. Fruit-enheten uppnådde en måttlig tillväxt, och efterfrågan på konsumentprodukterna inom Växtbaserade drycker-enheten ökade, stödd av framgångsrika lanseringar av barista- och proteindrycker samt kampanjer i Finland. Fazer Aito lanserades även på den tyska marknaden.

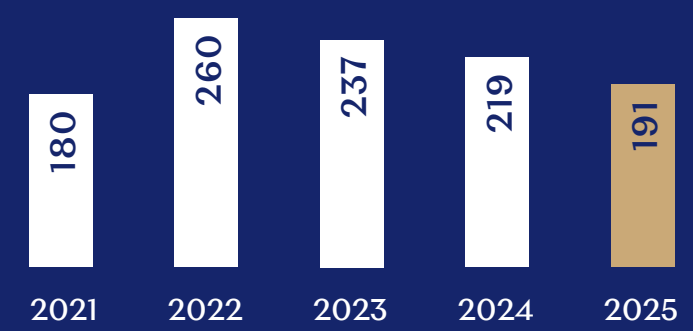


ANDEL AV KONCERN-OMSÄTTNINGEN



OKONSOLIDERAD

OMSÄTTNINGsutveckling
Fazer Lifestyle Foods, MEUR



ÅTGÄRDER

STRATEGI I PRAKTIKEN

- God tillväxt för Fazer Aito-havredrycker i Finland och expansion till den tyska marknaden.
- Framgångsrik överföring av produktionen av Fazer Aito-gurter till Finnish Food Factory.
- Förbättrad grain-to-deal-process och hantering av värdekedjan i affärsenheten Cereals.
- Särskilt stark tillväxt av marknadsandelar för Froosh i Sverige.

FOKUSOMRÅDEN 2026

- År 2026 kommer Fazer Lifestyle Foods att fortsätta att fokusera på att
- ytterligare stärka B2B-verksamheten inom både Cereals och Växtbaserade drycker, vinna nya internationella kunder samt upprätthålla starka partnerskap med befintliga kunder
 - driva tillväxt genom sina starka varumärken inom olika kategorier
 - genomföra förstklassiga butiksutlägg som framhäver varumärkenas unika egenskaper
 - expandera närvaron för växtbaserade drycker på utvalda marknader i Centraleuropa.



HÅLLBARHET PÅ FAZER

Vi formar framtidens mat

Sättet vi odlar, producerar och konsumerar mat påverkar vårt välbefinnande, miljön och samhället. På Fazer utvecklar vi mat som en lösning för en mer hållbar verksamhet.

41%

mindre utsläpp från egen verksamhet jämfört med referensåret 2020



FAZER
ÅR 2025

STRATEGI

VÅR
VERKSAMHET

HÅLLBARHET
PÅ FAZER

FINANSIELL
INFORMATION

FAZER-
KONCERNEN

ÅRSREDOVISNING
2025

Hur vi omsätter hållbarhet i praktiken

Hållbarhet är i kärnan i Fazers strategi och formar vår tillväxt, våra innovationer och våra inköpsbeslut när vi arbetar för att bygga ett motståndskraftigt och ansvarsfullt livsmedelssystem.

” En av Fazers viktigaste strategiska prioriteringar är att utveckla mat som en lösning för en mer hållbar verksamhet.

Hållbarhetsprogram

I dagens snabbt föränderliga värld har vår mission, Mat med mening, blivit alltmer relevant.

Vi är medvetna om att sättet att odla, producera och konsumera mat har en betydande inverkan på människors välbefinnande, miljön och samhället. I enlighet med vår mission prioriterar vi hållbarhet i vår tillväxtstrategi och i vårt produktsortiment. Vi vet att globalt samarbete är avgörande för att lösa de stora utmaningar världen står inför, och därför stöder vi [FN:s globala mål för hållbar utveckling \(Sustainable Development Goals, SDG\)](#) och har definierat de mål som är mest relevanta för vårt arbete.

Ett av Fazers centrala strategiska teman är att utveckla mat som en lösning för en mer hållbar verksamhet. Vårt mål är att skapa och erbjuda hållbara produkter och samtidigt ta hänsyn till vår värdekedja, våra medarbetare, produktionsprocesser och påverkan på miljö, samhälle och hälsa. Vi strävar efter att kombinera hållbarhet med branschens bästa praxis i alla delar av vår verksamhet.

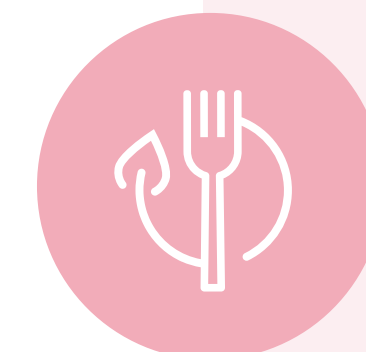
Fazers verksamhetsmiljö förblev utmanande under 2025, främst på grund av höga kakaopriser kopplade till begränsad tillgång och ogynnsamma väderförhållanden samt konsumenternas höga priskänslighet. Under det gångna året intensifierades konkurrensen från såväl handelns egna varumärken som etablerade varumärkesprodukter ytterligare på alla Fazers marknader, och flera internationella aktörer gjorde inträde på marknaderna. Fazers ledning följer kontinuerligt utvecklingen och anpassar verksamheten därefter.

Hållbarhetsambitioner



Klimat, natur och cirkularitet

Vi motverkar klimatförändringar och naturförlust



Hållbara produkter och innovationer

Vi skapar innovationer för ett mer hållbart livsmedelssystem



Ansvarsfulla inköp

Vår leveranskedja är rättvis och hållbar



Människor och välbefinnande

Vi tillhandahåller möjligheter till utveckling i en modern, säker och inkluderande kultur

Trots dessa utmaningar är vi fortsatt engagerade i hållbarhet och behåller ett starkt fokus på våra strategiska prioriteringar och ambitioner. Vårt fokus är ständig förbättring och vi utvecklar alla delar av vår verksamhet för att bygga en mer hållbar och resilient framtid. Våra fyra hållbarhetsambitioner är grunden för vårt arbete och återspeglar vårt djupa engagemang för att forma ett ansvarsfullt och rättvist livsmedelssystem.

Klimat, natur och cirkularitet

Vi har förbundit oss att skapa långsiktigt värde genom att minimera vår miljöpåverkan och maximera resurseffektiviteten. Genom att minska koldioxidutsläppen, öka användningen av förnybar energi samt skapa och integrera processer för att minska svinn och avfall, bygger vi en framtid som respekterar och återställer naturresurser. Genom cirkularitet skapar vi motståndskraftiga, hållbara kretslopp som stödjer både planetens hälsa och verksamhetens kontinuitet. Eftersom biologisk mångfald får allt större strategisk betydelse har vi inkluderat natur som ett nytt prioriterat tema i vår hållbarhetsstrategi.

Hållbara produkter och innovationer

Vi främjar innovationer för ett hållbart livsmedelssystem och fokuserar på att utveckla produkter med lägre utsläpp. Vi prioriterar råvaror med lågt koldioxidavtryck. Vårt förhållningssätt till hälsa och näring ger var och en möjligheten att göra kostval som främjar

deras välbefinnande. Vi åtar oss att minska, återvinna och utveckla hållbara förpackningar, samtidigt som vi kontinuerligt förbättrar vårt erbjudande för både människan och miljön.

Ansvarsfulla inköp

Vi strävar efter att göra vår leverantörskedja rättvis, resilient och ansvarsfull. Vi samarbetar med odlare och leverantörer som delar våra värderingar i att stödja rättvis handel, lokalsamhällen samt etiska och hållbara metoder. Tillsammans strävar vi efter att utveckla en leverantörskedja som värnar om de producenter som odlar våra råvaror samt de ekosystem som de är beroende av.

Människor och välbefinnande

Vår vision blir verklighet genom våra medarbetares hängivna insatser. Vi förbinder oss till att främja en arbetsplats där varje individ känner sig trygg, inkluderad och har möjlighet att växa. Genom att främja mångfald, jämlikhet och välbefinnande bygger vi en kultur där passion och syfte förenas för att skapa positiv förändring. Att förverkliga denna vision kräver samarbete mellan olika branscher och lokalsamhällen.

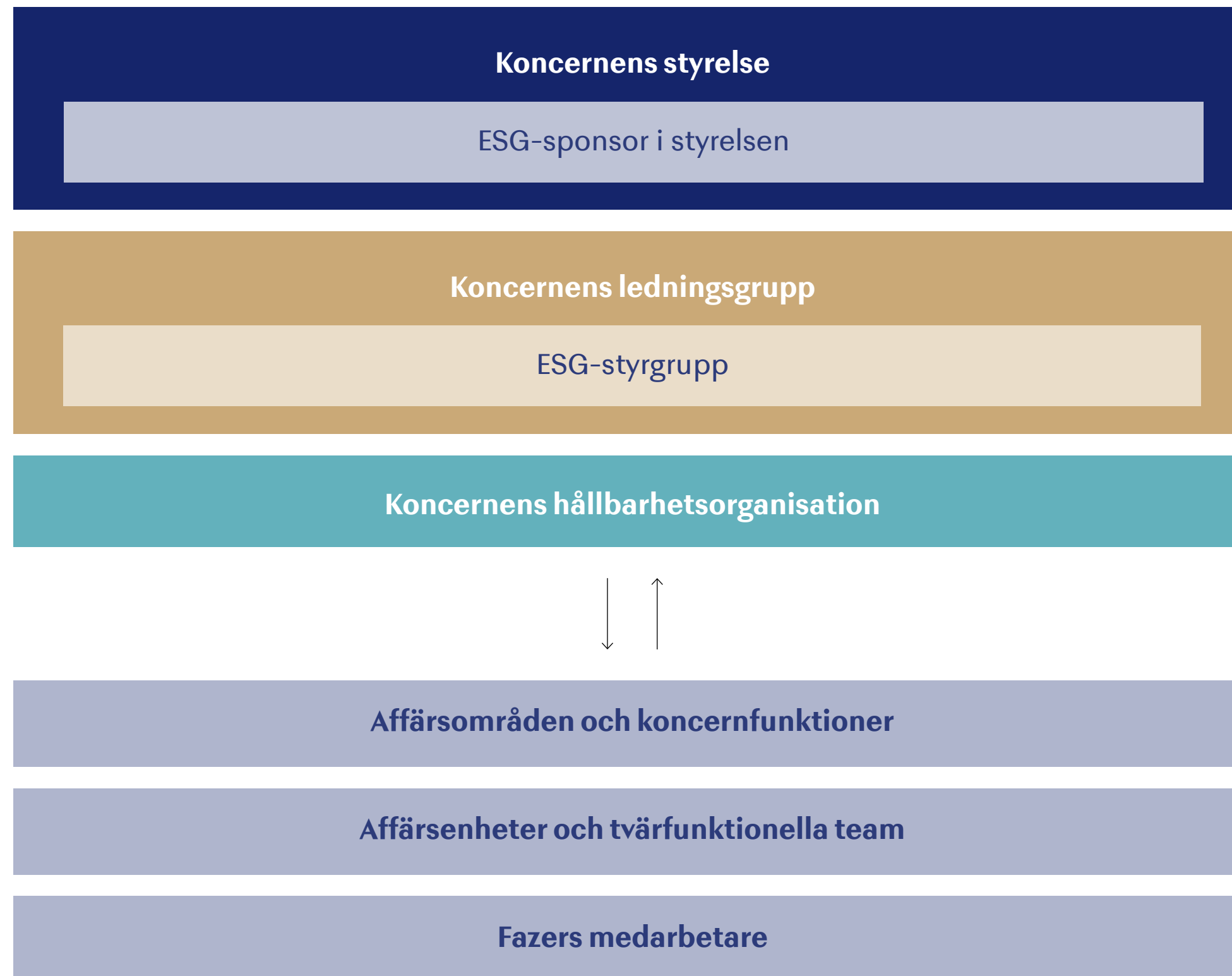
Vi välkomnar våra partners, kunder och lokalsamhällen att följa med oss på resan mot en mer hållbar framtid.



24 % mindre undvikbart matsvinn jämfört med referensåret 2020

» Läs mer på fazergroup.com

Hållbarhetsstyrning



Hållbarhetsstyrning

Hållbarhet är integrerat i Fazers styrelseagenda, och styrelsen har den högsta beslutsrätten i hållbarhetsfrågor. Styrelsen granskar och godkänner företagets hållbarhetsambitioner, riskbedömningen på koncernnivå, inklusive hållbarhets- och klimatrisker samt Fazers väsentliga hållbarhetsteman och hållbarhetsrapportering. Styrelsen får kvartalsvisa uppdateringar om framstegen mot hållbarhetsmålen, det regulatoriska landskapet och trender. Även om hållbarhetsfrågor är integrerade i flera andra frågor som en del av styrelsens ordinarie mötesagenda, diskuteras de också separat minst två gånger årligen.

I sin roll som sponsor för miljö, socialt ansvar och bolagsstyrning (Environment, Social and Governance, ESG) har styrelseordföranden det främsta ansvaret för klimatrelaterade frågor. ESG-sponsorn representerar styrelsen i hållbarhetsfrågor och har det yttersta ansvaret för att säkerställa att hållbarhetsinsatser styrs effektivt och att mål och syften uppfylls. Styrelsen får regelbundet uppdateringar om bland annat företagets strategiska hållbarhetsaktiviteter, regulatoriska förändringar och miljön, med syftet att bredda styrelsemedlemmarnas kunskap om relevanta hållbarhetsämnen.

För att säkerställa att koncernens hållbarhetsmål och centrala prioriteringar uppfylls, har Fazer-koncernens ledningsgrupp (Fazer Leadership Team, FLT) den högsta beslutsrätten vid operativt beslutsfattande inom hållbarhet.

I koncernens ledningsgrupp ingår ESG-styrgruppen, med koncernchefen som ordförande.

I ESG-styrgruppen ingår därtill även de verkställande direktörerna för affärsområdena och bagerienheterna samt Fazers chef för kommunikation och hållbarhet. Styrgruppen diskuterar strategiska hållbarhetsteman och bereder dem för beslutsfattande i koncernens ledningsgrupp. ESG-styrgruppen övervakar och vidtar också åtgärder för att iaktta kommande förändringar i lagstiftning, styr koncernens operativa hållbarhetsarbete och förbereder ärenden och policyer som ska godkännas av koncernledningen och styrelsen.

Styrelsens ESG-sponsor informeras om hållbarhetsfrågor av koncernledningen och ESG-styrgruppen efter varje möte, och fungerar därmed som länk mellan koncernledningen och styrelsen. Styrelsen hålls uppdaterad om Fazers hållbarhetsutveckling med hjälp av nyckeltal (KPI:er) om koncernens viktigaste mål och ambitioner; utsläpp, matsvinn, innovativa produkter, förpackningar, ansvarsfulla inköp, säkerhet samt mångfald, jämlikhet och inkludering (DEI), åtminstone kvartalsvis.

Fazers kontinuerliga hållbarhetsarbete leds av koncernens hållbarhetsteam och nätverket för hållbarhet och kvalitet, miljö, hälsa och säkerhet (QEHS), som består av experter från alla våra verksamheter.

Samtliga ovan nämnda forum har tydligt definierade roller och ansvarsområden. Dessutom hanteras och implementeras hållbarhetsarbetet av koncernens hållbarhetsteam, experter inom hållbarhet och QEHS, samt andra relevanta team inom affärsverksamheten.

” En försmak av framtiden. Som alternativ för kakao har vi använt lokalt spannmål i Taste the Future Raspberry Dream våffelrånet.



Utvalda team inom varje affärsenhet och dedikerade tvärfunktionella team ansvarar för att följa upp åtgärderna och övervaka resultaten inom affärsområdena. Hållbarhetsteman, såsom rapportering, riskhantering, uppdateringar om hälsa och säkerhet, medarbetarfrågor och diskussioner om ersättning, granskas av tvärfunktionella team och funktioner.

Personalrepresentanter deltar i arbetet genom att bidra till att utveckla våra ledningssystem för hälsa och säkerhet, till exempel genom lokala hälso- och säkerhetskommittéer, utredningar, säkerhetskampanjer och säkerhetsutbildningar.

Fazers hållbarhetsambitioner och fokusområden styr vår strävan och våra gemensamma insatser, medan vår hållbarhetspolicy beskriver vårt engagemang för ansvarsfull verksamhet och integrerar hållbarhet strategiskt i vårt dagliga arbete. Dessa bygger därtill på viktiga styrningsdokument såsom Fazer-koncernens Människorättspolicy, QEHS-policy och Uppförandekod för leverantörer (SCoC), och stärks av styrningspraxis och -processer. För mer information om Fazers hållbarhetspolicy och principer, se sidan 58.

Intressenter och medlemskap

Intressentengagemang

Fazer deltar i initiativ som FN:s Global Compact. Vi stödjer organisationer som Baltic Sea Action Group (BSAG), World Wildlife Fund (WWF) och SOS-Barnbyar.

I Sverige är vi medlemmar i följande hållbarhetsnätverk: Hållbar Livsmedelskedja och Livsmedelföretagens Hållbarhetsnätverk (LI, Svenska Livsmedelsförbundet). För mer information om Fazers intressenter, se sidan 59.

Medlemskap och åtaganden


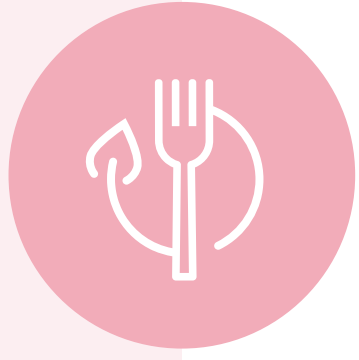


Fazer är en aktiv medlem i flera organisationer som främjar hållbar praxis inom livsmedelsindustrin och i de länder där vi är verksamma. Dessutom stöder vi och samarbetar med organisationer som främjar viktiga frågor i samhället.

Dubbel väsentlighetsanalys och resultat

År 2023 genomförde Fazer en omfattande dubbel väsentlighetsanalys, vilket åtföljdes av en uppdateringsprocess 2024 med syfte att anpassa hållbarhetsambitioner till företagets strategi och rapportering. Denna process omfattade en analys av externa data, intressentintervjuer och interna workshops inom alla affärsområden. Väsentliga teman bekräftades, med ökat fokus på biologisk mångfald, vattenbrist och föroreningar. Fazers ledningsgrupp har granskat och godkänt resultatet av analysen.

Fazer arbetar för att säkerställa att väsentlighetsanalysprocessen är i linje med både den nuvarande affärsmiljön och den bredare kontexten av hållbarhetspraxis och -standarder. Vi kommer att uppdatera analysen och våra väsentliga teman mer grundligt när CRSD-regleringen och de reviderade ESRS-standarderna slutförs.

Huvudsakliga fokusområden inom hållbarhet

Fokusområden	Ambitioner	Hållbarhetsmål	Utfall 2025 (föregående år ifall tillgängligt)
KLIMAT, NATUR OCH CIRKULARITET 	Vi motverkar klimatförändringar och naturförlust	42 % mindre utsläpp av växthusgaser (scope 1 och 2) senast år 2030 jämfört med referensåret 2020	-41 % (-34 %)
		50 % mindre undvikbart livsmedelsavfall senast år 2030 jämfört med referensåret 2020	-24 % (-13 %)
HÅLLBARA PRODUKTER OCH INNOVATIONER 	Vi skapar innovationer för ett mer hållbart livsmedelssystem	Återvinningsbara förpackningar till 2030	89 % (87 %)
		Minskad användning av plast och metall jämfört med referensåret 2018	-14 % (-13 %) plast -5,4 % (-5,3 %) metall
ANSVARSFULLA INKÖP 	Vår leveranskedja är rättvis och hållbar	100 % har undertecknat uppförandekoden för leverantörer senast år 2030	90 % (89 %)
		42 % mindre utsläpp av växthusgaser (scope 3) senast år 2030 jämfört med referensåret 2020	6 % (2 %)
MÄNNISKOR OCH VÄLBEFINNANDE 	Vi tillhandahåller möjligheter till utveckling i en modern, säker och inkluderande kultur	Vårt långsiktiga mål: noll arbetsolyckor, frekvens av arbetsolyckor som leder till sjukfrånvaro	2,7 (4,0)
		En årlig förbättring i personalens välbefinnande i den årliga medarbetarundersökningen	3,8 (3,8)
		En årlig förbättring i personalens upplevelse av inkludering i den årliga medarbetarundersökningen	3,9 (3,8)



Vi fokuserar på matupplevelser

VÅRA RÅVAROR

Våra noggrant utvalda **4 700 leverantörer** förser oss med tjänster och **5 000 ingredienser**. Våra viktigaste råvaror är spannmål, kakao, socker och mjölk.

