

**VI LEVERERAR
TILLVÄXT GENOM
BETRODDA
VARUMÄRKEN**

**KONCERNENS
HALVÅRSRAPPORT**

2021



VISION

**VI SKAPAR FRAMTIDEN
INOM MEJERIBRANSCHEN
FÖR ATT SPRIDA HÄLSA
OCH INSPIRATION
I VÄRLDEN, HELT
NATURLIGT.**



INNEHÅLLSFÖRTECKNING

FÖRVALTNINGSRAPPORT

- 03 Resultatet i korthet
- 04 Brev från styrelsens ordförande
- 05 Brev från koncernchefen
- 06 Viktiga händelser
- 08 Hållbarhet
- 09 Essentiella mål

RESULTATGRANSKNING

- 11 Marknadsöversikt
- 12 Resultatgranskning
- 16 Finansiella utsikter

DELÅRSRAPPORT

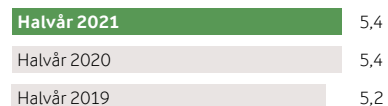
- 18 Primära finansiella rapporter
- 22 Noter
- 30 Ordlista
- 31 Företagskalender

HALVÅRET 2021 RESULTATET I KORTHET

Omsättning

5,4

(miljarder EUR)



Mål för 2021: 10,3–10,6 miljarder EUR

Arbäntjänst¹⁾

38,6

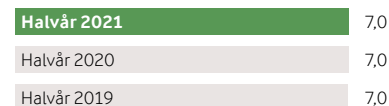
(eurocent/kilo)



Mjölkvolymer

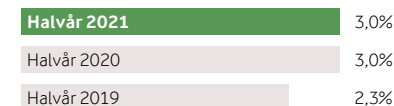
7,0

(miljarder kilo)

Resultatandel²⁾

3,0 %

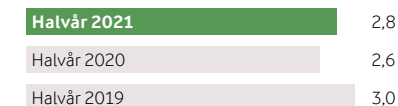
(av omsättningen)



Mål för 2021: 2,8–3,2 %

Skuldsättningsgrad

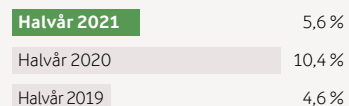
2,8



Mål för 2021: 2,8–3,4

Volymdriven omsättningsökning
från strategiska varumärken

5,6 %



Mål för 2021: 1–3 %

Varumärkesandel

49,2 %



Mål för 2021: >50 %

Internationals andel³⁾

24,5 %



Mål för 2021: >23,5 %



29

(miljoner EUR)

Ackumulerade besparingar vid halvåret 2021: 385
* HalvårCalcium-besparingar,
exklusive beräknad inflation

82

(miljoner EUR)

Ackumulerade besparingar vid halvåret 2021: 562
* Halvår

STORT ENGAGEMANG FÖR ATT UTVECKLA VÅRT KOOPERATIV



Starkt halvårsresultat men ökad osäkerhet framöver

Vi avslutar ännu ett turbulent halvår med starka resultat och en hälsosam Arlaintjäning för våra ägare, trots att covid-19-pandemin pågått längre in på 2021 än förväntat. När ekonomin tar fart igen väntar ett utmanande andra halvår. Inflationen ökar runt om i världen, vilket driver upp kostnaderna för mejeriproduktion både för ägarna och Arla som företaget.

Positiv utveckling för mjölkpriset

Vi inledde 2021 i en stark position och vi avslutar nu halvåret på ett positivt sätt då vår detaljhandelsverksamhet med stöd av vår starka varumärkesportfölj blomstrar. Tack vare det starka engagemanget från Arlas ägare och medarbetare

runt om i världen fortsätter vi att anpassa oss till de pågående utmaningarna som pandemin medför då marknader och konsumenter anpassar sitt beteende.

Månad för månad har vi sett att a contopriset stigit under första halvåret 2021 till följd av högre råvarupriser och en solid utveckling för hela verksamheten och vi avslutar halvåret med en konkurrenskraftig Arlaintjäning på 38,6 eurocent/kilo mjölk. Detta är en välkommen, men också nödvändig utveckling då mjölkbönder i hela Europa står inför högre produktionskostnader. Det höga inflationstrycket leder till stigande priser på foder, energi och löner, vilket sätter extra press på jordbrukare som redan är belastade av de växande kraven från politiker och konsumenter.

