

# Årsstämma 2023

Magnus Groth  
Vd och koncernchef



Med varumärken som TENA, TENA for Men, Knix, TOM Organic, Libresse, Bodyform, Saba, Nosotras och Modibodi är Essity global marknadsledare inom det snabbväxande segmentet absorberande underkläder.

# Essity – Ett ledande hygien- och hälsobolag

156

Nettoomsättning 2022  
miljarder SEK

150

Försäljning i antal  
länder

48 000

medarbetare

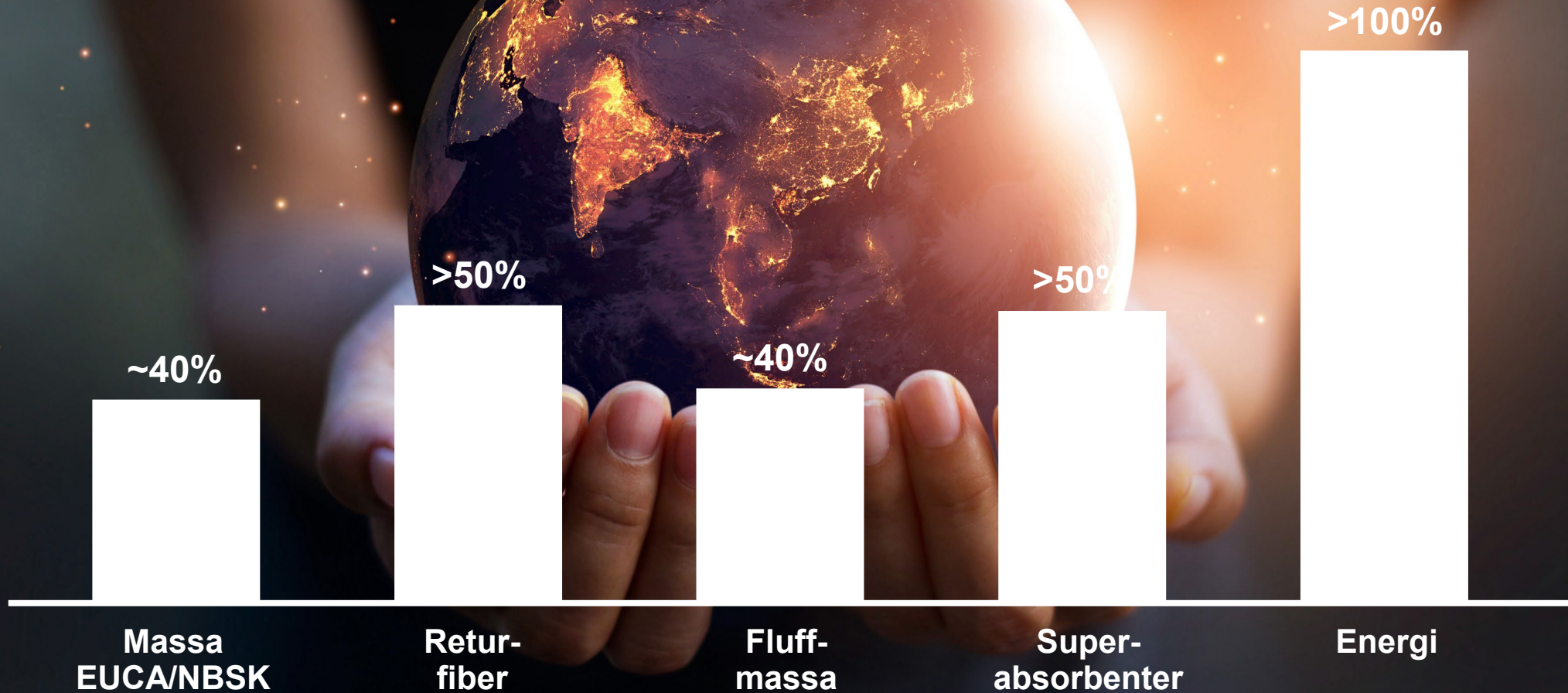


# Starka varumärken som berör över 1 miljard människor varje dag



# 2022

## Utmanande omvärld



Grafen visar ökning 2022 jämfört med 2021



**samt stora störningar i leverantörskedjor**

# 2022

## Ökad produktivitet och högre effektivitet

**Manufacturing  
Roadmap**

**E-save**

**Digitalisering**

**Kostnadskultur och  
ständiga förbättringar**

# 2022

# Innovationer för ökad kundnytta och ledande varumärken



Position  
#1 eller #2  
~90%  
av varumärkes-  
försäljningen

# 2022 ... med lägre miljöpåverkan

**Koldioxid-  
utsläpp  
-18%**

Science Based Targets,  
Scope 1 och 2,  
jämfört med 2016



# 2022 Förvärv i snabbväxande segment



 Legacy



**knix**



**Modibodi®**



# 2022

Rekord-  
försäljning

Omsättning

