

Prisvärd, bra och hållbar mat

Axfood företagspresentation 2024



Affärsöversikt

Detta är Axfood

Axfood är en av de ledande aktörerna inom dagligvaruhandeln i Sverige och en familj av olika koncept i samverkan. Varje vecka nås cirka 4,5 miljoner kunder och kundmöten sker i fler än 300 egenägda butiker, e-handel och drygt 700 samverkande handlarägda butiker. Totalt har Axfood mer än 13 000 årsanställda och en nettoomsättning om drygt 80 miljarder kronor.

Axfood ska vara en stark samhällskraft som tillsammans med intressenter och beslutsfattare i samhället driver utvecklingen mot en mer hållbar och hälsosam matproduktion och -konsumtion.

Axfoods aktie är noterad på Nasdaq Stockholm och huvudägare är Axel Johnson.



En familj av olika koncept i samverkan

WILLY:S

Willys är Sveriges ledande lågpriskedja med ett brett sortiment i egenägda butiker och e-handel. Med affärsidén att erbjuda Sveriges billigaste matkasse ska Willys leda och utveckla lågprissegmentet inom dagligvaruhandeln.

Hemköp

Hemköp erbjuder ett inspirerande, prisvärt och brett sortiment med ett stort utbud av färskvaror. Hemköps egenägda butiker, handlarägda butiker och e-handel ska på ett enkelt sätt inspirera till bra måltider.

tempo

Tempo är ett närbutikskoncept av handlarägda butiker. I Tempos butiker ska kunderna mötas av ett familjärt engagemang tillsammans med bra mat och service.

Delägt

eurocash

Eurocash är en av de ledande butikskedjorna utmed gränsen till Norge. Eurocash ska som specialiserade på gränshandel göra det enkelt för kunden att handla bra mat till lägsta pris.

Minoritetsägt

CITY GROSS

City Gross driver stormarknader och e-handel och har ett brett och prisvärt sortiment med ett stort utbud av färskvaror.



Handlar'n erbjuder genom handlarägda närbutiker tillgänglighet och närhet till matvaror och tjänster, primärt på landsbygden men även i citykärnan.

MATÖPPET

Matöppet har ambitionen att vara den personliga mataffären och i de handlarägda närbutikerna läggs stor vikt vid service och ett brett utbud av färskvaror.



Urban Deli, med butiker och e-handel i Stockholm, är en kombination av restaurang, butik och saluhall med egen produktion av innovativ, hållbar och hälsosam mat.

apohem

Apohem är ett fullskaligt öppenvårdsapotek på nätet med receptfria och receptbelagda läkemedel. Apohem vill göra hälsa och hudvård tillgängligt för alla, och erbjuder ett brett sortiment samt personlig rådgivning.

Snabbgross

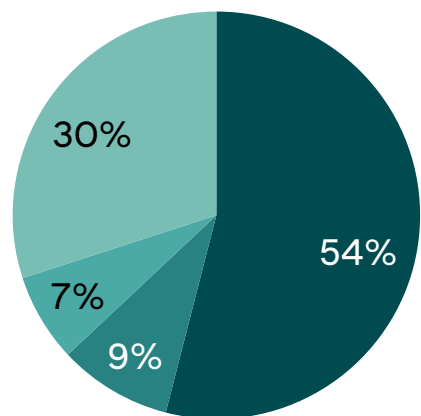
Snabbgross är en av Sveriges ledande restauranggrossister med en kundbas inom restaurang, snabbmat och café. I butiker och e-handel erbjuds personlig service, tillgänglighet och kvalitet. Försäljning till konsument sker via konceptet Snabbgross Club.

DAGAB

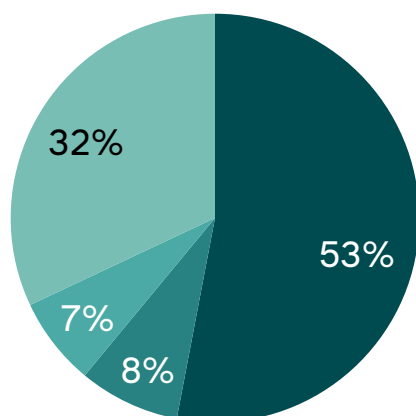
Dagab driver och utvecklar koncernens sortiment, inköp och logistik. Dagab har en nyckelroll i Axfoods arbete med att ständigt effektivisera varuflödet.

Nettoomsättning och rörelseresultat 2023

Rörelsesegmentens andel av extern nettoomsättning



Rörelsesegmentens andel av rörelseresultat



■ Willys ■ Hemköp
■ Snabbgross ■ Dagab

Miljoner kunder/vecka

4,5

Årsanställda

13 185

Egenägda butiker

337

Nettoomsättning (Mdkr)

81

Rörelseresultat (Mdkr)