VÅRA MEDARBETARE

Våra **nästan 5 700 medarbetare** är drivkraften bakom vår framgång och deras engagemang, kompetens och innovationsförmåga möjliggör vår fortsatta tillväxt och utveckling.

VÅR PRODUKTION

Våra **15 moderna produktionsanläggningar** i Finland, Sverige och Lettland betjänar globala marknader.

FAZER BAGERI
FAZER KONFEKTYR
FAZER LIFESTYLE FOODS

VÅRA HÖGKLASSIGA PRODUKTER & TJÄNSTER FÖR KONSUMENTER

Vi arbetar för att alltid förstå och reagera på konsumenternas föränderliga behov och preferenser. År 2025 lanserade vi över **250 nya produkter**.

VÅRA IKONISKA VARUMÄRKEN

Vårt ikoniska **Fazer-varumärke** och **80 andra varumärken** skapar ett vinnande koncept för lokala marknader.

VÅRA KUNDRELATIONER

Vi ökar marknadsandelarna i våra kärnkategorier tillsammans med våra kunder. Utöver vår starka närvaro på de nordeuropeiska marknaderna exporterar vi till **40 länder**.

VÅRT SAMHÄLLENGAGEMANG

Vi bidrar till våra lokala samhällen och betalade 2025:

766,7 MEUR för leverantörsinköp

296,3 MEUR till vår personal (löner och förmåner)

18,3 MEUR i skatt till offentliga sektorn

27,4 MEUR i dividender till våra ägare

5,5 MEUR till finansiärer (räntor och övriga finansiella kostnader)

0,1 MEUR till samhället (donationer)

INNOVATION

Vi utvecklar framtidens mat genom långsiktiga forskningsprogram.

HÅLLBARHET

Vi utvecklar mat som en lösning för en mer hållbar verksamhet.

SAMARBETE

Vi samarbetar med våra partners och forskarsamhället.

DIGITALISERING

Vi upprätthåller starka kundrelationer och direkt kontakt till konsumenterna via flera kanaler.

STARK FINANSIELL STÄLLNING

Vi har en stark balansräkning samt sund lönsamhet och ett gott kassaflöde.



Medlemskap

Fazer är en aktiv medlem i flera organisationer som främjar hållbar praxis inom livsmedelsindustrin och i Fazers verksamhetsländer. Dessutom stöder vi och samarbetar med organisationer som hjälper behövande eller arbetar för att främja viktiga frågor i samhället.

Livsmedelsindustrin och branschorganisationer

- Livsmedelsindustriförbundet (ETL) i Finland där Fazer är representerad i styrelsen och experter från Fazer medverkar i olika arbetsgrupper
- Livsmedelsindustriorganisationer i Sverige, som Livsmedelsföretagen samt DLF, en branschorganisation för företag som säljer dagligvaror till handel, restauranger och storhushåll, där Fazer är representerad i styrelsen
- Andra relevanta livsmedelsindustriorganisationer i våra verksamhetsländer, som Brödfakta r.f. i Finland och FullkornsFrämjandet i Sverige
- Finlands Näringsliv (EK) där experter från Fazer medverkar i olika arbetsgrupper
- Caobisco, the Association of Chocolate, Biscuit and Confectionery Industries of Europe, och FoodDrinkEurope
- Consumer Goods Forum, en samarbetsorganisation för internationell handel och producenter av konsumentvaror
- Lokala handelskammare i Litauen och Lettland
- Latvian Federation of Food Companies, livsmedelsbranschens organisation i Lettland

Forskningsinstitut och -projekt

- Towards Climate Positive Agriculture, ett forskningsprojekt vid Helsingfors universitet under programmet Valio Food 2.0 som finansieras av Business Finland
- Projektet RETHINK med syfte att utveckla nya värdekedjor för växtbaserade proteiner under ledning av VTT, Teknologiska Forskningscentralen i Finland
- Projektet Giant Leaps, finansierat av Horizon Europe, med syfte att främja övergången till alternativa proteiner
- Rosetta @oru, ett projekt om responsiv näring och biomarkörer under ledning av Örebro universitet
- Projektet CERA-FIM med syfte att forska möjligheterna för hållbar livsmedelsproduktion med hjälp av bioteknologi under ledning av VTT
- Forsknings-samarbete med universitet och andra utbildningsinstitutioner, som Helsingfors universitet och Aalto-universitetet i Finland och Uppsala universitet, Sveriges Lantbruksuniversitet och Örebro universitet i Sverige

Hållbarhetsinitiativ

- FN:s Global Compact; Fazer är medlem sedan 2012
- Science Based Targets-initiativet för att minska utsläppen i Fazers verksamhet och värdekedja avsevärt
- Medlem i viktiga organisationer i anknytning till hållbara råvaror: hållbar palmolja (Roundtable on Sustainable Palm Oil, RSPO), hållbar soja (Round Table on Responsible Soy Association) och World Cocoa Foundation (branschorganisation inom kakao)
- Food Data Finland: ett konsortium lett av GSI med syfte att utveckla och testa användningen av enhetlig data inom livsmedelskedjan
- Flera hållbarhetsinitiativ i Sverige, som DLF:s Plastinitiativ och Transportinitiativ 2025 och Hållbar Livsmedelskedja
- Andra temaspecifika hållbarhetsinitiativ, som åtagandet för Östersjön med Baltic Sea Action Group
- Företagsnätverk för hållbarhet, som FIBS (Finnish Business & Society)
- Nordic Source, medlemskap i hållbarhetsarbetsgruppen inom ett kooperativ som samordnar inköpsverksamhet mellan flera företag

Stöd och samarbete

- Icke-vinstdrivande organisationer, som WWF Finland, SOS-Barnbyar, Estonian Association of Large Families, Röda Korset i Lettland och Rosa Bandet i Sverige
- Samarbete med skolor och utbildningsinstitutioner, som Hanken Svenska handelshögskolan i Helsingfors, Finland; Handelshögskolan i Stockholm, Sverige; Latvia University of Life Sciences and Technologies, Lettland; VDU University i Kaunas, Litauen; Tallinn School of Service, Estland; samt yrkesinstitutet Salpaus i Lahtis och Varia i Vanda, Finland
- Sportevenemang och -föreningar, som Stafettkarnevalen i Helsingfors, Finland
- Titelpartner till Fazer Junior Grand Prix, arrangerat av Finlands Tennisförbund, och huvudpartner till turneringen BNP Paribas Nordic Open

Miljöinformation

Vi motverkar klimatförändringen, främjar odlingsmetoder som skyddar den biologiska mångfalden och optimerar resursanvändningen genom cirkularitet.



Klimatförändring

Våra åtgärder är i linje med målet att begränsa den globala uppvärmningen till 1,5 °C.

Scope 1 och 2 utsläpp (tCO₂e) år 2025

-41 %

Mål: 42 % mindre utsläpp år 2030

Scope 3 utsläpp (tCO₂e) år 2025*

+6 %

Mål: 42 % mindre utsläpp år 2030

Klimatmål godkända av Science Based Targets-initiativet (SBTi)

* Förbättringar i datakvaliteten orsakade förändringar i beräkningarna av scope 3-utsläpp.

Resursanvändning och cirkulär ekonomi

Vår ambition är att minska, återvinna och skapa nya lösningar för hållbara livsmedelsförpackningar.

Undvikbart matsvinn (kg/producerat ton) år 2025

-24 %

Mål: 50 % mindre matsvinn år 2030

Återvinningsbara förpackningar

89 %

Mål: 100 % återvinningsbara förpackningar år 2030

Vi minskar vårt klimatavtryck

Vi är medvetna om att det globala livsmedelssystemets bidrar i hög grad till klimatförändringarna, och arbetar aktivt för att minska utsläppen i hela vår värdekedja, värna om miljön och samtidigt säkerställa vår verksamhets framtid.

” Under 2025 uppnådde vi en minskning på 41 % av våra scope 1- och 2-utsläpp jämfört med referensåret 2020. Med våra planerade åtgärder är vi på god väg att överträffa vårt SBTi-klimatmål på 42 % och enligt våra prognoser väntas utsläppen minska med hela 65 % .

Fazer bekämpar klimatförändringar som en del av vårt strategiska åtagande att utveckla mat som en lösning för en mer hållbar verksamhet. Vårt tillvägagångssätt i klimatfrågor omfattar våra produkter och innovationer, vår egen verksamhet samt vår leveranskedja – från val av råmaterial till återvinning av förpackningsmaterial. Fazer har förbundit sig att bidra till att begränsa den globala uppvärmningen till 1,5 °C och har satt ambitiösa klimatmål enligt Science Based Targets-initiativet (SBTi).

Den huvudsakliga klimatrelaterade påverkan inom vår värdekedja härstammar från odling och produktion av våra råvaror, särskilt spannmål, kakao, mjölk och socker, samt förpackningsmaterial. Därtill utgör utsläpp relaterade till produktionen av material för Fazers anläggningar och maskiner (kapitalvaror), transport och distribution samt energiförbrukning och matsvinn inom den egna verksamheten betydande källor till klimatpåverkan från vår övergripande verksamhet.

Fazers övergångsplan för utsläppsminskning och mål

Vårt tillvägagångssätt för klimatåtgärder beskrivs i Fazers hållbarhetspolicy, QEHS-policy samt vår uppförandekod för leverantörer. Vi driver våra åtgärder i praktiken genom vår övergångsplan för utsläppsminskning med kortsiktiga mål satta inom ramarna för SBTi.

Vi har implementerat en separat övergångsplan för vår egen verksamhet (utsläpp i scope 1 och 2). Vi har förbundit oss



till att minska växthusgasutsläppen från den egna verksamheten (scope 1 och 2) med 42 procent till år 2030, jämfört med referensåret 2020. Genom våra planerade insatser räknar vi med att överträffa målet och nå en minskning på mer än 65 procent.

De viktigaste åtgärderna i vår scope 1 och 2-omställningsplan är elektrifieringen av ångproduktion och bageriugnar. År 2024 centraliserades produktionen av Fazers växtbaserade drycker till fabriken i Tingsryd, där energin är fossilfri, vilket har lett till en betydande minskning av CO₂-utsläppen. Den nya chokladfabriken i Lahtis kommer också att minska våra utsläpp. Vi har också inlett förberedelserna inför det nya energieffektivitetsdirektivet genom att standardisera våra ledningssystem. Tidigare har vi redan gått över till fossilfri fjärrvärme och ånga genererad från biomassa.

Omställningsplanen för vår egen verksamhet godkänns av Fazers ESG-styrgrupp. Vi optimerar energianvändningen i hela affärsverksamhetens värdekedja. De åtgärder som implementeras som en del av omställningsplanen granskas vid kvartalsvisa, tvärfunktionella Energy Forum-möten.

För att säkerställa att alla framtida investeringar är i linje med våra klimatmål använder vi oss av ett ESG-Scorecard, med vars hjälp vi beskriver hållbarhetseffekterna av alla investeringar i maskiner och system som överstiger 250 000 euro.



FAZER
ÅR 2025

STRATEGI

VÅR
VERKSAMHET

HÅLLBARHET
PÅ FAZER

FINANSIELL
INFORMATION

FAZER-
KONCERNEN
ÅRSREDOVISNING
2025

I vår värdekedja strävar vi efter att minska de absoluta scope 3-utsläppen av växthusgaser med 42 procent till 2030 jämfört med referensåret 2020. Vi håller på att uppdatera vårt scope 3-mål i enlighet med SBTi för att överensstämna med den nya vägledningen kring utsläpp från skog, mark och jordbruk (FLAG, Forest, Land and Agriculture). Vi inledde arbetet med de preliminära beräkningarna av FLAG-utsläppen 2023 och slutförde dem 2024. Vi har vidare fortsatt dialogen med olika leverantörer för att få en tydligare bild av de faktiska FLAG-utsläppen i värdekedjan och därmed ytterligare fördjupa vår förståelse för våra främsta möjligheter till påverkan.

Spannmål, kakao och mejeriprodukter har identifierats som de främsta FLAG-utsläppskällorna för Fazer och därmed kommer vi på kort sikt att fokusera på dessa. Eftersom publiceringen av GHG-protokollets vägledning för marksektor och upptag har skjutits upp till 2026, har följaktligen våra ursprungliga planer för att uppdatera scope 3-målet fördröjts. Revideringen av andra scope 3-mål kommer att ske samtidigt som uppdateringen av FLAG-målet.

Vi fortsätter att arbeta för att minska utsläppen i vår värdekedja utifrån våra nuvarande kortsiktiga mål. Vi har, till exempel, reviderat vår Spannmålsvision, med syfte att främja hållbara jordbruksmetoder bland våra kontraktbönder. Klimatomställningsplaneringen kommer att genomföras i samarbete med affärsenheterna år 2026. År 2025 tog vi ett dessutom ett viktigt steg för att förstå våra utsläpp på produktnivå inom ramarna för ett pilotprojekt där vi beräknade koldioxidavtrycket för cirka hundra av våra produkter inom olika kategorier.

CASE

Elektrifiering vid Fazers konfektyrfabrik i Villmanstrand minskar fabriken årliga koldioxidutsläpp med upp till 90 %

I och med moderniseringen återvinns värme från kylsystemen, vilket ytterligare förbättrar energieffektiviteten.

Installationen av en elpanna kommer att minska fabriken årliga koldioxidutsläpp med upp till 90 procent. De befintliga gaspannorna kommer att behållas som reservlösning även då den nya elpannan tas i bruk.

De cirka 400 skickliga medarbetarna vid fabriken i Villmanstrand, Finland, tillverkar ett brett sortiment av konfektyr, lakrits, marmelader och xylitolprodukter. Anläggningen har tidigare använt naturgas för ångproduktion, och övergången till förnybar el stärker Fazers engagemang för en hållbar verksamhet.

Under de senaste åren har Fazer vidtagit en rad åtgärder för att minska utsläppen från sin verksamhet, inklusive övergången till grön fjärrvärme vid de finska anläggningarna, elektrifieringen av bageriugnar och investeringen i en elpanna vid bageriet i Eskilstuna i Sverige. Elektrifieringsprojektet i Villmanstrand har fått finansiering från NextGenerationEU via Europeiska unionen.

Elektrifieringen i Villmanstrand samt de andra insatserna är en del av Fazers pågående resa mot att märkbart minska utsläppen från sin verksamhet.



” Fazers nya chokladfabrik i Lahtis, Finland, kommer att vara CO₂-utsläppsfri.

Åtgärder och framsteg

År 2025 uppgick Fazers totala utsläpp inom scope 1, 2 och 3 till 727 843 CO₂e ton, vilket motsvarar en ökning på 5 procent jämfört med föregående år och en ökning på 4,3 procent jämfört med referensåret 2020.

När det gäller våra scope 1- och 2-utsläpp gjorde vi goda framsteg i linje med vår omställningsplan och minskade våra utsläpp med 41 procent under 2025 jämfört med referensåret 2020. Denna positiva utveckling drevs främst av övergången från naturgas till el. Vi fortsätter att använda 100 procent fossilfri el.

Åtgärder för att minska scope 1- och 2-utsläppen omfattade:

- En pågående investering för att ersätta naturgas med el i ångproduktionen vid konfektyrfabriken i Villmanstrand, Finland.

- Ibruktagandet av en ny elektrisk ugn i Lahtis bageri i Finland, vilket minskade utsläppen med 1 250 CO₂e ton jämfört med 2024, motsvarande en minskning på 4,3 procent på koncernnivå.
- Överföringen av produktionen av växtbaserade drycker från Korja i Finland till Tingsryd i Sverige, samt gurtproduktionen från fabriken i Korja till Finnish Food Factory, vilket resulterade i en minskning på 1 360 CO₂e ton – motsvarande en minskning på 4,7 procent på koncernnivå.

År 2025 tillkännagav Fazer en investering på cirka 400 miljoner euro i en ny chokladfabrik i Lahtis, Finland. Fabriken kommer att vara CO₂-utsläppsfri och utrustad med automatiserad, fullt elektrifierad och energieffektiv

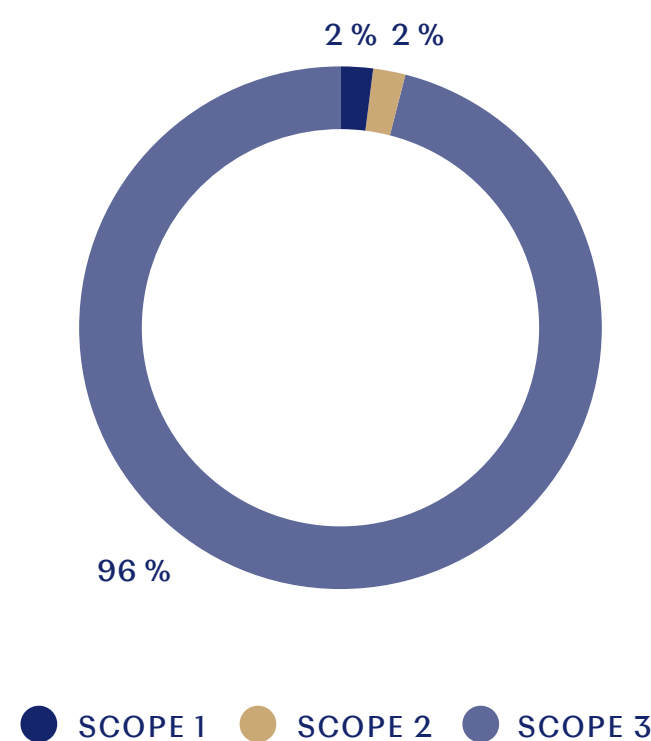
produktionsteknologi samt omfattande system för energiåtervinning. Den nya fabriken beräknas minska koncernens utsläpp avsevärt. Produktionen överförs till den nya fabriken under 2028.

Våra scope 3-utsläpp ökade år 2025 med 6 procent jämfört med basåret 2020, främst på grund av en övergång till mer precisa volymbaserade emissionsfaktorer för viktiga råvaror såsom spannmål. Detta förbättrar datans noggrannhet, och vi arbetar tillsammans med våra leverantörer för att skapa fler leverantörsspecifika emissionsfaktorer och därmed bättre identifiera de effektivaste utsläppsminskningstiltagningarna i hela värdekedjan.

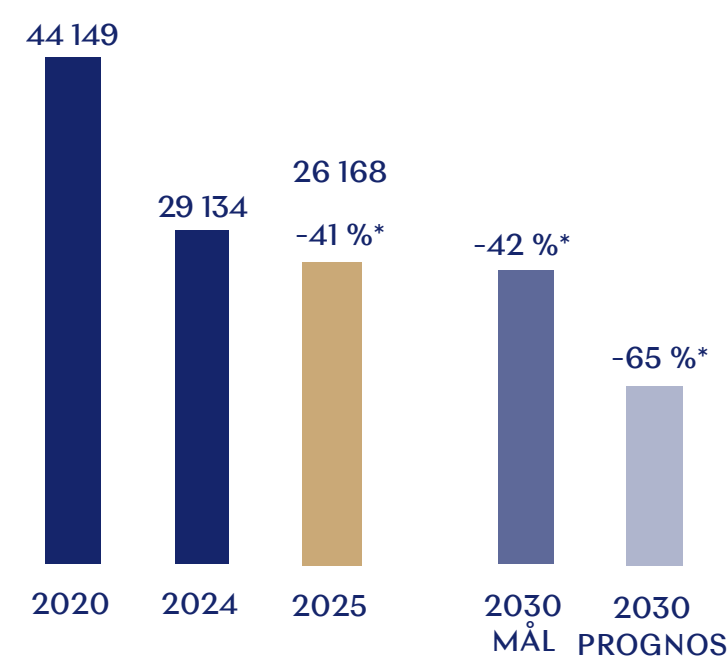
Som en del av Fazers arbete för att minska utsläppen i värdekedjan uppmuntrar vi våra leverantörer att sätta ambitiösa mål för utsläppsminskning i enlighet med SBTi. Vårt fokus ligger på leverantörer av råvaror, förpackningar, kontraktstillverkning och logistik, eftersom dessa står för den största delen av utsläppen. Fazer uppnådde sitt SBTi-mål för leverantörsengagemang redan 2024, då 53 procent av leverantörerna, beräknat utifrån utgifterna, hade åtagit sig att ställa egna SBT-mål. Under 2025 fortsatte vi att uppmuntra våra leverantörer att ställa SBT-mål.

