



AAK



AAK Årsrapport 2013

The first choice for
value-added vegetable oil solutions

Innehåll

- AAK-koncernen
- 1 2013 i korthet
- 3 Kommentarer av Melker Schörling, styrelsens ordförande
- 4 Kommentarer av Arne Frank, koncernchef och vd
- 6 AAK:s vision
- 7 AAKtion
- 8 Vår affärsmodell
– vegetabiliska specialoljor och specialfetter
- 10 Affärsområde
Food Ingredients
- 13 Affärsområde
Chocolate & Confectionery Fats
- 16 Affärsområde
Technical Products & Feed
- 18 Risker
- 20 Medarbetare
- 22 Ansvarsfull tillväxt
- 24 Styrelsen
- 26 Koncernledningen
- 28 AAK:s ordlista

The first choice for value-added vegetable oil solutions

AarhusKarlshamn (AAK) är en av världens ledande tillverkare av högfärdade vegetabiliska specialoljor och fettlösningar, vilka kännetecknas av en hög grad av teknikinnehåll och innovation. AAK:s lösningar är transfria med låg andel mättade fetter och ersätter mjölkfett och kakaosmör, samt tillgodoser andra behov hos våra kunder. AAK har produktionsanläggningar i Danmark, Mexiko, Nederländerna, Sverige, Storbritannien, Uruguay och USA. AAK har även kontraktstillverkning i Ryssland och Malaysia. Företaget är organiserat i tre affärsområden; Food Ingredients, Chocolate & Confectionery Fats och Technical Products & Feed. AAK:s aktier är noterade på NASDAQ OMX Stockholm, inom segmentet Large Cap. Ytterligare information om AAK finns på företagets hemsida www.aak.com.



AAK på 60 sekunder

- AAK:s vision är att vara förstahandsvalet för vegetabiliska oljor av hög förädlingsgrad.
- Under mer än ett sekel har AAK byggt upp sitt kunnande om vegetabiliska oljor för en rad olika användningsområden. Våra kunder finns främst inom livsmedels-, konfektyr- och kosmetik-industrierna. Vi tillverkar också insatsprodukter till djurfoder och den tekniska industrin.
- AAK:s produkter är ingredienser som till exempel alternativ till mjölkfett och kakaosmör, transfettfria lösningar, lösningar med lågt innehåll av mättade fetter, näringsfetter till modersmjölksersättning, miljövänliga smörjmedel och hälsosamma ingredienser till hudvårdsprodukter.
- AAK:s råvaror kommer från förnybara källor, främst i Nordeuropa (raps), Europa och Mexiko (solrosfrö), USA (sojaböner), Västafrika (sheakärnor) och Sydostasien och Latinamerika (palm).
- AAK:s tolv produktionsanläggningar finns i Danmark, Nederländerna, Mexiko, Sverige, Storbritannien, Uruguay och USA. Vi har även inköpskontor och försäljningskontor och legotillverkning på flera strategiska platser runtom i världen.
- Nya produkter utvecklas i nära samarbete med våra kunder, med hjälp av vår sakkunskap om oljor och fetter och vår kunskap om trenderna på marknaden. Tack vare våra goda relationer kan vi skapa varaktiga lösningar som stämmer överens med kundernas behov, förväntningar och högt ställda krav.
- AAK är en av grundarna av Roundtable on Sustainable Palm Oil (RSPO). Vi har också grundat och driver GreenPalm, som erbjuder en webbaserad plattform för handel med certifikat för hållbart producerad palmolja. Genom dessa och andra initiativ bidrar AAK kontinuerligt till marknadsföringen av en hållbart producerad palmolja.
- Moderbolaget AarhusKarlshamn AB (publ.) är ett svensktregistrerat aktiebolag. Företagets aktie är noterad på NASDAQ OMX, Stockholm, inom segmentet Large Cap och sektor Food & Beverage.

Tre affärsområden



Food Ingredients

Vårt största affärsområde erbjuder framför allt lösningar för bageri, barnmat, mejeri och foodservice.



Chocolate & Confectionery Fats

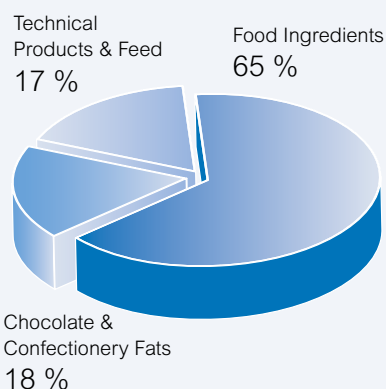
Vårt näst största affärsområde producerar funktionella alternativ till kakaosmör som används i choklad, blandningar för överdrag och gjutning samt specialfetter till fyllningar i konfektyrprodukter.



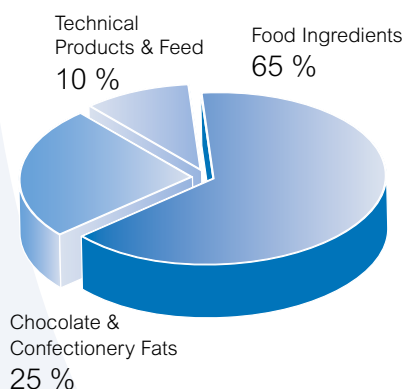
Technical Products & Feed

Vårt affärsområde Technical Products & Feed tillverkar biologiska smörjmedel till metallbearbetningsindustrin, skogsbruket och byggnadsindustrin, fettsyror och glycerin med olika användningsområden samt proteiner och fetter till djurfoder.

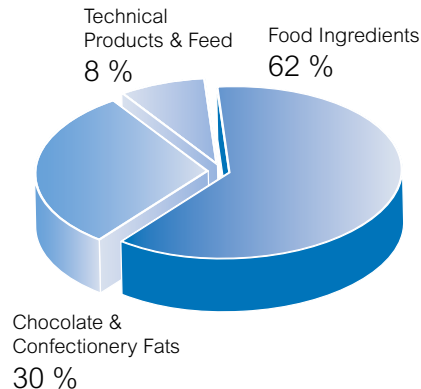
Volym



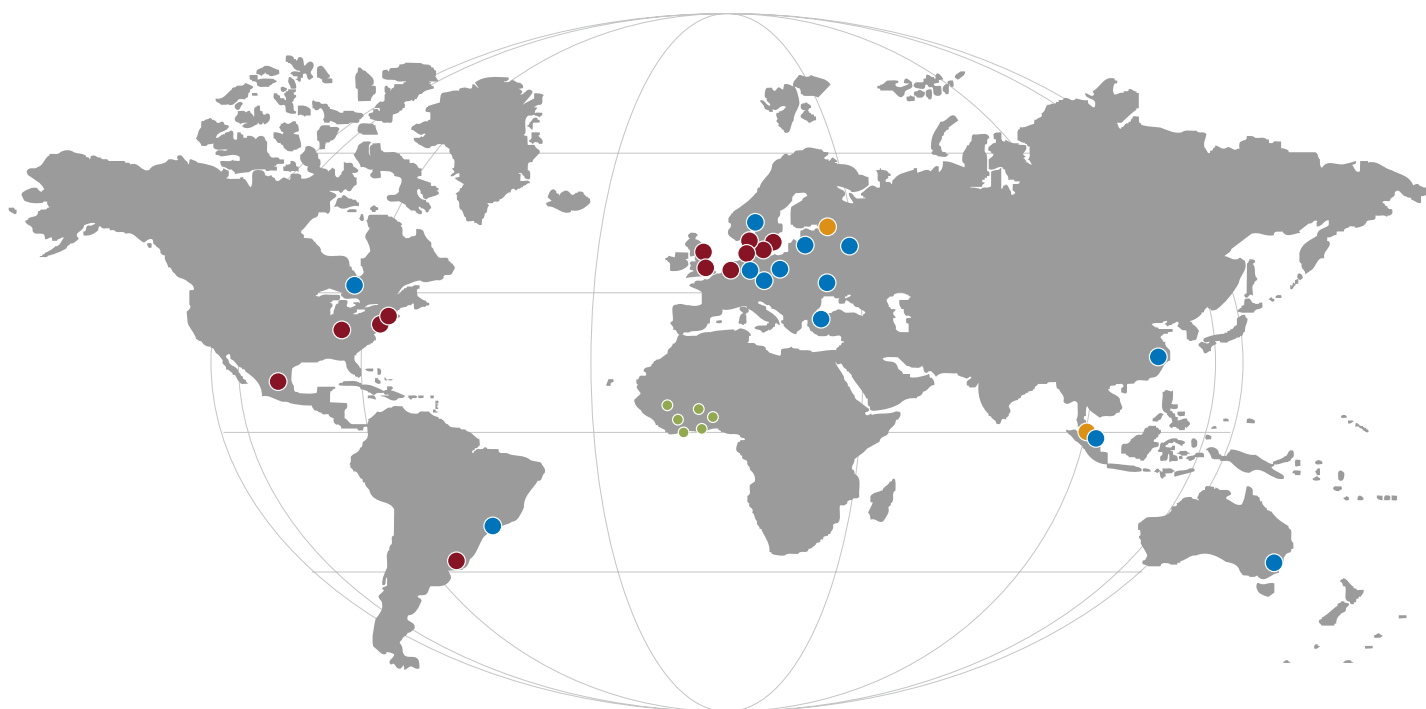
Nettoomsättning



Rörelseresultat

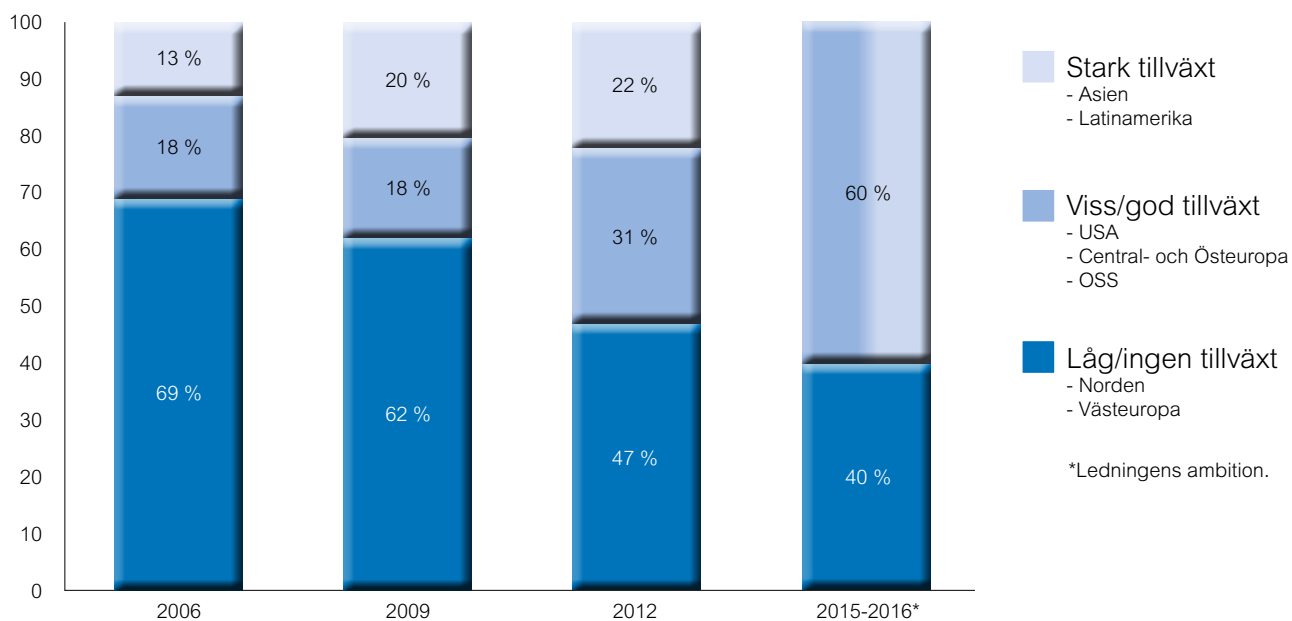


Runtom i världen



● Produktionsanläggningar och försäljningskontor ● Försäljningskontor ● Anläggningar för produktanpassning ● Inköpskontor

Ambitionsnivå för tillväxtmarknaderna



2013 i korthet

- Volymerna ökade med 7 procent (organisk tillväxt 2 procent) under 2013. Det är en effekt av dels den organiska tillväxten hos special- och semispecialprodukterna, dels att vi växte genom förvärv.
- Nettoomsättningen minskade med 374 Mkr, främst på grund av lägre råvarupriser och en negativ valutaomräkningseffekt på 328 Mkr.
- Rörelseresultatet före förvärvsrelaterade kostnader uppgick till rekordhöga 1.127 (1.003**) Mkr, en förbättring med 12 procent. Alla affärsområden rapporterade en tvåsiffrig ökning.
- Rörelseresultatet, inklusive effekterna av Sandy föregående år och för-
- värvsrelaterade kostnader, uppgick till 1.117 (975) Mkr, en förbättring med 15 procent.
- Det största affärsområdet, Food Ingredients, rapporterade ett rekordhög rörelseresultat på 771 (703) Mkr, en förbättring med 10 procent. Rörelseresultatet per kilo minskade från 0,75 till 0,73 kronor, eller med 3 procent beroende på att marginalerna var lägre i de förvärvade enheterna.
- Affärsområdet Chocolate & Confectionery Fats rapporterade ett ökat rörelseresultat på 369 (316) Mkr, en förbättring med 17 procent. Rörelseresultatet per kilo ökade med 21 procent till 1,23 (1,02).
- Det minsta affärsområdet, Technical Products & Feed, uppnådde ett rörelseresultat på 97 (88) Mkr, en förbättring med 10 procent.
- Under hela 2013 uppgick kassaflödet inklusive förändringar av rörelsekapitalet till 1.300 (1.539) Mkr, vilket inkluderar en minskning av rörelsekapitalet på 217 (589) Mkr.
- Vinsten per aktie ökade med 14 procent, till 17,87 (15,66) kronor.
- Avkastningen på sysselsatt kapital beräknad för rullande 12-månadsperiod uppgick till 16,5 procent, att jämföras med 14,2 procent i slutet av 2012.