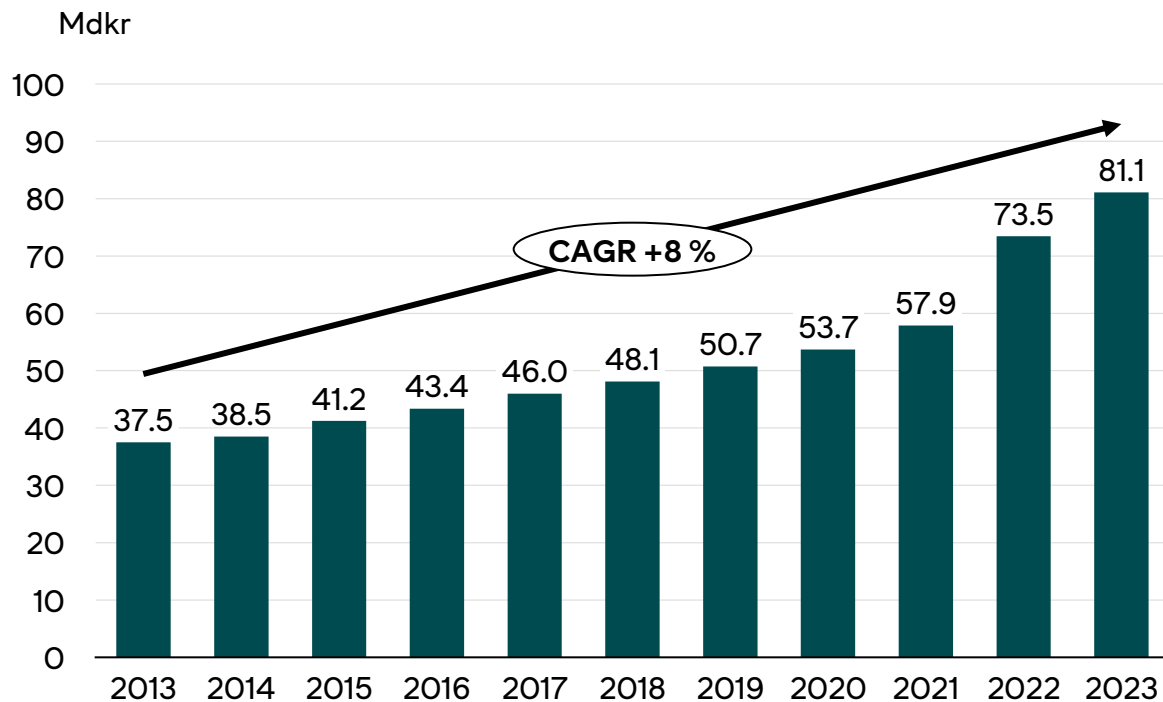
3,4

Rörelsemarginal

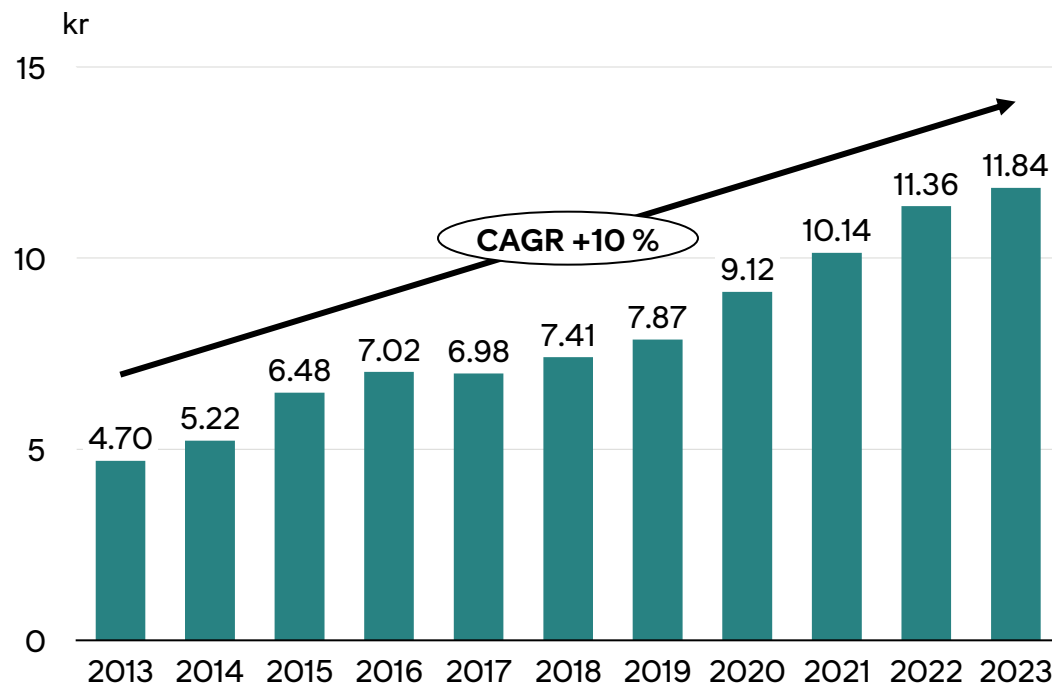
4,1%

Utveckling nettoomsättning och resultat

Nettoomsättning



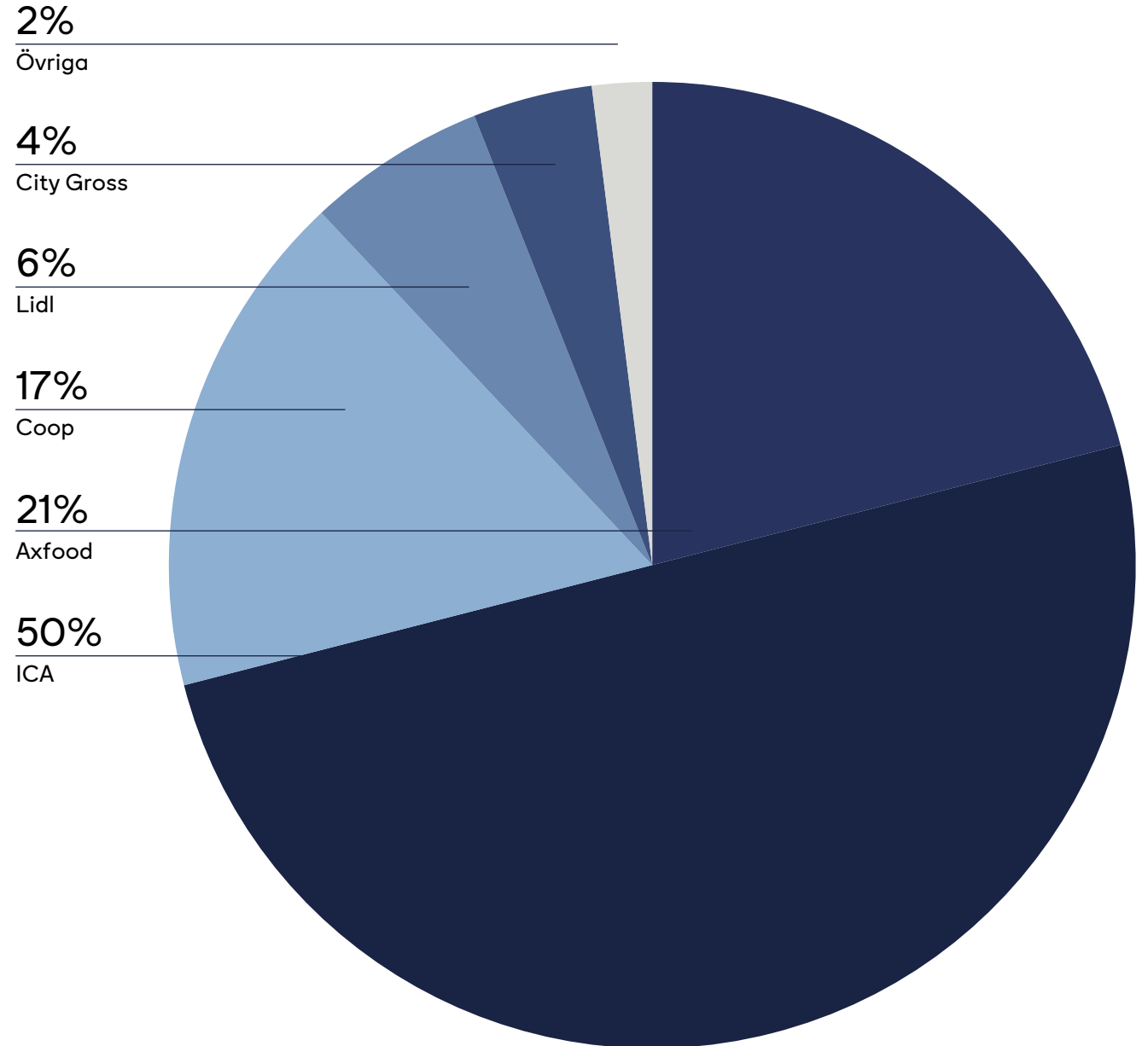
Resultat per aktie*



*Resultat per aktie före utspädning. Exkluderat jämförelsestörande poster under 2021, 2022 och 2023.

Stark närvaro inom svensk dagligvaruhandel

Marknadsandelar 2022



Stark närvaro inom svensk dagligvaruhandel

Segmentering på marknaden 2022

	Lågpris				
	6%	14%	27%	44%	9%
	Hard discount	Soft discount	Stormarknad	Traditionell livs större butiker	Traditionell livs mindre butiker
Antal artiklar	3 000–4 000	5 000–12 000	12 000–20 000	10 000–15 000	1 000–5 000
Varumärken	Lidl	Willys, Willys Hemma, Eurocash	City Gross, ICA Maxi, Stora Coop	Hemköp, Coop, ICA Supermarket, ICA Kvantum, Mathem, m.fl.	Tempo, Handlar'n, Matöppet, ICA Nära, m.fl.
Läge	Bostadsnära och externt	Bostadsnära och externt	Externt	Stadsdelscentra, bostads- nära, renodlad e-handel	Trafik- eller bostadsnära

Viktiga trender inom dagligvaruhandeln

Prisvärde
och lågpris



Prisvärde och låga priser har blivit allt viktigare för konsumenterna och lågpristrenden är stark.

Digitalisering
och automation



Digitalisering och automation accelererar för att öka effektiviteten och förbättra kunderbudandet.

Hälsa
och hållbarhet



Ökad medvetenhet om matens påverkan på klimatet och hälsan, särskilt bland unga konsumenter.

Mer än 20 år av positiv förändringskraft

2000

Axfood bildas genom sammanslagning av D&D Dagligvaror (där Dagab var en del) och det börsnoterade Hemköp. Samtidigt förvärvas Spar Sverige, Spar Inn Snabbgross samt en röstmajoritet i Spar Finland.



2004

Spar, Hemköp och Billhalls samlas under det gemensamma varumärket Hemköp.

2008

PrisXtra förvärvas.



2013

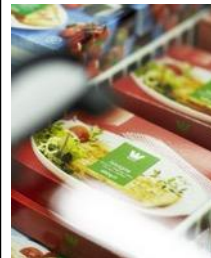
Verksamheten inom lager, transport och inköp samlas i en organisation – Dagab.

2001

Andelen egenägda butiker ökar genom starten på en rikstäckande konvertering och nyetablering av varumärket Willys.

2003

Willys och Hemköp får egna märkesvaror.



2005

Axfood avyttrar innehavet i Spar Finland och lämnar den finska marknaden.

2009

Egna varumärket Garant lanseras.



Mer än 20 år av positiv förändringskraft

2014

Nytt SAP-affärssystem. Förvärv av 50 procent av restaurangkedjan Urban Deli. Konvertering av PrisXtra till Willys och Hemköp.



2018

Invigning av nytt automatiserat färskvarulager i Jönköping. Ägande i Urban Deli ökar från 50 till 90 procent.

2019

Byggstart av nytt, högautomatiserat logistikcenter i Bålsta.

2022

Integration av Bergendahls Food och systemkonvertering av City Gross butiker. Axfood ny delägare i Mathem genom avyttring av Mat.se. Driftsättning av nytt frukt- och gröntlager i Landskrona.

2017

Förvärv av 51 procent av gränshandelskedjan Eurocash, nätbutiken Mat.se och Middagsfrid med färdiga matkassar. Investering i nätapoteket Apohem.



2021

Förvärv av Bergendahls Food och minoritetspost i City Gross.



2023

Driftsättning av det nya högautomatiserade logistikcenter i Bålsta.



Strategi

Tydlig riktning för framtiden

Axfoods affärsidé är en familj av olika koncept i samverkan, och visionen är att vara ledande inom prisvärd, bra och hållbar mat. Det är så Axfood ska skapa mer livskvalitet för alla, vilket är koncernens syfte. I den långsiktiga utvecklingen av koncernen är fyra målbilder vägledande.