Den begränsade tillgången till data för att uppskatta potentialen för scope 3-utsläppsminskningar har utgjort ett betydande hinder för att kunna utvärdera och implementera åtgärder för att minska

VÄXTHUSGASUTSLÄPP, FÖRDELNING, %

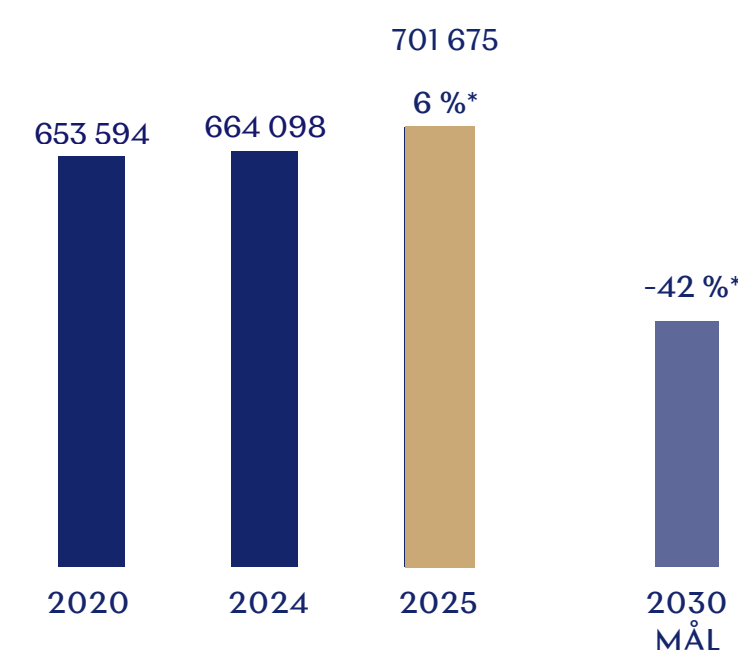


VÄXTHUSGASUTSLÄPP FRÅN VÅR VERKSAMHET (SCOPE 1 & 2)
VÄXTHUSGASUTSLÄPP, CO₂e TON



* FÖRÄNDRING % JÄMFÖRT MED REFERENSÅRET 2020

VÄXTHUSGASUTSLÄPP I VÅR VÄRDEKEDJA (SCOPE 3)
VÄXTHUSGASUTSLÄPP, CO₂e TON



* FÖRÄNDRING % JÄMFÖRT MED REFERENSÅRET 2020

utsläppen i vår värdekedja. Under 2025 började Fazers inköpsorganisation fokusera på potentialen för utsläppsminskningar, utöver det tidigare fokuset på kostnadsbesparingar och rapportering därav. Det nya arbetssättet gör det möjligt att samla in leverantörs-specifika data om utsläppen på produktnivå för att stödja initiativ som minskar utsläppen.

Att förbättra kvaliteten på data utgör fortsättningsvis en central del av vårt arbete med att minska scope 3-utsläppen. Under 2025 uppdaterade vi de sekundära emissionsfaktorerna till de senaste tillgängliga versionerna. Insamlade produktdata från leverantörer och ökad intern transparens kring transporter har ytterligare förbättrat datakvaliteten. Därmed ger våra rapporterade scope 3-utsläpp sannolikt en mer korrekt bild av koncernens faktiska miljöpåverkan.

Framöver arbetar Fazer för att öka precisionen i scope 3-beräkningarna och kommer, bland annat, att inkludera gårdsspecifik primärdata inom ramarna av spannmålsvisionen.

År 2025 förnyade vi vårt odlarprogram för spannmål, Spannmålsvisionen, med syfte att stödja lantbrukare i att anamma hållbara odlings- och arbetsmetoder. Programmets mål är att förbättra jordmånens tillstånd och produktivitet, stärka odlarnas kompetens samt minska utsläppen från odlingen. Genom att följa programmets principer kan odlare spara på kostsamma resurser som bränsle och gödselmedel.

Eftersom utsläppen från spannmålsodling utgör en stor del av våra totala utsläpp kan

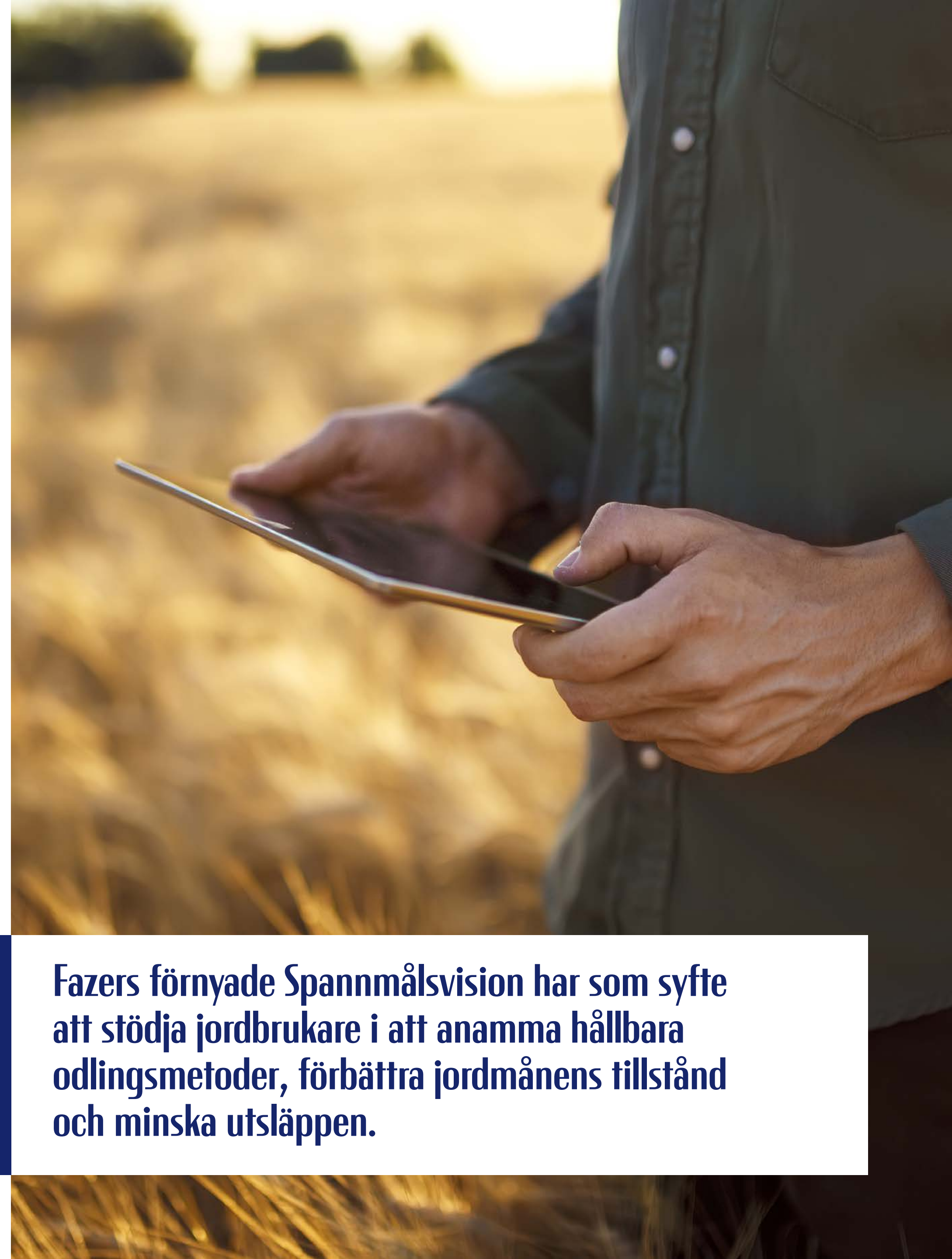
odlarprogrammet i hög grad bidra till att Fazer når sina utsläppsminskningmål. Odlare som deltar i programmet ska använda Climate Choice-gödselmedel, producerade med bästa tillgängliga teknik (BAT, Best Available Technology), och genomgå regelbundna revisioner. Fazer stödjer initiativet genom att erbjuda ett premiumpris för spannmål som odlats enligt dessa principer.

Fazer har även ingått ett avtal med gödselproducenten Yara för att täcka den extra kostnaden för Climate Choice-gödselmedel, så att det inte tillkommer några extra avgifter för odlarna. Gödselmedlen har ett 75 procent lägre koldioxidavtryck jämfört med dagens mineralgödselmedel. Under 2025 deltog 14 finska lantbrukare i pilotfasen av programmet, och målet är att avsevärt utöka omfattningen under de kommande åren.

År 2025 inledde Fazer en mer detaljerad analys av hur produktportföljen bidrar till scope 3-utsläppen genom ett pilotprojekt, där man beräknade de produktspecifika utsläppen för 100 olika artiklar. Piloten gav värdefulla insikter om hur beslut inom produktutveckling påverkar våra utsläpp. Med dessa lärdomar som grund kunde vi ställa specifika mål för att minska utsläppen från produktportföljen inom utvalda kategorier under det kommande året. Detta arbetssätt kunde göra det möjligt för oss att fatta mer välgrundade beslut kring produktformulering och driva ytterligare minskningar av scope 3-utsläppen.

”

Fazers förnyade Spannmålsvision har som syfte att stödja jordbrukare i att anamma hållbara odlingsmetoder, förbättra jordmånens tillstånd och minska utsläppen.



Direkta växthusgasutsläpp (scope 1)

CO ₂ e ton	2025	2024	2023
Förbränning av bränslen för att generera elektricitet, värme eller ånga	11 075	13 568	15 770
Förbränning av bränslen i fordon och för att transportera material, produkter, avfall och i leasingfordon	743	796	906
Utsläpp från kylmedelsläckage	1 638	1 535	955
Totala scope 1 utsläpp	13 456	15 899	17 631
Biogena utsläpp från bränsleförbränning	1 974	4 520	4 281

Indirekta växthusgasutsläpp från köpt energi (scope 2)

CO ₂ e ton	2025	2024	2023
Elektricitet	0	0	0
Ånga	12 673	13 183	13 176
Fjärrvärme	38	52	1 952
Totala scope 2 utsläpp (marknadsbaserad beräkning)	12 712	13 235	15 128
Totala scope 2 utsläpp (platsbaserad beräkning)	12 694	16 734	23 582

Indirekta växthusgasutsläpp i vår värdekedja (scope 3)

CO ₂ e ton	2025	2024	2023
Inköp av råmaterial, förpackningsmaterial och tjänster	628 909	582 359	547 751
Investering i kapitalvaror (t.ex. produktionsmaskiner och byggnader)	18 433	32 793	21 522
Bränsle- och energirelaterade utsläpp (ej rapporterat i scope 1 & 2)	4 758	973	1 866
Uppströms transport och distribution	19 674	16 837	18 654
Hantering av produktionsavfall	349	343	474
Företagsresor	674	542	411
Pendling till arbete	6 392	6 591	6 756
Nedströms transport och distribution	19 707	18 386	17 046
Hantering av sålda produkter	2 780	5 265	5 761
Totala scope 3 utsläpp	701 675	664 089	620 242

Utsläppsintensitet

CO ₂ e ton/producerat ton	2025	2024	2023
Scope 1	0,03	0,04	0,04
Scope 2	0,03	0,03	0,04
Scope 3	1,53	1,49	1,38
Summa utsläppsintensitet	1,58	1,56	1,45

Bränsleförbränning och energikonsumtion

MWh	2025	2024	2023
Olja	2 099	3 538	6 397
Naturgas	45 683	58 173	64 948
Gasol	5 656	4 461	6 720
Diesel	889	704	1 177
Bensin	2 126	1 732	1 021
Summa icke-förnybara bränslen	56 453	68 609	82 415
Träpellets	5 644	6 032	5 573
Biodiesel	12 168	15 893	14 913
Biogas	0	0	14 862
Summa förnybara bränslen	17 812	21 925	20 486
Elektricitet genererad av förnybara källor	102 279	214 652	207 589
Kärnkraftsel	102 279	0	0
Elektricitet från fossila bränslen	0	0	0
Totalt inköpt el	204 557	214 652	207 589
Inköpt ånga	67 967	73 654	73 501
Fjärrvärme	36 587	39 951	41 547
Inhandlad tryckluft	1 173	1 022	928
Summa egenproducerad elektricitet	855	815	
Total energikonsumtion	385 404	420 628	424 313
Total energiintensitet (MWh/producerat ton)	0,84	0,94	0,94

Effektiv vattenförbrukning i hela vår verksamhet

Vattenhushållning är en central del av vårt hållbarhetsarbete. Vi strävar efter att använda vatten mer effektivt i vår egen verksamhet och att främja en hållbar hantering av vatten i hela värdekedjan.

” Under de senaste åren har vi genomfört en omfattande kartläggning av vatten- och avloppshanteringen på alla våra produktionsanläggningar.



I vår egen verksamhet använder vi vatten i såväl tillverkningsprocesser som för rengöring. För att förstå de vattenrelaterade effekterna i vår värdekedja analyserar vi våra inköpsregioner genom att jämföra råvaror med hög vattenförbrukning mot kartor över vattenbrist för att identifiera områden med vattenstress.

I dagsläget kommer många av Fazers mest centrala råvaror med hög vattenförbrukning – såsom mejeriprodukter, socker och kakao – från områden med låg vattenstress eller regnbevattnade områden. Vatten är dock ett viktigt tema, som bland annat är kopplat till gemenskapsrättsliga faktorer vid kakaoodling, och därför stödjer vi kakaoodlare i att få tillgång till rent vatten och sanitetsmöjligheter.

Förhållningssätt och mål

Fazers QEHS-policy beskriver vårt förhållningssätt till att hantera vattenförbrukning samt utsläpp till mark och vatten i hela vår verksamhet. De flesta av våra anläggningar är ISO 14001-certifierade och använder systematiska processer för att identifiera, följa upp och minska alla miljöeffekter, inklusive vatten.

Under de senaste åren har vi genomfört en omfattande kartläggning av vatten- och avloppshantering på alla produktionsanläggningar för att skapa en översikt över nuvarande vattenuttag, samt nivåer av avloppsvatten och utsläpp. Kartläggningen har gjort det möjligt för oss att identifiera risker och förbättringsområden.

Vattenuttag

	2025	2024	2023
Vattenuttag (m ³)	671 742	844 315	1 036 049
Vattenuttag/produktionsvolym (m ³ /producerat ton)	1,46	1,90	2,30
Vattenkonsumtion (m ³)	145 700	180 336	209 433
Avloppsvatten (m ³)	526 042	662 061	793 918



” Fazer fortsatte att stödja Baltic Sea Action Group i frågor som rör hållbart jordbruk och vattenskydd.

Fazer har i dagsläget inget koncernövergripande mål för att minska vattenförbrukningen, men genom regelbundna analyser och månatlig uppföljning vid våra produktionsanläggningar kan vi optimera användningen av vatten och minska produktionsförluster i den dagliga driften.

Åtgärder och framsteg

År 2025 minskade Fazers totala vattenuttag med 21 procent, medan volymerna av avloppsvatten minskade med 21 procent jämfört med 2024. Detta berodde på förändringar i volymerna av vattenintensiv produktion.

Ytterligare initiativ för vattenhantering hos Fazer under 2025:

- Vid konfektyrfabriken i Villmanstrand investerade vi i en utjämningstank för avloppsvatten samt i system för kontinuerlig kvalitetsanalys för att jämna ut kvalitet och flöde av avloppsvatten och analys av variationer i produktionens avloppsbelastning.
- I Vanda förnyade vi vårt vattenförsörjningsnät för att säkerställa en trygg och tillförlitlig vattenförsörjning till våra fabriker.
- Vi besökte det område i Portugal där vi upphandlar ris för att diskutera vattenhantering och för att förstå hur goda odlingsmetoder kan påverka vattenresurserna.
- Vi fortsatte vårt samarbete med Baltic Sea Action Group (BSAG) kring vattenrelaterade frågor i Finland och Sverige.

” Fazers mest centrala råvaror med hög vattenförbrukning – såsom mejeriprodukter, socker och kakao – kommer från områden med låg vattenstress eller regnbevattnade områden.

Vi ställs inför utmaningarna med biologisk mångfald

Fazer ser klimatförändringar och förlust av biologisk mångfald som två av vår tids mest akuta miljöutmaningar. Dessa är nära sammankopplade och utgör betydande risker för global livsmedelsproduktion och distribution.

” Vi driver egna program för våra mest strategiska råvaror, kakao och spannmål. Målet är att minska klimatpåverkan och samtidigt värna om den biologiska mångfalden.

Fazer köper råvaror som påverkar den biologiska mångfalden. Många av dessa, såsom kakao, kaffe, palmolja och andra vegetabiliska oljor, soja och träfiberbaserade förpackningar, kan kopplas till förändrad markanvändning och omfattande resursutnyttjande. Dessutom använder vi vilt växande växter och produkter, såsom lakritsrot, shea, fisk, skaldjur och bär, som vid ohållbar skörd eller fiske kan leda till överutnyttjande. Övergödning från jordbruk leder till förlust av biologisk mångfald i vattenmiljöer. Därför är arbetet med att skydda biologisk mångfald ett viktigt tema för Fazer, särskilt med tanke på vår strategiska placering i Östersjöregionen. På grund av detta gjorde vi år 2025 en viktig uppdatering för att betona naturens betydelse i vår hållbarhetsstrategi. Att stärka vårt arbete med biologisk mångfald kommer att vara vårt fokus framöver.

Vi samarbetar med våra leverantörer på olika nivåer för att minska de negativa effekterna på miljön och främja hållbara och regenerativa odlingsmetoder som motverkar förlust av biologisk mångfald och bevarar livsmiljöer. Vi stödjer EU:s mål att säkerställa att konsumtionen i EU-länder inte bidrar till avskogning eller skogsförstörelse globalt.

Parallellt med lanseringen av Fazers Spannmålsvision, vårt uppdaterade odlingsprogram för spannmål, var våra främsta åtgärder för att främja biologisk mångfald under 2025 länkade till att förbereda oss för EU:s förordning om avskogning (European Regulation on Deforestation-free Products, EUDR). Denna förordning påverkar främst våra

kakaoinköp, med endast begränsade effekter på övriga delar av värdekedjan.

Förhållningssätt och mål

Fazers QEHS-policy beskriver vårt förhållningssätt till att skydda biologisk mångfald och stödja hållbart jordbruk. När vi utvärderar miljöpåverkan av åtgärder tar vi hänsyn till hur nära våra anläggningar ligger de områden som är känsliga för biologisk mångfald och skador därav.

I vår uppförandekod för leverantörer fastställer vi grundläggande principer för att skydda miljön. Utöver detta har Fazer specifika mål och åtaganden för råvaror med hög risk, såsom:

- Användning av Rainforest Alliance-certifierade eller andra tredjepartsverifierade källor för kakao, hasselnötter och kaffe.
- Minskad användning av palmolja och endast RSPO-segregerad palmolja (Roundtable on Sustainable Palm Oil) för den återstående volymen.
- Säkerställande av att fisk och skaldjur följer WWF:s fisk- och skaldjursguide.
- Inköp av certifierade träfiberbaserade förpackningsmaterial.
- Lokalt producerat kött och burfria ägg som preferens.

Certifieringar omfattar aspekter kopplade till biologisk mångfald, såsom att respektera skyddade områden, använda skydds-zoner, undvika spridning av invasiva arter och återplantering för att minska erosion.

Vi driver egna Fazer-ledda program för våra mest strategiska råvaror – kakao och spannmål – inom ramarna för Kakaovision och den förnyade

Spannmålsvisionen som lanserades 2025. Båda programmen omfattar odlingsmetoder med syfte att minska klimatpåverkan samt skydda den biologiska mångfalden, exempelvis genom att bevara områden med högt naturvärde, hantera växtskyddsmedel ansvarsfullt, förhindra spridning av invasiva arter och upprätthålla områden med varierad vegetation som inte odlas eller besprutas. Genom våra kakaoprogram i Elfenbenskusten, Ecuador och Nigeria har vi donerat över 40 000 plantor för att stödja skogsjordbruk.

För mer information om Fazers förnyade Spannmålsvision, se s. 32, och för vår Kakaovision, se s. 51.