- AAK:s accelerationsprogram (tillväxt, effektivitet, människor) har gett fortsatt positiva effekter.
- AAK gjorde ett strategiskt förvärv av Unipro, den turkiska leverantören av oljor och fetter i Turkiet och den omgivande regionen. Förvärvet är en integrerad del av AAK:s accelerationsprogram och ökar vår närvaro inom strategiskt viktiga områden. Integrationen av dessa har gått planenligt.
- Terrence Thomas har utnämnts till landschef för AarhusKarlshamn USA Inc. och ingår i AAK:s koncernledning från och med den 25 mars 2013.
- AAK öppnade ett toppmodernt innovationscenter i Shanghai, Kina, för att stödja genomförandet av programmet AAK Acceleration. Med detta innova-
- tionscenter får våra kinesiska kunder möjlighet att bedriva ett nära samarbete med AAK:s kundinnovationsteam när de utvecklar nya produkter och lösningar.
- Vårt stora engagemang för ansvarsfull tillväxt behandlades i vår årliga hållbarhetsrapport där våra resultat och framtidsmål dokumenteras.
- AAK och Premier Foods, en av de största livsmedelsproducenterna i Storbritannien, har påbörjat ett exklusivt samarbete om oljor och fetter och gemensam produktutveckling, och kommer att vara företagets långsiktiga utvecklingspartner.
- I de nya nordiska kostrekommendationerna, som har utarbetats på uppdrag av Nordiska ministerrådet, framhålls att konsumtionen av mättat fett måste minska. Genom att konsekvent satsa på
- långsiktiga investeringar är AAK i dag ledande inom det här området. Detta har resulterat i ett antal nya produkter med betydligt lägre halt av mättat fett och bibehållen funktionalitet för en rad olika livsmedel.
- I januari 2014 inledde vi företagsprogrammet för 2014-2016, "AAktion". Genom det här nya programmet ska ytterligare fokus läggas på "Försäljning – Innovation – Genomförande"
- Jens Wikstedt har utnämnts till chef för Europadivisionen och ingår i AAK:s koncernledning från och med den 17 januari 2014.
- Fredrik Nilsson har utnämnts till finansdirektör (CFO) och ingår i AAK:s koncernledning från och med den 17 januari 2014.

Operativa nyckeltal (Mkr om inget annat anges)	2009	2010	2011	2012	2013
Nettoomsättning	15.884	14.808	16.695	16.911	16.537
Justerat rörelseresultat (EBIT)	827	824	918 *	1.003**	1.127*
Rörelseresultat	827	824	914	975	1.117
Rörelseresultat per kilo	0,58	0,57	0,64	0,66	0,69
Vinst per aktie	10,14	14,15	14,72	15,66	17,87
Avkastning på sysselsatt kapital	12,60	13,10	13,30	14,20	16,50

* Justerat för förvärvskostnader

** Justerat för förvärvskostnader och kostnader i samband med orkanen Sandy

Se sidan 55 i AAK:s årsredovisning för definitioner. Se sidan 62 i AAK:s årsredovisning för uppgifter om årsstämman.



Kommentarer av Melker Schörling, styrelsens ordförande

Ännu ett starkt år

AAK fortsätter sitt framgångsrika förändringsarbete och 2013 blev företagets bästa år någonsin med fortsatt tillväxt. Samtliga tre affärsområden har haft ett starkt år, inklusive Chocolate & Confectionery Fats där marknadspriserna för kakaosmör slutligen har återgått till mer normala nivåer sett i ett historiskt perspektiv.

Fokus på snabbt växande marknader

En av AAK:s tillväxtstrategier är att investera i snabbt växande marknader, framför allt i Asien och Sydamerika. Förvärvet av turkiska Unipro från Unilever som gjordes i juli är helt i linje med denna ambition. Turkiet har också goda förutsättningar för att vara ett exportnav för vissa av grannländerna. Denna nya plattform för att öka försäljningen av special- och semispecialprodukter i Turkiet och Mellanöstern är naturligtvis intressant för aktieägarna. AAK:s verksamheter i Mexiko och Sydamerika utvecklas också mycket positivt. AAK har dessutom vidtagit ytterligare åtgärder för att stärka sin närvaro i Kina.

Garanterad konkurrenskraft

AAK:s huvudstrategi är att stärka företagets ställning som global marknadsledare inom vegetabiliska specialoljor och specialfetter och att vara kundernas förstahandsval för vegetabiliska oljor av hög förädlingsgrad.

För att uppnå denna strategi inledde vi år 2010 AAK Acceleration, ett program med fokus på tre prioriterade områden: Growth, Efficiency och People (tillväxt, effektivitet och människor). Det gläder mig att programmet i princip har varit framgångsrikt fullt ut och att nästan alla mål har uppnåtts. AAK Acceleration har i hög grad bidragit till AAK:s

ökade konkurrenskraft genom ett starkt fokus på specialisering och produktivitet såväl som volymökning och rörelseresultat. Som styrelsens ordförande gläder det mig att se att de här framstegen fördelar sig över hela koncernen, oavsett affärsområde eller geografisk placering.

Programmet AAK Acceleration har nu genomförts under de tre år som var planerade och har lagt en stark grund för framtida tillväxt. Vi ska se till att den här positiva trenden fortsätter och därför ser jag fram emot att arbeta med vårt nya företagsprogram som inleddes i början av 2014. Det nya programmet ska stimulera AAK att fortsätta sin väg framåt.

Långsiktigt engagemang

AAK är ett av MSAB:s huvudinnehav och vi har en ägarandel på 35 procent i företaget. Detta avspeglar vårt engagemang och vår

tro på att företaget har goda framtidsutsikter på lång sikt. Personligen känner jag ett stort förtroende för AAK, dess ledning och dess mycket kompetenta medarbetare runt om i världen.

På styrelsens och alla aktieägarnas vägnar vill jag tacka alla i AAK för deras fina insatser under 2013. Jag ser fram emot 2014, som jag tror blir ytterligare ett framgångsår för AAK och alla dess aktieägare.

Melker Schörling



Kommentarer av Arne Frank, koncernchef och vd

Vi inledde 2013 med viss osäkerhet, vilket berodde både på de ekonomiska problemen i Europa och på orkanen Sandys effekter på vår verksamhet i USA. Den starka utvecklingen inom affärsområdet Food Ingredients i kombination med en förväntad återhämtning inom affärsområdet Chocolate & Confectionery Fats gör dock att vi är försiktigt optimistiska inför framtiden. Detta har förstärkts ytterligare genom det framgångsrika genomförandet av programmet AAK Acceleration, som inleddes 2010 för att stödja företagets specialiseringsstrategi. AAK Acceleration består av tre prioriterade områden: tillväxt, effektivitet och människor. Alla tre är avgörande för vår framtida utveckling.

Organisk tillväxt i hela koncernen

Det mest positiva av allt är den organiska tillväxt vi har noterat. Detta leder till en bra ökning av rörelseresultatet som slår alla rekord

för helåret 2013. Det ökade rörelseresultatet är ett resultat av framgångarna inom de flesta affärssegment, inte minst för vårt största affärsområde, Food Ingredients. Här har vi noterat en mycket stark utveckling, vilket kan förklaras av den goda volymtillväxten inom special- och semispecialprodukter. Särskilt framgångsrika har vi varit inom barnmatssegmentet och i Latinamerika.

För verksamheten Chocolate & Confectionery Fats har den senaste tidens betydande prisökningar på kakaosmör hjälpt oss att återfå ett bättre läge. Efter ett stabilt första halvår sköt rörelseresultatet i höjden under det tredje kvartalet. Även om volymen låg kvar på en stabil nivå, blev produktmixen betydligt mer lönsam.

Vårt minsta affärsområde, Technical Products & Feed, noterade också en god ökning av rörelseresultatet.

Förbättrad geografisk närvaro med spännande utveckling på snabbt växande marknader

I juli förvärvade vi turkiska Unipro från Unilever. Unipros verksamhet är ännu inte särskilt omfattande, men den är av stor strategisk betydelse för oss eftersom den berör flera olika delar av programmet AAK Acceleration. Genom nya AAK Turkiet breddar vi vår geografiska närvaro och gör det möjligt att nå ut till vissa viktiga medelstora, snabbt växande marknader med ökad konkurrenskraft och lönsamhet.

I oktober öppnade vi ett toppmodernt innovationscenter i Shanghai. AAK har flera innovationscenter världen över. Genom att öppna ett sådant center i Kina bidrar vi också till vårt accelerationsprogram. Kina är ju som vi alla vet en snabbt växande marknad, och här vill vi ge våra kunder möjlighet att samarbeta nära tillsammans med våra kundinnovations-team när de utvecklar nya eller annorlunda produkter och lösningar.

Stora produktivetsökningar

Projekten för att öka vår produktivitet har varit framgångsrika, särskilt i Europa. I Hull (Storbritannien) och Aarhus (Danmark) har produktiviteten ökat med 30 procent eller mer sedan början av 2010. I Karlshamn har produktiviteten för samma period ökat med hela 60 procent. En del av besparingarna har gått till att förbättra rörelseresultatet, men en del har återinvesterats, framför allt i ny produktutveckling, säljpersonal och kundinnovation. Dessa stora förbättringar har medfört



en hel del utmaningar som vi dock har lagt bakom oss sedan början av året.

Fortsatta investeringar för framtiden

För att ytterligare stärka vår framtida organisation och trygga återväxten till våra nyckelpositioner inledde vi under 2013 AAK:s andra traineeprogram, som riktar sig till examinera- de universitetsstudenter i Europa. Under det ettåriga programmet får våra trainees praktik varvat med individuella utvecklingsaktiviteter och formell utbildning, vilket tillsammans ger en bra överblick över hur man skapar värde inom AAK:s värdekedja.

Ett exklusivt avtal med en viktig kund

AAK:s vision är att vara förstahandsvalet för vegetabiliska oljor av hög förädlingsgrad och därför arbetar vi hela tiden för att förbättra våra kundlösningar och vårt samarbete med kunderna. En viktig faktor här är att vi kontinuerligt utvecklar nya produkter tillsammans med våra kunder utifrån deras behov.

Något som vittnar om vår kapacitet inom det här området är det exklusiva treårsavtal som vi undertecknade med Premier Foods i Storbritannien i november. I detta avtal samarbetar vi om befintliga produkter och en gemensam utveckling av framtida produkter. Premier Foods är en av Storbritanniens största livsmedelsproducenter, och vi är självklart mycket glada över att ha blivit utvalda till detta spännande samarbete.

Det här avtalet markerar också att vi närmar oss slutet av den stora omstruktureringen av AAK:s verksamhet i Storbritannien.

Hälsofrågor och mindre mättat fett

AAK har under många år arbetat för att eliminera transfettsyrorna och minskat mängden mättat fett i hela produktsortimentet. I dag är vi ledande inom det här området.

I november publicerades de nya nordiska kostrekommendationerna på uppdrag av Nordiska ministerrådet. Fokus i rekommendationerna är att konsumtionen av mättat fett måste minska. I de nya rekommendationerna betonas också att typen av fett spelar större roll än den totala mängden fett. Denna rekommendation ligger också mycket nära Världshälsoorganisationens nuvarande rekommendationer.

Det är mycket tillfredsställande att se att vår utvecklingsstrategi ligger så nära de nya rekommendationerna. Något annat som vittnar om intresset för den här produkttypen var att vårt nya glassfett, Akomix LS 25, nominerades till det prestigefyllda priset FI Europe Excellence Award i kategorin "Årets mejerinnovation". En annan AAK-nominering var Chocofill NH 100, som nominerades till kategorin "Årets konfektyrinnovation".

Ansvarsfull tillväxt i vår affärsverksamhet

Ansvarsfull tillväxt är en av hörnpelarna i vår strategi, och avgörande för om vi ska nå vårt mål att bli kundernas förstahandsval. Vi anser att ansvarsfull tillväxt handlar om att agera på ett ansvarsfullt sätt gentemot alla våra viktiga intressenter – de lokala samhällen vi verkar i, våra globala och lokala kunder, anställda, investerare och leverantörer.