Syfte

Mer livskvalitet för alla



Målbilder

År 2030 är vi Sveriges mest inkluderande mataktör

År 2030 är vi den starkaste kraften för ett hållbart mat-Sverige

År 2030 har vi skapat ett friskare Sverige

År 2030 leder vi utvecklingen mot de enklaste och bästa upplevelserna runt maten

Vision

Ledande inom prisvärd, bra och hållbar mat



Affärsidé

En familj av olika koncept i samverkan



Tydlig riktning för framtiden

Syfte

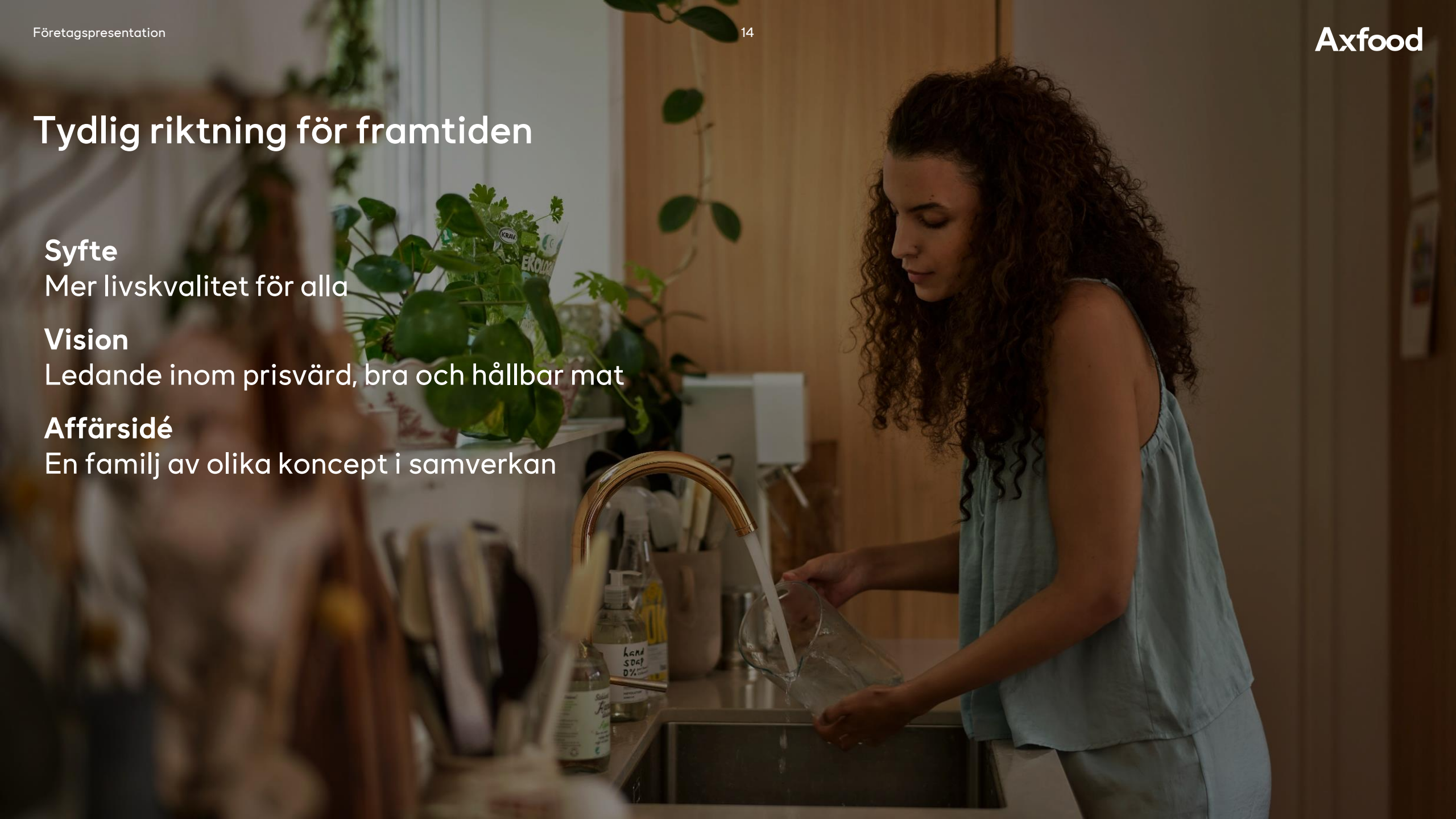
Mer livskvalitet för alla

Vision

Ledande inom prisvärd, bra och hållbar mat

Affärsidé

En familj av olika koncept i samverkan



Ambitiösa målbilder för framtiden

AXFOODS MÅLBILDER

År 2030 är vi Sveriges mest inkluderande matakör

Vi växer genom att ta vara på möjligheter i människornas alltmer olika behov och möta dessa med våra särskiljande koncept.

År 2030 är vi den starkaste kraften för ett hållbart mat-Sverige

Vi utmanar och visar vägen för att minska matens miljöpåverkan i värdekedjan vi är en del av.

År 2030 har vi skapat ett friskare Sverige

Vi bidrar till bättre folkhälsa och goda matvanor för alla genom att öka kunskapen och underlätta hälsosamma val.

År 2030 leder vi utvecklingen mot de enklaste och bästa upplevelserna runt maten

Vi utmanar invanda mönster genom innovativa lösningar som skapar effektivitet och värde för oss och vår omvärld.

Axfoods medarbetarlöfte

Våra olikheter inom Axfoodfamiljen bygger ett starkt lag och möjliggör att vi kan påverka både vardag och morgondag. Med passion för mat och människor, engagemang och stolthet arbetar vi tillsammans för att skapa mer livskvalitet för alla vi möter och berör. Tillsammans har vi kraften att förbättra, utveckla och göra skillnad – på riktigt.

Fem anledningar att jobba inom Axfood

01

Utvecklings-
möjligheter
– vi växer
tillsammans

02

En i laget
– välkommen in
i gemenskapen

03

Samhälls-
engagemang
– vi gör skillnad
i det stora och
i det lilla

04

Passion för mat
och människor
– tillsammans
skapar vi mer
livskvalitet

05

Olika koncept,
en familj – styrkan
i våra olikheter





Kärnvärden

Axfoods kärnvärden gör det lättare att ta rätt beslut och prioritera i det dagliga arbetet. Genom kunskapsutbyte, utveckling och dialog inom koncernen omsätts Axfoods kärnvärden i handling. Axfoods kärnvärden är:

- Butiken är vår scen
- Vi är starkare tillsammans
- Vi utmanar
- Vi har koll

Strategiska fokusområden



Kunderbudande

Axfood ska erbjuda ett attraktivt sortiment – relevant, hållbart och prisvärt.



Kundmöte

Axfood ska med relevanta koncept och hög tillgänglighet möta kundernas olika och föränderliga behov.



Expansion

Axfood ska växa inom nya och befintliga områden genom etablering av butiker och e-handel samt utveckling av nya erbjudanden.



Varans väg

Axfood ska utveckla en hållbar varuförsörjning med hög effektivitet och kvalitet.



Arbetsätt

Axfood ska vara en kundorienterad, förändringskraftig och hållbar organisation med fokus på effektivitet och utveckling.



Medarbetare

Axfood ska vara marknadens mest attraktiva arbetsgivare som engagerar och utvecklar medarbetare till rätt kompetens och arbetsätt.

Tre processer från urval till kund

Axfoods affärsmodell omfattar inköp och sortiment, varuflöde och logistik samt försäljningskanaler och koncept. Kunden är alltid i fokus och i samtliga steg skapas värde för Axfood och koncernens intressenter.

1. Inköp och sortiment

- Ett attraktivt, effektivt, brett och prisvärt sortiment
- Långsiktiga leverantörssamarbeten
- Inköp, produktutveckling och sortimentsutveckling genom Dagab
- Egna märkesvaror

2. Varuflöde och logistik

- Arbete med att optimera varuflödet
- En ökad automatiseringsgrad
- En effektiv logistik med ruttoptimering och hög fyllnadsgrad i transporter
- Diversifiering av fordonsflottan med en ökad omfattning hållbara drivmedel

3. Kanaler och koncept

- Lättillgängliga, effektiva och attraktiva försäljningskanaler och koncept
- Särskiljande matkoncept
- Inspirerande butiker, rikt färskvarusortiment samt innovativa digitala lösningar

Brett och prisvärt kunderbudande

Axfood ska erbjuda kunderna ett attraktivt, effektivt, brett och prisvärt sortiment.

Bra och hållbar mat



Egna märkesvaror



Prisvärdhet



Måltidslösningar



Moderna och attraktiva butiker

Axfoods butiker ska vara tillgängliga för kunderna så att det är bekvämt och enkelt att handla.

Kunden i fokus med medarbetarna som de främsta ambassadörerna



Kontinuerligt arbete med att uppdatera och modernisera befintliga butiker



Förbättrad kundupplevelse och effektiviserad drift med digitala verktyg



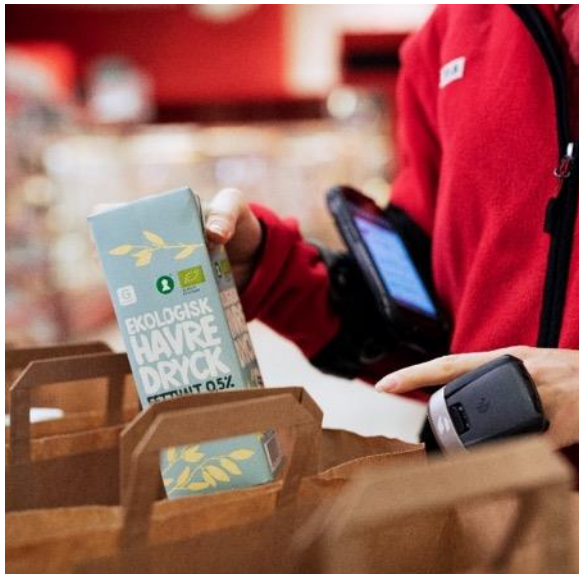
Brett kontaktnät och avancerad analys för att identifiera nya butikslägen



Konkurrenskraftigt erbjudande inom e-handeln

Axfood har en stark digital närvaro och ett brett erbjudande med en mix av omnikanalaktörer och rena e-handelsaktörer.