“TACK VARE DEN OMFATTANDE SATSNING VI SOM ÄGARE HAR GJORT PÅ KLIMATBERÄKNINGEN HAR VI ETT STARKT VERKTYG FÖR ATT VÄGLEDA VÅRA NÄSTA STEG PÅ VÅR HÅLLBARHETSRESA”

Några av världens mest klimateffektiva mjölkbönder

Data från cirka 8 000 klimatberäkningar på Arlas gårdar under 2020 har nu validerats och analyserats. Det ger belägg för att Arlabönderna hör till de mest klimateffektiva mjölkbönderna i världen. Tack vare den betydande insats vi som ägare har lagt ner på klimatberäkningen har vi ett starkt verktyg för att vägleda nästa steg på vår hållbarhetsresa, för att kunna mäta våra framsteg och visa upp det fantastiska arbete som görs på gårdarna. Politiker och konsumenter har tagit emot de första resultaten och vår öppenhet på ett positivt sätt. Vi måste nu fortsätta vår resa för att bli ännu mer klimateffektiva.

Vi utvecklar vårt kooperativ inför framtiden

Ett starkt kooperativ gynnas av en öppen och ärlig

dialog och vår rätt att delge våra åsikter, ställa frågor samt lägga fram idéer. Genom initiativet Coop 2.0 strävar vi efter att stärka denna aspekt ytterligare när vi för en dialog om hur mejeribranschens framtid ser ut, hur vår verksamhet och vårt kooperativ kan stödja varandra för att möta de utmaningar som ligger framför oss och hur vi kan förbättra våra demokratiska processer och vårt medlemsengagemang. Som styrelseordförande är jag både glad och tacksam över att Arlas ägare vill engagera sig i denna viktiga process för att utveckla vårt kooperativ inför framtiden och det är positivt att se att det finns en hög grad av samstämmighet i olika länder om vilka ämnen man ska fokusera på.

Mot denna bakgrund ser jag i allra högsta grad fram emot att vår mötesstruktur återgår till det normala när våramedlemsländerbörjaröppnauppigen. Förhoppningsvis kommer det att vara möjligt att genomföra fysiska möten på alla nivåer på ett säkert sätt senare under året. Dessa möten är avgörande för vår demokrati och kommer att återupptas så snart som möjligt.

Jan Toft Nørgaard

Styrelseordförande

Arlaintjäning ¹⁾

38,6

(eurocent/kilo)

Halvår 2021	38,6
Halvår 2020	37,0
Halvår 2019	36,1

VÅR STYRKA FORTSATTE TACK VARE ETT MYCKET GOTT GENOMFÖRANDE

Då effekterna av covid-19-pandemin kvarstod under första halvåret 2021 fortsatte vi att hantera vår verksamhet på ett effektivt sätt i denna volatila miljö och leverera finansiella resultat i linje med våra högsta förväntningar tack vare våra kollegors och ägares orubbliga engagemang.

Intäkterna ökade något med 1,2 procent till 5 441 miljoner euro, jämfört med 5 377 miljoner euro under första halvåret 2020. Resultatet låg högre än våra branschkollegors, vilket gav ett a contopris till våra ägare som ökade fem månader i följd och avslutade halvåret på 36,0 eurocent/kilo mjölk.

Mot bakgrund av pressen på leveranskedjorna under återöppnandet har en allmän prisinflation på energi, foder, ingredienser, logistik osv. påverkat både vår verksamhet och våra ägares ekonomi negativt. Det gläder mig att vi under första halvåret i stor utsträckning kunde kompensera för detta genom prisökningar.

Vår finansiella ställning är fortsatt stark med en skuldsättningsgrad på 2,8, vilket är i den nedre delen av vårt målintervall. Våra Calcium-initiativ utvecklades bättre än förväntat, men besparingarna drabbades hårt av den ökade inflationen och vi uppnådde nettobesparingar på 29 miljoner euro. Det var viktigt för att vi ska kunna leverera vår konkurrenskraftiga Arlaintjänst.

Stark varumärkestillväxt över hela linjen

Efter 2020, då varumärkestillväxten var exceptionell, fortsatte de flesta europeiska marknader och internationella regioner att leverera i den övre delen

av våra förväntningar, vilket gav en volymtillväxt på 5,6 procent för våra strategiska varumärken.

Foodservice återhämtar sig på många marknader, vilket leder till en ny balans i efterfrågan mellan detaljhandeln och Foodservice. Det var dock fortfarande en bit kvar till nivåerna från före covid-19 under första halvåret då detaljhandelsförsäljningen fortsatte att dominera vårt resultat. Den fortsatta efterfrågan på Arla®, Lurpak®, Castello®, Puck® och Starbucks™ visar hur bra våra varumärkeskoncept går hem hos konsumenterna.

Arla Foods Ingredients säkrade en omsättningssökning på 7,0 procent, medan den fortsatta efterfrågan inom dagligvaruhandeln ledde till en minskning av andelen mjölkpulver som såldes av Global Industry Sales.