Under 2013 har vi fokuserat på fem områden: livsmedelssäkerhet, som är högsta prioritet för konsumenterna och våra kunder, hållbara inköp, där vi kan göra skillnad, resurseffektivitet, där vi arbetar hårt för att minska energiförbrukningen och utsläppen av växthusgaser, personalens säkerhet, där 2013 har varit ett år med ett målmedvetet säkerhetsinitiativ med höga ambitioner, och involverande av lokalsamhället.

2014

I januari 2014 offentliggjorde bolaget ett nytt företagsprogram avseende 2014–2016, "AAktion".

AAK erbjuder hälsosamma produkter till lägre kostnader och produktutveckling i nära samarbete med kunderna. Det gör att vi fortsätter att vara försiktigt optimistiska inför framtiden.

De viktigaste drivkrafterna är den fortsatta positiva utvecklingen för Food Ingredients och den fortsatta förbättringen inom Chocolate & Confectionery Fats.



Arne Frank

AAK:s vision

“The first choice for value-added vegetable oil solutions”

Visionen består av tre viktiga delar:

Förstahandsvalet

- Förstahandsvalet för våra intressenter: kunder, anställda, leverantörer och aktieägare.
- Vi strävar efter att bli våra kunders förstahandsval. Detta kräver att vi är konkurrenskraftiga, att vi har en jämn kvalitetsstandard och att vi är en ytterst pålitlig leverantör.
- Förstahandsvalet handlar även om tid. Vi strävar efter att ha en snabb marknadsåterkoppling vad gäller nya värdeskapande lösningar.

Värdeskapande lösningar

- Vi säljer helhetslösningar, inte bara produkter.
- Våra värdeskapande lösningar är baserade på våra expertkunskaper om kundernas behov.
- En värdeskapande lösning är inte bara en slutprodukt utan också en komplett samling av serviceåtgärder. Detta inkluderar kundanpassning, problemlösning, marknadsrådgivning, leveranssystem, teknisk support och annat som krävs för att möta kundernas behov.
- Vi strävar efter att öka vår del av de värdeskapande lösningarna jämfört med försäljning av enkla oljor.

Vegetabiliska oljor

- Detta är vår kärnverksamhet.
- Vår verksamhet är uppbyggd kring vegetabiliska oljor.
- Vi erbjuder ett brett utbud av produkter och service relaterat till vegetabiliska oljor.



AAKtion

Vår strategi är att stärka vår ställning som global marknadsledare inom vegetabiliska specialoljor och utnyttja detta för att nå våra mål. Denna strategi stöder vår vision: att vara förstahandsvalet för förädlade vegetabiliska oljor.

AAK Acceleration

AAK Acceleration har varit vägledande och pådrivande för AAK:s utveckling under 2011–2013. AAK Acceleration består av tre prioriterade områden:

- Tillväxt
- Effektivitet
- Medarbetare

I syfte att ta till vara viktiga möjligheter på dessa områden har vi genomfört tolv prioriterade projekt. Detta har lett till stora framsteg

och goda resultat samt stärkt AAK:s ställning på marknaden, vilket har resulterat i ett starkare finansiellt resultat.

AAKtion

I början av 2014 inledde AAK ett nytt företagsprogram som kommer att vara vägledande för AAK under 2014–2016. Det här programmet har fått namnet AAKtion – baserat på de engelska begreppen "action" och "execution" – och är en tydlig signal om vad som är centralt för att hålla takten uppe och fortsätta arbetet med att vidareutveckla AAK.

Inom AAKtion kommer ytterligare fokus att läggas på tre specifika områden för att stödja den organiska tillväxten:

- Försäljning
- Innovation
- Genomförande

Flera av de nuvarande strategiska huvudriktlinjerna kommer att vara hörnstenar i AAK:s strategi även framöver:

- Fokus på special- och semispecialprodukter
- Starkt fokus på organisk tillväxt
- Expansion på tillväxtmarknader
- Produktutveckling i nära samarbete med kunderna
- Tillväxt som bygger på livsmedels-säkerhet och ansvarstagande

Ambitionerna för det finansiella resultatet som ledningen tidigare meddelat gäller fortfarande.

The first choice for value-added vegetable oil solutions



FÖRSÄLJNING



INNOVATION

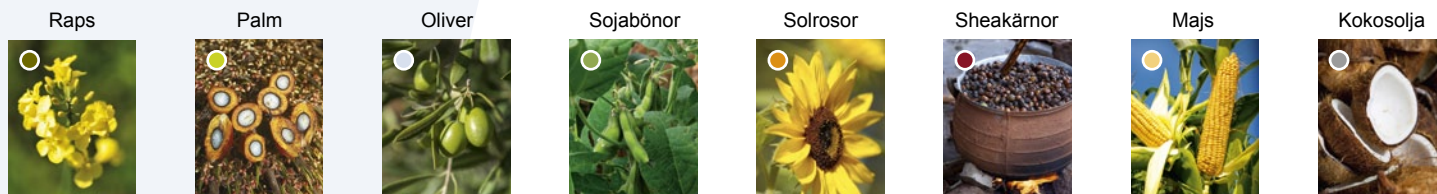


GENOMFÖRANDE

MEDARBETARE

Affärsmodellen

– vegetabiliska specialoljor och specialfetter



AAK:s kärnverksamhet är produktion av vegetabiliska specialoljor som tillgodoser behoven inom livsmedels-, konfektyr- och kosmetikindustrierna. Vi köper in förnybara råvaror från hela världen och tillverkar produkterna i vårt breda sortiment vid tolv produktionsanläggningar i Europa och Nord- och Sydamerika.

Våra produkter har både näringsmässigt och funktionellt värde och mycket bra struktur, avsmältning och kristallisation, reologi, smakavgivning och återfuktning. Vi utvecklar ofta våra produkter i nära samarbete med kunder, leverantörer, forskningsorganisationer eller andra externa partner. På så sätt kan vi tillgodose marknadens och kundernas behov och använda den senaste tekniken.

Som stöd för vårt starka fokus på kundpassning har vi en mycket flexibel produk-

tionsprocess. Det gör att vi kan tillgodose kundernas särskilda behov, till exempel hälsoprofil, smak, bearbetning, logistik, märkning och lagkrav. I varje enskilt fall identifierar våra tekniska och kommersiella experter den optimala lösningen för ett specifikt behov.

Naturliga råvaror

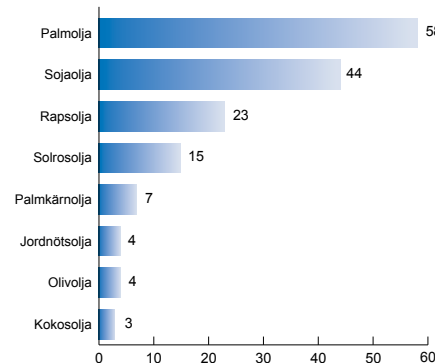
Våra råvaror kommer från rapsfrö, palmolja, sojabönor, sheakärnor, solrosfrön, oliver och många andra källor. Med hjälp av vår omfattande kunskap och en mer än sekellång erfarenhet utnyttjar vi de vegetabiliska oljornas egenskaper för att erbjuda ett mervärde till kunderna inom våra målbranscher.

Vi köper in råvaror från hela världen:

- Raps från Nord- och Centraleuropa
- Palmkärnor från Asien
- Palmolja från Asien och Latinamerika
- Olivolja från Sydeuropa

- Sojabönor från USA och Sydamerika
- Solrosfrön från östra Europa och Mexiko
- Shea från Västafrika
- Majs främst från Nord- och Sydamerika och Öst- och Sydeuropa
- Kokos från Malaysia och Filippinerna

Världproduktionen 2013*



* Preliminära siffror.

Miljoner ton

Källa: OIL WORLD Statistics Update, 21 juni 2013

Vad är fett och varför behöver vi det?

Fett är ett livsnödvändigt ämne och brukar delas in i fyra huvudgrupper:

- **Mättat fett** finns i animaliska produkter som smör, grädde, mjölk och kött samt i vegetabiliska oljor från tropiska växter som kokosolja och palmolja. Mättat fett kännetecknas av att det har en fast konsistens i rumstemperatur.
- **Enkelomättat fett** finns i mandel, olivolja, rapsolja och andra vegetabiliska oljor. Enkelomättat fett är lämpligt för matlagning, eftersom det är mer värmestabilt än fleromättat.
- **Fleromättat fett** finns i skaldjur, fet fisk som lax, makrill, sill och sardiner samt i vegetabiliska oljor. Omega-3 och omega-6 är exempel på fleromättade fetter.
- **Transfett** är en speciell form av omättat fett. Det finns naturligt i mjölk och fett från idisslare, men bildas även vid härdning (hydrering) av vegetabiliskt fett.

Fett ingår i kroppens alla celler och behövs för att kroppen ska kunna producera hormoner och andra viktiga ämnen.

- Vitaminerna A, D, E och K är fettlösliga, vilket innebär att det krävs fett för att kroppen ska kunna ta upp dessa vitaminer.
- En tredjedel av vårt dagsbehov av energi måste vi få i form av kalorier från fett. För vuxna innebär det ett dagligt fettintag på 60–90 gram, där varje gram innehåller nio kilokalorier. Kolhydrater och proteiner innehåller fyra kilokalorier per gram.
- Mättade fetter och transfetter anses öka halten av det "onda" LDL-kolesterolet i blodet, medan omättade fetter har en positiv effekt på kolesterolhalten.



Hälsotrender

Att utveckla fetter med speciella egenskaper innebär ett kontinuerligt arbete med att ta fram och marknadsföra produkter som har hälsosammare sammansättning eller andra specifika funktioner. Eftersom våra kunder försöker hålla jämna steg med de snabbt föränderliga kraven på sina marknader har det blivit allt viktigare för oss att tillgodose deras behov genom att ta fram anpassade, högfunktionella produkter.

Många av kundernas krav bottenar i hälsotrenderna. Under årens lopp har vår expertis gjort det möjligt för oss att behålla en hög fettfunktionalitet hos våra produkter samtidigt som vi har kunnat ta bort en stor del av transfetterna, eftersom de anses öka risken för hjärt- och kärlsjukdomar. I samma anda bearbetas i dag många av produkterna i vårt sor-

timent utan något hydreringssteg, eftersom de i hög grad har kommit att förknippas med transfetter, och produkterna har även låg eller mycket låg halt av mättat fett. I många länder uppmanar hälsovårdsmyndigheterna aktivt konsumenterna att minska sin konsumtion av mättat fett och transfetter.

Ansvarsfull tillväxt

Ansvarsfull tillväxt är huvudmålet för AAK:s accelerationsprogram, och avgörande för om vi ska nå vårt mål att bli kundernas förstahandsval för vegetabiliska oljor av hög förädlingsgrad. Vi anser att ansvarsfull tillväxt handlar om vårt ansvar gentemot alla våra viktiga intressenter – de lokala samhällen vi verkar i, våra kunder i hela världen, våra anställda, våra investerare och våra leverantörer. Vår modell för hållbar tillväxt bygger

på FN-initiativet Global Compacts tio principer för en ansvarsfull tillväxt och våra egna policyer och koder. Vi arbetar för utveckling utifrån fem fokusområden: marknad, leveranskedja, miljö, arbetsmiljö och samhälle. För vart och ett av dessa områden sätter vi kontinuerligt upp – och når – ambitiösa mål, såväl internt som externt.

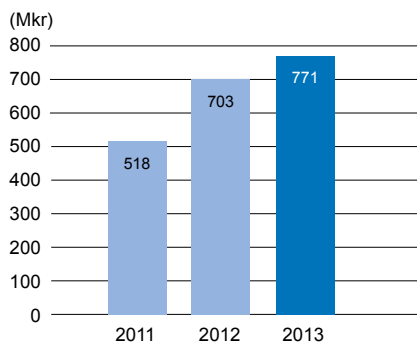
Vår interaktion med kunderna bygger på sund affärsetik och en stor medvetenhet om vårt ansvar för att värna om kundernas varumärken. Som tillverkare av ingredienser till några av världens mest välkända produkter förstår vi vilket ansvar vi har och vilka förväntningar våra kunder har på oss. Syftet med vårt accelerationsprogram är att vi ska kunna leva upp till dessa.



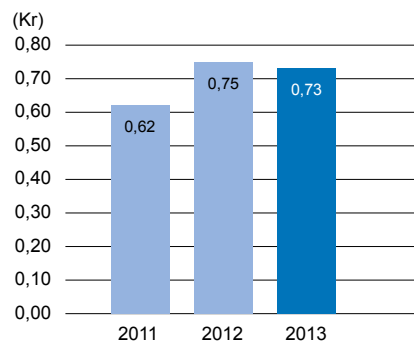
Affärsområdet Food Ingredients

Inom området Food Ingredients har 2013 varit ännu ett framgångsrikt år för AAK med stark tillväxt och rekordhög rörelseresultat. Med våra hälsoinriktade lösningar och vår lyhörddhet för trenderna på marknaden fortsätter vi att visa att vi kan tillgodose kundernas behov.