Fazer samarbetar med universitet, forskningsinstitut samt branschorganisationer och andra företag som arbetar för att främja hållbara värdekedjor. Dessa inkluderar:

- Towards Climate Positive Agriculture, ett forskningsprojekt av Helsingfors universitet inom ramarna för Valio Food 2.0-programmet finansierat av Business Finland.
- Baltic Sea Action Group (BSAG), långsiktigt partnerskap och forskningsprojekt för att analysera omställningen till regenerativa odlingsmetoder på gårdsnivå.
- Projekt för att mäta miljöpåverkan av odlingsmetoder och gödsling (2023–2024) tillsammans med Yara och HKFoods erbjud värdefull information för att uppnå målen för utsläppsminskning i vårt odlingsprogram.
- World Cocoa Foundation, en global branschorganisation för att bidra till en mer hållbar kakaosektor.

- Sustainable Coconut Partnership, medlemskap i en organisation som arbetar för en motståndskraftig och ansvarsfull kokosnötssektor.
- Långsiktigt partnerskap med Världsnaturfonden (WWF) för att främja biologisk mångfald.

Dessa samarbeten, tillsammans med vårt engagemang i andra organisationer, stärker vårt arbete för hållbar råvaruförsörjning och ansvarsfulla jordbruksmetoder.

Åtgärder och framsteg

2025 var 44 procent av den kakao som används i Fazers produkter certifierad, medan 56 procent upphandlades via våra egna kakao odlarprogram eller Cocoa Horizons-program. Med tanke på kakaomarknadens komplexitet och våra strikta kvalitetsstandarder varierar andelen från våra egna program årligen. Vårt mål är dock att successivt öka denna andel.

Under året arbetade Fazer intensivt för att säkerställa att spårbarheten för kakao uppfyller kraven i EU:s förordning om avskogning (EUDR).

År 2025 var 100 procent av de hasselnötter vi använde certifierade. I våra Fazer Caféer och Gateau-bageributiker var 99 procent av det kaffe som serverades certifierat.

Fazer har aktivt sökt alternativ till palmolja som ingrediens i vårt utbud, med hänsyn till de miljö- och hälsomässiga samt sociala konsekvenser som är kopplade till dess produktion och användning. Vi har minskat användningen av palmolja i våra produkter med 86 procent sedan 2019. Vårt mål är att



fazersuomi

Puintiaika! Meidän kaura on jo päässyt kypsäksi asti ja nyt on aika puida. Aina ei oo, mutta nyt oli kyllä säät meidän puolella ja tarjoili ehkä syksyn parhaimmat puintikelit meidän kauralle.

Vois myös sanoo että kauran kavereille kuuluu ihan hyvää...

Fazer samarbetar med den finländska odlaren Anne-Mari Tarkkio, som delar med sig av sitt liv som jordbrukare på ett sätt som engagerar konsumenterna. Hennes kampanjer i sociala medier är bland Fazers mest framgångsrika.

den palmolja som fortfarande används hos Fazer är segregerad och certifierad av Roundtable on Sustainable Palm Oil (RSPO). Andelen år 2025 var 99 procent.

Vi arbetar också kontinuerligt för att endast använda hållbart producerad fisk och skaldjur i vår verksamhet. Under 2025 var 94 procent av den fisk som Fazer använde grönlistad i WWF:s fiskguide eller certifierad enligt MSC eller ASC. Det innebär att fiskarna är från sunda stammar och att effekterna på vattenmiljön minimeras.

90 procent av köttet som användes i Finland och Sverige var av lokalt ursprung, och 100 procent av inköpta ägg var producerade utan burar.

Fazer är fortsättningsvis medlem i Sustainable Coconut Partnership, ett branschinitiativ som främjar en ansvarsfull och motståndskraftig kokosnötssektor.

Vi använder små mängder soja som råmaterial i form av lecitin i choklad- och kexprodukter. Vårt tillvägagångssätt för inköp av soja, som uppdaterades 2024, säkerställer att den soja vi använder kommer från Europa eller Nordamerika – regioner med lägre risk för avskogning – eller är certifierad med segregerad certifiering från Round Table on Responsible Soy Association eller ProTerra. Dessutom fortsätter vi att använda sojakrediter för att kompensera den indirekta sojaförbrukning som är kopplad till djurfoder i våra animaliska råvaror och ingredienser.

Från 2026 och framåt inriktar vi vårt arbete inom ansvarsfulla inköp särskilt på att stärka arbetet för biologisk mångfald och ekosystem, samtidigt som vi säkerställer efterlevnaden av EUDR och andra relevanta regelverk. Vi kommer att fokusera på att utvärdera ramverk och verktyg som stödjer utvecklingen av vår färdplan för biologisk mångfald.

CASE

Taste the Future

Fazer omdefinierar mat i en värld som står inför klimatförändringar och begränsade resurser.

Inom ramarna för konceptet Taste the Future utvecklar Fazer aktivt alternativ till kakao och nya, innovativa ingredienser. Vi är medvetna om hur klimatförändringarna påverkar förhållandena för kakaoodlingarna i framtiden, och målet med dessa innovationer är att säkerställa långsiktig motståndskraft och fortsatta smakupplevelser.

År 2025 lanserade vi Fazer Taste the Future Raspberry Dream – ett läckert exempel på innovation bestående av ett krispigt rån med lager av hallon- och vaniljyllning, täckt med ett spannmålsbaserat överdrag och helt utan kakao. Lanseringen markerar

en milstolpe som den första fullskaliga produktionen vid Fazers chokladfabrik, baserad på tidigare handgjorda spannmålsprototyper. Produkten stärker Fazers engagemang för en hållbar framtid. Detta är en försmak av vad som kan bli en typisk smak i framtiden, där vi har använt nordiska spannmål för att skapa en utsökt och lyxig godsak.

Produktionen i industriell skala startade 2025 och vi tillverkade över 180 000 rån. Raspberry Dream är ett veganvänligt, kakaofritt väffelrån gjort med mältat råg från Lahtis, Finland. Precis som alla Taste the Future-produkter kommer rånet att utvecklas vidare med hjälp av konsumentfeedback

som samlas in via QR-koder – med smak och hållbarhet i centrum.

År 2025 blev Fazer det första FMCG-företaget att introducera Solein®-baserade Taste the Future-snacks och havredrycker i USA – en viktig milstolpe i Fazers mission att skapa goda, näringsrika livsmedel med lägre miljöpåverkan. Solein är ett unikt protein som produceras av Solar Foods genom en banbrytande fermenteringsprocess med luft och elektricitet.

Taste the Future är inte bara en produktfamilj – det är ett bevis på Fazers engagemang för att leda förändringen i livsmedelsindustrin och ge konsumenterna möjlighet att vara med på resan mot en mer hållbar framtid.



Mindre matsvinn, bättre resurs- användning

Varje år går en tredjedel av den mat som produceras globalt till spillo. Att minimera matsvinn är avgörande för att motverka klimatförändringar och andra negativa miljöeffekter.

” Vi använder enbart certifierade eller återvunna fiberbaserade förpackningsmaterial.

Ett av de centrala målen i Fazers hållbarhetsagenda är att minska undvikbart matsvinn, och detta engagemang driver även våra innovationer. Vi utforskar nya användningsområden för matsvinn och utvecklar produkter som stödjer den cirkulära ekonomin. Att minska matsvinn är nära sammankopplat med förpackningslösningar som skyddar produkterna under transport och bevarar deras färskhet och attraktionskraft för konsumenterna.

Förhållningssätt och mål

Vårt engagemang för att främja cirkulär ekonomi och minska avfall beskrivs i vår hållbarhetspolicy. Dessutom anger vi i vår QEHS-policy målen för att minska undvikbart matsvinn och främja hållbara förpackningslösningar. Fazers åtagande för materialeffektivitet illustrerar ytterligare vårt fokus på resurseffektivitet. Detta ramverk vägleder vårt arbete och säkerställer att vi minimerar miljöpåverkan och kontinuerligt optimerar våra processer.

Matsvinn

Minskning av matsvinn förblir ett viktigt tema för alla våra affärsområden och anläggningar. Vi har som mål att halvera matsvinnet till 2030 jämfört med referensåret 2020, och vi arbetar målmedvetet för att nå dit. Initiativet omfattar hela koncernen och följs upp varje månad på fabriks-, affärsenhets-

och affärsområdesnivå. Minskningen av matsvinn är dessutom kopplat till vårt prestationsbaserade bonussystem.

Förpackningar

Fazers Förpackningsvision 2030 betraktar förpackningar som en del av naturens kretslopp. Med detta i åtanke utformar vi våra förpackningar för cirkulär ekonomi enligt Förpackningsvision 2030. Vårt mål är att minska mängden förpackningsmaterial utan att kompromissa med kvaliteten, samtidigt som vi ökar återvinningsbarheten och främjar användningen av innovativa material som är återvinningsbara, återanvändbara och förnybara.

Genom att utveckla nya lösningar och välja rätt material minimerar vi matsvinn och minskar förpackningarnas miljöpåverkan – utan att kompromissa med den höga kvaliteten på våra produkter. Fazer har ambitiösa och mätbara mål för förpackningar, exempelvis att säkerställa att 100 procent av våra förpackningar är återvinningsbara till 2030, samt att minska olika förpackningsmaterial både i absoluta ton och per ton sålda produkter.

Åtgärder och framsteg

Matsvinn

År 2025 minskade Fazer mängden undvikbart matsvinn med 12 procent jämfört med



föregående år och med 24 procent jämfört med referensåret 2020. Denna förbättring är resultatet av ett kontinuerligt dagligt fokus på matsvinn och specifika projekt som stärker den operativa effektiviteten i hela Fazers verksamhet.

Under 2025 fokuserade varje affärsområde på att minska matsvinn.

Viktiga initiativ inkluderade:

- **Fazer Konfektyr:** Lansering av nya produkter och koncept, såsom Fazer Choco Moka, ett initiativ för att minska matsvinn i Gateau-bageributikerna samt optimerad ombearbetning av överskottsprodukter eller produkter som inte uppfyller de strikta kvalitetskraven. Dessutom utvecklades nya användningsområden för sidoströmmar inom livsmedelsindustrin.
- **Fazer Bageri:** Uppdaterat Svinntalko-koncept för försäljning av produkter bakade dagen innan till rabatterat pris i Fazers butiksbagerier, med fokus på operativa förbättringar som effektivare produktionsplanering.
- **Fazer Lifestyle Foods:** Förbättrad produktionseffektivitet för växtbaserade drycker.

Vi fortsätter att utforska ökad användning av sidoströmmar, såsom havreskal och vetekli. Degsvinn är fortfarande en betydande källa till matsvinn för Fazer och är kopplat till höga produktionsvolym. Fazer Konfektyr har i årtionden återanvänt råvaror så effektivt som möjligt, och dessa insatser kvarstår.

CASE

Zero waste-konceptet i Fazers butiksbagerier och Gateau-butiker minskar matsvinn avsevärt

Innovativa lösningar och konsument-engagemang minskar matsvinn i våra hantverksbagerier.

År 2025 förnyade Fazer Svinntalko-konceptet i sina butiksbagerier och började erbjuda produkter bakade föregående dag till 40 % rabatt under hela dagen. Detta ökade försäljningen av överskottsprodukter utan att påverka den ordinarie försäljningen och breddade samtidigt kundbasen. Framför allt minskade matsvinn med upp till 70 % i de bagerier som anammade det nya konceptet.

Svinntalko-konceptet lanserades i mindre skala i augusti 2025 även i Gateau-butiker i Finland och Sverige och gårdagens produkter började säljas med 40 % rabatt. Feedback från både kunder och personal användes till att finlipa konceptet under pilotfasen. Nu finns överskottsprodukterna i Gateau-butikerna tillgängliga direkt vid öppning och utgör ett synligt inslag i utbudet. Dessutom får osålda produkter en extra försäljningsdag.



Fazer Upcycled-programmet, som drivs av Fazers forsknings- och innovationsenhet Fazer Lab, har varit avgörande för att skapa en ram för innovationer kring matsvinn. Det treåriga programmet, som lanserades 2023, syftar till att hitta och utveckla mervärdesskapande lösningar för att utnyttja sidoströmmar från livsmedelsproduktionen, förbättra resurseffektiviteten och minska matsvinnet. Dessa lösningar kan omfatta nya prototyper för framtida hållbara konsumentprodukter, ingredienser eller tillämpningar utanför livsmedelsindustrin. Under 2025 fortsatte vi att utforska möjligheter att förädla vetekli och sidoströmmar från konfektyrproduktionen.

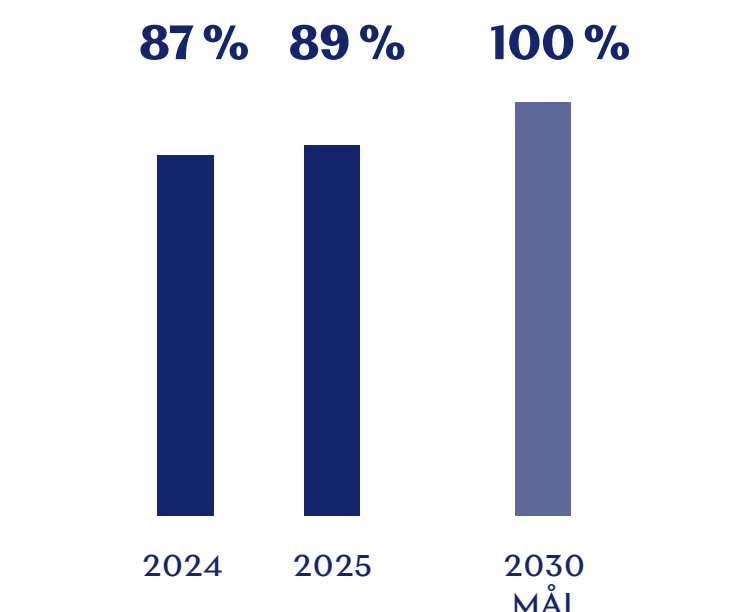
Därtill fortsätter Fazer att implementera nya försäljningsstrategier för produkter som närmar sig bäst före-datum eller som inte uppfyller våra strikta kvalitetskrav. Dessa åtgärder är avgörande för att nå våra hållbarhetsmål och skapa en mer hållbar värdekedja.

Förpackningar

Som en del av vårt åtagande för ansvarsfulla inköp har vi vidtagit åtgärder för att minska förpackningarnas miljöpåverkan.

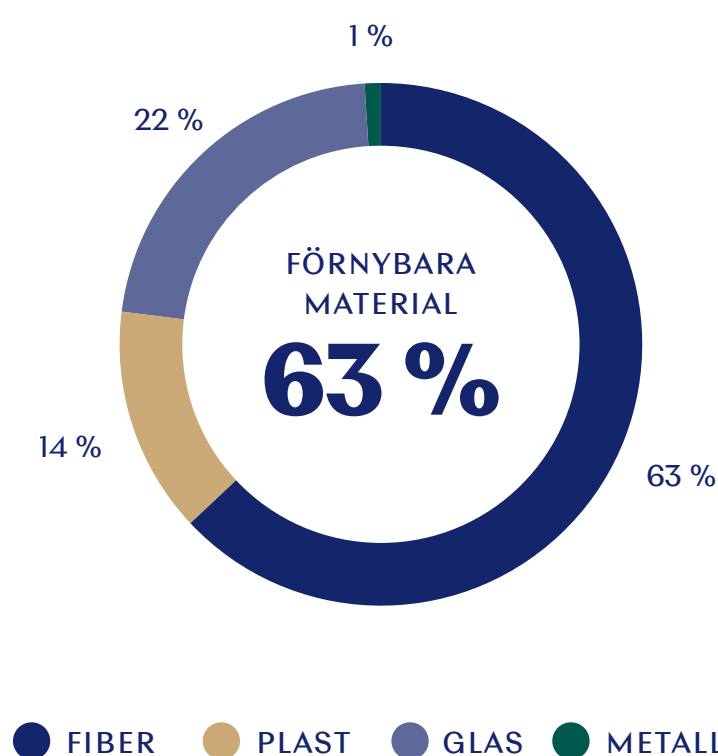
Vi har nått ett av våra förpackningsrelaterade mål: att senast 2026 använda certifierade eller återvunna fiberbaserade förpackningsmaterial. Detta omfattar fiberbaserade förpackningsmaterial som papper, kartong och wellpapp i våra produkter. Även om inte alla produkter kommer att bära certifieringslogotyper, garanterar vi

FÖRPACKNINGSMATERIAL* FORMAT FÖR ÅTERVINNINGSBARHET



* FÖRPACKNINGSMATERIAL AVSETT FÖR ÅTERVINNING FASTSTÄLLS PÅ FÖRPACKNINGSMATERIALNIVÅ. MED ÅTERVINNINGSBAR AVSES EN ÅTERVINNINGSGRAD PÅ ÖVER 70 %.

ANVÄNT FÖRPACKNINGSMATERIAL



Matsvinn och avfallsfraktioner

Ton	2025	2024	2023
Direkt till djurfoder	994	1 975	3 452
Sidoströmmar dirigerade till energiproduktion	26 674	32 220	37 129
Sidoströmmar dirigerade till foderproduktion	56 322	59 446	44 068
Övriga fraktioner, t.ex. komposterat biologiskt avfall	928	1 974	3 127
Deponi*	332	252	295
Total mängd sidoströmmar i produktion	84 919	95 616	87 776
Återvunnet avfall	2 747	4 129	5 195
Förbränt avfall med energiåtervinning	2 121	2 444	1 778
Total mängd ofarligt avfall	5 200	6 824	7 268
Förbränt farligt avfall med energiåtervinning	28	16	19
Förbränt farligt avfall utan energiåtervinning	6	7	1
Deponi av farligt avfall och övriga fraktioner	20	41	32
Total mängd farligt avfall	55	65	52
Total mängd sidoströmmar och avfall från Fazers produktion	90 173	102 505	95 096
Undvikbart matsvinn/produktionsvolym (kg/producerat ton)**	86	98	107
Donationer***	663	222	552

*Kan innehålla andra avfallsfraktioner än matsvinn

**Exkluderar kvarnsidoströmmar

***Ett sätt att minska på matsvinn, räknas ej med i målet för matsvinn

Råmaterial

	2025	2024	2023
Råmaterialanvändning (ton)	490 740	519 399	502 811
Råmaterialanvändning/produktionsvolym (ton/producerat ton)	1,07	1,17	1,12

efterlevnad genom att enbart köpa material från certifierade leverantörer.

Fazers Förpackningsvision 2030 anger våra mål. Våra framsteg sedan referensåret 2018 inkluderar:

- Minskning av plast med 14 % (13 %)
- Minskning av fiberbaserade förpackningsmaterial med 0,4 % (0,2 %)
- Minskning av metall med 5,4 % (5,3 %)

År 2025 använde Fazer totalt 4,4 kg (5,0 kg) förpackningsmaterial per ton sålda produkter. Under året genomförde vi flera initiativ för att minska mängden förpackningsmaterial:

- Förbättrad och förenklad struktur för displayn för Karl Fazer chokladkakor, vilket sparar 9 300 kg wellpapp årligen.
- Optimerad förpackningslinje för Karl Fazer Thins chokladkakor, vilket möjliggör användning av återvinningsbar plast och sparar 3 400 kg fiberbaserat material samt 900 kg metall.
- Optimerad design för displayn för Fazer Aito Choco Oat Drinks, med dubbel funktion för logistik och butiksutlägg, vilket minskar

materialanvändningen. Innovationen belönades med ScanStar- och WorldStar-priserna.

Vi är på god väg mot vårt mål att ha 100 % återvinningsbara förpackningar till 2030 – 89 % (87 %) av våra förpackningsmaterial var återvinningsbara 2025. Exempelvis har förpackningen för 15 godispåsar, inklusive Ässä och Tutti Frutti, övergått från multimaterial till monoplast för att förbättra återvinningsbarheten.

Fazer har också ökat andelen återvunnet material i sina förpackningar, och brickorna för Wiener Nougat och marmelader tillverkas nu av 100 % återvunnen plast, vilket sparar 15 500 kg ny plast.

Dessutom har vi fortsatt att utveckla våra IT-system för att uppfylla EU:s krav på utökat producentansvar (Extended Producer Responsibility, EPR), vilket innebär att producenter ansvarar för återvinning av alla förpackningsmaterial som de släpper ut på EU-marknaden. Vi har utökat verktygets



”

År 2025 inledde Fazer ett samarbete med Teerenpeli Bryggeri & Destilleri för att utforska innovativa sätt att använda brödsvinn i brygging.



” Fazer har framgångsrikt kommersialiserat utseendemässigt operfekta men annars fullt ätbara produkter med populära godsaker såsom Fazer Mystery Mix Choco.

funktioner, som nu omfattar enheterna Växtbaserade drycker och Fruit i Finland.