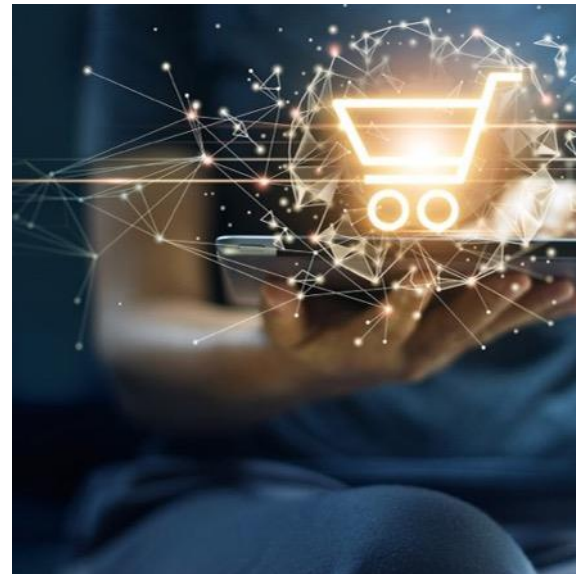
Fem varumärken mot konsument, unika kundupplevelser



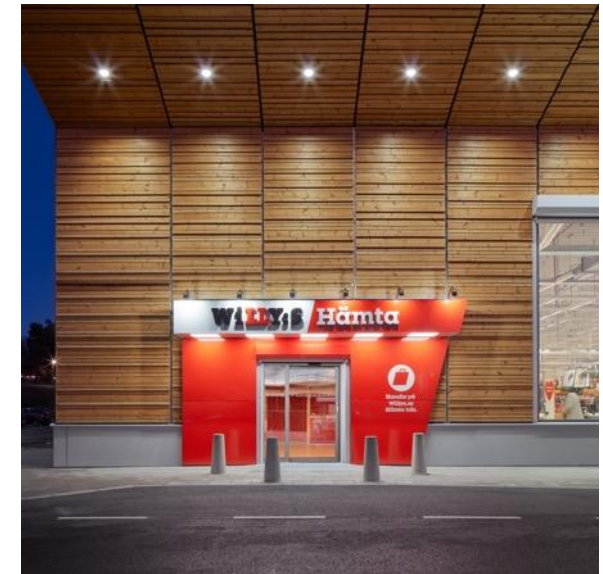
Differentierade affärsmodeller, samma marknadspositioner som i fysisk butik



Samverkan inom logistik, IT och affärsutveckling



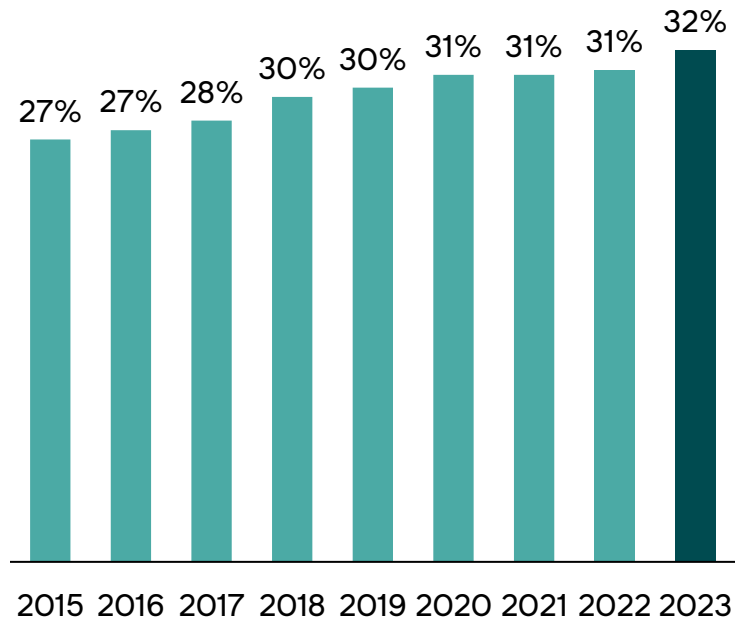
Innovativa och kundvänliga funktioner, flera leveranssätt



Differentierade egna märkesvaror

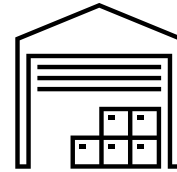
Med egna märkesvaror säkerställs ett särskiljande och effektivt sortiment.

Axfoods försäljningsandel av egna märkesvaror





Effektiv och modern logistik



Med egna lager och en väl utbyggd egen fordonsslotta försörjs butiker och e-handel



En effektiv logistik med ruttoptimering och hög fyllnadsgrad i transporter



Genom automatisering ökar effektiviteten i lagerhanteringen markant



Grön omställning av lastbilsflottan, samtliga lastbilar kan köras på alternativ till fossila bränslen

Rörelsessegment

Willys – ledande inom lågprissegmentet

Willys är landets ledande lågpriskedja med ett brett sortiment och stort utbud i egenägda butiker och i e-handeln. Med ambitionen att erbjuda Sveriges billigaste matkasse ska Willys leda och utveckla lågprissegmentet inom dagligvaruhandeln. I rörelsesegmentet Willys ingår även delägda gränshandelskedjan Eurocash och en minoritetspost i City Gross.

WILLY:S **WILLY:S** Hemma

euromash

CITY
GROSS



Willys i korthet

Sveriges ledande lågpriskedja

- Willys är landets ledande lågpriskedja med ett brett sortiment och stort utbud i egenägda butiker och i e-handeln. Med ambitionen att erbjuda Sveriges billigaste matkasse ska Willys leda och utveckla lågprissegmentet inom dagligvaruhandeln.
- I rörelsesegmentet Willys ingår även delägda gränshandelskedjan Eurocash och minoritetsposten i City Gross
- 241 butiker, varav 180 Willys, 54 Willys Hemma och 7 Eurocash
- Säljyta genomsnitt: Willys 2 200–2 500 kvm, Willys Hemma 600–800 kvm, Eurocash 3 000–3 500 kvm
- Sortiment: Willys cirka 10 000 artiklar, Willys Hemma cirka 6 000 artiklar, Eurocash cirka 10 000–15 000 artiklar
- E-handel via 158 butiker
- Närmare 3,6 miljoner medlemmar i kundprogrammet Willys Plus

Nettoomsättning (Mkr)

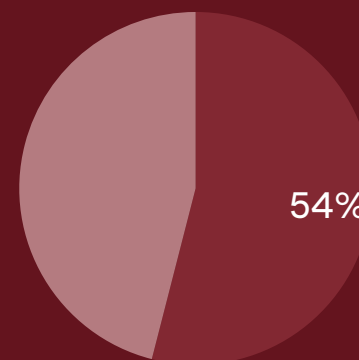
43 757

Rörelseresultat (Mkr)

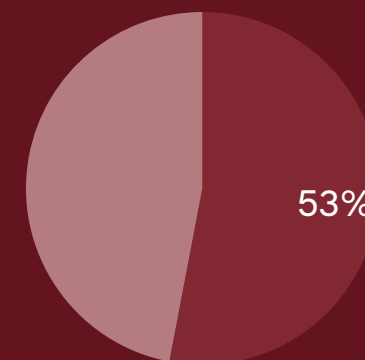
2 077

Willys andel av Axfood

Nettoomsättning*



Rörelseresultat



Hemköp – matglädje och inspiration

Hemköp erbjuder ett prisvärt och brett sortiment med ett stort utbud av färskvaror. Egenägda butiker, handlarägda butiker och e-handel ska på ett enkelt och genomtänkt sätt inspirera till bra måltider. I rörelsesegmentet Hemköp ingår även Tempo, ett närbutiksformat med handlarägda butiker.

Hemköp tempo



Hemköp i korthet

Matglädje och inspiration

- Hemköp erbjuder ett prisvärt och brett sortiment med ett stort utbud av färskvaror. Egenägda butiker, handlarägda butiker och e-handel ska på ett enkelt och genomtänkt sätt inspirera till bra måltider.
- I rörelsesegmentet Hemköp ingår även Tempo, ett närbutiksformat med handlarägda butiker
- 202 Hemköpsbutiker, varav 66 egenägda och 136 franchise, samt 130 franchisebutiker inom Tempo
- Säljyta genomsnitt: Hemköp 1 000–1 500 kvm, Tempo 300–500 kvm
- Sortiment: Hemköp cirka 10 000–12 000 artiklar, Tempo cirka 4 500 artiklar
- E-handel via 67 butiker
- Drygt 2,0 miljoner medlemmar i kundprogrammet Klubb Hemköp

Nettoomsättning (Mkr)

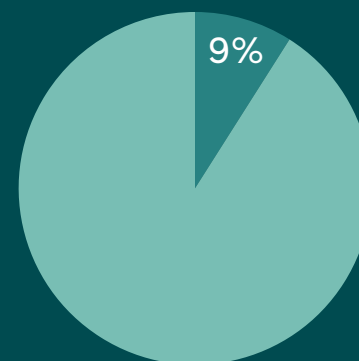
7 432

Rörelseresultat (Mkr)

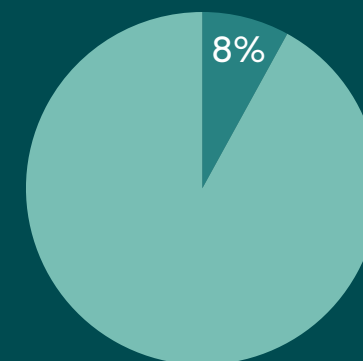
300

Hemköps andel av Axfod

Nettoomsättning*



Rörelseresultat



Snabbgross – restauranggrossist med stark position

Snabbgross är en av Sveriges ledande restauranggrossister med en kundbas inom restaurang, snabbmat och café. I butiker och e-handel erbjuds personlig service, tillgänglighet och kvalitet. I rörelsesegmentet Snabbgross ingår även konceptet Snabbgross Club som riktar sig till konsument.