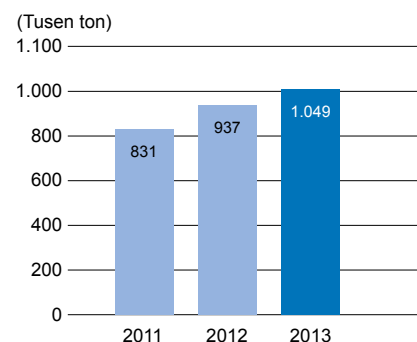
Rörelseresultat



Rörelseresultat per kilo



Volymer



Food Ingredients

(Mkr)	2011	2012	2013
Nettoomsättning	10.076	10.729	10.798
Rörelseresultat	518	703	771
Rörelseresultat, kr per kilo	0,62	0,75	0,73
Volymer, tusen ton	831	937	1.049

Våra innovativa lösningar, produktutvecklingen tillsammans med kunderna och den jämna kvaliteten har ytterligare stärkt vår ställning som förstahandsvalet för vegetabiliska oljor hos en bred global kundbas. Vår förmåga att snabbt reagera på livsmedelsindustrins föränderliga krav har fört oss ännu närmare kunderna och gett oss ett klart försprång framför konkurrenterna. Förändringar på marknaden och ny lagstiftning driver oss att skapa nya mervärdeslösningar för våra kun-

der och ett viktigt sätt för oss att generera kontinuerlig tillväxt är att fortsätta genomföra dessa förändringar.

Hälsa är en av de viktigaste trenderna på marknaden och här arbetar AAK proaktivt.

Hälsotrenden inom livsmedelsindustrin

Trenden att äta hälsosammare mat fortsätter att dominera utvecklingen inom livsmedelsindustrin.

De fysikaliska egenskaperna hos flytande oljor och sammansättningen hos vissa mjuka oljor som rapsolja – som har en hög halt av omega-3 och den lägsta halten mättade fettsyror av alla oljor – gör att de är en utmärkt råvara för att skapa mer hälsosamma funktionella oljeblandningar.

Efterfrågan på produkter med lägre halt av mättat fett driver utvecklingen mot allt mer förädlade produkter. Den ökade efterfrågan på kundanpassade lösningar inom ett antal växande segment leder också till en starkare efterfrågan på AAK:s kunskap om nya omätade vegetabiliska oljor.

Konsumenterna efterfrågar produkter av hög och jämn kvalitet samt hälsosammare livsmedelsprodukter. Tillsammans med våra kunder driver vi utvecklingen med hälsosammare alternativ för konsumentmarknaden. Tack vare vår förmåga att välja de rätta komponenterna från ett stort sortiment av vegetabiliska oljor och fetter kan vi skapa effektiva lösningar som tillgodoser de flesta nya behov genom gemensam produktutveckling med kunderna.



Barnmat

Barnmaten är fortfarande vårt snabbast växande marknadssegment inom Food Ingredients. Den stora efterfrågan på kundanpassade blandningar av specialoljor och specialfetter för modersmjölksersättningar till för tidigt födda barn och nyfödda har återigen lett till att vi har kunnat öka vår andel av denna snabbt växande marknad dramatiskt. Försäljningen av InFat™ har blivit alltmer betydande och ökar nu snabbt, inte bara i Europa utan världen över. Denna strukturerade lipidkomponent för modersmjölksersättningar säljs genom Advanced Lipids, som är AAK:s joint venture med Enzymotec. Eftersom vi har bevisat att vi är en pålitlig leverantör och partner inom barnmatssegmentet ser vi stora möjligheter till fortsatt stark tillväxt och konkurrenskraft.



En konkurrensutsatt marknad

Vi verkar på en marknad som kännetecknas av hård konkurrens och vi har flera stora konkurrenter, där några inriktar sig mer på bulkoljor och andra som är verksamma inom segmentet för specialprodukter. I Europa finns det dessutom mer än 120 lokala raffinaderier som vill ha sin del av kakan.

Inom segment som kräver särskild kapacitet och specialisering har vi dock stora fördelar av vår ledande ställning när det gäller produktutveckling och teknisk know-how. Detta gäller i synnerhet för alternativ till mjölkfett, oljor och fetter för bagerisektorn, specialfetter för modersmjölksersättningar och inom området foodservice. AAK:s accelerationsprogram har gett oss de resultat som vi har arbetat för med ett tydligare fokus på försäljnings- och marknadsutveckling. Det gör att vi kan utnyttja våra starka sidor och vår konkurrenskraft.

Kundanpassade lösningar

Vi erbjuder kundanpassade produkter inom nästan alla kategorier. De flesta finns dock

bland våra specialiteter för bageri-, mejeri, barnmats- och livsmedelsservicebranscherna. Vårt mål är att erbjuda kunderna mer förädlade produkter och på så sätt öka värdet på våra specialprodukter.

Nya produkter

Vårt utökade sortiment av produkter för bageri, mejeri, foodservice och barnmat har bidragit till betydande tillväxt (ojämförliga utveckling) inom alla dessa livsmedelssegment. Genom att erbjuda lösningar som innehåller ett minimum av mättade fetter utan att de fysikaliska egenskaperna försämrats har vi skaffat oss en utmärkt plattform för att förbättra hälsoprofilerna för nästan samtliga kundprodukter.

Nytilskott i form av ohydrerade, transfria fetter med ännu lägre halt mättat fett har betydligt ökat mycket för vår verksamhet. Dessa exempel visar tydligt att man kan skapa verkliga mervärdeslösningar genom att utveckla och skapa nya produkter i nära samarbete med kunderna.

Regionala marknader

Europa

AAK har fabriker i Sverige, Storbritannien, Nederländerna och Danmark och försäljningsorganisationer i nästan samtliga länder i Europa, vilket har lett till att AAK har blivit marknadsledande i hela Europa. Med vår nya organisation i Turkiet har vi nu också blivit en av de starkaste aktörerna i den regionen.

I Storbritannien har AAK:s specialiseringsstrategi gett resultat och inom området specialoljor och specialfetter presterar vi nu lika bra som våra övriga AAK-enheter. Vår huvudsakliga brittiska verksamhet är förlagd till fabriken i Hull, medan AAK Food Service har sin bas i Hull och Runcorn.

Mexiko

I Mexiko kännetecknas marknaden av hög konkurrens, produktifiering och ett allt större intresse för hälso- och miljöfrågor. AAK Mexiko har lyckats ta fram lösningar som uppfyller och överträffar kundernas förväntningar och bekräftar på så sätt vår ställning som leverantör av högkvalitativa mervärdeslösningar.

AAK Mexiko har blivit en viktig leverantör för de flesta företag som behöver använda fetter och oljor i sina processer. Vi har fortsatt att investera i projekt som gör att AAK Mexiko ligger steget före, vilket ger oss en konkurrensfördel inom innovationsområdet.

Strategisk precision och ett kraftfullt genomförande har visat sig vara viktiga faktorer i den dagliga verksamheten. Vårt fokus på marknads behov och på att utveckla personalens kompetens har visat sig vara ett framgångsrecept.



AAK Mexiko kommer att fortsätta att erbjuda ett brett spektrum av lösningar för att hantera de marknadsutmaningar som förväntas framöver.

USA

I spåren av orkanen Sandy blev 2013 ett år av återhämtning för AAK USA, inte minst i Port Newark, anläggningen i New Jersey. Men motgångar är också en grogrund för förändring och ny energi och AAK USA samlade sina krafter och gjorde sitt yttersta för att erbjuda kunderna mervärdeslösningar. Detta ledde till att AAK snabbt återskapade förtroendet hos de kunder som påverkats av stormen.

Bageriverksamheten, som är centrerad till anläggningen i Louisville i Kentucky, fortsatte att visa stark tillväxt. Vi har sett många exempel på hur AAK:s kundinnovationsteam har arbetat nära kunderna och kunnat leverera produkter med hög kvalitet till konsumenterna. AAK USA fortsätter att investera i Louisville-anläggningen för att åstadkomma förbättringar inom säkerhet, kvalitet och produktivitet som ett led i förberedelserna för att ta vara på framtida tillväxtpotentialer.

Under 2013 har arbetet med att integrera Oasis Foods i AAK-familjen fortsatt. Genom att utbyta bästa metoder har vi fått många möjligheter till effektivisering och tillväxt. Eftersom AAK:s marknadsansvarigsteam med fokus på livsmedelsservice och livsmedelstillverkning har delat med sig av sina kunskaper och kundinsikter räknar vi med att hitta nya möjligheter till tillväxt.

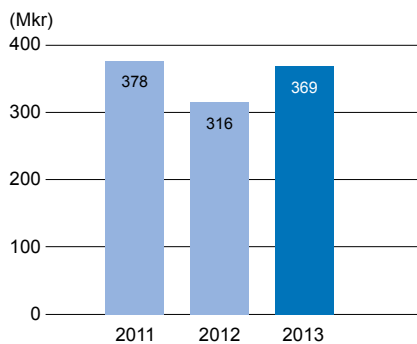




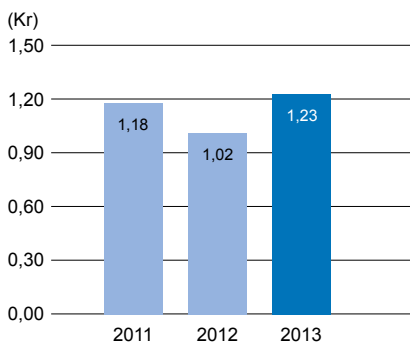
Affärsområdet Chocolate & Confectionery Fats

Chocolate & Confectionery Fats har fortsatt att tillämpa strategin bakom AAK Acceleration, där ett av de prioriterade projekten har varit att åstadkomma organisk tillväxt inom affärsområdet. Vår vision är att bli den ledande leverantören av värdeskapande specialfetter till de främsta namnen inom den globala konfektyrindustrin. Vi siktar på att utöka vår globala närvaro. Under 2013 förbättrades marknads-situationen till följd av stigande priser på kakaosmör.

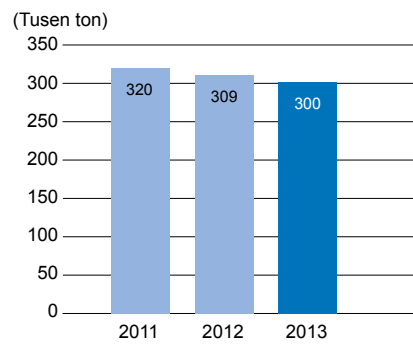
Rörelseresultat



Rörelseresultat per kilo



Volymer



Chocolate & Confectionery Fats

(Mkr)	2011	2012	2013
Nettoomsättning	4.954	4.583	4.200
Rörelseresultat	378	316	369
Rörelseresultat, kr per kilo	1,18	1,02	1,23
Volymer, tusen ton	320	309	300

Chocolate & Confectionery Fats tillverkar vegetabiliska specialfetter som används för att ersätta kakaosmör i chokladprodukter, fyllningar och specialprodukter för kosmetikindustrin.

Lösningar för våra chokladkunder

Vi erbjuder en bred produktportfölj som har utformats med utgångspunkt i marknadens

och kundernas behov. Många av de nya produkter vi lanserar har utvecklats och anpassats i nära samarbete med våra kunder. Våra lösningar för konfektyrindustrin spänner över en mängd produkter, till exempel chokladfetter och sammansatta fetter för överdrag och gjutning, fyllningsfetter, produkter som förhindrar fettblom och bredbara produkter.

Vi är medvetna om att det finns regionala



variationer mellan de funktioner som våra kunder vill ha, och vi strävar efter att anpassa våra lösningar för att skapa största möjliga nytta för våra kunder och en god smakupplevelse för konsumenterna. De funktionella egenskaper som vi erbjuder påverkar bland annat den slutliga konfektyrproduktens smak, utseende och textur.

Eftersom AAK har en stark marknadsinriktning levererar vi innovativa lösningar som återspeglar trenderna på marknaden och ligger före kundernas krav. Vårt breda produktsortiment är resultatet av det målriktade utvecklingsarbete som sker i våra laboratorier, där vi samarbetar med kunder och leverantörer. Vi erbjuder våra kunder teknisk service för att optimera användningen av våra lösningar i deras fabriker. Vi ordnar ofta kurser för våra kunder, för att informera dem om nya tillämpningar som kan ge dem inspiration och nya koncept som de kan använda i sina produkter.

Våra innovativa projekt för att ta fram hälsosammare versioner av våra produkter har visat sig vara framgångsrika. Därmed kan vi erbjuda produkter som dels uppfyller höga krav på livsmedelssäkerhet, dels inte innehåller transfetter och har låga halter av mätade fetter. I dag innehåller de flesta av våra produkter inga transfetter alls.

Pådrivande för den globala tillväxten

Vi fokuserar på att både behålla och utveckla de goda och stabila relationerna med våra befintliga kunder och på att söka nya kontakter på tillväxtmarknaderna. Dessa två mål skapar en välbalanserad tillväxt.

AAK är en stark och långsiktig affärspartner som har nära samarbeten med globala

kunder och ledande konfektyrföretag på regionala marknader. Vi fortsätter att utöka vår globala organisation och levererar till våra kunder från produktionsanläggningar i hela världen.