“ TILLSAMMANS MED VÅRA ÄGARE FORTSATTE VI ATT HÖJA RIBBAN FÖR HÅLLBARHET ”

Ytterligare åtgärder på hållbarhetsagendan

Tillsammans med våra ägare fortsatte vi att höja ribban för hållbarhet. Efter att ha genomfört den första omgången klimatberäkningar i samtliga sju ägarländer har vi identifierat att vårt totala koldioxidavtryck i genomsnitt ligger på 1,15 CO₂e per liter mjölk hos producent och vi har lyft fram de fem mest effektiva verktygen som våra första steg mot en minskning med 30 procent till 2030.

En viktig affärsprioritet är att hitta sätt att kommersialisera våra ägares klimatåtgärder, främst genom varumärket Arla®. Ett av de senaste exemplen är lanseringen av koldioxidneutral ekologisk mjölk vilket uppnås genom minskade koldioxidutsläpp och kompensation i Nederländerna, vår tredje europeiska marknad som lanserar denna typ av produkter.



Förväntningar inför andra halvåret

Vi förväntar oss att ombalanseringen av efterfrågan mellan dagligvaruhandeln och Foodservice kommer att fortsätta under andra halvåret och innebära en långsammare varumärkestillväxt, samtidigt som den generella inflationsmiljön fortsatt kommer att innebära utmaningar för företaget och våra ägare. Även om vårt recept för att hantera covid-19 har varit framgångsrikt måste vi hantera omställningen till det nya normalläget lika bra.

Innan årets slut planerar vi att presentera vår nya concernstrategi. Sedan 2015 har vår Good Growth-strategi framgångsrikt förbättrat Arlas kvalitet och motståndskraft och den nya strategin kommer att bygga på dessa styrkor för att säkerställa ett fortsatt konkurrenskraftigt mjölkpris till våra ägare samt ett starkt värdeskapande för våra kunder och konsumenter.

Peder Tuborgh

Koncernchef

Utveckling för varumärkestillväxt

5,6 %

Halvår 2021	5,6 %
Halvår 2020	10,4 %
Halvår 2019	4,6 %

VIKTIGA HÄNDELSER

Vi fortsatte vår tillväxtresa i början av 2021 i samma höga takt som året innan, drivet av starka resultat för alla våra varumärken och segment. I kombination med stigande industripriser gjorde detta att vi kunde betala ut ett konkurrenskraftigt a contopris till våra ägare. Vi presenterade också en ny plattform för medlemsengagemang där våra ägare kan föra en demokratisk diskussion för att säkerställa en framgångsrik framtid för vårt kooperativ.



VI ÖVERTRÄFFAR VÅRA FÖRVÄNTNINGAR PÅ VARUMÄRKESTILLVÄXT

Covid-19 fortsatte att påverka vår verksamhet med långa perioder av nedstängningar på många marknader. Vår marknadsandel och våra strategiska varumärken växte med 5,6 procent under första halvåret 2021, tack vare vår starka och flexibla verksamhet i en fortsatt osäker miljö samt högt konsumentförtroende och förtroende för Arlas varumärken. Foodservice-verksamheten återhämtade sig långsamt när restaurangerna började öppna och den inledande nedgången kompensades av den övergripande tillväxten inom dagligvaruhandeln. Vår e-handelsverksamhet fortsatte också att växa i snabb takt med en omsättningsökning på 34 procent jämfört med samma period föregående år.

[Läs mer på sidan 13](#)



CALCIUM LEVERERADE SOM FÖRVÄNTAT

Vårt förändrings- och effektivitetsprogram, Calcium, levererade besparingar på 82 miljoner euro exklusive inflation, vilket motsvarar en nettobesparing på 29 miljoner euro. Besparingarna berodde främst på en optimerad leveranskedja, insourcing av marknadsföringsaktiviteter och optimerade handelsinvesteringar. Nettoresultatet påverkades av en kraftigt stigande inflation.

[Läs mer på sidan 15](#)

VI STÄRKER VÅR ÄGARDEMOKRATI

I mars presenterade vi Coop 2.0 för våra ägare för att dra igång en debatt om hur vi ska nå framgång tillsammans i framtiden i den verklighet vi möter. Med hjälp av mer än 800 rader återkoppling från medlemmarna lanserade vi CoopTalks, en serie artiklar,

poddcaster och webinarier med målet att ge perspektiv på relevanta ämnen – allt från att förstå hur mejeribranschens framtid ser ut, hur företaget och kooperativet kan stötta varandra när de tar sig an detta och hur vi kan förbättra våra demokratiska processer och vårt medlemsengagemang.



STABILT MJÖLKPRIS TILL VÅRA ÄGARE

Fortsatt stark varumärkesutveckling och stigande industripriser gjorde att Arla kunde betala ut ett starkt a contopris till våra ägare på 36,0 eurocent/kilo, vilket är en ökning med 1,6 eurocent/kilo jämfört med samma period föregående år. Detta ger Arla en position bland marknadsledarna i Europa och stödjer våra ägare, som också står inför ökade produktionskostnader på sina gårdar.