Avfall

År 2025 uppnådde vi konkreta resultat inom avfallsminskning. Under året förbättrade vi vår avfallshantering och återvinning genom investeringar i ny utrustning för avfallsinsamling, utbildning och införande av nya rutiner för avfallshantering. Exempelvis har vi vid Fazers huvudkontor i Vanda placerat separata insamlingskärl för plast och kartong i kontorsutrymmen, mötescentret, Fazer Experience besökscentret och pausrummen i konfektyrfabriken. Vid bagerierna har vi höjt nivån i avfallshierarkin genom att återvinna matolja till vegetabilisk återvunnen olja för skogsindustrin.

” Fazer Upcycled-programmet utvecklar lösningar som återvinner sidoströmmar från produktionen till att minska matsvinn.

Social information

Vi strävar efter att ha en positiv inverkan på människor genom att främja välbefinnandet hos våra medarbetare och konsumenter samt säkerställa ansvarsfulla verksamhetsmetoder i hela vår leveranskedja.

FAZER
ÅR 2025

STRATEGI

VÅR
VERKSAMHET

HÅLLBARHET
PÅ FAZER

FINANSIELL
INFORMATION

FAZER-
KONCERNEN

ÅRSREDOVISNING
2025

Egen personal

Vi främjar en arbetsplats där varje individ känner sig trygg, inkluderad och har möjlighet att utvecklas.

Frekvensen av olyckor som leder till sjukfrånvaro (LTAF) år 2025

2,7



Totala frekvensen registrerade olyckor (TRIF) år 2025

11,9

Långsiktigt mål: noll arbetsolyckor (LTAF och TRIF)

Arbetstagare i värdekedjan

Vi har förbundit oss att respektera mänskliga rättigheter och säkerställa rättvisa arbetsvillkor i våra leveranskedjor.

Underteckningsgrad av Uppförandekod för leverantörer (SCoC) år 2025

90 %

Mål: 100 % senast 2030

Andel av kakaon som anskaffades genom våra egna odlarprogram år 2025

31 %

Vårt mål är att möjliggöra direkta åtgärder för att förbättra välmåendet i kakaosamhällena.



SOCIAL INFORMATION

Egen personal

En trygg och inkluderande arbetsplats

Vi främjar en arbetsplats där alla känner sig trygga, inkluderade och har möjlighet att utvecklas. En av våra centrala värderingar, Nordisk frihet, speglar vårt engagemang för autenticitet och valfrihet.

”**År 2025 lanserade Fazer ett tvåårigt Business Graduate-program för att attrahera och utveckla nytexaminerade talanger till att växa till framtida ledare inom Fazer.**

En arbetsmiljö som främjar mångfald och inkludering är en av Fazers viktigaste framgångsfaktorer. Genom att främja mångfald, jämlikhet och välbefinnande fostrar vi en kultur där passion och syfte möts för att skapa positiv förändring. När människor känner sig trygga att vara sig själva kan de nå sin fulla potential, bidra med olika perspektiv och skapa grogrund för verklig innovation.

Vi gör vårt yttersta för att minimera risker som kan påverka våra medarbetares hälsa och säkerhet. Arbetsmiljö, hälsa och säkerhet är viktiga delar av vårt arbete för att främja vår hållbarhetsambition Människor och välbefinnande.

Vid slutet av 2025 hade Fazer 5 630 anställda i 8 länder. Den största andelen av våra medarbetare, 3 925, arbetade i Finland, följt av Sverige med 1 193 anställda och Lettland med 375 anställda.

Ungefär 4 600 personer bidrog till vår verksamhet inom transport, underhåll, administration och teknisk support, även om de inte var direkt anställda av Fazer. För att möta utmaningen med att hitta kvalificerad arbetskraft använder vi ibland bemanningsfirmor, särskilt inom produktion och vår Fazer Retail-verksamhet, där personalomsättningen ofta är hög.

Förfaringssätt och mål

Mångfald och inkludering

Människor och välbefinnande är ett av Fazers centrala fokusområden inom hållbarhet. Vårt holistiska ramverk för välbefinnande främjar en balanserad syn på individens välbefinnande. Fazers uppförandekod fastslår grundläggande principer för mänskliga rättigheter och en respektfull arbetsmiljö fri från trakasserier.

Dessutom lyfter vår hållbarhetspolicy fram Människor och välbefinnande som en av de främsta prioriteringarna i vårt hållbarhetsarbete.

Vi strävar efter att varje år förbättra vårt engagemangsindex, som är medeltalet av alla frågor i vår årliga medarbetarundersökning, samt drivkraften för Mångfald, jämlikhet och inkludering (DEI).

Säkerhet

Fazers säkerhetsvision är att bli det säkraste livsmedelsföretaget i Nordeuropa, och den bygger på den grundläggande tanken om att alla olyckor kan förebyggas. Vi strävar efter noll arbetsplatsolyckor och prioriterar förebyggandet av arbetsrelaterade sjukdomar och hälsoproblem. Säkerhet är integrerad i våra medarbetarincitament, vilket understryker dess betydelse i hela organisationen.

Vårt åtagande och våra principer för hantering av arbetsmiljö och arbets säkerhet beskrivs i Fazers policy för kvalitet, livsmedelssäkerhet, miljö och arbetsmiljö (Quality, Food safety, Environment, and Occupational Health and Safety, QEHS-policy). Vi driver vårt arbete för en sundare arbetsmiljö inom ramarna för One Fazer-säkerhetsprogrammet, med syfte att skapa en systematisk, disciplinerad och konsekvent säkerhetskultur i hela företaget. Dessutom har vi implementerat ledningssystemet ISO 45001 inom vår konfektyrverksamhet, Fazer Kvarn i Finland samt på alla våra bagerier i Sverige, vilket sammanfattat omfattar 52 procent av medarbetarna på våra produktionsanläggningar.

Fazers säkerhetsagenda drivs av förebyggande åtgärder som är integrerade på alla nivåer i organisationen. Vi sätter tydliga förväntningar på säkert beteende, betonar riskidentifiering och

engagerar regelbundet medarbetare genom säkerhetsdialoger, säkerhetspromenader och inspektioner. Rapportering av säkerhetsobservationer hjälper oss att upptäcka och åtgärda otrygga förhållanden innan olyckor inträffar.

Regelbundna säkerhetsdiskussioner inom teamen och öppen kommunikation skapar forum för engagemang och för att öppet lyfta fram och lösa säkerhetsfrågor, medan standardiserade riktlinjer säkerställer efterlevnad i alla länder. Medarbetarrepresentanter stödjer aktivt hälso- och säkerhetsarbetet genom kommittéer,

utredningar, kampanjer och utbildningar. Fazers ledning har en central roll genom att föregå med gott exempel och engagera teamen i att bidra till säkerhetsarbetet, vilket stärker en kultur där säkerhet är ett gemensamt ansvar.

Utbildning och kompetensutveckling

Fazer stödjer sina medarbetares professionella utveckling genom regelbundna processer som tar hänsyn till både organisatoriska och individuella behov. Personliga utvecklingssamtal, som hålls en eller två gånger per år beroende på roll, hjälper våra medarbetare att identifiera och planera

sina egna utvecklingsmöjligheter. På en mer övergripande nivå granskar vi behov för utveckling och framtida kompetenser inom ramarna för årliga kompetensgenomgångar och planering för efterträdare, vilket säkerställer att vår kompetensutveckling och -planering är i linje med företagets strategi.

De professionella utvecklingsmöjligheterna är strukturerade kring 70-20-10-modellen, vår huvudsakliga modell för lärande och utveckling. 70-20-10-modellen betonar att det mesta lärandet sker genom det dagliga arbetet och samarbete med kolleger och

andra intressenter. Cirka 70 % av lärandet sker inom ramarna av praktisk erfarenhet och att lösa verkliga utmaningar, 20 % från interaktioner med andra såsom feedback, coaching och mentorskap, och 10 % från formell utbildning eller kurser. Vårt mål är att säkerställa effektivt lärande och engagemang genom dialog och samarbete.

Åtgärder och framsteg

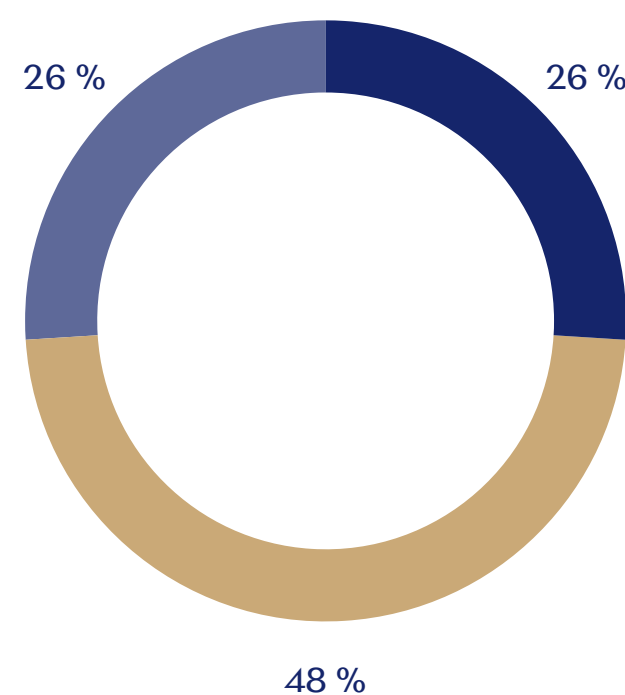
Mångfald och inkludering

Som en del av vårt åtagande för att främja medarbetarnas välbefinnande, mångfald och inkludering vidtog Fazer under året flera DEI-initiativ.

Fazers första DEI-dag arrangerades 2025 och markerade en milstolpe i vårt åtagande för att främja mångfald, jämlikhet och inkludering. Evenemanget med temat "Sparked by our difference" belyste hur bakgrundernas mångfald kan bidra till engagemang, välbefinnande och strategisk framgång. Vi ämnar fortsätta arrangera DEI-dagen i framtiden, medvetna om hur en mångfald av bakgrunder och perspektiv främjar tillväxt både för individen och organisationen.

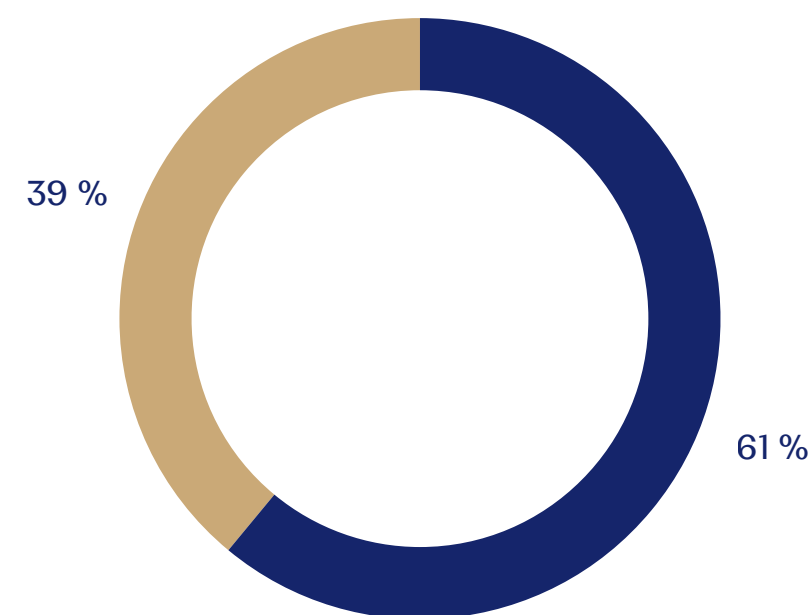
Mångfald är en viktig del av Fazers rekryteringspraxis. Vi strävar efter att skapa team med en mångfald av egenskaper, inklusive kön, ålder, nationalitet, utbildning och förmågor. Utöver övriga rekryteringskriterier ska mångfald vara en integrerad del av alla rekryteringsprocesser och -beslut. Varje rekrytering ska aktivt bidra till en mångsidig teamstruktur. Våra riktlinjer betonar vikten av att minska omedvetna fördomar i rekrytering och identifiera kandidater med den bästa kompetensprofilen.

**MEDARBETARNAS
ÅLDERSFÖRDELNING**



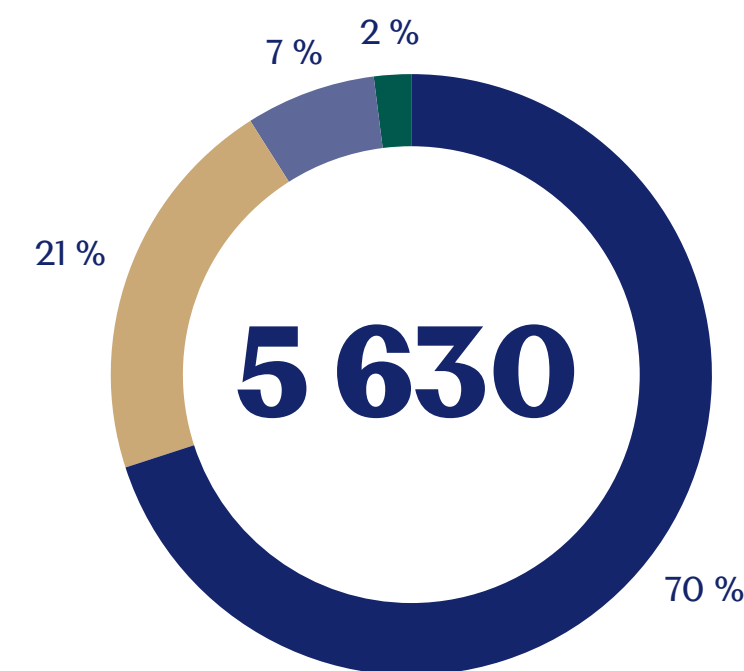
- UNDER 30 ÅR
- 30-50 ÅR
- 50 ÅR ELLER ÄLDRE

**MEDARBETARNAS
KÖNSFÖRDELNING**



- KVINNOR 3 411
- MÄN 2 212
- EJ ANGIVEN 7

MEDARBETARE PER LAND*



- FINLAND 3 925
- SVERIGE 1 193
- LETTLAND 375
- ESTLAND 85
- LITAUEN 25
- DANMARK 17
- NORGE 5
- POLEN 5

* ANTAL MEDARBETARE VISAS
SOM ANTAL ANSTÄLLDA

För att främja mångfald i rekrytering fokuserade våra initiativ 2025 på att skapa en plan för att främja DEI inom organisationen, samla data om internationella talanger, granska kandidatupplevelser, förbättra inkluderingen i arbetsplatsannonser och utbilda rekryterande chefer i DEI och fördomar.

Under året genomförde vi även en nulägesanalys av DEI baserad på befintliga data och insikter från intervjuer med interna nyckelpersoner. På basen av analysen arrangerades en workshop med Fazers ledningsgrupp för att definiera DEI-prioriteringar och fokusområden, med starkt engagemang från högsta ledningen. Vi utbildar också våra medarbetare i DEI-frågor för att framhäva temats betydelse på Fazer. Vid slutet av 2025 hade 79 procent av alla Fazer-medarbetare genomgått en specifik DEI-utbildning.

Säkerhet

År 2025 byggde Fazer vidare på den grund som lades med de tio grundläggande säkerhetsreglerna året innan och tog ett viktigt steg mot att integrera säkerhet ännu tydligare i vår kultur.

Under året uppgick frekvensen av olyckor som leder till sjukfrånvaro (Lost Time Accident Frequency, LTAF) till 2,7 (4,0), medan vår totala frekvens av registrerbara olyckor (Total Recordable Incident Frequency, TRIF) var 11,9. Den goda utvecklingen var ett resultat av konsekventa proaktiva säkerhetsdialoger och säkerhetsrundor, som samtidigt stärkte den säkerhetskultur som byggts upp under de senaste åren.

Fram till 2025 var vår primära säkerhetsindikator LTAF, som har minskat stadigt tack vare vårt systematiska arbete för att förbättra säkerheten.

CASE

Fazer firade sin första DEI-dag

Under DEI-dagen delade Fazers medarbetare från olika bakgrunder sina personliga upplevelser om hur inkludering främjar välbefinnande och inspirerar till innovation.

Genom att hylla mångfald, jämlikhet och inkludering som en central del av företagets kultur, lyfte den första DEI-dagen i maj 2025 fram den rika mångfalden av nationaliteter och kulturer inom Fazer.

Förutom en paneldiskussion med deltagare från olika bakgrunder betonade företagsledningens anförande Fazers engagemang för att skapa en arbetsplats där alla kan blomstra. En extern talare inspirerade åhörarna genom att lyfta fram de konkreta affärsfördelarna med att omfamna DEI och underströk dess värde i dagens konkurrensutsatta landskap.

Som ett företag som fokuserar på matupplevelser är Fazer engagerat i att förstå konsumenternas olika bakgrunder och spegla denna mångfald i sina team. Genom att främja inkludering och värdesätta olika perspektiv stärker företaget kreativitet och driver innovationsbaserad tillväxt – och lägger en hållbar grund för framtiden.



Som en del av vår DEI-dag ordnade vi en fototävling där medarbetare fick dela något personligt – för vi är alla unika och våra olikheter bidrar till att stärka våra team. Det här fotot vann tävlingen, och berättar en hjärtevärmande historia om en medarbetare som fann sin livspartner på Fazer. Bild: Tapio Bergström



” Vi strävar efter noll olyckor. Vår säkerhetskultur är väl etablerad och vi investerar kontinuerligt i att förbättra den ytterligare.

LTAF registrerar dock inte mindre incidenter, som fortfarande innebär risker för våra medarbetare. Dessa mindre incidenter utgör upp till 75 procent av alla fall. För att säkerställa att också dessa incidenter noteras, införde vi 2025 TRIF som en nyckelindikator för säkerhet.

Genom att bredda vårt fokus kan vi upptäcka risker tidigt, agera proaktivt och främja en säkrare arbetsmiljö för alla.

Som en del av våra förebyggande säkerhetsåtgärder implementerade vi en strukturerad process för att identifiera och hantera potentiella fall av allvarliga incidenter eller dödsfall (Significant Incident or Fatality, SIF) – situationer som hade kunnat leda till svår skada eller dödsfall.

År 2025 lanserade Fazer en koncernövergripande process för hantering av hälso- och säkerhetsrisker. Syftet är att standardisera hur arbetsplatsrisker identifieras, bedöms och åtgärdas. Det datadrivna och proaktiva förhållningssättet till riskhantering möjliggörs av vårt centraliserade digitala verktyg för riskspårning. Arbetsättet skapar ökad transparens, bättre samarbete och en konsekvent säkerhetskultur i hela organisationen.

Utbildning och kompetensutveckling

År 2025 deltog Fazers medarbetare i genomsnitt i 5,7 timmar utbildning. 89 procent av alla tjänstemän förde ett årligt utvecklingssamtal med sin chef.

Fazers medarbetare deltar i både allmän säkerhetsutbildning på koncernnivå och lokal säkerhetsutbildning som är relevant för deras roller och arbetsuppgifter. Dessa utbildningar

genomförs under arbetstid, med undantag för de onlineutbildningar kring säkerhet som måste slutföras innan tillträde till våra anläggningar. Medarbetare som arbetar inom produktion deltar därtill i årliga repetitionsutbildningar, och kvalifikationer för vissa högriskarbeten ska förnyas regelbundet, bland annat kvalifikationer för heta arbeten, arbete i trånga utrymmen, arbete på höjd samt arbete under förhållanden där elsäkerhet bör beaktas.

Under året fokuserade vår kompetensutveckling på teman som ledarskapsutveckling och våra Ledarskaps hörnstenar, förändringsledning, artificiell intelligens (AI), miljö, hälsa och säkerhet samt hantverksbakning. Nya utbildningsteman för 2025 inkluderade bland annat kompetensutveckling inom processindustrin, tekniska färdigheter för produktionspersonal inom Fazer Bageri Finland samt ledarskapskommunikation och utveckling av samarbete mellan team.

Under året introducerade vi Fazers Ledarskaps hörnstenar, grundläggande principer för gott ledarskap, för att stödja implementeringen av vår strategi samt utveckla och främja en resultatorienterad kultur. Ledarskapsprinciperna fungerar som gemensamt ramverk och som en kompass för våra ledare och chefer i hur vi leder för att skapa förutsättningarna för prestation, engagemang och företagskultur. Principerna är nu integrerade i alla våra ledarskapsutbildningar och införlivas även i andra centrala HR-processer i organisationen.