Vi inriktar oss också på nya, stora chokladmarknader där ökad urbanisering, en växande medelklass med stigande löner och större medvetenhet om hälsoaspekter borgar för ökad tillväxt. Här kännetecknas livsmedelsindustrin av innovativa förändringar, som till exempel att gränsen mellan choklad-, konfektyr- och bagerisegmenten allt mer suddas ut. Dessutom ökar konsumtionen av snacks. Detta medför att innovationsarbetet och produktionen förändras och blir mer komplexa, vilket lämpar sig mycket väl för AAK:s modell för produktutveckling där kunderna i hög grad engageras.

En produkt för varje kundbehov

Våra produkter och värdeskapande lösningar ger kunderna möjlighet att särskilja sina konfektyrprodukter för att vinna kunder. Vi erbjuder ett kundanpassat produktsortiment med följande varumärken:

- ◆ Illexao™ – Cocoa Butter Equivalents/ Improvers (CBE/CBI) som minskar kostnaderna och ger chokladen ny eller förhöjd funktionalitet
- ◆ Akopol™ – Cocoa Butter Replacers (CBR) till blandningar som även kan innehålla kakao
- ◆ Cebes™/Silko™ – Cocoa Butter Substitutes (CBS) för blandningar som smälter och kristalliserar snabbt
- ◆ Chocofill™/Deliair™ – Fyllningsfetter för kundanpassade fyllningar

En chokladfyllning innehåller vanligen 30 procent fyllningsfett. Detta är viktigt för att ge en god chokladupplevelse i termer av stabilitet, smältningsegenskaper, textur, smakavgivning och hälsoprofil. Några andra fördelar med vårt produktsortiment är förbättrad smakupplevelse och förlängd blomstabilitet, som möjliggör längre lagringstid. Effektiva produkter som förhindrar fettblom gör att man till exempel kan ha nötter i en fyllning.

Rätt varor

Det krävs sakkunskap i alla steg i vår värdekedja – från inköp av råvaror till marknadsföring och försäljning. När vi köper in råvaror gör vi en strikt kvalitetskontroll för att uppfylla kraven på livsmedelssäkerhet. Vi har också ett starkt fokus på initiativ för att säkerställa att vi tar vårt sociala ansvar.

Kortare leveranskedja för sheakärnor

Sheakärnorna har varit en viktig närings- och inkomstkälla på den västafrikanska landsbygden i decennier. Vi har varit delaktiga i detta ända sedan de första kärnorna exporterades på 1950-talet och är i dag den största konsumenten av sheakärnor utanför Afrika. Under de senaste åren har vi lyckats förkorta leveranskedjan så att bara de länkar som faktiskt tillför värde finns kvar. En konsekvens av detta är att vi nu även får leveranser direkt från tusentals kvinnor i Burkina Faso och Ghana.

Den volatila kakaomarknaden

Priset på kakaosmör har nu tredubblats sedan de lägsta nivåerna under första halvåret 2012, vilket ger en positiv effekt på volymen och värdet av CBE. Mer information om kakao och kakaosmör finns på www.icco.org.

Funktionella ingredienser för skönhets- och kroppsvård

AAK utvecklar och säljer funktionella lipider för användning inom hudvård, hårvård, makeup och övriga hygienprodukter. Vårt Lipex®-sortiment uppskattas för sin återfuktande och mjukgörande förmåga och den positiva effekten på hudens hälsa.

AAK har arbetat med lipider inom kosmetik under de senaste 30 åren och är i dag en av världens ledande specialister på området. Alla våra ingredienser är baserade på vegetabiliska oljor, till skillnad från syntetiska, animaliska eller mineraloljebaserade råvaror.

Global räckvidd

Skönhets- och kroppsvårdsbranschen är internationell. De tio största företagen har 50 procent av den globala marknaden och ökar normalt sett sin marknadsandel varje år, ofta genom förvärv av regionala varumärken. Följaktligen säljer vi Lipex® i hela världen.

Dynamiska marknadstrender

Antalet konsumenter som använder skönhets- och kroppsvårdsprodukter dagligen ökar stadigt. Även om den ekonomiska utvecklingen i Asien och Sydamerika är den viktigaste tillväxtfaktorn spelar det ökande intresset bland män för hudvårdsprodukter också in.

I dag har branschen kompletterat sin traditionella inriktning på innovation och nya produkter med en ökad betoning på säker-

het, naturlighet och hållbar produktion – en trend som stämmer väl överens med användning av säkra, hållbara och funktionella ingredienser baserade på naturliga råvaror. AAK räknar med att miljömässigt hållbara lösningar med vegetabiliska oljor i allt större utsträckning kommer att ersätta syntetiska och mineraloljebaserade produkter.

Hållbara ingredienser

Lipex®-produkterna tillverkas av naturliga, förnybara råvaror. Sheasmörets välgörande egenskaper har gjort det till den mest efterfrågade vegetabiliskt baserade råvaran inom kosmetikaindustrin. Det uppskattas i stora kretsar för sina mjukgörande och fuktbindande egenskaper och sin antiinflammatoriska verkan som ger värdefulla hudläkande och skyddande effekter.

Andra Lipex®-produkter tillverkas av mango, illipe, kakao, raps och andra råvaror. Svenskodlad raps har ett högt innehåll av värdefulla bioaktiva lipider som är en utmärkt bas för produkter för känslig hud och spädbarnsvård samt solskyddsprodukter.

Produktutveckling skapar värde för kunderna

Vi utvecklar ständigt vårt produktsortiment i nära samråd med våra kunder. De tekniska och kommersiella insikter som våra kunder förser oss med gör att vi kan reagera på marknadstrenderna på ett väl övervägt sätt.

En stor del av produktutvecklingen fokuseras på att ta fram produkter med specifika funktioner och aktiva substanser. Syftet är att skapa nya ingredienser som kombinerar grundläggande funktioner, som fuktgivande eller mjukgörande egenskaper, med mer avancerade funktioner, som skydd mot UV-strålning och miljöföroreningar.

AAK hjälper naturen på traven i syfte att skapa nya, tilltalande ingredienser som öppnar nya dörrar för våra kunder.

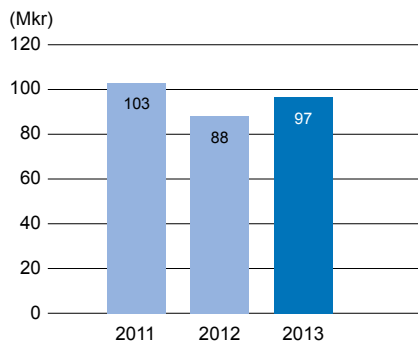




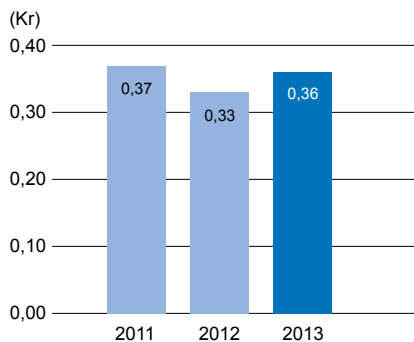
Affärsområdet Technical Products & Feed

För Technical Products & Feed blev det ännu ett år med minskad nettoomsättning – samtidigt som rörelseresultatet förbättrades. Förklaringen är lägre råvarupriser – och förbättringar inom verksamheten för foder och tekniska fettsyror.

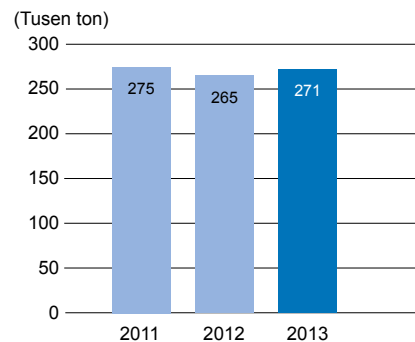
Rörelseresultat



Rörelseresultat per kilo



Volymer



Technical Products & Feed

(Mkr)	2011	2012	2013
Nettoomsättning	1.665	1.599	1.539
Rörelseresultat	103	88	97
Rörelseresultat, kr per kilo	0,37	0,33	0,36
Volymer, tusen ton	275	265	271

Vårt affärsområde Technical Products & Feed är ett utmärkt exempel på den roll som vegetabiliska oljor spelar för vår miljö och vår hälsa. Inom skogsbruket kan till exempel våra biologiskt nedbrytbara smörjmedel till maskiner för skogsavverkning minimera utsläppen av föroreningar. Ett annat exempel är ljus: stearinljus tillverkade av förnybara fettsyror ger betydligt mindre koldioxidut-

släpp än ljus som är tillverkade av paraffin. Inom jordbruket kan utfodringen av mjölkkor ske med vegetabiliskt foder som har utmärkt näringsvärde. Med undantag för vårt Binol-sortiment tillverkas alla våra tekniska produkter och foderprodukter av restfraktioner som blir över vid produktionen av matolja. Marknaden finns primärt i Nordeuropa.

Industriella tillämpningsområden

Vi producerar fettsyror och glycerol genom att spjälka fettmolekylen och förädla resultatet till högre produkter.

Våra fettsyror marknadsförs under varumärket Tefac och har många olika tillämpningsområden inom den oleokemiska industrin. Andra viktiga användningsområden är papperskemikalier, tvål, ytaktiva ämnen, gummi och plast. Ett exempel på en konsumentprodukt som är helt och hållet baserad på fettsyror är stearinljus – ett hållbart alternativ till paraffin.

Glycerol används i en lång rad olika produkter, till exempel kosmetika, sprängämnen, målarfärg, betong och frostskyddsmedel.

Just nu pågår en omfattande konsolidering av marknaden för fettsyror och glycerol, en process som oundvikligen kommer att leda till att aktörerna blir färre och större. AAK är marknadsledande i Norden, där merparten av produkterna säljs. Andra viktiga marknader är Tyskland, Polen och Ryssland.

Tekniska oljor

– biologiska smörjmedel

De tekniska oljorna i Binol- och BioSafesortimenten omfattar processvätskor och smörj-

olja för verkstadsindustrin samt hydraul- och motorsågsolja för skogs- och byggnadsindustrierna.

Inom metallindustrin får man en betydligt bättre arbetsmiljö om man ersätter mineralolja med förnybara Binol-produkter. Dessutom bli smörjegenskaperna bättre och kostnaderna lägre. Den ökade miljömedvetenheten har påverkat försäljningen positivt.

Trots att smörjmedelsmarknaden som helhet krymper tar våra biologiska alternativ allt större marknadsandelar från de mineraloljebaserade produkterna. Huvuddelen av Binol- och BioSafe-produkterna säljs till slutanvändare på den nordiska marknaden. På övriga marknader samarbetar vi med olika partner som saluför produkterna under sina egna varumärken.

Foder

Inom djurfoder är våra huvudprodukter bypassprotein och bypassfetter. När vi har pressat rapsfrön och utvunnit oljan bearbetas rapsmjölet i vår Karlshamnsanläggning. Resultatet blir vår proteinrika produkt ExPro, som ökar foderproteinets effektivitet och höjer mjölkavkastningen hos nötkreatur. Våra fasta bypassfetter och flytande foderfetter an-

vänds också som ingredienser i foder till nötkreatur, och i viss mån till svin och fjäderfä.

Som namnet antyder bryts inte bypassprotein och bypassfett ner vid matsmältningen i vommen hos nötkreatur. I stället passerar de vommen och absorberas i tunntarmen i form av aminosyror och fettsyror. Högvastande mjölkkor behöver bådadera för att uppnå optimal mjölkproduktion.

Omkring 98 procent av våra foderprodukter säljs i Norden, där AAK är marknadsledande inom bypassprotein och bypassfett. Trots en fortsatt stadig nedgång i antalet gårdar med mjölkkor i regionen har marknaden för fodderråvaror förändrats mycket lite under de senaste åren, tack vare en konsolidering av mjölkproduktionsbranschen och en ökad avkastning per ko.



Risker

AAK:s verksamhet är ständigt utsatt för risker och hot, och företaget påverkas av olika omvärldsfaktorer. Med hjälp av en aktiv omvärldsanalys försöker vi förutse förändringar av de faktorer som påverkar vår verksamhet. Vi uppdaterar kontinuerligt våra planer och policyer för att motverka potentiella negativa effekter. Vi tillämpar en aktiv riskhantering genom att till exempel säkra råvarupriser och valutor för att minska riskerna.

Råvaror

Skördar är väderberoende. Ett år med dålig skörd driver upp priserna, medan ett år med god skörd pressar priserna nedåt. Handel med en övervägande del av råvarorna bedrivs på den internationella världsmarknaden och köps in i utländska valutor, vilket ger oss stora valuta- och råvaruprisexponeringar.

AAK tillämpar aktiv riskhantering. Det innebär att vi så snart ett försäljningsavtal har undertecknats säkrar motsvarande valuta- och råvaruprisexponering. Därmed skyddar vi marginalerna mot prisrisker på ingångna försäljningsavtal.

Eftersom många råvaror produceras långt från våra produktionsanläggningar och marknader är transportkostnaderna en viktig faktor. I synnerhet de ökande kraven på miljömässigt godtagbara transporter kan få konsekvenser för marginalerna. Konkurrensen för dagligvaror är hård.