**156**

miljarder SEK

Rörelseresultat  
i linje med 2021

Justerad  
EBITA

**13,1**

miljarder SEK

Försäljnings-  
tillväxt

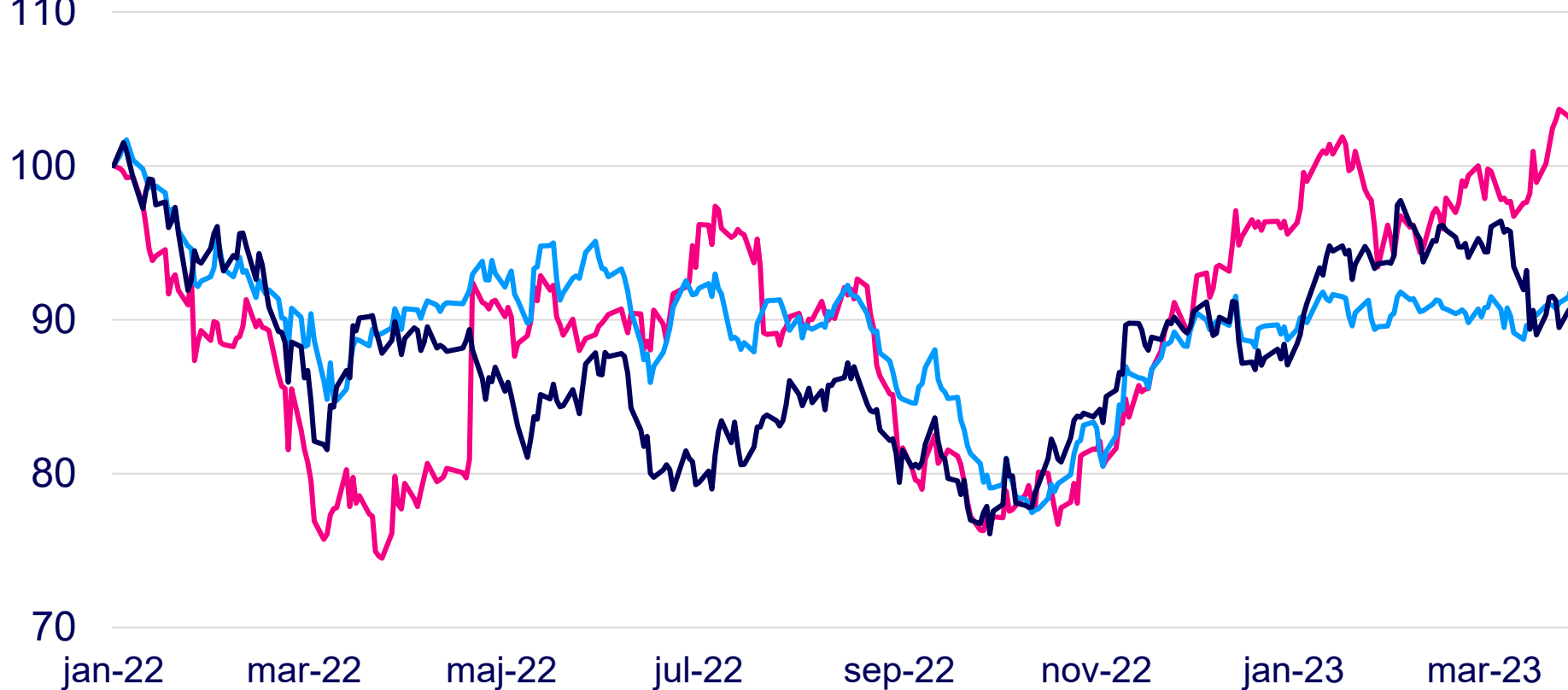
**+17,7%**

Organisk och  
förvärv

# Totalavkastning

1 januari 2022 – 28 mars 2023

Index 110



**Essity +3%**

**Jämförelsegrupp -8%**

**OMX 30 -9%**

# Förslag till utdelning

Föreslagen utdelning<sup>1)</sup>



<sup>1)</sup> Av styrelsen föreslagen utdelning

# Finansiella mål och policyer

Årlig försäljningstillväxt<sup>1)</sup>

---

>5%

Kapitalstruktur

---

“Maintain a solid investment grade rating”

Justerad avkastning på sysselsatt kapital<sup>2)</sup>

---

>17%  
2025

Utdelning

---

Långsiktig stabil och stigande utdelning

<sup>1)</sup> Inklusivt organisk försäljningstillväxt och förvärv

<sup>2)</sup> Exklusivt jämförelsestörande poster

# Gynnsamma marknadstrender

A photograph of two women jogging on a path in a park. The woman on the left is older, with blonde hair, wearing a light-colored zip-up hoodie and dark leggings. The woman on the right is younger, with dark hair, wearing a green long-sleeved top and light blue leggings. The background is a lush green park with trees and a path.