För att stärka vår kompetens inom förändringsledning lanserade vi 2025

programmet ChangeMakers. Deltagarna i programmet förses med verktyg för god förändringsledning och utbildas i att stöda ledare i förändringsprocesser. De erbjuder vägledning, ramverk och kommunikationsstrategier för att leda förändringar och stöder ledare i att fördjupa insikten om hur förändringar påverkar Fazer.

2025 lanserade Fazer också ett tvåårigt Business Graduate -program för att attrahera och utveckla nytexaminerade talanger med hög potential, och förse dem med de färdigheter och erfarenheter som krävs för att växa till framtida ledare inom Fazer. Programmet fokuserar på marknadsföring, ekonomi och försäljning – centrala områden för Fazers kommersiella och strategiska framgång. Det omfattar tre åtta månader långa rotationer, varav minst en internationellt, vilket ger deltagarna bred och tvärfunktionell erfarenhet av Fazers verksamhet.

Under 2025 fylldes 55 procent av tjänstemannapositionerna internt. Intern rotation – både permanent och tillfällig – är fortsättningsvis en viktig del av medarbetarutvecklingen och erbjuder varierade möjligheter samt breddar perspektiven i hela organisationen.

Anställningsvillkor och ersättning

Över 81 procent av Fazers medarbetare omfattas av kollektivavtal. För övriga fastställs anställningsvillkoren genom individuella förhandlingar baserade på standardavtal och lokal arbetsrätt.

Enligt avtalet om det europeiska företagsrådet (EWC) håller Fazer årliga möten med medarbetare. Syftet med EWC är att främja

aktiv diskussion mellan företagets ledning och medarbetare från alla Fazers verksamhetsländer. Dessa möten fokuserar på gemensamma frågor som påverkar arbetstagarnas anställningsvillkor.

Som en del av vårt strategiska mål att främja en resultatorienterad kultur strävar vi efter att skapa en positiv medarbetarupplevelse med hjälp av moderna HR-praxis. Detta inkluderar att utveckla våra ersättnings- och belöningsmetoder för att stärka prestation, rättvisa och transparens.

Fazer har fortsatt att ta viktiga steg för att förbättra rättvisa och transparens i ersättningarna. Information om ersättning och förmåner delas öppet med medarbetare via Fazers intranät och lokalt på produktionsanläggningarna.

2025 införde Fazer en teknisk lösning för att analysera och hantera lönejämlikhet. Lösningen gör det möjligt att identifiera och åtgärda oförklarliga löneskillnader samt stödja rättvis lönesättning, till exempel vid rekrytering. För att säkerställa bästa möjliga analys fortsatte vi också att förbättra kvaliteten på vår data.

Vi förbättrade också våra rekryteringsrutiner genom att förbjuda frågor om kandidaters nuvarande eller tidigare löner. Från början av 2026 kommer de flesta platsannonser i Fazers länder att innehålla en del om ersättning, vilket stärker vårt åtagande för lönerättvisa och transparens.

Fazers fokus på resultat och prestationer återspeglas även i vårt ersättningssystem. Den totala ersättningen för en Fazer-medarbetare speglar individuell prestation och/eller företagets eller verksamhetens prestation, exempelvis genom incitamentsutbetalningar,



55 %

av tjänstemannapositionerna tillsattes internt på Fazer år 2025. Intern rotation är fortsättningsvis en viktig del av medarbetarnas utveckling och bidrar till vår konkurrenskraft.



karriärutveckling och meritökningar. Vi erbjuder även belöningar för att uppmärksamma enastående prestationer på mer ad hoc-basis.

Som en del av Fazer Recognition Reward har cirka 40 medarbetare i Fazers verksamhetsländer fått monetära belöningar, medan över 1 500 har fått icke-monetära belöningar såsom biobiljetter och presentkort. Fazer uppmärksammar också medarbetare som agerar exceptionellt väl i linje med Fazers värderingar och beteenden genom årliga utmärkelser som Rooster Award och Best Employee Award (Baltikum).

Rättvis och transparent ersättning kommer att fortsätta vara ett viktigt fokusområde under 2026, och Fazer planerar bland annat att ge tillgång till numeriska data om genomsnittliga ersättningsnivåer för liknande roller inom ramarna för respekt för dataskyddsregler.

Ledningens åldersfördelning, %

	Under 30	30–50	Över 50
Styrelsen	0 %	25 %	75 %
Koncernens ledningsgrupp	0 %	0 %	100 %

Ledningens könsfördelning, %

	Kvinnor	Män
Styrelsen	38 %	63 %
Koncernens ledningsgrupp	33 %	67 %

Könsfördelning koncernanställda, %

	Kvinnor	Män
Ledning	46 %	54 %
Seniora tjänstemän	58 %	42 %
Tjänstemän	60 %	40 %
Arbetare	62 %	38 %

Åldersfördelning koncernanställda, %

	Under 30	30–50	Över 50
Ledning	0 %	60 %	40 %
Seniora tjänstemän	4 %	69 %	27 %
Tjänstemän	12 %	57 %	31 %
Arbetare	34 %	43 %	23 %

Olycksfallsfrekvens

Antal olycksfall per miljon arbetstimmar	2025	2024	2023
Fazer Bageri	1,7	4,7	3,2
Fazer Konfektyr	4,4	2,6	7,8
Fazer Lifestyle Foods	0	4,0	6,4
Övriga	6,4	4,4	4,9
Total i koncernen	2,7	4,0	5,1

Medarbetare och typ av anställning

	TOTALT		FINLAND		SVERIGE		LETTLAND		ESTLAND		LITAUEN		ÖVRIGA LÄNDER	
	Kvinnor	Män	Kvinnor	Män	Kvinnor	Män	Kvinnor	Män	Kvinnor	Män	Kvinnor	Män	Kvinnor	Män
Antal medarbetare*	3 411	2 212	2 516	1 403	578	614	211	164	75	10	18	7	13	14
Typ av anställning														
Fast anställd	3 022	2 022	2 200	1 274	530	567	192	150	70	10	18	7	12	14
Visstidsanställd	205	117	133	56	48	47	19	14	4	0	0	0	1	0
Tillkallas vid behov	184	73	183	73	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0
Heltidsanställd	2 254	1 927	1 638	1 201	308	532	210	163	67	10	18	7	13	14
Deltidsanställd	1 157	285	878	202	270	82	1	1	8	0	0	0	0	0

* Omfattar inte personer som ej angett kön

En rättvis och hållbar leveranskedja

Vi förbinder oss till att skapa en rättvis och hållbar leveranskedja genom att upprätthålla högsta kvalitetsstandarder för råvaror och tillämpa ansvarsfulla affärsmetoder i varje del av vår verksamhet.

” Vi arrangerade en avancerad utbildning för vår inköpsfunktion om mänskliga rättigheter och miljömässig due diligence samt lanserade ett verktyg för att identifiera och bedöma 18 hållbarhetseffekter.

Vi är medvetna om att de val vi gör i leveranskedjan påverkar människor, samhällen och miljön. Vi har åtagit oss att upphandla material och råvaror på ett rättvist och hållbart sätt, respektera mänskliga rättigheter och säkerställa rättvisa arbetsförhållanden.

Förfaringssätt och mål

Leverantörsrelationer och riskhantering

Hållbarhet är integrerat i våra leverantörsrelationer och i vår riskhantering. År 2025 hade 90 procent (89 procent) av våra leverantörer, beräknat utifrån utgifterna, undertecknat Fazers uppförandekod för leverantörer (Supplier Code of Conduct, SCoC). Vårt mål är att 100 procent av leverantörerna ska ha undertecknat uppförandekoden senast 2030.

Processen för att godkänna nya leverantörer börjar med ett självvärderingsformulär. Utvalda leverantörer genomgår därtill revisioner som omfattar kvalitet, livsmedels-säkerhet, arbetsmiljö och arbetsvillkor. Om en råvara bedöms ha kända hållbarhetsrisker genomförs en särskild hållbarhetsgranskning som en del av leverantörsutvärderingen.

Vi håller också årliga möten med våra mest strategiska leverantörer, där hållbarhet är en central punkt på agendan. Detta säkerställer en kontinuerlig dialog och samarbete kring aktuella hållbarhetsfrågor och främjar kontinuerliga förbättringar i leveranskedjan.

Fazer använder även Supplier Ethical Data Exchange (Sedex)-nätverket för att utvärdera

leverantörer, vilket stödjer en målinriktad och riskbaserad övervakningsstrategi.

Mänskliga rättigheter i leveranskedjan

Fazer har förbundit sig till att följa en policy för mänskliga rättigheter och åtagit sig att respektera och upprätthålla dessa i enlighet med FN:s vägledande principer för företag och mänskliga rättigheter (UN Guiding Principles on Business and Human Rights, UNGPs). Vår uppförandekod för leverantörer fastställer grundläggande krav för våra leveranskedjor och betonar arbetstagarnas rättigheter, rättvis behandling utan diskriminering, förbud mot barnarbete och tvångsarbete, respekt för föreningsfrihet samt riktlinjer för arbetstid och lön.

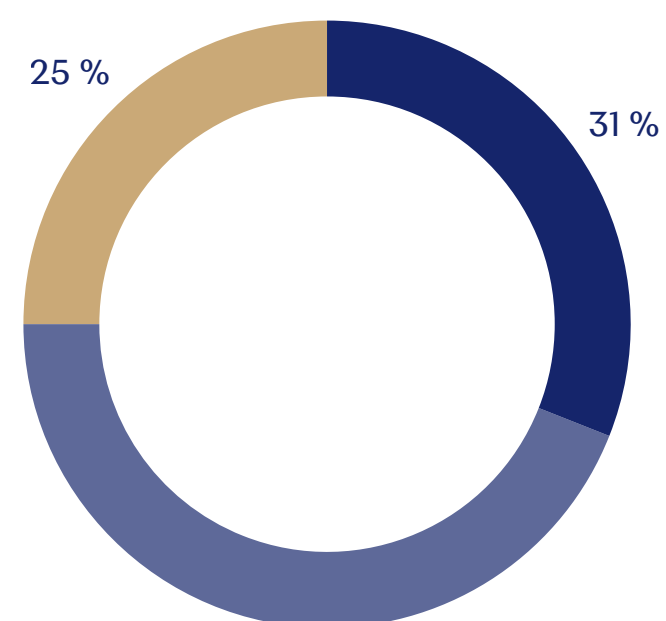
Vi har förbundit oss att sträva efter kontinuerliga förbättringar och är medlemmar i Nordic Business Network for Human Rights samt FN:s Global Compact European Peer Learning Group on Business and Human Rights.

Vi har specifika certifieringsstandarder och leverantörsprogram för råvaror som är kritiska eller bedöms innebära höga risker, såsom kakao.

Kakao

Fazers kakaovision representerar vårt långsiktiga åtagande till att förbättra förhållandena inom kakaoproduktion och säkerställa att all kakao som används i våra

HÅLLBAR KAKAO, STATUS



- ODLARPROGRAM
- RAINFOREST ALLIANCE ELLER FAIRTRADE CERTIFIERAD
- COCOA HORIZONS PROGRAM

produkter kommer från hållbart förvaltade kakaokällor. All vår kakao kommer antingen från Fazers egna odlarprogram i Nigeria, Elfenbenskusten och Ecuador, genom hållbarhetsprogrammet Cocoa Horizons, eller är certifierad av Rainforest Alliance.

Inom ramarna av våra egna odlarprogram kan vi förbättra spårbarheten och rikta våra stödinsatser till de bönder som odlar kakao. Våra program implementeras enligt Fazers kakaostandard, som omfattar 24 kritiska och 92 grundläggande indikatorer.

Våra odlarprogram fokuserar på fyra nyckelteman: barnarbete, avskogning, levnadsinkomst och minskning av koldioxidutsläpp. Målet är att säkerställa lönsam odling, förbättra välbefinnandet i kakaosamhällena och främja respekt för planeten och dess naturresurser. För att uppnå dessa mål implementerar odlarprogrammen system för övervakning och förebyggande av barnarbete (Child Labour Monitoring and Remediation System, CLMRS) och bidrar till att främja välbefinnande genom olika åtgärder, såsom att betala premier till odlare, tillhandahålla utbildning i goda jordbruksmetoder och införa system för avfallshantering.

Som en viktig del av Fazers kakaodlarprogram genomför en oberoende tredje part årliga verifieringar enligt en rigorös metodik, strukturerad i en treårscykel. Det första året görs den mest omfattande bedömningen, medan omfattningen av utvärderingar under följande år beror på resultatet av de tidigare utvärderingarna. Verifieringen omfattar olika delar av leveranskedjan, inklusive leverantörer, kooperativ eller inköpsombud samt odlare.

Fazer stödjer även samhällsprojekt, såsom skolor och hälsovård, och deltar i initiativ som stärker kvinnors ställning.

Åtgärder och framsteg

Leverantörsrelationer och riskhantering

Under året var hållbarhet en bestående punkt på agendan för våra möten med leverantörer. I enlighet med den strukturerade processen



3 500

kakaodlare ingår i Fazers odlarprogram i Nigeria, Elfenbenskusten och Ecuador.



99 Fazer utforskar alternativ till kakao och har provat produktion av cellodlad kakao.

(Supplier Relationship Management, SRM), diskuterades hållbarhet återkommande med 76 av våra strategiska leverantörer. Vi genomförde 18 revisioner med fokus på kvalitet och livsmedelssäkerhet samt fem hållbarhetsgranskningar och möten som fokuserade på de riskområden som identifierats i vår konsekvensanalys.

Mänskliga rättigheter i leveranskedjan

Under 2025 utbildade vi vår inköpsfunktion i mänskliga rättigheter och miljömässig due diligence och introducerade ett verktyg som hjälper ansvariga att identifiera nyckelfrågor i varje inköpskategori, med hänsyn till 18 sociala, miljömässiga och samhällsliga konsekvenser.

Vi är engagerade i ansvarsfulla affärsmetoder genom att proaktivt förbereda oss för direktivet om företagens hållbarhetsrelaterade aktsamhetsplikt (CSDDD). Vi har stärkt anpassningen till frivilliga standarder som OECD:s vägledning för aktsamhetsprocesser och FN:s vägledande principer för företag och mänskliga rättigheter.

Kakao

En ny treårscykel i verifieringsprocessen för Fazers kakao odlarprogram inleddes i slutet av 2024 och fortsatte under 2025. Oberoende revisorer besökte leverantörer, kooperativ och gårdar i alla våra tre kakao producerande länder. Resultaten var mycket positiva i Ecuador, där inga korrigerande åtgärder krävdes. I Nigeria identifierades en kritisk fråga gällande odlarregistret, vilket krävde en åtgärdsplan. I Elfenbenskusten noterades

flera brister kopplade till utbildning och processer, vilket belyser de mera omfattande lokala utmaningarna i landet. Korrigerande åtgärder följdes upp under året, och verifieringen slutfördes i december när vi mottog ett intygsbrev. En ny, mer fokuserad verifieringsrunda inleddes i slutet av 2025.

I början av 2025 besökte representanter från Fazer delstaten Cross River i Nigeria, en av våra största kakaoregioner. Teamet besökte kakaosamhällen och träffade leverantörspartners samt odlare för att diskutera deras erfarenheter av Fazers kakao odlarprogram, med särskilt fokus på frågor som barnarbete och avskogning. Delegationen bekantade sig även med sociala projekt som Fazer finansierar, såsom initiativ för rent vatten och stöd till skolor.

Fazer utfärdade också en gemensam deklaration med United Nations Industrial Development Organization (UNIDO) för att samarbeta kring ett tvåårigt projekt – "Partnerships for Sustainable, Inclusive and Circular Supply Chains" – som har som syfte att stödja kakao odlare i Ecuador att stärka sina färdigheter för att förbättra spårbarhet och hållbara affärsmetoder.

Hållbara val utan kompromisser

Fazer utvecklar hållbara matupplevelser och skapar förutsättningar för konsumenterna att fatta informerade val som stödjer deras välbefinnande och bidrar till glädjestunder. Samtidigt fokuserar vi minutiöst på hög kvalitet och främjar en miljömässigt hållbar verksamhet.

” **Alla våra produktionsanläggningar har livsmedelssäkerhetscertifieringar i enlighet med Global Food Safety Initiative.**

Som branschledare har Fazer åtagit sig att driva omställningen av livsmedelssektorn mot en mer hållbar framtid med hjälp av innovativa lösningar som stödjer ett hållbart livsmedelssystem, samtidigt som vi prioriterar konsumenternas behov och smakpreferenser.

Vi strävar efter att erbjuda kostval som bidrar till individens välbefinnande och utvecklar produkter med lägre utsläpp. Vi vidtar alla nödvändiga åtgärder för att säkerställa livsmedelssäkerhet och kvalitet och uppmärksammar våra produkters hälso- och näringsaspekter. Vi är pionjärer inom livsmedelsinnovation genom vår FoU-organisation Fazer Lab och långsiktiga forsknings- och utvecklingsprogram tillsammans med våra partners.

Förfaringssätt och mål

Hälsa och näring

Hållbara produkter och innovationer är en av Fazers fyra hållbarhetsambitioner.

År 2025 omdefinierade vi detta fokusområde för att ytterligare framhäva betydelsen av att erbjuda produktval som förbättrar välbefinnandet. Vi strävar efter att uppnå detta genom att:

- erbjuda valmöjligheter som främjar välbefinnande inom varje produktkategori
- uppmärksamma aspekter som portionsstorlek, öka andelen fullkorn, minska salt- och sockerhalten samt

erbjuda andra hälsofördelar som vitaminer, fibrer och förbättrad fettkvalitet

- öka antalet produkter med tillsatta hälsofördelar.

Fazer har en lång historia av att utveckla produkter med hälso- och näringsfördelar. Vi arbetar nu med att systematisera detta tillvägagångssätt genom att sätta specifika mål för varje affärsenhet och -område.

För att stödja arbetet kring utvecklingen av de näringsmässiga aspekterna av våra produkter, har näring integrerats i Fazers långsiktiga FoU-agenda. Utöver näring omfattar agendan även innovationer inom spannmålsteknologier, socker och sötma, samt framtidssäkra proteiner och fetter. Även nya värdeskapande lösningar samt nytänkande lösningar relaterade till kakao och choklad ingår i agendan.

Produktsäkerhet och kvalitet

Vårt engagemang för kvalitet och livsmedelssäkerhet definieras i vår QEHS-policy (Quality, Food Safety, Environment, and Occupational Health and Safety), som utgör ramen för effektiv hantering av kvalitet och livsmedelssäkerhet i all Fazers verksamhet.

Vi arbetar för att säkerställa förstklassig säkerhet och kvalitet på våra produkter, och alla våra produktionsanläggningar har livsmedelssäkerhetscertifieringar (FSSC 22000, BRCS, IFS) i enlighet med Global Food

Safety Initiative (GFSI). Vi skyddar därtill livsmedelssäkerheten genom att upprätthålla höga kvalitetsstandarder, som understöds av ett stort antal kontroll- och säkerhetsåtgärder. Inom ramarna för vårt koncernövergripande team för livsmedelssäkerhet främjar vi utbyte av erfarenheter och bästa praxis för att stödja en enhetlig livsmedelssäkerhetskultur på våra anläggningar.

Åtgärder och framsteg

Hälsa och näring

År 2025 började vi arbetet med att utveckla affärsområdesspecifika planer för att främja hälsa och näring. Fazer Bageri Finland införde ett mål att öka andelen fullkornsbröd i sitt sortiment till 65 procent till 2030 (57 procent år 2025). Fazer arbetar aktivt för att öka konsumtionen av fullkorn och har börjat ange fullkornsinnehållet på förpackade bröd i Finland.

Vi har också flera produkter märkta med Hjärt-symbolen eller Nyckelhålet i vår portfölj, vilket indikerar att de är bättre val inom kategorierna för bageri- och frukostprodukter. Konfektyrprodukter tillhandahålls i många förpackningsstorlekar som lämpar sig för olika konsumtionssituationer och -tillfällen. I våra växtbaserade kategorier berikar vi produkterna med viktiga näringsämnen för att stödja en balanserad växtbaserad kost.

Produktsäkerhet och kvalitet

År 2025 uppdaterade vi vår QEHS-policy och kommunicerade den till våra medarbetare. Vi gör vårt yttersta för att säkerställa hög kvalitet och säkerhet i våra produkter genom rigorös kontroll av varje steg i produktionen. Trots detta förekom en produktåterkallelse relaterad till livsmedelssäkerhet. Antalet återkallelser minskade tydligt jämfört med föregående år.