Bearbetningsindustrin

AAK är en del av bearbetningsindustrin. Vi åstadkommer resultatförbättringar genom organisk volymtillväxt och ökad försäljning av specialprodukter med högre marginaler i förhållande till bulkprodukter med lägre marginaler.

Kapacitetsökningar för att höja totalvolymerna och täcka en växande efterfrågan kräver en relativt långsiktig planering. Vi måste analysera tillväxtpotentialerna i god tid, men under tiden kan vi fördela produktionen mellan våra tolv anläggningar så att vi kan bearbeta vissa produkter närmare marknaderna och på så sätt hantera svängningar i utbud och efterfrågan. Viktiga specialprodukter produceras i särskilda anläggningar, och maskinella störningar kan få stor påverkan. AAK har tecknat en försäkring mot intäktsbortfall och andra effekter av driftstopp.

Politisk instabilitet

Att agera globalt medför alltid risker, men det kan samtidigt verka stabiliserande. Även om AAK till största delen arbetar på mogna marknader i USA och Europa genereras en stor del av tillväxten på marknader i utveckling. De är känsliga för politisk instabilitet som kan påverka valutor och växelkurser. Vi är också verksamma i Östeuropa, Mellanöstern, Asien, Afrika och Sydamerika, där läget ibland kan vara instabilt. Eftersom vi har varit etablerade i dessa områden länge har vi stor erfarenhet av att hantera dessa frågor.

Dessutom har vi en genomtänkt strategi för riskhantering.

Att verka globalt medför även ett antal andra risker, som till exempel

- Handelshinder
- Inflation
- Förändringar i nationell och regional lagstiftning, exempelvis införande av skyddstullar och skatter som hindrar AAK att verka på en fri marknad
- Lagstiftning på miljö- och hälsområdena.

Förändringar av konkurrens-situationen

Vår bransch genomgår en strukturomvandling. Det är en bransch med en drygt hundraårig historia, en bransch som i grunden är beroende av naturprodukter. Det finns starka drivkrafter för en mer intensiv utveckling, med bland annat krav på en hållbar, etisk produktion där tillverkarna tar ansvar för samhällsfrågor och miljökonsekvenserna av sin verksamhet. AAK arbetar med både en organisk tillväxtstrategi och en selektiv förvärvsstrategi. En stark balansräkning har lagt den finansiella grunden för kommande förvärv.

Konkurrensen är hård i branschen: det finns ett flertal konkurrenter som levererar bulkprodukter med begränsade marginaler i stora volymer på den globala marknaden. Vårt svar är att inrikta oss mer på produkter med bättre marginaler och högre förädlingsvärde. Några exempel är konfektyrprodukter och kosmetik, men även ingredienser med mervärde för bageri-, mejeri- och barnmatsindustrierna.

Hälsotrenden

Det pågår en ständig debatt om hälsosamma alternativ på livsmedelsområdet. Debatten om transfetter har till exempel från och till varit intensiv, vilket har lett till att råvaror som palmolja används i större omfattning. För AAK är palmoljan av stor betydelse. Den har ett brett användningsområde – från choklad till livsmedel och kosmetik. Den är ett bra alternativ till härdat fett och eftersom den är halvfast i rumstemperatur lämpar den sig väl för tillverkning av många olika livsmedel. Med palmoljan går det att eliminera transfettet ur många livsmedelsprodukter.

AAK har förmåga att snabbt anpassa produktutbudet till de senaste trenderna i

hälsodebatten, till stor del på grund av att vi arbetar med alla slags vegetabiliska oljor och relativt lätt kan omformulera våra produkter så att de tillgodoser kundernas behov. Vi satsar mycket på att utveckla produkter i samarbete med våra kunder, vilket gör att riskerna med att lansera nya produkter begränsas.

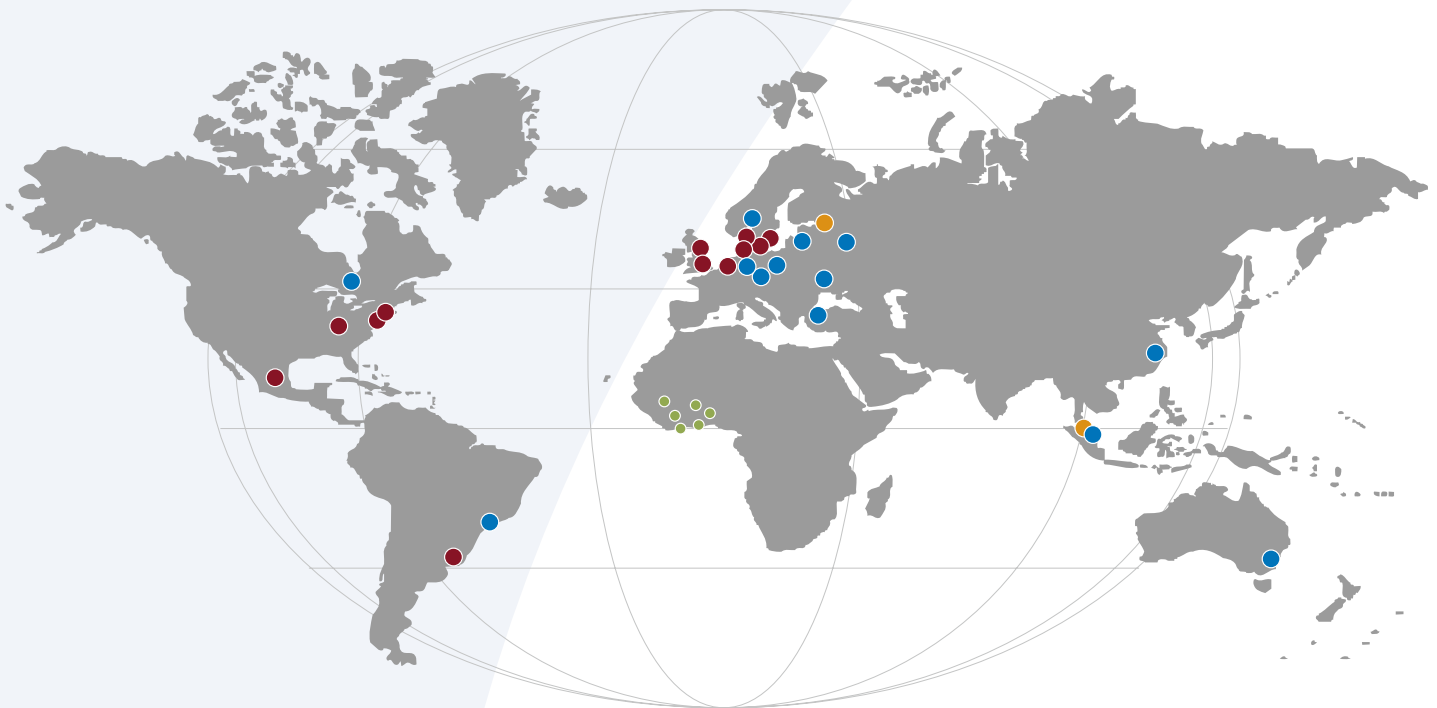
En annan risk är förändringar av lagar och regler till följd av politiska åtgärder. För att förekomma förändrad lagstiftning på olika områden som en naturlig följd av de krav som allmänheten ställer är det viktigt att arbeta aktivt med Corporate Social Responsibility-frågor.

Hög kompetens

Vår verksamhet påverkas av råvarupriser, transportkostnader, energipriser, räntor och växelkurser. Vår ledning och personal har lång och gedigen erfarenhet av att snabbt reagera på förändringar i omvärldsfaktorer och anpassa verksamheten och produkt- och serviceutbudet till kundernas behov.



Medarbetare



● Produktionsanläggningar och försäljningskontor ● Försäljningskontor ● Anläggningar för produktanpassning ● Inköpskontor

Våra medarbetare är nyckeln till vår framgång

AAK har medarbetare i fler än 25 länder på fem kontinenter, och är ett verkligt globalt företag. I dag har vi tolv produktionsanläggningar i sju länder plus en global inköps- och försäljningsorganisation. Denna globala närvaro utökas genom organisk tillväxt och förvärv. Under 2013 hade vi nöjet att välkomna 38 nya kolleger från Unipro (Turkiet) i AAK-familjen.

I genomsnitt hade AAK 2.207 anställda 2013. Under året har antalet anställda legat på en stabil nivå, där tillskotten till följd av organisk tillväxt och förvärv utjämnades av den fortsatta omstruktureringen av våra europeiska anläggningar, som tyvärr ledde till att vi blev tvungna att skiljas från ett antal medarbetare. Vi tackar var och en av dem för deras engagerade arbete för AAK och önskar dem lycka till i framtiden.

2013 var AAK:s "säkerhetsår"

Under 2013 genomförde vi ett "säkerhetsår" där vi arbetade för att ytterligare höja säkerheten inom alla delar av vår verksamhet. Här försökte vi skapa en medvetenhet hos alla anställda om vikten av att var och en tar eget ansvar att tänka på säkerheten och att använda sig av de säkraste metoderna. Vårt säkerhetsarbete omfattar alla led av verk-

samheten, från säkerheten i samband med bearbetning och tillverkning till försäljningsorganisation och administration. Ett globalt team för säkerhetshantering har bildats för att behandla frågor som rör säkerheten globalt inom AAK och upprätta världens kanske bästa säkerhetsnormer för hela koncernen. Vi arbetar för att stärka vår säkerhetskultur hos alla medarbetare inom organisationen. Därför har vi utvecklat och genomfört metoder för ändringshantering, revision, identifiering av tillbud och processsäkerhetshantering som bygger på nationell lagstiftning, internationella föreskrifter, jämförelser med branschstandarder och våra egna AAK-krav.

Bedömning och utveckling

För att vi ska nå våra tillväxtmål måste vi alla verka åt samma håll. För att säkerställa att målen ligger på samma nivå inom hela organisationen har alla medarbetare slutfört sin resultat- och utvecklingsplan (PDP, Performance and Development Plan) under den första delen av året. Vid utvecklingssamtalen diskuterar alla medarbetare föregående års resultat och måluppfyllelse med sina chefer. Sedan fastställs nya mål och planer för den personliga utvecklingen.

För att se till att alla anställda har de kunskaper och färdigheter som krävs för att utföra sina uppgifter har vi en omfattande

utbildningsverksamhet, både lokalt och som ett inslag i vårt globala utbildningsprogram.

Under 2013 har vi fortsatt att inrikta oss på att utbilda vår säljorganisation. Vi fortsatte med vår globala säljutbildning för ny säljpersonal och utökade vår produktutbildning. Allt detta hade till syfte att förbättra vårt teams förmåga att identifiera kundmöjligheter och skapa större värde för våra kunder.

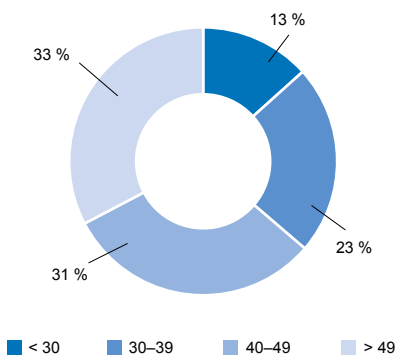
Den första omgången traineer är klara med vårt ettåriga traineeprogram för examinerade universitetsstudenter, och samtliga fortsätter nu att arbeta hos AAK. En ny omgång traineer har börjat sin utbildning inom traineeprogrammet och arbetar både på säljsidan och i den operativa verksamheten. Programmet kommer att ge dem stora insikter i både den operativa och kommersiella värdekedjan, vid sidan av den formella utbildningen.

Kommunikation är nyckeln

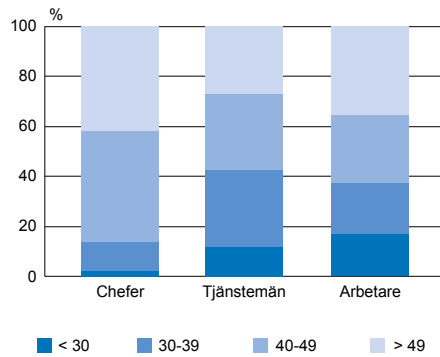
Det är viktigt att satsa på den interna kommunikationen, eftersom den är nyckeln till engagerade medarbetare som förstår vilka mål företaget har och hur dessa hänger samman med deras egna personliga mål. Stormöten, artiklar på vårt globala intranät, månatliga konferensamtal med ledningen och kommunikationspaket används för att se till att alla AAK:s anställda är välinformerade och förstår hur de bäst kan bidra.