Snabbgross i korthet

Restauranggrossist med stark position

- Snabbgross är en av Sveriges ledande restauranggrossister med en kundbas inom restaurang, snabbmat och café. I butiker och e-handel erbjuds personlig service, tillgänglighet och kvalitet.
- I rörelsesegmentet Snabbgross ingår även konceptet Snabbgross Club som riktar sig till konsument
- 30 egenägda cash-and-carry butiker, varav 7 Snabbgross Club
- Lokalt anpassade enheter
- Säljyta genomsnitt: 2 000 kvm
- Sortiment: cirka 12 000 artiklar
- E-handel till företagskunder via samtliga butiker

Nettoomsättning (Mkr)

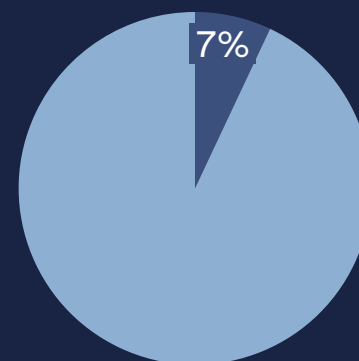
5 317

Rörelseresultat (Mkr)

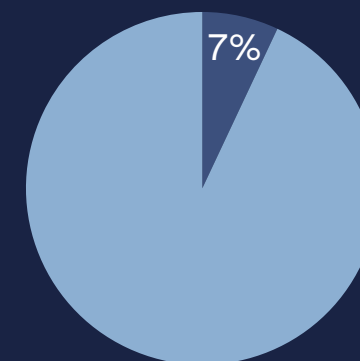
265

Snabbgross andel av Axfod

Nettoomsättning*



Rörelseresultat



Dagab – hållbar och effektiv varuförsörjning

Dagab hanterar sortiment, inköp och logistik för hela Axfood samt externa företagskunder. I rörelsesegmentet Dagab ingår även handlarkoncepten Handlar'n och Matöppet samt delägda nätapoteket Apohem och restaurangkedjan Urban Deli.

DAGAB



MATÖPPET

UD
URBAN DELI

apohem



Dagab i korthet

Hållbar och effektiv varuförsörjning

- Dagab hanterar sortiment, inköp och logistik för hela Axfood samt externa företagskunder
- I rörelsesegmentet Dagab ingår även handlarkoncepten Handlar'n och Matöppet samt nätapoteket Apohem och restaurangkedjan Urban Deli.
- Hantering av varuflödet från sortiment och inköp till lagerhantering och distribution
- Totalt mer än 70 000 artiklar, tusentals leverantörsförhandlingar varje år
- 24 egna varumärken där Garant och Eldorado är starkast positionerade, 200-300 nya produkter inom egna märkesvaror tas fram årligen
- Egen fordonsflotta med 200 tunga lastbilar och 86 lätta lastbilar
- Levererar till mer än 7 000 butiker och kunder över hela Sverige

Nettoomsättning (Mkr)

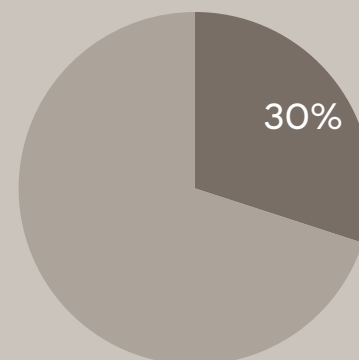
74 175

Rörelseresultat (Mkr)

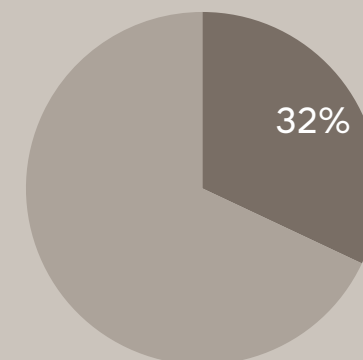
1 021

Dagabs andel av Axfood

Nettoomsättning*



Rörelseresultat



Utveckling och hållbarhet

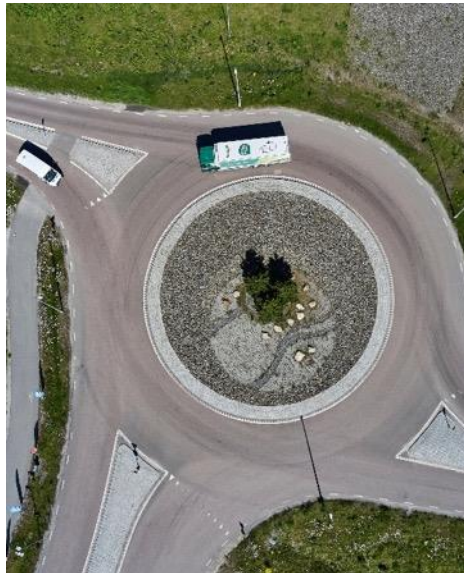
Axfoods största utvecklingsprojekt

För att stärka konkurrenskraften utvecklar Axfood verksamheten i hög takt inom samtliga delar av koncernen. Här ges en översikt av de största just nu pågående utvecklingsprojekten.

En ny logistikstruktur i världsklass



Ett datadrivet och effektivt varuflöde



Ett optimalt arbetssätt i butiker



Ett mer attraktivt kunderbudande

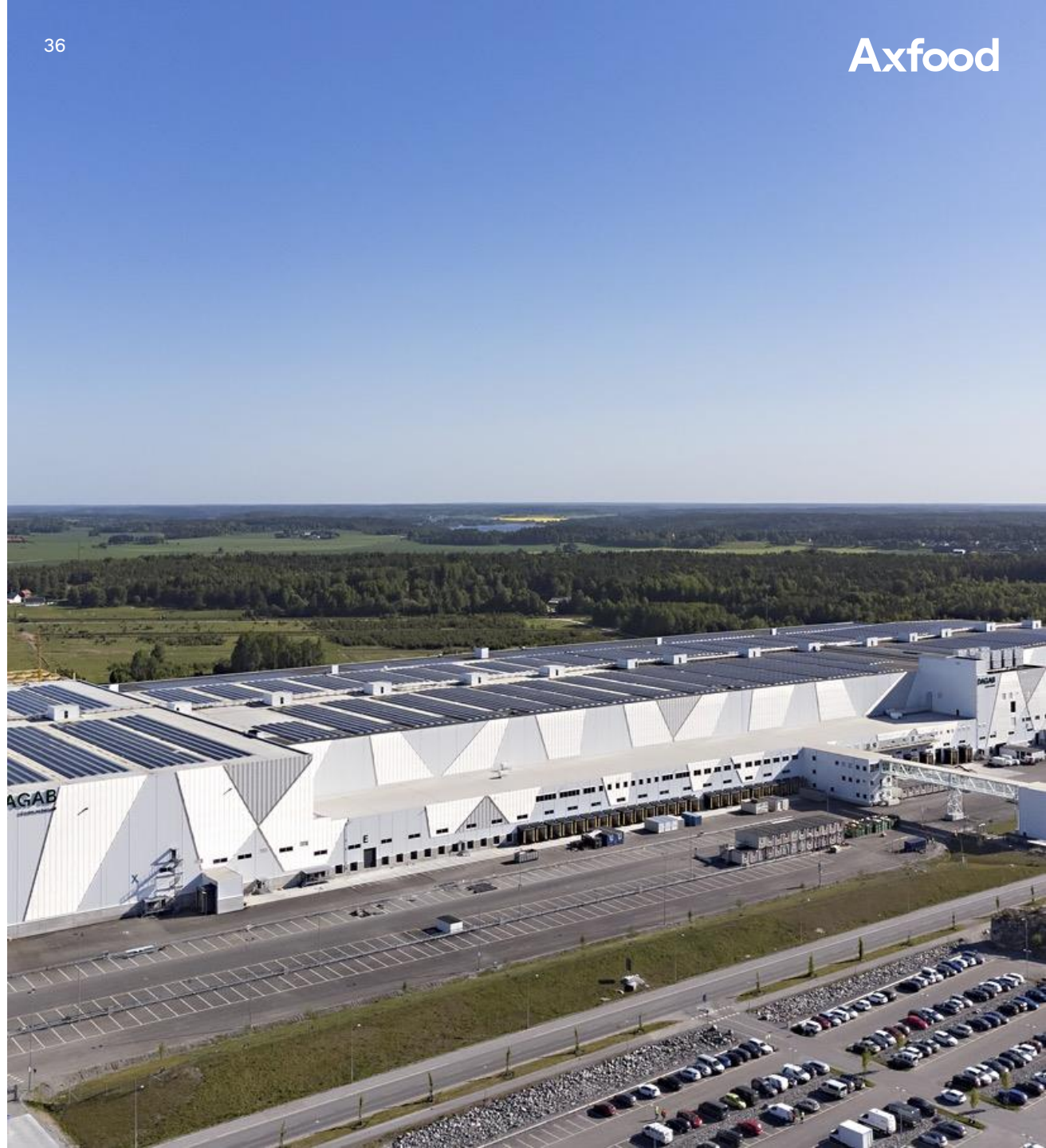


Ett relevant och inspirerande digitalt kundmöte



Högautomatiserad logistik för framtiden

- I Bålsta utanför Stockholm har Axfood etablerat ett nytt högautomatiserat logistikcenter som är ett av de största och modernaste i Europa
- Leveranser till butik och e-handelskunder
- Stärker kunderbjudandet samt förbättrar leverans kvalitet och service genom moderna och mer effektiva lagerprocesser
- Planeras vara i full drift under 2024



I täten för ett hållbart mat-Sverige

Axfood ska ta täten för ett hållbart mat-Sverige genom att ta ställning, inspirera och vägleda för prisvärd, bra och hållbar mat.