Ansvarsfull marknadsföring

År 2025 uppdaterade vi vår marknadsföringspolicy för att anpassa den till den aktuella affärsmiljön och regulatoriska rekommendationer. Våra reklam- och marknadsföringsaktiviteter fortsätter att främst rikta sig till vuxna målgrupper.

Under året förekom ett fall av avvikelser från riktlinjerna gällande marknadskommunikation, relaterat till vilseledande förpackningsmärkningar.

Vi kommer att fortsätta öka medvetenheten om dessa frågor inom företaget genom vägledning och utbildning.

”

Utöver söta läckerheter i många olika förpackningsstorlekar erbjuder Fazer ett brett sortiment av näringsmässigt balanserade produkter som främjar välbefinnande.



Bilaga

Rapporteringsprinciper och datainsamling

Fazer följer noggrant utvecklingen av EU-lagstiftningen och har inlett förberedelser för att uppfylla de kommande kraven i Corporate Sustainability Reporting Directive (CSRD). År 2025 rapporterar Fazer i enlighet med Global Reporting Initiative (GRI), samtidigt som vi integrerar delar av European Sustainability Reporting Standards (ESRS) i rapporteringsstrukturen.

Våra förberedelser inför CSRD-kraven inleddes 2023, då vi genomförde en omfattande dubbel väsentlighetsanalys (Double Materiality Assessment, DMA). Analysen uppdaterades 2024. Denna rapport för 2025 baseras på de huvudsakliga resultaten från DMA, och vi kommer att uppdatera analysen och de väsentliga frågorna mer ingående då CSRD-regelverket och de reviderade ESRS-standarderna färdigställs.

Rapporteringsperioden motsvarar kalenderåret och Fazers räkenskapsår, 1.1–31.12.2025. Rapportens omfattning inkluderar alla verksamhetsställen och produktionsenheter, om inget annat anges.

Datainsamling

Alla finansiella uppgifter har samlats in via Fazers finansiella rapporteringssystem. Alla finansiella siffror som presenteras i denna rapport grundar sig på Fazers reviderade koncernredovisning. Personaluppgifterna omfattar alla Fazers verksamhetsländer och anställda. Data samlas in av Fazers HR-organisation genom ett centraliserat HR-informationssystem som täcker alla Fazers verksamhetsländer. I hållbarhetsrapporteringen presenteras

medarbetarrelaterade data i antal anställda, medan data i den finansiella rapporteringen i stället presenteras i heltidsekvivalenter (FTE). Antalet icke-Fazer-personal samlas in via Fazers säkerhetssystem och baserar sig på antalet tillträden som beviljats till Fazers lokaler.

Klassificeringen av producerade ton exkluderar de fraktioner av biprodukter från kvarnverksamheten som klassificeras som oätliga för människor. De produktionsvolymerna som används för intensitetsberäkning grundar sig på uppgifter från Fazers system för resursplanering (ERP).

Fazers miljöprestanda följs upp i ett företagsspecifikt Excel-baserat verktyg, som omfattar alla indikatorer som krävs för att uppfylla kraven i GRI:s universella standarder 2021. Miljöuppgifterna samlas in från alla Fazers produktionsenheter i Finland, Sverige och Lettland. Miljöuppgifterna, såsom energianvändning, bränsleförbränning, avfallsfraktionsvolymerna, vattenuttag, avloppsvatten och miljöincidenter samlas in månatligen.

Fazers utsläppsinventarie rapporteras enligt "Greenhouse Gas Protocol" (GHG-protokollet), en globalt erkänd standard för att beräkna och rapportera utsläpp av växthusgaser, med en operativ kontrollmetod. I samband med fastställningen av de vetenskapligt baserade målen år 2021 genomförde företaget en utsläppsgranskning för att bedöma väsentliga utsläppskategorier.

För beräkning av utsläpp i scope 1 utgörs de tillämpade utsläppsfaktorerna av en kombination av DEFRA-databasen

(UK Government GHG Conversion Factors for Company Reporting, 2025), finska Statistikcentralens bränsleklassificering och leverantörernas tillhandahållna utsläppsberäkningar.

Utsläppen i scope 2 har beräknats enligt principerna om dubbel rapportering i GHG-protokollets riktlinjer för scope 2 (marknads- och platsbaserad metod). De lämpliga platsutsläppsfaktorerna har erhållits från finska Statistikcentralen, Association of Issuing Bodies (EU Residual Mix) och Internationella energiorganet (IEA). Fazers elektricitetsleverantör garanterar den inköpta fossilfria elektricitetens ursprung via certifikat och anger utsläppsfaktorerna via en offentlig miljöproduktdeklaration.

De flesta av de scope 3-relaterade utsläppen i leveranskedjan (kategorierna 1, 2, 4, 9 och 12) beräknas med en hybridmetod som använder utsläppsfaktorer från Ecoinvent-databasen (volym) och Exiobase-databasen (utgifter), samt vissa volymbaserade leverantörsspecifika produktdata för koldioxidavtryck. Transport- och distributionsdata omfattar ingående råvarutransporter, transporter mellan våra egna enheter samt utgående leveranser av färdiga produkter från Fazers produktionsanläggningar till kunder. Dessutom ingår en uppskattning av transporten från butik till konsumtionsplats, baserad på produktionsvolym. Utsläppen från logistik (transport, lagring och distribution) beräknas genom en kombination av utgiftsbaserade faktorer från Exiobase-

databasen, DEFRA-databasen och finska Statistikcentralen.

De återstående scope 3-kategorierna (kategorierna 3, 5, 6 och 7) rapporteras med en kombination av olika utsläppsfaktorer. Uppströmsutsläpp från bränsle- och energirelaterade aktiviteter beräknas med en kombination av nationella Well-to-Tank-emissionsfaktorer. Utsläpp från avfall som uppstår i verksamheten beräknas med hjälp av en kombination av emissionsfaktorer från DEFRA-databasen och Helsingforsregionens miljötjänsters (HRM:s) projekt Julia 2030. Utsläpp från affärsresor beräknas av Fazers leverantör och baserar sig på resta kilometer både flygande och på räls och kompletteras av utsläppsfaktorer enligt DEFRA-databasen i enlighet med tjänsteleverantörens val. Medarbetarnas pendlingsresor beräknas baserat på antal anställda per land genom att använda utsläppsfaktorer från DEFRA-databasen och LIPASTO-databasen från Teknologiska forskningscentralen VTT i Finland.

Standarder, certifikat och granskningar

Ledningssystem för kvalitet, livsmedelssäkerhet, miljö och arbetsmiljö är viktiga verktyg för att driva hållbarhetsarbetet på Fazers anläggningar. Genom platsanpassade ledningssystem strävar vi efter enhetliga och strukturerade arbetssätt. Detta arbetssätt utvecklar kompetenser, stärker riskhanteringen och bidrar till att säkerställa regelefterlevnad. Certifieringsstatus för alla Fazers produktionsanläggningar finns på [sida 60](#).



Fazer-koncernens hållbarhetspolicyer och principer

Policy	Centralt innehåll	Process för uppföljning	Omfattning	Ansvar	Tredjepartsstandarder	Tillgänglighet
Fazers uppförandekod (CoC)	Grundläggande etiska standarder och principer för etiskt beteende, inklusive mänskliga rättigheter, antikorrupktion och mutor, konsumentssäkerhet, efterlevnad av lagar och regler samt miljöansvar	Visselblåsartjänst, utredningar, styrelserapportering, årsredovisning	Alla Fazer-koncernens medarbetare, Fazers styrelse	Chefsjurist Styrelsen	FN:s vägledande principer för företag och mänskliga rättigheter (UNGP) och ILO-konventioner	Offentlig
Uppförandekod för leverantörer (SCoC)	Främst mänskliga rättigheter och arbetsrättigheter, miljö, arbetsmiljö och säkerhet samt affärsetik	Leverantörsengagemang, revisioner och granskningar, SEDEX	Direkta och indirekta leverantörer samt kontraktstillverkare	Chef för koncernens inköpsfunktion Fazer-koncernens ledningsgrupp	FN:s allmänna förklaring om de mänskliga rättigheterna, relevanta ILO-konventioner, de tio principerna i Global Compact-ramverket	Offentlig
Hållbarhetspolicy	Fazers hållbarhetsprioriteringar, principer och åtaganden samt hållbarhetsstyrning	Årlig hållbarhetsrapportering, granskningar utförda av högsta ledningen, uppföljning av centrala indikatorer, extern verifiering av växthusgasutsläpp och matsvinn	Alla Fazer-koncernens medarbetare	Chef för kommunikation och hållbarhet Fazer-koncernens ledningsgrupp	Främst FN:s vägledande principer för företag och mänskliga rättigheter (UNGP)	Offentlig
Människorätts-policy	Grundprinciper för mänskliga rättigheter samt relaterade konsekvenser och processer	Kanaler för klagomål, utredningar, rapportering till högsta ledningen, leverantörsengagemang	Alla Fazer-koncernens verksamheter och länder där vi är verksamma, leverantörer	Chef för kommunikation och hållbarhet Fazer-koncernens ledningsgrupp	Främst FN:s allmänna förklaring om de mänskliga rättigheterna, ILO:s grundläggande principer och rättigheter i arbetslivet, FN:s vägledande principer (UNGP)	Offentlig
QEHS-policy (kvalitet, miljö och livsmedelssäkerhet samt arbetshälsa och arbets säkerhet)	Fazers strategi för och styrning av arbetsmiljö och säkerhet, kvalitet och livsmedelssäkerhet samt miljö	Interna revisioner, granskning av ledningssystem, externa certifieringar, uppföljning av centrala indikatorer och granskningar utförda av högsta ledningen	Alla Fazer-koncernens medarbetare	Chef för kommunikation och hållbarhet Fazer-koncernens ledningsgrupp	ISO 9001, ISO 14001, ISO 45001, ISO 22000, FSSC 22000, HACCP, BRC, IFS (beroende på produktionsanläggning)	Offentlig
Marknadsförings-policy	Principer för marknadskommunikation och styrning därav	Interna processer för godkännande, efterlevnad av ICC:s riktlinjer	Alla Fazer-koncernens medarbetare	Marknadsföringschef Fazer-koncernens ledningsgrupp	ICC:s kod för reklam och marknadskommunikation, lokala självreglerande koder	Offentlig
Policy för djurvälstånd	Minimikrav för djurvälstånd som våra leverantörer förväntas följa i sin egen verksamhet och i sin leveranskedja	Genom Fazers uppförandekod för leverantörer och koncernens hållbarhetskrav för råvaror, ingredienser och produkter	Alla Fazers leverantörer	Chef för koncernens inköpsfunktion Fazer-koncernens ledningsgrupp	De fem friheterna för djurvälstånd enligt OIE – Världsoorganisationen för djurhälsa	Offentlig

Intressentengagemang inom hållbarhet

Intressenter	Metoder för och organisering av intressentsamarbete	Syftet med intressentsamarbetet	Intressenternas prioriteringar och synpunkter	Beaktande av intressenternas synpunkter i strategin och affärsmodellen	Administrativ uppföljning av intressenternas synpunkter
Konsumenter	Caféer, butiksbagerier, bageributiker, konsumentservice, onlinekanaler, undersökningar, webbplatser, sociala medier, förpackningar. Administreras av teamen för marknadsföring, konsumentinsikt och kommunikation.	Förstå behovet av hälsa, hållbarhet och bekvämlighet, informera om produkter och tjänster, stärka förtroendet för varumärket	Trygga, hållbart tillverkade och hälsosamma produkter samt bekvämlighet och transparens	Produktinnovationer, hållbara förpackningar och ökad transparens kring hållbarhet	Insikter rapporteras kvartalsvis till högsta ledningen, aktieägarna och styrelsen
Kunder	Möten, samlingsaktiviteter, enkäter, nyhetsbrev, kundundersökningar. Hanteras av Key Account-teamen.	Säkerställa livsmedelssäkerhet, kvalitet och hållbarhet, stärka relationerna	Prioritering av hållbara råvaror, minskning av utsläpp och kvalitetskontroll	Mer ambitiösa standarder för inköp, hållbarhetscertifieringar och större transparens i leveranskedjan	Intressentöversikten delas årligen med styrelsen, väsentliga frågor eskaleras vidare till affärsområdets eller -enhetens ledning
Medarbetare	Ledningsmodell för individuell prestation, medarbetarundersökningar, whistleblowing, chefskommunikation, personalaktiviteter, intranät, HR-möten. Administreras av HR och leveranskedja.	Upprätthålla välbefinnande, säkerhet och delaktighet, förbättra färdigheter och engagemang	En trygg arbetsmiljö, karriärmöjligheter, mångfald och inkludering	DEI-initiativ, vidareutbildning och uppdaterade säkerhetsprotokoll	Resultaten från den årliga medarbetarundersökningen går igenom av ledningen och diskuteras i teamen. En sammanfattning därav ges till styrelsen.
Aktieägare och finansiella institut	Bolagsstämma, årsrapport, rapporter, möten, aktieägarnas webbplats. Administreras av kommunikationsteamet.	Kommunicera om resultat och prestation, styrning, hållbarhetsutveckling och affärsutveckling	Långsiktig avkastning, ESG-prestation och riskhantering	ESG integrerad i den finansiella planeringen och uppställda hållbarhetsmål	Styrelsen går igenom framstegen inom ESG två gånger per år, centrala utmaningar behandlas därefter
Leverantörer och tjänsteleverantörer	Process för hantering av leverantörsrelationer, möten, avtal, revisioner, uppföljning. Administreras av inköpssteamet.	Säkerställa kvalitet, affäretik och möjligast liten miljöpåverkan samt värna om mänskliga rättigheter	Rättvisa avtal, enhetlig riktlinje för hållbarhetsarbete och partnerskap	Stärkta ESG-krav för leverantörerna, gemensamma projekt, genomförda utbildningar	Rapport över leverantörernas efterlevnad ges till ledningen kvartalsvis, väsentliga risker eskaleras vidare till affärsområdets eller -enhetens ledning
Samhälle (myndigheter och regeringar, medier, icke-statliga organisationer och lokalsamhällen)	Möten, partnerskap, samarbete, enkäter, evenemang. Administreras av ansvariga för samhällsrelationer och kommunikationsteamet.	Främja öppenhet, efterlevnad och samhällligt värdeskapande	Förväntningar på etiska arbetsmetoder, ledarskap inom hållbar utveckling och investeringar i samhället	Transparent hållbarhetsrapportering	Rapporteras till ledningen vid behov
Universitet, forskningsinstitut och start-upföretag	Forskningskonsortier, samarbeten. Administreras av forskning- och produktutvecklingsteamet.	Främja ett hållbart livsmedelssystem, skapa innovationer inom foodtech	Fokus på innovation med social och miljömässig påverkan	Forskning och utveckling med fokus på hållbara råvaror och nya produktionsteknologier	Framsteg inom forskning och utveckling rapporteras två gånger per år till högsta ledningen, aktieägarna och styrelsen



Standarder, certifikat och granskningar

	Medarbetare 31.12.2025	Standarder för kvalitet, miljö, hälsa och säkerhet					Standarder för livsmedelssäkerhet			Hållbarhet		
		ISO 9001	ISO 14001	ISO 50001	AOECS glutenfri	ISO 45001	FSSC 22000	IFS	BRC	RSPO	SMETA 2 -pillar	SMETA 4 -pillar
Fazer Konfektyr												
Vanda	628	X	X			X	X			X		X
Villmanstrand	423	X	X			X	X			X		X
Hako (Lahti Crisps)	39	X	X			X	X					
Fazer Bageri Finland												
Vanda	454		X				X			X		
Lahtis	330		X				X					
Villmanstrand	92		X				X		X			
Glutenfritt bageri, Lahtis	55				X		X			X		
Fazer Bageri Sverige												
Eskilstuna	176		X			X	X					
Lidköping	145		X			X	X	X				
Umeå	158		X			X	X	X				
Fazer Bageri Baltikum												
Ogre	374			X			X					
Fazer Lifestyle Foods												
Fazer Kvarn Lahtis	101		X		X	X	X					
Fazer Kvarn Lidköping	80		X					X				
Koria	*								X		X	
Tingsryd	127		X						X			X
Xylitol Lahtis	33											

* verksamheten upphörde i juli 2025



GRI-index

GRI-standarder för offentliggörande		Innehållet finns	Fullständigt ● delvis rapporterat ◐	Kommentar
GRI 2: Allmänna uppgifter (2021)				
Organisatorisk profil				
2-1	Organisatoriska detaljer	Corporate Governance Report, s. <u>67</u>	●	Fazersvägen 6 PO Box 4 FI-00941 HELSINGFORS FINLAND
2-2	Enheter som ingår i organisationens hållbarhetsrapportering	Årsredovisning: Bilaga, s. <u>56</u>	●	
2-3	Rapporteringsperiod, frekvens och kontaktperson	GRI index	●	Rapporteringsperiod 1.1–31.12.2025. Rapportens publiceringsdatum: 9.3.2026 Kontaktperson: Joséphine Mickwitz, josephine.mickwitz@fazer.com
2-4	Omformuleringar av information		●	Inga omformuleringar av information har gjorts under rapporteringsperioden.
2-5	Externa garantier		●	En översiktlig granskning av data för matsvinn och utsläpp har utförts i samband med avtalet om revolverande kreditfacilitet (RCF).
Aktiviteter och arbetstagare				
2-6	Aktiviteter, värdekedja och andra affärsrelationer	Årsredovisning: Fazer år 2025, s. <u>4–5</u> , <u>10–12</u> ; Allmän information, s. <u>25</u> ; Bilaga, s. <u>59</u>	●	
2-7	Anställda	Årsredovisning: Social information, s. <u>45–46</u> , <u>50</u> ; Bilaga, s. <u>56</u>	●	
2-8	Arbetstagare som inte är anställda	Årsredovisning: Social information, s. <u>45</u> ; Bilaga, s. <u>56</u>	●	Antalet anställda som inte är anställda har ökat med 12 % jämfört med föregående rapporteringsperioden.
Styrning				
2-9	Styrningsstruktur och sammansättning	Corporate Governance Report, s. <u>67–71</u> ; Financial Review: Board of Directors' Report, s. <u>87</u>	●	
2-10	Nominering och val av det högsta styrande organet	Corporate Governance Report, s. <u>68</u>	●	
2-11	Ordförande för det högsta styrande organet	Corporate Governance Report, s. <u>74</u>	●	Styrelsens ordförande är inte en ledande befattningshavare i företaget.
2-12	Det högsta styrande organets roll i övervakningen av förvaltningen av effekter	Corporate Governance Report, s. <u>68</u> ; Financial Review: Board of Directors' Report, s. <u>87</u>	●	
2-13	Delegering av ansvaret för förvaltning av effekter	Financial Review: Board of Directors' Report, s. <u>87</u> ; Årsredovisning: Allmän information, s. <u>23</u> , <u>26</u>	●	

GRI-standarder för offentliggörande		Innehållet finns	Fullständigt ● delvis rapporterat ◐	Kommentar
2-14	Det högsta ledningsorganets roll i hållbarhetsrapporteringen	Financial Review: Board of Directors' Report, s. 87	●	
2-15	Intressekonflikter	Corporate Governance Report, s. 68–71 , 74–76	●	
2-16	Kommunikation av kritiska frågor	Corporate Governance Report, s. 69–70 ; Financial Review: Board of Directors' Report, s. 92	●	
2-17	Kollektiv kunskap hos det högsta styrande organet	Financial Review: Board of Directors' Report, s. 86	●	
2-18	Utvärdering av det av högst styrande organets arbete	Corporate Governance Report, s. 68	●	
2-19	Ersättningspolicy	Corporate Governance Report, s. 71–72	●	
2-20	Process för att fastställa ersättningar	Corporate Governance Report, s. 67 , 71–72	●	
2-21	Förhållning årlig totalkompensation	Corporate Governance Report, s. 71–72	◐	Fazer rapporterar den totala ersättningen till koncernchef och medlemmarna i Fazers ledningsgrupp. Den totala ersättningen redovisas inte på grund av ofullständiga uppgifter gällande medianen av de anställdas årliga ersättning.
Strategi, policyer och praxis				
2-22	Uttalande om strategin för hållbar utveckling	Financial Review: Board of Directors' Report, s. 86 ; Årsredovisning: Koncernchefens översikt s. 6–7 ; Allmän information, s. 21–22	●	
2-23	Policyåtaganden	Financial Review: Board of Directors' Report, s. 86 ; Årsredovisning: Allmän information, s. 26 ; Bilaga, s. 58	●	Fazers policyer hittas online .
2-24	Förankring av policyåtaganden	Financial Review: Board of Directors' Report, s. 86 ; Årsredovisning: Allmän information, s. 23 , 26 ; Social information, s. 51 ; Bilaga, s. 58	●	
2-25	Processer för att åtgärda negativa effekter	Financial Review: Board of Directors' Report, s. 91 ; Årsredovisning: Miljöinformation, s. 36–38 , 39–43 ; Social information, s. 45–48 , 52–53	●	
2-26	Mekanismer för att söka råd och ta upp problem	Financial Review: Board of Directors' Report, s. 92	●	
2-27	Efterlevnad av lagar och förordningar	GRI-index	●	Det har inte förekommit betydande fall av bristande efterlevnad av lagar och förordningar under 2025.
2-28	Medlemskap i organisationer	Årsredovisning: Allmän information, s. 27	●	
Intressentengagemang				
2-29	Strategi för att engagera intressenterna	Årsredovisning: Allmän information, s. 26 ; Bilaga, s. 59	●	Centrala intressenter har identifierats i samband med dubbel väsentlighetsanalys.
2-30	Kollektivavtal	Årsredovisning: Social information, s. 49	●	

GRI-standards för offentliggörande

Innehållet finns

Fullständigt ● delvis rapporterat ● Kommentar

GRI 3: Materiella ämnen (2021)

3-1	Process för att fastställa väsentliga ämnen	Årsredovisning: Allmän information, s. <u>26</u>	●	Mer information online .
3-2	Lista över väsentliga ämnen		●	Mer information online .
3-3	Hantering av väsentliga ämnen	Årsredovisning: Miljöinformation, s. <u>29–32</u> , <u>34–35</u> , <u>36–38</u> , <u>39–43</u> ; Social information, s. <u>45–50</u> , <u>51–53</u> , <u>54–55</u> ; Bilaga, s. <u>58</u>	●	Mer information online .