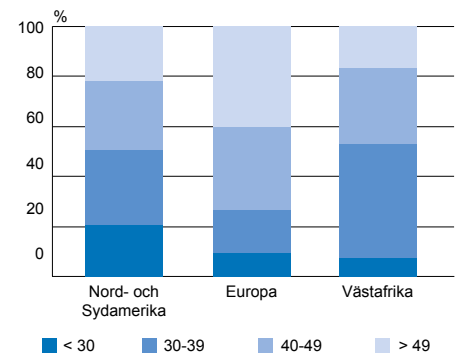
Aldersfördelning bland personalen



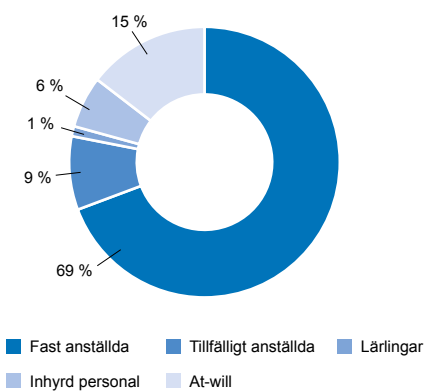
Personalkategori efter ålder



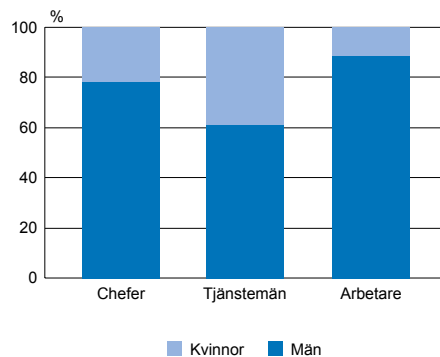
Anställda efter ålder



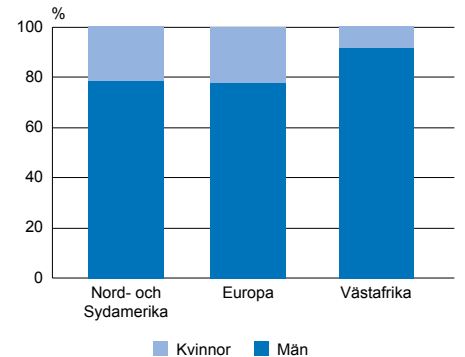
Anställningsavtal



Personalkategori efter kön



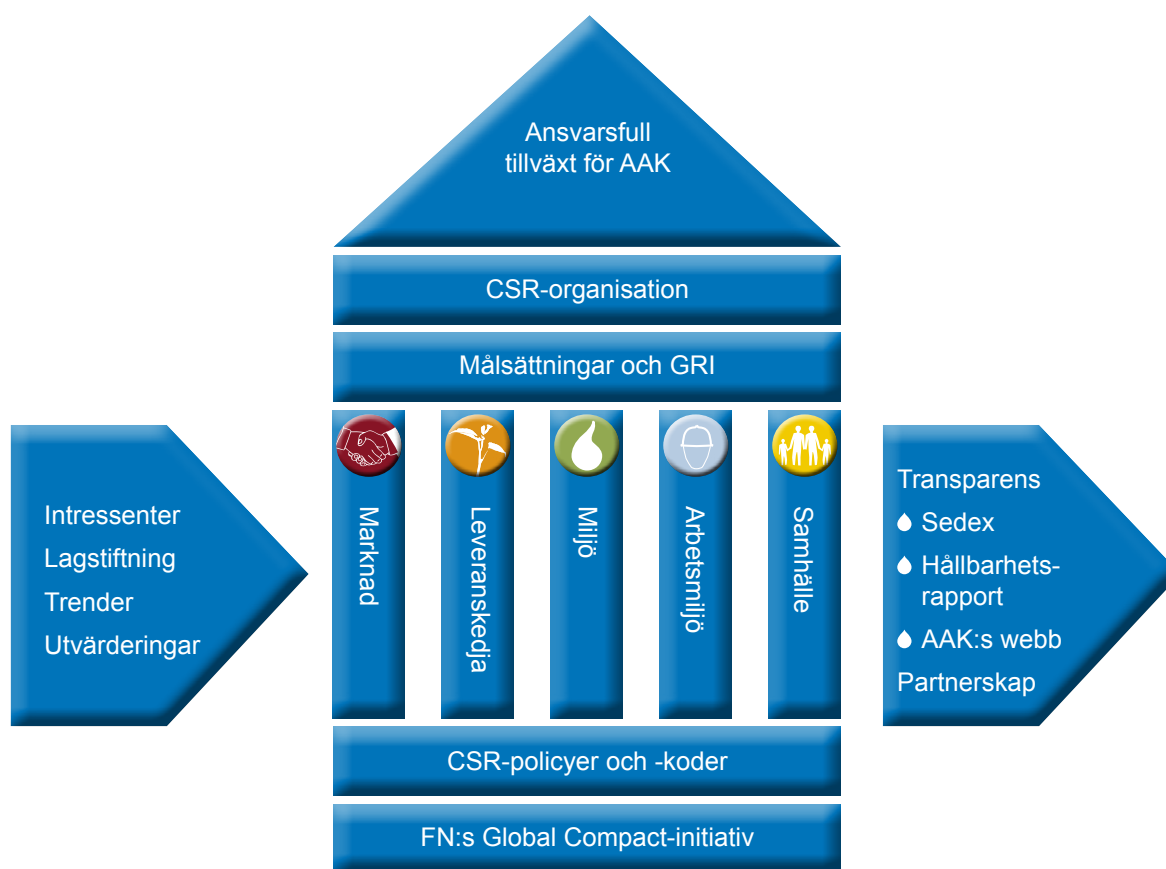
Könsfördelning



Ansvarsfull tillväxt för AAK

Ansvarsfull tillväxt är huvudmålet för AAK:s accelerationsprogram, och avgörande för om vi ska nå vårt mål att bli kundernas förstahandsval för vegetabiliska oljor av hög förädlingsgrad. Vi anser att ansvarsfull tillväxt handlar om vårt ansvar gentemot alla våra viktiga intressenter – de lokala samhällen vi verkar i, våra kunder, våra anställda, våra investerare och våra leverantörer.

Med utgångspunkt i vår strategi, synpunkter från våra intressenter och trenderna på marknaden har vi utformat en modell för ansvarsfull tillväxt för vårt Corporate Social Responsibility-arbete.



FN:s Global Compact-initiativ (UNGC) är en stabil plattform och ett brett koncept som bygger på tio allmänt accepterade principer om mänskliga rättigheter, arbetsvillkor, miljö och korruption. Alla de stora globala näringslivs- och CSR-aktörerna deltar i initiativet, däribland GRI (Global Reporting Initiative), ETI (Ethical Trading Initiative), ICC (Internationella handelskammaren) och OECD (Organisationen för ekonomiskt samarbete och utveckling). AAK har varit medlem i UNGC sedan 2002.

AAK:s CSR-policyer och CSR-koder bygger på UNGC och tillämpas på all vår verksamhet i hela världen. Detsamma gäller många av våra kunders policyer och koder – vi drar alltså åt samma håll.

Vi har fastställt fem fokusområden för CSR-arbetet som är viktiga för vår verksamhet, de så kallade "pelarna". "Pelarna" ger oss överblick så att vi kan lägga våra resurser på rätt saker.

För att hålla takten i förbättringsarbetet fastställer vi också mål inom vart och ett av de fem fokusområdena. Dessutom övervakar vi många andra indikatorer internt, med utgångspunkt från GRI:s riktlinjer.

Den drivande kraften bakom allt detta är vår globala CSR-organisation, som bildades 2007.

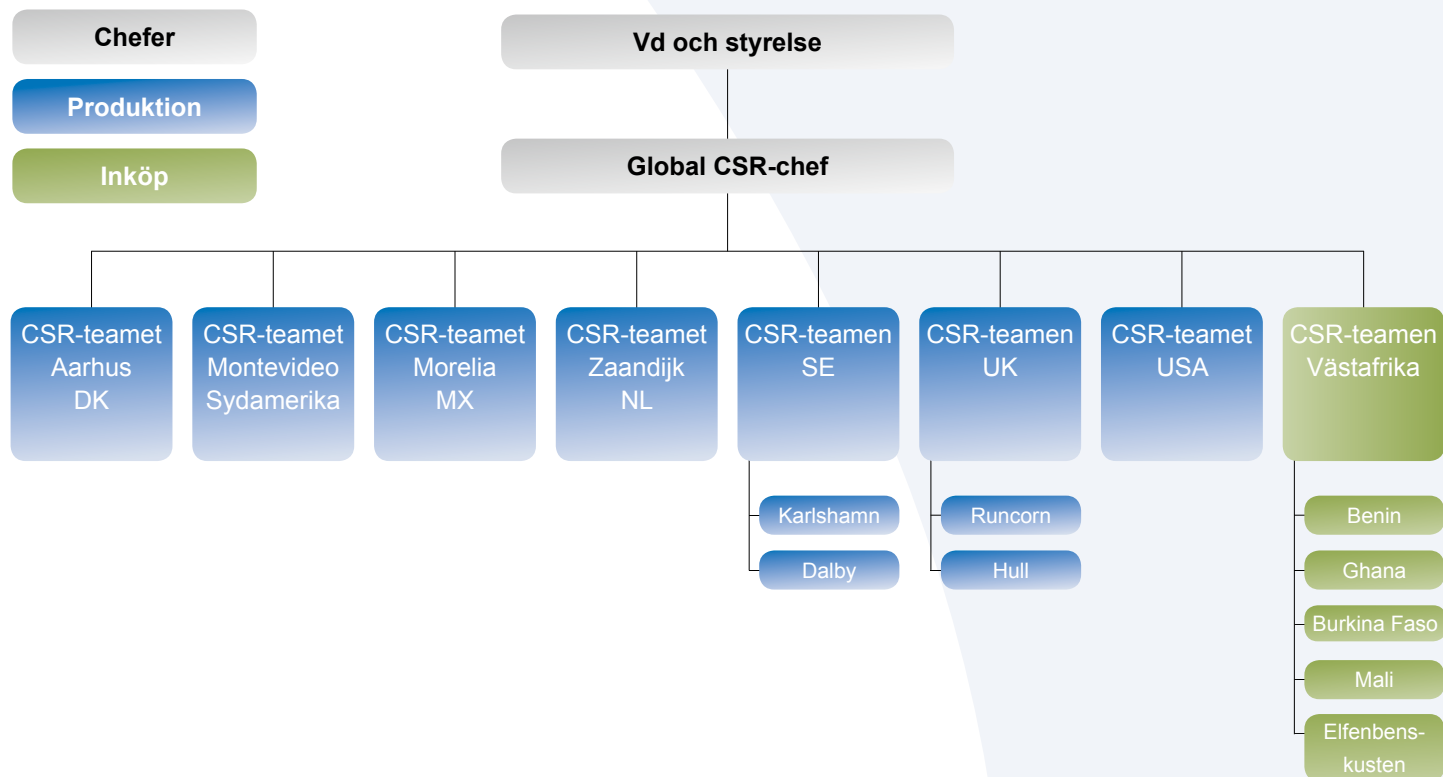
I vår strategi ingår också att vi ska vara öppna och hålla våra intressenter informerade. Tack vare Sedex kan information enkelt spridas till lokala kunder. På det globala planet informerar vi främst våra investerare

genom hållbarhetsrapporten. Alla intressenter får också information via webben. Ett viktigt inslag i Global Compact-konceptet är partnerskap med andra företag, frivilligorganisationer och statliga organ, och vi är stolta över att vi ingår i flera sådana. RSPO, Global Shea Alliance, UNDP och Burkina Faso-projektet är några exempel på sådana partnerskap.

Vårt CSR-system är inte statiskt utan anpassas hela tiden efter synpunkter från kunder, investerare och anställda. Vi övervakar lagändringar och lokala trender och jämför våra CSR-rutiner med våra återförsäljares, kunders och konkurrenters.

Vårt övergripande mål är att AAK ska växa på ett ansvarsfullt sätt och nå hållbarhet på koncernnivå.

CSR-organisation



AAK:s modell för hållbar tillväxt omfattar följande fem fokusområden: marknad, leveranskedja, miljö, arbetsmiljö och samhälle. I vår årliga hållbarhetsrapport presenterar vi de viktigaste resultaten inom vart och ett av dessa områden.

Några exempel på de framsteg som har gjorts under året:

- 6,4 procents minskning av de totala direkta koldioxidutsläppen per bearbetad enhet
- 13 procents minskning av det totala avfallet
- 25 procent färre förlorade arbetsdagar för att säkerheten på arbetsplatsen har förbättrats
- 95 procent av de direkta råvaruleverantörerna har godkänt och undertecknat AAK:s uppförandekod för leverantörer
- fler än 30.000 kvinnor som samlar in sheakärnor ingår nu i AAK-programmet Kolo Nafaso.

Kontakta AAK Corporate Communications på comm@aak.com om du önskar ett tryckt exemplar.



Styrelse



Melker Schörling

Styrelsens ordförande.

Invald år: 2005 (Karlshamns AB 2001).

Född: 1947.

Nationalitet: Svensk.

Huvudsaklig sysselsättning: Styrelseordförande i Melker Schörling AB.

Utbildning: Civilekonom.

Professionell bakgrund: Vd och koncernchef i ett flertal företag, däribland Securitas AB 1987–1992 och Skanska 1993–1997.

Andra styrelseuppdrag: Styrelseordförande i MSAB, Hexagon AB, Securitas AB och HEXPOL AB samt styrelseledamot i Hennes & Mauritz AB.

Aktieinnehav: Melker Schörling är genom Melker Schörling AB innehavare av 14.318.350 aktier i AAK (35 procent).