Axfoods hållbarhetsmodell



En pågående resa...

2008

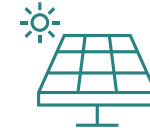
Axfood slutar sälja rödlistad fisk och skaldjur i samtliga butiker.

Garant Eko lanseras, ett eget varumärke med endast ekologiska produkter



2011

Ett system införs för sortering av samtliga avfallsfraktioner



2013

En av Sveriges största solcellsanläggningar byggs på taket till lagret i Backa.



2015

Axfoods inför en hållbarhetsrutin för inköp av varor.



2009

Axfood lanserar ett omfattande och ambitiöst hållbarhetsprogram med mål om djurvälstånd, miljö och sociala frågor.

Axfood byter till ett centralt avtal om grön el.

2010

Axfood tar initiativ till Hagainiciativet, ett nätverk som strävar efter att minska näringslivets klimatpåverkan.

Willys butiker märks med Naturskyddsföreningens Bra Miljöval.



2012

Ett system för detaljerad mätning och kontroll av elförbrukning implementeras i egenägda butiker och lager.



2014

Hemköp först att enbart erbjuda ekologiska bananer i samtliga butiker.



Axfood inför jämställdhetsmål om balans mellan män och kvinnor i ledande befattning och andel ledare med internationell bakgrund.

...för att driva hållbar utveckling



2016

Rapporten Mat 2030, Axfoods förslag till en hållbar livsmedelsstrategi för Sverige, lanseras för första gången.



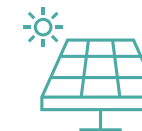
2018

Den första lastbilen med flytande biogas tas i drift.
Axfood antar halveringsmål för koncernens matsvinn.



2019

Axfood sätter ambitiösa mål för att driva utvecklingen av plastanvändning i en mer hållbar riktning.



2023

Sveriges största solcellsanläggning tas i bruk på det nya lagret i Bålsta.



2021

Den första helt elektriska tunga lastbilen tas i drift.

2017

Axfood är först med att lansera pant på plastflaskor med saft, juice och smoothie.



Axfood lanserar en strategi för att främja levnadslöner i leverantörsled.



2020

Garant först att lansera ägg från frigående höns som föds upp på ett svenskt sojafritt foder.

2022

Inlett samarbete med den ideella organisationen Generation Pep, som arbetar för att ge barn och unga möjlighet till aktiva och hälsosamma liv.



Hemköp ledande i branschen på ekologisk försäljning.

Hållbarhet i allt



Maten

- Märkbara val
- Matsvinn
- Schyssta proteiner

Mål:

Halvera matsvinnet till 2025 från basåret 2015

30% försäljningsandel hållbarhetsmärkta varor till 2025



Miljön

- Smart resursanvändning
- Hållbara material
- Gröna transporter
- Hållbar odling

Mål:

Nettonoll utsläpp från den egna verksamheten senast 2030

10% minskning av elförbrukningen per kvm till 2025 från basåret 2020



Människan

- Hållbara leverantörer
- Olika berikar
- Hälsosamma vanor

Mål:

Minst 20% andel ledare med internationell bakgrund

40-60% andel kvinnor i ledande befattningar

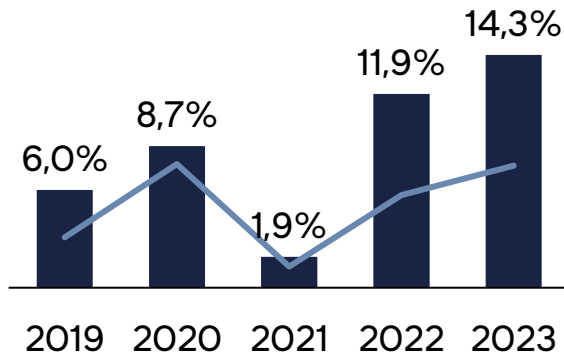
Sjukfrånvaron ska inte överstiga **5,3%**

Finansiell ställning

Finansiella mål

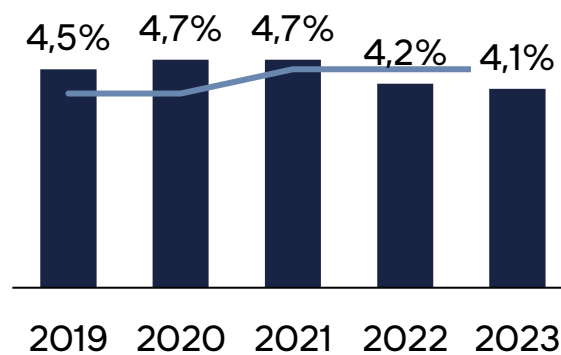
Växa mer än
marknaden

Tillväxt butiksomsättning



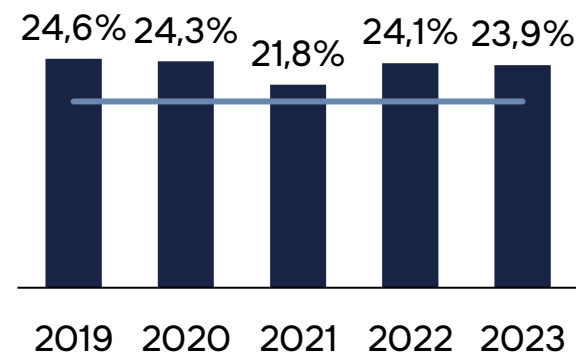
Långsiktig rörelsemarginal
om minst 4,5 procent

Rörelsemarginal



Soliditet minst 20 procent
vid årets utgång

Soliditet



— Mål
■ Utfall

Stark finansiell ställning

Rörelsekapital som andel av nettoomsättningen

-3,2%

Soliditet

23,9%

Nettoskuld/EBITDA

1,5x

Räntabilitet på sysselsatt kapital

20,3%

Nettoskuld/EBITDA (ex. IFRS 16)

0,0x

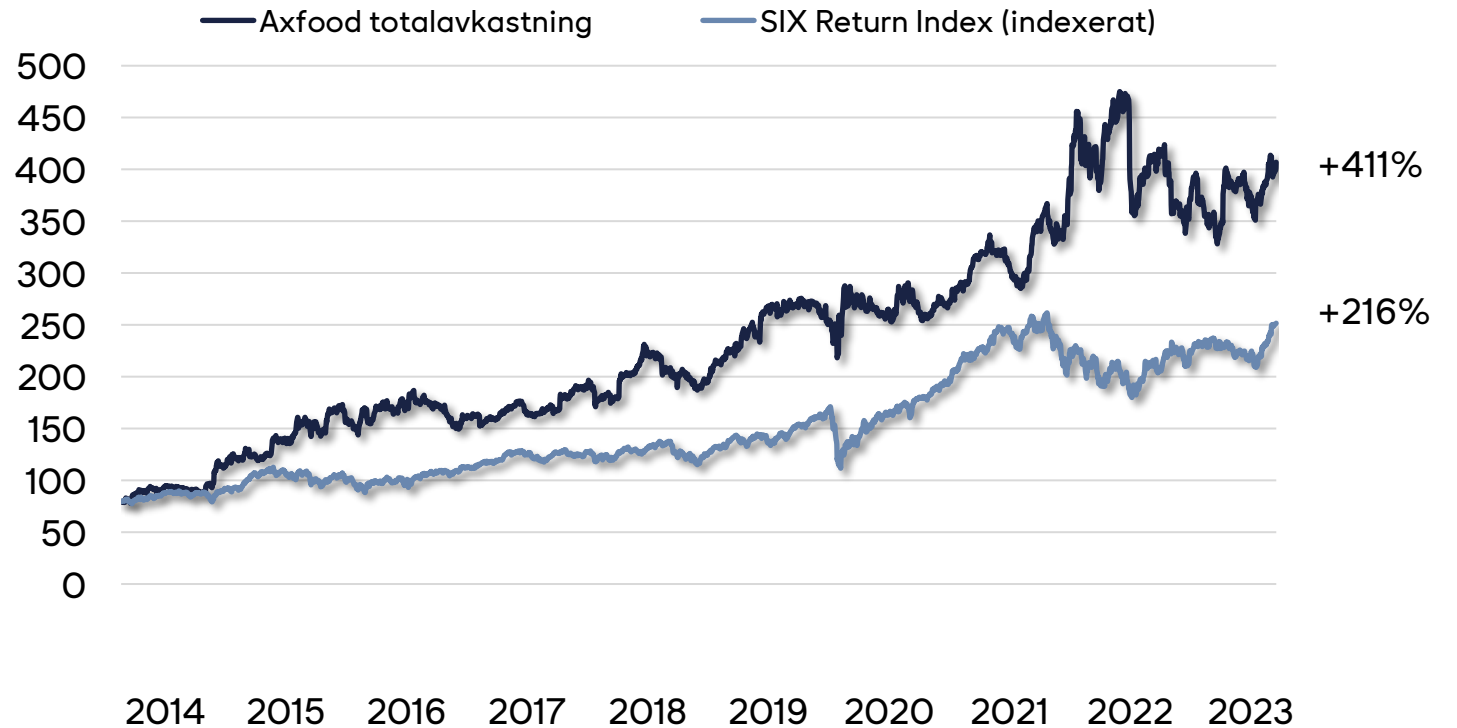
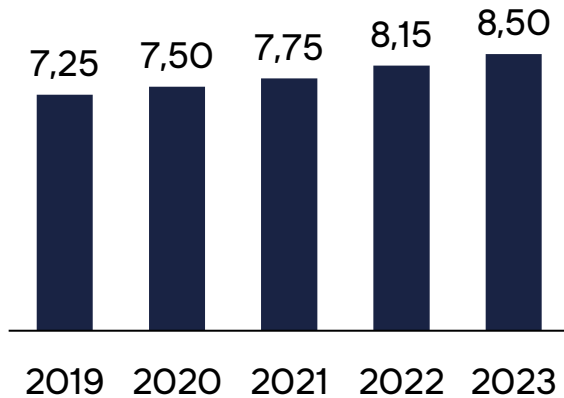
Räntabilitet på eget kapital