EKONOMISKA STANDARDER

GRI 201: Ekonomisk utveckling (2016)

201-1	Direkt ekonomiskt värde som genereras och distribuera	Financial Review: Group key figures, s. <u>98</u> , Financial Statements, s. <u>100</u> ; Årsredovisning: Fazer år <u>2025</u> , s. <u>5</u> ; Strategi, s. <u>10</u> ; Allmän information, s. <u>25</u>	●	
-------	---	---	---	--

GRI 203: Indirekta ekonomiska konsekvenser (2016)

203-2	Betydande indirekta ekonomiska konsekvenser	Financial Review: Board of Directors' Report, s. <u>81</u> ; Årsredovisning: CEO's review, s. <u>6–7</u> ; Allmän information, s. <u>25</u>	●	
-------	---	--	---	--

MILJÖNORMER

GRI 301: Material (2016)

301-1	Material som använts i vikt eller volym	Årsredovisning: Miljöinformation, s. <u>41</u>	●	Uppgifterna gäller förpackningsmaterial.
-------	---	--	---	--

GRI 302: Energi (2016)

302-1	Energiförbrukning inom organisationen	Årsredovisning: Miljöinformation, s. <u>33</u>	●	
302-3	Energiintensitet	Årsredovisning: Miljöinformation, s. <u>33</u>	●	Energiintensiteten har beräknats utifrån summan av alla energityper.

GRI 303: Vatten och avlopp (2018)

303-1	Interaktion med vatten som en delad resurs	Årsredovisning: Miljöinformation, s. <u>34–35</u>	●	
303-2	Hantering av effekter vid vattenutsläpp	Årsredovisning: Miljöinformation, s. <u>34–35</u>	●	
303-3	Vattenuttag	Årsredovisning: Miljöinformation, s. <u>34</u>	●	Vattenuttaget är inte uppdelat efter källa, men i de flesta fallen hämtas vattnet från den kommunala vattenförsörjningen.
303-4	Avloppsvatten	Årsredovisning: Miljöinformation, s. <u>34</u>	●	Avloppsvattnet delas inte upp efter källa, men i de flesta fallen går avloppsvattnet från produktionen till kommunala avlopp och hanteras där.
303-5	Vattenförbrukning	Årsredovisning: Miljöinformation, s. <u>34</u>	●	

GRI-standarder för offentliggörande
Innehållet finns
**Fullständigt ●
delvis rapporterat ◐ Kommentar**
GRI 304: Biologisk mångfald (2016)

304-2	Verksamhetens, produkternas och tjänsternas betydande inverkan på den biologiska mångfalden.	Årsredovisning: Miljöinformation, s. 36–37	◐	Den viktigaste indirekta påverkan på den biologiska mångfalden sker i leverantörskedjan, i samband med odling av råvaror. De arter som påverkas, omfattningen av de påverkade områdena, varaktigheten och reversibiliteten av effekterna rapporteras inte.
-------	--	--	---	---

GRI 305: Utsläpp (2016)

305-1	Direkta växthusgasutsläpp (scope 1)	Årsredovisning: Miljöinformation, s. 31, 33 ; Bilaga, s. 56	●	Alla gaser inkluderade eftersom Fazer använder koldioxidekvivalenter i beräkningen av utsläpp av växthusgas (GHG).
305-2	Indirekta utsläpp av växthusgaser från energi (scope 2)	Årsredovisning: Miljöinformation, s. 31, 33 ; Bilaga, s. 56	●	Se kommentar ovan.
305-3	Andra indirekta växthusgasutsläpp (scope 3)	Årsredovisning: Miljöinformation, s. 31, 33 ; Bilaga, s. 56	●	Se kommentar ovan.
305-4	Intensitet av växthusgasutsläpp	Årsredovisning: Miljöinformation, s. 33 ; Bilaga, s. 56	●	Se kommentar ovan. Organisations specifika mått är producerade ton.

GRI 306: Avfall (2020)

306-1	Avfallsgenerering och betydande avfallsrelaterad påverkan	Årsredovisning: Miljöinformation, s. 39–41, 43	●	
306-2	Hantering av betydande avfallsrelaterade effekter	Årsredovisning: Miljöinformation, s. 39–41, 43	●	
306-3	Producerat avfall	Årsredovisning: Miljöinformation, s. 41, 43 ; Bilaga, s. 57	●	
306-4	Avfall som inte behöver bortskaffas	Årsredovisning: Miljöinformation, s. 41 ; Bilaga, s. 57	●	
306-5	Avfall som leds till avfallshantering	Årsredovisning: Miljöinformation, s. 41 ; Bilaga, s. 57	●	

GRI 308: Leverantörens miljöbedömning

308-1	Nya leverantörer som granskats med hjälp av miljökriterier	Årsredovisning: Social information, s. 51	◐	
-------	--	---	---	--

SOCIALA STANDARDER
GRI 403: Hälsa och säkerhet på arbetsplatsen (2018)

403-1	System för hälsa och säkerhet på arbetsplatsen	Årsredovisning: Social information, s. 45	◐	Medarbetarna som inte är anställda men vars arbete och/eller arbetsplats kontrolleras av organisationen ingår ej i den rapporterade informationen.
403-2	Identifiering av faror, riskbedömning och utredning av incidenter.	Årsredovisning: Social information, s. 47–48	◐	Se kommentar ovan.
403-4	Arbetstagarnas deltagande, samråd och kommunikation om hälsa och säkerhet på arbetsplatsen.	Årsredovisning: Social information, s. 46	◐	Se kommentar ovan.

GRI-standarder för offentliggörande		Innehållet finns	Fullständigt ● delvis rapporterat ◐	Kommentar
403-5	Utbildning av arbetstagare i hälsa och säkerhet på arbetsplatsen.	Årsredovisning: Social information, s. 48	●	Se kommentar ovan.
403-6	Främjande av arbetstagarnas hälsa	Årsredovisning: Social information, s. 45–46	◐	Se kommentar ovan.
403-9	Arbetsrelaterade skador	Årsredovisning: Social information, s. 47–48 , 50	◐	Se kommentar ovan. Den totala olycksfrekvensen har rapporterats.
GRI 404: Utbildning och fortbildning (2016)				
404-1	Genomsnittligt antal utbildningstimmar per år och anställd	Årsredovisning: Social information, s. 48–49	◐	Medarbetarkategori och kön rapporteras inte.
GRI 405: Mångfald och lika möjligheter (2016)				
405-1	Mångfald i ledningsorganen och bland de anställda	Årsredovisning: Social information, s. 46–47 , 50	◐	Kön och ålder rapporteras.
GRI 416: Kundernas hälsa och säkerhet (2016)				
416-1	Bedömning av produkt- och tjänstekategoriernas inverkan på hälsa och säkerhet.	Financial Review: Board of Directors' Report, s. 89	◐	Aggregerad siffra på koncernnivå ej insamlad.
416-2	Bristande efterlevnad av bestämmelserna om produkters och tjänsters inverkan på hälsa och säkerhet.	Financial Review: Board of Directors' Report, s. 89 ; Årsredovisning: Social information, s. 55	◐	
GRI 417: Marknadsföring och märkning (2016)				
417-3	Bristande efterlevnad i fråga om marknadskommunikation	Årsredovisning: Social information, s. 55	●	

Finansiell information

FAZER
ÅR 2025

STRATEGI

VÅR
VERKSAMHET

HÅLLBARHET
PÅ FAZER

FINANSIELL
INFORMATION

FAZER-
KONCERNEN

ÅRSREDOVISNING
2025





Koncernens resultaträkning

MEUR	2025	2024
Omsättning	1 188,6	1 183,1
Övriga rörelseintäkter	9,2	9,2
Material och tjänster	-489,2	-480,9
Personalkostnader	-296,3	-299,2
Övriga rörelsekostnader	-278,8	-279,3
Avskrivningar och nedskrivningar	-134,4	-87,0
Rörelseresultat	-1,0	46,0
Finansiella intäkter	6,9	4,4
Finansiella kostnader	-9,8	-5,0
Resultat före skatt	-3,9	45,4
Inkomstskatt	-15,2	-10,7
Periodens resultat	-19,1	34,7
Hänförligt till moderbolagets aktieägare	-19,1	34,7
Resultat per aktie hänförligt till moderbolagets aktieägare		
Outspätt och utspätt koncernen totalt euro	-2,79	5,07

Koncernens rapport över totalresultat

MEUR	2025	2024
Räkenskapsperiodens resultat	-19,1	34,7
Övrigt totalresultat		
Poster som kan komma att omklassificeras till resultaträkningen		
Kassaflödessäkringar	-42,2	28,5
Omräkningsdifferenser	12,5	-8,3
Inkomstskatt hänförligt till posterna ovan	8,4	-5,7
Poster som inte ska omklassificeras till resultaträkningen		
Aktuariella vinster och förluster på pensionsförpliktelser	0,0	-0,4
Förändring i fonden för verkligt värde	0,2	-12,2
Inkomstskatt	-0,0	0,1
Övrigt totalresultat, efter skatt	-21,0	2,0
Summa totalresultat för perioden	-40,1	36,6
Totalresultat för perioden hänförligt till		
Moderbolagets aktieägare	-40,1	36,6



Koncernens balansräkning

MEUR	31.12.2025	31.12.2024
TILLGÅNGAR		
Anläggningstillgångar		
Goodwill	144,3	209,2
Övriga immateriella tillgångar	56,6	58,0
Materiella anläggningstillgångar	385,3	343,4
Nyttjanderättstillgångar	53,3	58,1
Långfristiga finansiella placeringar	17,5	17,6
Pensionstillgångar	0,2	0,2
Uppskjutna skattefordringar	0,5	0,6
Summa anläggningstillgångar	657,7	687,3
Omsättningstillgångar		
Varulager	1 17,3	101,9
Kundfordringar och övriga fordringar	1 30,1	195,3
Skattefordringar	3,2	2,3
Likvida medel	78,2	78,9
Summa omsättningstillgångar	328,9	378,4
SUMMA TILLGÅNGAR	986,5	1 065,6

MEUR	31.12.2025	31.12.2024
EGET KAPITAL OCH SKULDER		
Eget kapital		
Aktiekapital	1 36,8	1 36,8
Övriga fonder	-1,0	32,5
Omräkningsdifferens	-23,9	-36,4
Fonden för inbetalt fritt eget kapital	1 40,8	1 40,8
Balanserad vinst	370,7	417,1
Summa eget kapital	623,4	690,9
Långfristiga skulder		
Räntebärande skulder	74,9	68,2
Uppskjutna skatteskulder	18,1	24,6
Pensionsförpliktelser	2,2	2,2
Avsättningar	2,2	2,6
Övriga långfristiga skulder	1,5	1,3
Summa långfristiga skulder	98,9	98,9
Kortfristiga skulder		
Räntebärande skulder	17,2	33,1
Leverantörsskulder och övriga skulder	237,4	237,3
Skatteskulder	6,8	2,6
Avsättningar	2,8	2,8
Summa kortfristiga skulder	264,2	275,9
Summa skulder	363,2	374,8
SUMMA EGET KAPITAL OCH SKULDER	986,5	1 065,6



Koncernens kassaflödesanalys

MEUR	2025	2024
Kassaflöde från affärsverksamheten		
Periodens resultat	-19,1	34,7
Justeringar		
Avskrivningar och nedskrivningar	134,4	87,0
Skatter	15,2	10,7
Finansiella intäkter och kostnader	2,9	0,6
Justering av poster utan kassaflödespåverkan eller som inte tillhör affärsverksamhetens kassaflöde	-5,3	4,5
Summa justeringar	147,3	102,9
Förändring av rörelsekapitalet		
Minskning (+) / ökning (-) av varulagret	-14,0	6,5
Minskning (+) / ökning (-) av kund- och övriga fordringar	20,5	-5,5
Minskning (-) / ökning (+) av leverantörs- och övriga skulder	3,5	-12,3
Förändring av rörelsekapitalet	10,0	-11,4
Erhållna räntor	3,1	2,8
Betalda räntor	-4,4	-4,2
Övriga finansiella intäkter och kostnader, netto	0,8	-2,0
Betalda skatter	-10,1	-12,9
Nettokassaflöde från affärsverksamheten	127,5	110,0

MEUR	2025	2024
Kassaflöde från investeringsverksamheten		
Investeringar i materiella och immateriella anläggningstillgångar	-74,6	-54,9
Intäkter från försäljning av immateriella och materiella tillgångar	8,2	2,2
Investeringar i långfristiga finansiella placeringar	-	-0,1
Intäkter från försäljning av långfristiga finansiella placeringar	0,4	-
Nettokassaflöde från investeringsverksamheten	-66,0	-52,9
Kassaflöde från finansieringsverksamheten		
Ökning (+) / minskning (-) av långfristiga lån	-5,7	-5,7
Ökning (+) / minskning (-) av kortfristiga lån	-15,0	0,0
Amortering av leasingskulder	-14,2	-13,7
Betalda dividender	-27,4	-20,5
Nettokassaflöde från finansieringsverksamheten	-62,2	-39,9
Förändring av likvida medel		
Likvida medel 1.1.	78,9	61,7
Likvida medel 31.12.	78,2	78,9



Femårsöversikt

MEUR	2025	2024	2023	2022	2021
Resultaträkning och lönsamhet					
Omsättning	1 188,6	1 183,1	1 170,1	1 122,2	991,9
EBITDA, jämförbar	137,8	141,4	137,1	101,4	112,4
EBITDA, jämförbar %	11,6 %	12,0 %	11,7 %	9,0 %	11,3 %
EBITDA	133,5	133,1	123,6	109,5	97,1
EBITDA %	11,2 %	11,2 %	10,6 %	9,8 %	9,8 %
Rörelseresultat, jämförbar	77,8	75,9	66,8	34,4	53,0
Rörelseresultat, jämförbar %	6,5 %	6,4 %	5,7 %	3,1 %	5,3 %
Rörelseresultat	-1,0	46,0	-81,6	42,6	36,0
Rörelseresultat %	-0,1 %	3,9 %	-7,0 %	3,8 %	3,6 %
Räkenskapsperiodens resultat	-19,1	34,7	-86,5	16,2	32,0
Kvarvarande verksamheter	-19,1	34,7	-86,5	34,2	24,5
Avvecklad verksamhet	-	-	-	-18,0	7,6
Räkenskapsperiodens resultat					
Hänförligt till moderbolagets aktieägare	-19,1	34,7	-87,2	21,3	29,9
Hänförligt till innehav utan bestämmande inflytande	-	-	0,7	-5,1	2,1
Avkastning på eget kapital, jämförbar %	8,8 %	8,6 %	6,8 %	1,2 %	5,0 %
Avkastning på eget kapital, %	-2,9 %	5,1 %	-11,8 %	1,9 %	3,5 %
Avkastning på sysselsatt kapital, jämförbar %	10,3 %	9,7 %	7,8 %	3,5 %	5,1 %
Avkastning på sysselsatt kapital, %	-0,1 %	5,9 %	-9,5 %	4,0 %	3,0 %
Finansiell position					
Sysselsatt kapital	652,0	734,1	731,7	892,5	713,4
Rörelsekapital	-2,3	50,7	13,8	43,4	4,4
Eget kapital totalt	623,4	690,9	674,8	790,7	873,2
Balansomslutning	986,5	1 065,6	1 045,1	1 209,9	1 278,2
Nettoskulder	13,8	22,4	41,9	78,3	-95,2

MEUR	2025	2024	2023	2022	2021
Skuldsättningsgrad, %	2,2 %	3,2 %	6,2 %	9,9 %	-10,9 %
Soliditet, %	63,2 %	64,9 %	64,6 %	65,4 %	68,3 %
Nettoskulder / EBITDA	0,1	0,2	0,5	-0,1	-1,6
Övriga nyckeltal					
Investeringar	74,6	54,9	45,8	59,9	82,1
Affärsverksamhetens kassaflöde	127,5	110,0	142,8	72,7	77,5
Jämförbart resultat per aktie, totalt, EUR	8,46	8,59	7,27	2,21	6,46
Resultat per aktie, totalt, EUR	-2,79	5,07	-12,94	3,17	4,46
Kvarvarande verksamheter, EUR	-2,79	5,07	-12,94	5,02	3,60
Avvecklad verksamhet, EUR	-	-	-	-1,85	0,86
Dividend / aktie, EUR *	4,50	4,00	3,00	3,00	13,60
Personal, medeltal	4 761	4 885	4 870	4 990	4 891
Personal, slutet av december	4 693	4 764	4 743	4 875	4 711

* 2025 Styrelsens förslag till bolagsstämman. Siffrorna för åren 2022–2021 är kvarvarande verksamheternas siffror. Den år 2022 sålda Ryska verksamheten är inte inkluderad i den kvarvarande verksamheten för 2022–2021.



Formler för nyckeltal

Rörelseresultat	=	Omsättning + rörelsens övriga intäkter - kostnader - avskrivningar och nedskrivningar	Nettoskulder	=	Räntebärande skulder - likvida medel
EBITDA	=	Rörelseresultat + avskrivningar och nedskrivningar	Skuldsättningsgrad (%)	=	$\frac{\text{Nettoskulder}}{\text{Eget kapital}}$
Jämförelsestörande poster	=	Intäkter och kostnader, vilka inverkar på jämförbarheten mellan perioder på grund av deras exceptionella karaktär, storlek och/eller orsak. Dyliga poster är bland annat omstruktureringsprogram eller rättsfall, försäljningsvinster och -förluster, nedvärderingar och deras återföringar, förändring av verkligt värde för öppna elderivater, utvecklingskostnader för molnbaserad programvaror samt kostnader relaterat till förvärv och avyttring av verksamheter	Soliditet (%)	=	$\frac{\text{Eget kapital}}{\text{Eget kapital} + \text{skulder} - \text{erhållna förskottsbetalningar}}$
Avkastning på eget kapital (%)	=	$\frac{\text{Periodens resultat}}{\text{Eget kapital (i medeltal)}}$	Nettoskulder / EBITDA	=	$\frac{\text{Nettoskulder (i medeltal)}}{\text{EBITDA}}$
Avkastning på sysselsatt kapital (%)	=	$\frac{\text{Rörelseresultat}}{\text{Eget kapital} + \text{räntebärande skulder (i medeltal)}}$	Resultat per aktie	=	$\frac{\text{Resultat hänförligt till moderbolagets aktieägare}}{\text{Vägt genomsnittligt antal utestående aktier}}$
Sysselsatt kapital	=	Rörelsekapital + immateriella tillgångar + materiella tillgångar + tillgångar med nyttjanderätt + strategiska placeringar	Investeringar	=	Investeringar i immateriella och materiella anläggningstillgångar
Rörelsekapital	=	Varulager + försäljnings- och övriga fordringar - avsättningar - inköps- och övriga skulder +/- tillgångar och skulder relaterat till pensionsarrangemang			



fazergroup.com