Åldrande och växande befolkning

Förekomst av kroniska tillstånd

Högre disponibla inkomst och levnadsstandard

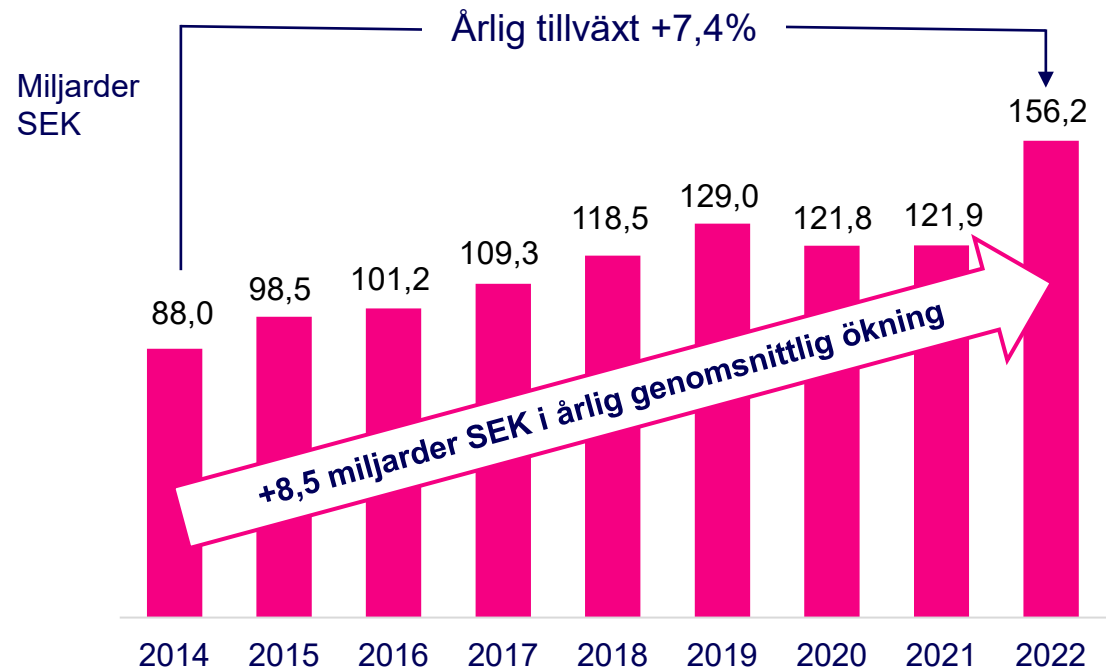
Medvetenhet om hygien och hälsa

Hållbarhet

Digitalisering

# Omsättning och lönsamhet över tid

## Nettoomsättning



Försäljnings-  
tillväxt<sup>2)</sup>

År	Försäljnings-tillväxt <sup>2)</sup>
2015	+6%
2016	+6%
2017	+7,5%
2018	+5,0%
2019	+4,5%
2020	-1,8%
2021	+4,5%
2022	+17,7%

## Justerad EBITA<sup>1)</sup>



Justerad  
EBITA  
marginal<sup>1)</sup>

År	Justerad EBITA marginal <sup>1)</sup>
2014	10,8%
2015	10,8%
2016	11,8%
2017	12,3%
2018	10,9%
2019	12,3%
2020	14,5%
2021	11,2%
2022	8,4%

<sup>1)</sup> Exklusive jämförelsestörande poster

<sup>2)</sup> Inklusivt organisk försäljningstillväxt och förvärv

# Ny kundorienterad organisation

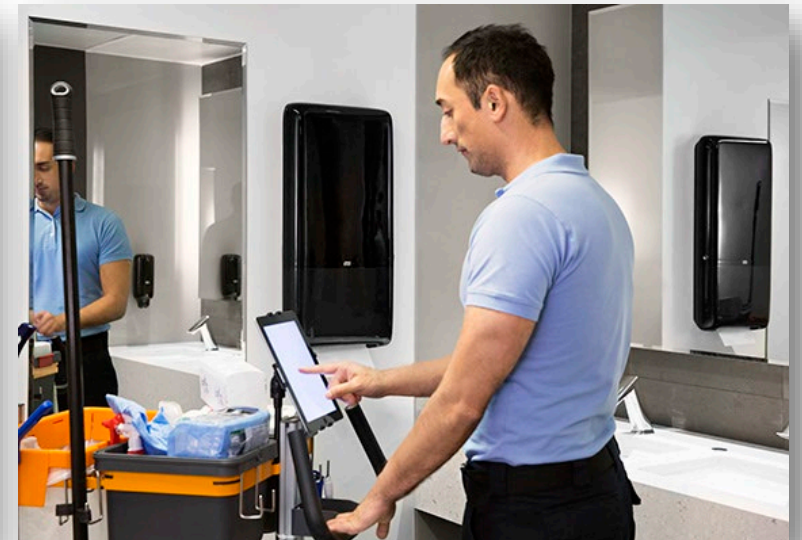
## HEALTH & MEDICAL



## CONSUMER GOODS



## PROFESSIONAL HYGIENE



# Vägen mot avkastningsmålet

Justerad avkastning på sysselsatt kapital >17% senast 2025





Denna presentation kan innehålla framåtriktade uttalanden. Sådana uttalanden baseras på våra nuvarande förväntningar och är föremål för vissa risker och osäkerheter som kan påverka vår verksamhet negativt. Läs gärna vår senaste års- och hållbarhetsredovisning för en bättre förståelse av dessa risker och osäkerheter.





Breaking Barriers to **Well-being**