Arne Frank

Invald år: 2010.

Född: 1958.

Nationalitet: Svensk.

Huvudsaklig sysselsättning: Vd och koncernchef för AarhusKarlshamn AB.

Utbildning: MSc. in Industrial Engineering and Management.

Professionell bakgrund: Styrelseordförande, koncernchef och vd i TAC. Executive Vice President i Building Automation Business Unit vid Schneider Electric SA. Styrelseordförande och vd för Carl Zeiss Vision Holding GmbH.

Andra styrelseuppdrag: Styrelseledamot i Alfa Laval AB (publ.).

Aktieinnehav: 364.550 (tillsammans med familj i eget bolag).



Ulrik Svensson

Invald år: 2007.

Född: 1961.

Nationalitet: Svensk.

Huvudsaklig sysselsättning: Vd för Melker Schörling AB.

Utbildning: Civilekonom.

Professionell bakgrund: Finanschef i flera börsbolag, bland annat Swiss International Airlines och Esselte.

Andra styrelseuppdrag: Styrelseledamot i Assa Abloy AB, HEXPOL AB, Loomis AB, Hexagon AB och Flughafen Zürich AG.

Aktieinnehav: 0.

Styrelseledamöter utsedda av personalen



Leif Håkansson

AarhusKarlshamn Sweden AB.

Utsedd av IF-Metall.

Invald år: 2005.

Född: 1957.

Nationalitet: Svensk.

Huvudsaklig sysselsättning: Ordförandeskap och styrelseuppdrag inom fackföreningsrörelsen, kommun och landsting.

Utbildning: Elektroteknik.

Aktieinnehav: 0.



Annika Westerlund

AarhusKarlshamn Sweden AB.

Utsedd av PTK-L.

Invald år: 2005.

Född: 1956.

Nationalitet: Svensk.

Huvudsaklig sysselsättning: Laboratorieassistent.

Utbildning: Tekniskt gymnasium.

Aktieinnehav: 0.



Märit Beckeman

Invald år: 2006 (Karlshamns AB 2004).

Född: 1943.

Nationalitet: Svensk.

Huvudsaklig sysselsättning: Projektarbete vid Department of Design Sciences, Division of Packaging Logisists vid LTH, Lunds universitet.

Utbildning: PhD Master of Science och licentiat-examen inom teknik.

Professionell bakgrund: Projektledare, konsult, affärsutvecklare samt produkt- och förpacknings-utveckling.

Andra styrelseuppdrag: Styrelseledamot i Beckeman Consulting AB.

Aktieinnehav: 0.



Lillie Li Valeur

Invald år: 2013.

Född: 1970.

Nationalitet: Dansk.

Huvudsaklig sysselsättning: Vice President Arla Foods amba, ansvarar för Sydostasien.

Utbildning: MBA och BSc. Medicine.

Professionell bakgrund: Strategi och affärs-utveckling, expertkunskaper om den globala och asiatiska marknaden, erfarenhet av livsmedels-, ingrediens-, läkemedels- och konsultbranschen, ett förflutet inom marknadsföring för B2C och B2B vid Novartis, Arla Foods och Bain & Co.

Aktieinnehav: 0.



Märta Schörling

Invald år: 2013.

Född: 1984.

Nationalitet: Svensk.

Huvudsaklig sysselsättning: Consultant Pond Innovation & Design.

Utbildning: Civilekonom.

Professionell bakgrund: Consultant Pond Innovation & Design.

Andra styrelseuppdrag: Styrelseledamot i Melker Schörling AB.

Aktieinnehav: 0.

Revisorer



Sofia Götmar-Blomstedt

Född: 1969.

Auktoriserad revisor.

Huvudansvarig revisor.

Bolagets revisor sedan 2013.

Koncernledning



Arne Frank

Anställd år: 2010.

Född: 1958.

Nationalitet: Svensk.

Huvudsaklig sysselsättning: Vd och koncernchef för AarhusKarlshamn AB.

Utbildning: MSc. in Industrial Engineering and Management.

Andra styrelseuppdrag: Styrelseledamot i Alfa Laval AB (publ.).

Aktieinnehav: 364.550 (tillsammans med familj i eget bolag).



Fredrik Nilsson

Anställd: 2007.

Född: 1977.

Nationalitet: Svensk.

Huvudsaklig sysselsättning: Vice President för AarhusKarlshamn AB.
Chief Financial Officer (CFO).

Utbildning: MSc. Business Administration.

Aktieinnehav: 0.

Teckningsoptioner: 15.000.



Renald Mackintosh

Anställd: 2002.

Född: 1951.

Nationalitet: Nederländsk.

Huvudsaklig sysselsättning: Vice President för AarhusKarlshamn AB.

President Infant Nutrition, Food Service Continental Europe, Personal Care och Binol.

Utbildning: MSc. Food Technology.

Aktieinnehav: 300.

Teckningsoptioner: 40.000.



Octavio Díaz de León

Anställd: 2007.

Född: 1967.

Nationalitet: Mexikansk.

Huvudsaklig sysselsättning: Vice President för AarhusKarlshamn AB.

Vd för AarhusKarlshamn Mexiko.

Utbildning: MBA, BSc. Mechanical & Electrical Engineering.

Aktieinnehav: 0.

Teckningsoptioner: 40.000.



Edmond Borit

Anställd: 2001.

Född: 1969.

Nationalitet: Peruansk och fransk.

Huvudsaklig sysselsättning: Vice President för AarhusKarlshamn AB.

Vd för AarhusKarlshamn South America.

Utbildning: MBA, BSc. Food Engineering.

Aktieinnehav: 0.

Teckningsoptioner: 38.000.



David Smith

Anställd: 2001.

Född: 1960.

Nationalitet: Brittisk.

Huvudsaklig sysselsättning: Vice President för AarhusKarlshamn AB. President European Supply Chain.

Utbildning: MBA, Graduate Diploma in Business Management.

Aktieinnehav: 0.

Teckningsoptioner: 40.000.



Torben Friis Lange

Anställd: 2010.

Född: 1963.

Nationalitet: Dansk.

Huvudsaklig sysselsättning: Vice President för AarhusKarlshamn AB. President Asia, CIS, Middle East.

Utbildning: BSc. Dairy Technology, Graduate Diploma in Business Administration.

Aktieinnehav: 0.

Teckningsoptioner: 100.000.



Jens Wikstedt

Anställd: 2014.

Född: 1958.

Nationalitet: Svensk.

Huvudsaklig sysselsättning: Vice President för AarhusKarlshamn AB. President Europe.

Utbildning: Bachelors degree of Economics and Business Adm.

Aktieinnehav: 550.

Teckningsoptioner: 0.



Terrence Thomas

Anställd: 2013.

Född: 1962.

Nationalitet: Amerikansk.

Huvudsaklig sysselsättning: Vice President för AarhusKarlshamn AB. President AAK USA och Kanada.

Utbildning: MBA, BSc. Chemical Engineering.

Aktieinnehav: 0.

Teckningsoptioner: 40.000.



Karsten Nielsen

Anställd: 1988.

Född: 1963.

Nationalitet: Dansk.

Huvudsaklig sysselsättning: Vice President för AarhusKarlshamn AB. Chief Technology Officer (CTO).

Utbildning: Graduate Diploma in Food Technology.

Aktieinnehav: 264.

Teckningsoptioner: 15.000.



Anne Mette Olesen

Anställd: 2010.

Född: 1964.

Nationalitet: Dansk.

Huvudsaklig sysselsättning: Vice President för AarhusKarlshamn AB. Chief Marketing Officer (CMO) CSR.

Utbildning: MBA, BSc. Chemical Engineering.

Aktieinnehav: 0.

Teckningsoptioner: 60.000.

AAK:s ordlista

Aminer – Kemiska ämnen som har sitt ursprung i ammoniak. När de framställs från fettsyror blir de surfaktanter (och används exempelvis till rengöringsprodukter) eftersom de har både fett- och vattenlösliga egenskaper.

Aminosyror – Syror som innehåller ammoniakderivat. Aminosyror är byggstenar för kroppens proteiner.

Bypass-fetter – Fetter som specialdesignats för att passera vommen hos idisslare, vilket innebär att större fett- och energimängder kan tillföras högavkastande mjölkkor.

CBA (Cocoa Butter Alternatives – kakaosmör-alternativ) – Fetter med fysikaliska egenskaper liknande kakaosmör, dvs. hårda vid rumstemperatur och med mycket snabb avsmältning i munnen.

CBE (Cocoa Butter Equivalent) – En typ av CBA som kemiskt är identisk med kakaosmör och som får användas i choklad upp till 5 procent enligt EU:s lagstiftning. Tillverkas av exotiska råvaror, bland annat sheaolja.

CBR (Cocoa Butter Replacer) – CBA med kakaosmörliknande egenskaper. Används bland annat i chokladöverdragna kakor och kex. Enklare att använda än CBE eftersom den inte behöver tempereras.

CBS (Cocoa Butter Substitutes) – CBA med fysikaliska egenskaper och användningsområden som liknar CBR. Tillverkas av palmkärnolja.

Enkelomättade fettsyror – Fettsyror med en dubbelbindning i kolkedjan.

Enkelomättat fett – Vanlig benämning på enkelomättade fettsyror. Fett med endast en dubbelbindning i kolkedjan.

Estrar – En kemisk förening mellan fettsyror och alkoholer. Triglycerider, som är huvudbeståndsdelen i fett, består av alkoholen glycerol och tre olika fettsyror och är alltså en typ av ester.

Fettsyra – Består av kol och väte i långa kedjor. I ena änden av kolkedjan finns en karboxylgrupp. De vanligaste fettsyrorerna i vegetabiliska oljor innehåller mellan 12 och 18 kolatomer.

Fleromättade fettsyror – Fettsyror med två eller fler dubbelbindningar i kolkedjan.

Glycerol – En alkohol som är en del av fettmolekylen.

Hydrering (hydrogenering) – Den process där man tillför väte till olja för att reducera enkel- och fleromättade fettsyror (omvandla dubbelbindningarna till enkelbindningar) och få ett mättat fett.

InFat™ – Ett specialfett för modersmjölkser-sättning.

Kakaosmör – Fett som utvinns genom pressning av kakaoböner. Har en sammansättning som ger choklad dess unika egenskaper.

Kristallisation – Stelningsprocessen för en olja, alltså när oljan övergår från flytande form till kristallin form (fast fett).

Lipider – Ett samlingsnamn på en bred grupp naturprodukter där bland annat fetter ingår.

Mättade fettsyror – Fettsyror som inte har någon dubbelbindning alls i kolkedjan.

Mättat fett – Vanlig benämning på mättade fettsyror.

Nutrition – Näringstillförsel.

Omega-3 – Fleromättade fettsyror, där den första dubbelbindningen är placerad tre kolatomer från kolkedjans ände.

Omega-6 – Fleromättade fettsyror där den första dubbelbindningen är placerad sex kolatomer från kolkedjans ände.

Omättade fetter – Fetter som innehåller enkel- och fleromättade fettsyror. Kallas ofta för enkel- och fleromättade fettsyror.

Reologiska egenskaper – Flytegenskaper, viskositet. Beskriver den kraft som krävs för att ett material (i halvflytande eller fast form) ska ändra sin form.

Småätande – Vana att konsumera till exempel drycker, frukt, kakor och choklad mellan måltiderna.

Surfaktant – Ett ytaktivt ämne vars olika delar är lösliga i olika ämnen, till exempel vatten och olja, och som därför hjälper till att blanda olika komponenter som normalt inte är blandbara.

Transfetter – Vanlig benämning på fetter som innehåller transfettsyror.

Transfettsyror – Omättade fettsyror med en annan typ av dubbelbindning än den som naturligt finns i vegetabiliska oljor.

Adress

AarhusKarlshamn AB (publ)

Jungmansgatan 12

211 19 Malmö

Telefon: +46 40 627 83 00

Fax: +46 40 627 83 11

E-post: info@aak.com

www.aak.com

Organisationsnummer: 556669-2850

Mer information finns på vår
webbplats www.aak.com.

The logo for AarhusKarlshamn AB (AAK) is displayed in a bold, blue, sans-serif font. The letters 'A', 'A', and 'K' are connected, with the second 'A' being slightly larger and more prominent. The logo is centered on a light blue background that forms a large, abstract shape on the right side of the page.

AarhusKarlshamn (AAK) är en av världens ledande tillverkare av högförädlade vegetabiliska specialoljor och fettlösningar, vilka kännetecknas av en hög grad av teknikinnehåll och innovation. AAK:s lösningar är transfria med låg andel mättade fetter och ersätter mjölkfett och kakaosmör, samt tillgodoser andra behov hos våra kunder. AAK har produktionsanläggningar i Danmark, Mexiko, Nederländerna, Sverige, Storbritannien, Uruguay och USA. AAK har även kontraktstillverkning i Ryssland och Malaysia. Företaget är organiserat i tre affärsområden; Food Ingredients, Chocolate & Confectionery Fats och Technical Products & Feed. AAK:s aktier är noterade på NASDAQ OMX Stockholm, inom segmentet Large Cap. Ytterligare information om AAK finns på företagets hemsida www.aak.com.