35,0%

Utdelning och totalavkastning

Axfoods utdelningspolicy anger att utdelningen till aktieägare ska vara minst 50 procent av resultatet efter skatt. Utdelningen delas upp på två betalningstillfällen.

Utdelning per aktie, kr



Investment case

01

Tydlig strategi på ocyklisk
och växande marknad

02

Familj av välpositionerade
koncept i attraktiva segment

03

Hållbara skalfördelar
och tydlig samverkan

04

Stark finansiell ställning
och stabilt kassaflöde

05

Positiv samhällskraft

Summering



Väl positionerat på växande och föränderlig marknad

- Axfood är en familj av olika och välpositionerade koncept som vilar på tydlig samverkan med starka positioner inom prioriterade segment.
- Axfoods vision är att vara ledande inom prisvärd, bra och hållbar mat. Koncernens syfte är att skapa mer livskvalitet för alla och bidra till att människors liv blir bättre.

Läs mer om Axfood

- Axfoods webbplats [axfood.se](https://www.axfood.se) är koncernens främsta informationskälla och tillhandahåller ett brett utbud av information som är relevant för bolagets intressenter. Webbplatsen tillhandahåller exempelvis aktuell och historisk finansiell information samt information om koncernens verksamhet, syfte, vision, affärsidé och strategi, bolagsstyrning och hållbarhetsarbete.
- Följ oss i sociala medier:
 - [linkedin.com/company/axfood](https://www.linkedin.com/company/axfood)
 - Instagram: [@axfoodkoncernen](https://www.instagram.com/axfoodkoncernen)
 - [facebook.com/axfoodkoncernen](https://www.facebook.com/axfoodkoncernen)



Appendix

Prisvärd, bra
och hållbar
mat för alla

Nettoomsättning
81,1 mdkr

Effektiva inköp och effektiv logistik för
alla varumärken och försäljningskanaler

Innovativ utveckling av
egna märkesvaror

DAGAB

KONCERNGEMENSAMMA IT-SYSTEM

WILLY:S

Hemköp

tempo

Snabbgross

HANDLARN

MATÖPPET

UD
URBAN DELI

eurocash

apohem

Minoritetsägande:

CITY GROSS

Medarbetare (FTEs)

13,185

Räckvidd

4.5 miljoner kunder i veckan

337 egenägda butiker

136 franchise Hemköp

130 franchise Tempo

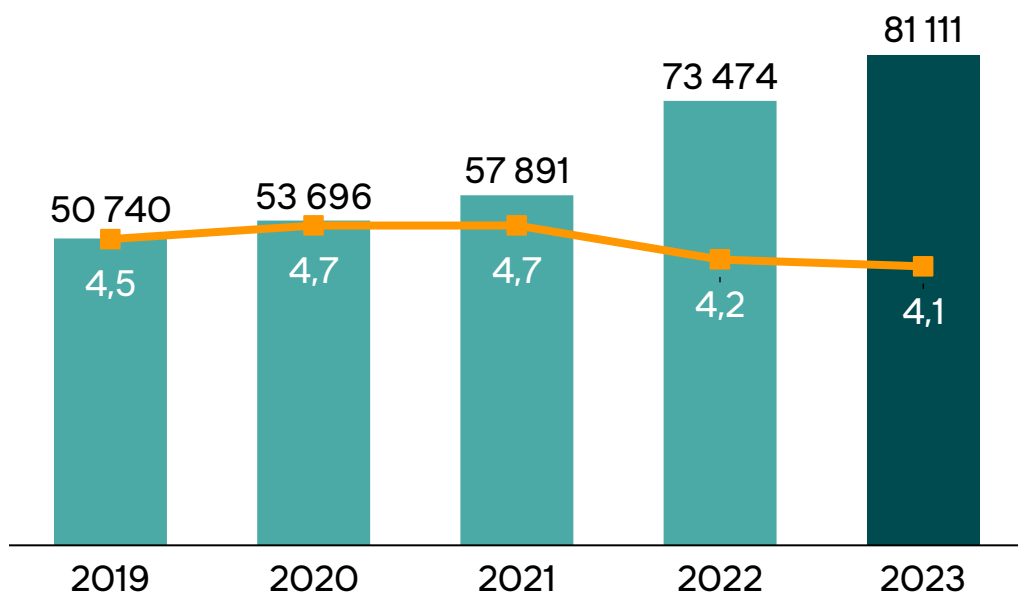
Samverkan med totalt
mer än 1 200 butiker

5 varumärken online

AFFÄRSUTVECKLING

Axfood

■ Rörelsemarginal, %
■ Nettoomsättning, Mkr

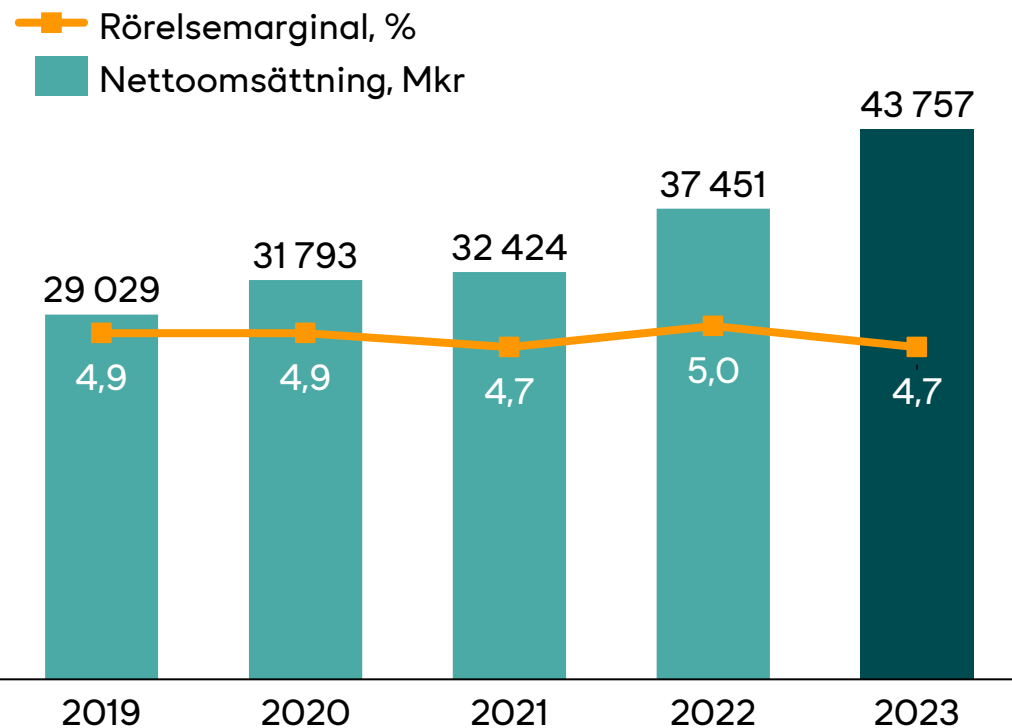


*Avser detaljhandelsomsättning.

**Exkluderat jämförelsestörande poster.

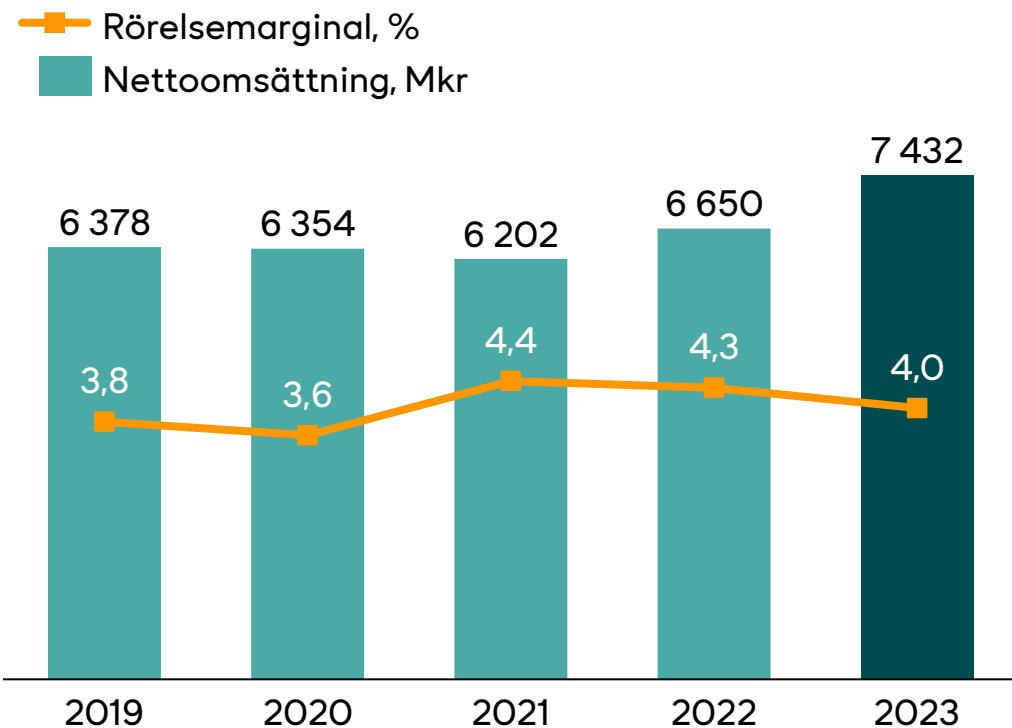
Nyckeltal Mkr	2023	2022	Förändr.
Nettomsättning	81 111	73 474	10,4%
Omsättningsförändr. i jämförbara butiker*	12,0%	10,4%	1,6
Rörelseresultat	3 353	3 101	8,1%
Justerat rörelseresultat**	3 602	3 229	11,5%
Rörelsemarginal	4,1%	4,2%	-0,1
Justerad rörelsemarginal**	4,4%	4,4%	0,0
Antal butiker:			
Egenägda	337	325	12
Franchise	266	268	-2

Willys



Nyckeltal Mkr	2023	2022	Förändr.
Nettomsättning	43 757	37 451	16,8%
Omsättningsförändr. i jämförbara butiker	13,9%	13,5%	0,4
Rörelseresultat	2 077	1 859	11,8%
Rörelsemarginal	4,7	5,0	-0,2
Antal butiker:			
Willys	180	173	7
Willys Hemma	54	52	2
Eurocash	7	7	-

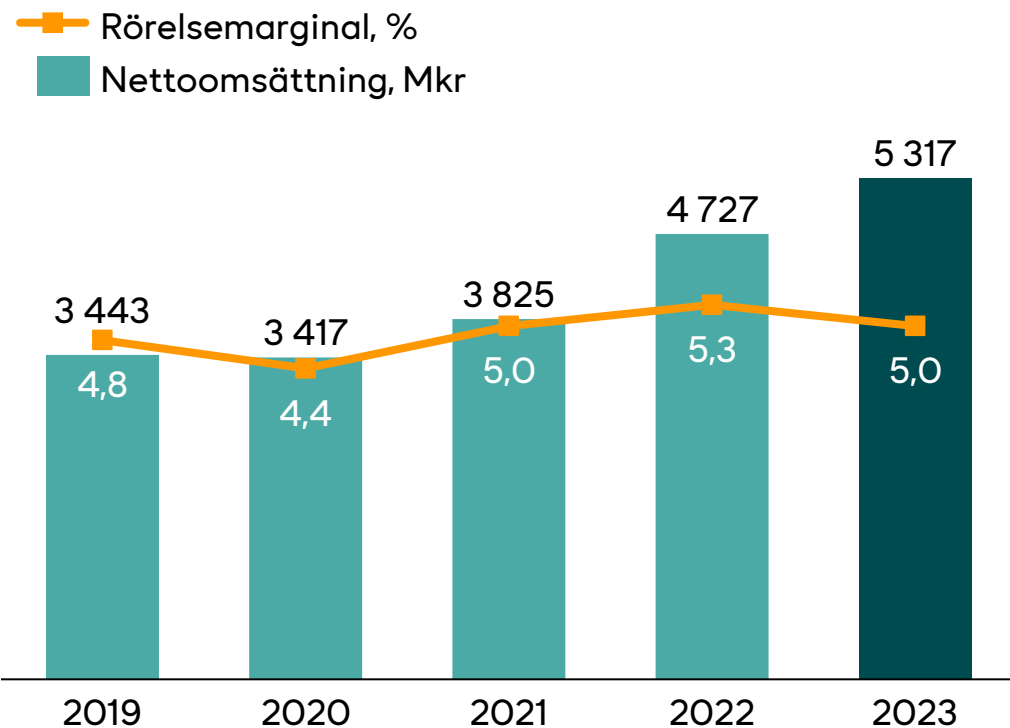
Hemköp



Nyckeltal Mkr	2023	2022	Förändr.
Nettomsättning	7 432	6 650	11,8%
Omsättningsförändr. i jämförbara butiker*	7,9%	4,5%	3,4
Rörelseresultat	300	283	5,9%
Rörelsemarginal	4,0%	4,3%	-0,2
Antal butiker:			
Egenägda	66	64	2
Hemköp, franchise	136	137	-1
Tempo, franchise	130	131	-1

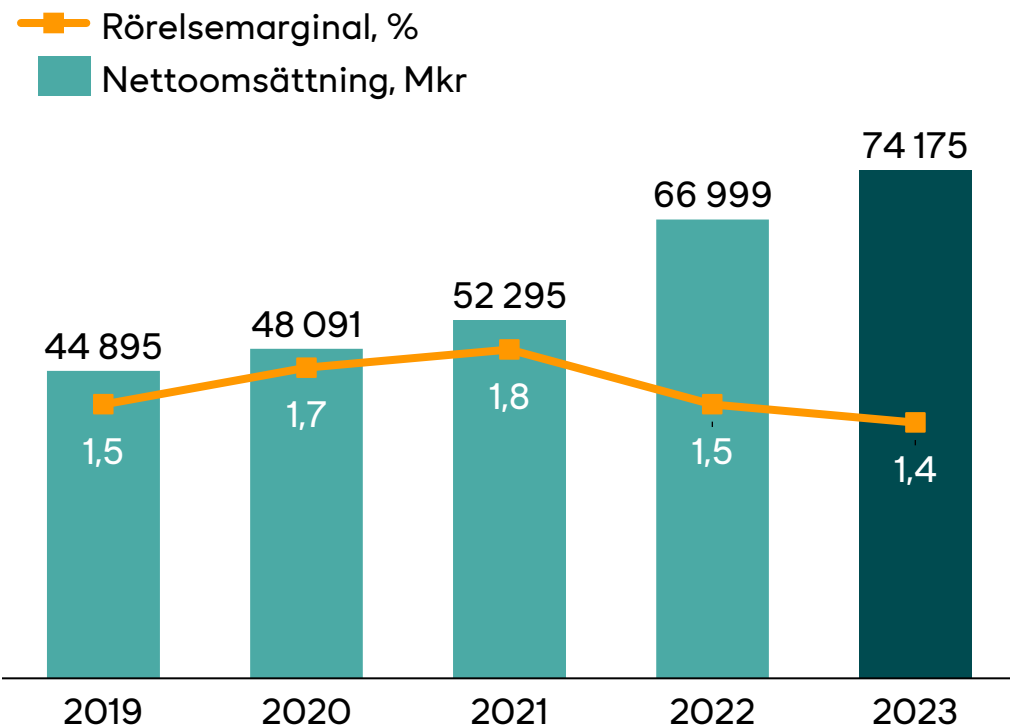
*Egenägda butiker.

Snabbgross



Nyckeltal Mkr	2023	2022	Förändr.
Nettomsättning	5 317	4 727	12,5%
Omsättningsförändr. i jämförbara butiker	10,4%	20,1%	-9,7
Rörelseresultat	265	252	5,3%
Rörelsemarginal	5,0%	5,3%	-0,3
Antal butiker	30	29	1

Dagab



Nyckeltal Mkr	2023	2022	Förändr.
Nettomsättning	74 175	66 999	10,7%
Rörelseresultat	1 021	978	4,5%
Justerat rörelseresultat*	1 271	1 139	11,6%
Rörelsemarginal	1,4%	1,5%	-0,1
Justerad rörelsemarginal*	1,7%	1,7%	0,0

*Exkluderat jämförelsestörande poster.