[Läs mer på sidan 12](#)

VIKTIGA HÄNDELSE (FORTSÄTTNING)

Med Arlas strategi Starkare människor – Starkare planet, fortsatte vi att fokusera på att förbättra miljön för kommande generationer, öka tillgången till hälsosamma mejeriprodukter och inspirera till goda matvanor. Vi tog ytterligare steg mot vår ambition att ha ett netto-noll klimatavtryck till 2050 och vi nådde fler människor på tillväxtmarknader med våra näringsrika och prisvärda produkter.

VI LANSERAR ÅTERVINNINGSBARA LURPAK®-FÖRPACKNINGAR

I mars startade vi lanseringen av våra nya 100 procent återvinningsbara Lurpak®-förpackningar och lock för bredbara produkter i Storbritannien, Danmark och Grekland. Bara i Storbritannien säljer vi 85 miljoner Lurpak®-förpackningar av våra 500 gram bredbara produkter per år, vilket innebär att detta är ett viktigt steg mot vårt mål om ett fullt kretslopp för våra förpackningar. Vi planerar lansering på alla marknader under 2021 och vi kommer att uppdatera vår förpackningsdesign så att det finns återvinningsetiketter på förpackningens baksida som ger konsumenterna information om hur de ska kassera sina förpackningar.



FÖRBEREDELSE FÖR FRAMTIDA TILLVÄXT I GHANA

På bara tre år har Arlas verksamhet i Ghana ökat sin försäljningsvolym med nästan 3 000 ton. På det relativt lilla lagret i Ghanas huvudstad Accra packades bulkpåsar med Dano-mjölkpulver från vårt Pronsfeld-mejeri om i små påsar, men den snabba tillväxten och ambitionerna inför framtiden gjorde att det behövdes en bättre anläggning. I februari öppnade vi den uppgraderade anläggningen, som förutom att ge våra kollegor i Ghana en bättre arbetsmiljö också kommer att öka kapaciteten och möjliggöra en effektivare förpackningsprocess.



ERBJUDER TILLGÅNG TILL PRISVÄRD NÄRING

Den nyligen publicerade indexet ATNI (Access To Nutrition Index), som bedömer hur 25 ledande globala livsmedels- och dryckesföretag bidrar till målen för hållbar utveckling vad gäller näring, visar att Arla kontinuerligt har blivit bättre under de senaste fem åren och ligger nu på plats 5. Arla har som mål att ge tillgång till prisvärd näring för 76 miljoner konsumenter med låga inkomster årligen och vi är glada över att ha förbättrat vår tillgänglighetspoäng sedan 2016. Denna utveckling är bland annat ett resultat av Arlas fokus på att bygga ut distributionsnätverken på landsbygden och skapa möjligheter för en säljkår som består av kvinnor i Bangladesh samt Arla Foods Ingredients kontinuerliga produktinnovation.

VI SPARAR 21 TON PLAST I SVERIGE

Vi arbetar kontinuerligt med att minska materialanvändningen och öka mängden återvinningsbara förpackningar för våra produkter. I Sverige tog vi bort plastskedarna från vår KESO®, Yoggi® och Arla KO® grekisk yoghurt – totalt 6,9 miljoner skedar eller 21 ton plast.



I TÄTEN FÖR EN HÅLLBAR FRAMTID FÖR MJÖLKPRODUKTION

Externt verifierade data från Arlas klimatberäkning bekräftade att våra ägare är på väg mot att nå Arlas Science-Based Target om en minskning med 30 procent till 2030 och mot Arlas ambition att ha ett netto-noll klimatavtryck till 2050. Dessa data kommer att fungera som en grund för att ytterligare minska koldioxidutsläppen från Arlas gårdar och bidra till att driva på agendan för framtidens hållbara mjölkproduktion.

ARLABÖNDER HÖR TILL DE MEST KLIMATEFFEKTIVA

Nyligen publicerade data från vår klimatberäkning, som verifierats av en extern klimatrådgivare, bekräftade att Arlabönderna hör till de mest klimateffektiva mjölkbönderna i världen med 1,15 kg CO₂e per kilo mjölk inklusive torvmarker ¹⁾.

Under de senaste decennierna har våra ägare arbetat kontinuerligt för ett hållbart jordbruk och infört gröna möjligheter på sina gårdar, bland annat cirkulära jordbruksmetoder, förnybar energi och biologisk mångfald, och nu även klimatberäkningar. Genom vår klimatberäkning, som är en av världens största externt validerade uppsättning klimatdata, bedömde och skickade cirka 8 000 ägare in data utifrån mer än 200 frågor om sin besättning, foderproduktion, energianvändning osv.

Uppgifterna visade också på fem universella hävstänger för ett lägre koldioxidavtryck för mejeriprodukter på alla typer av Arlagårdar:

- Bättre fodereffektivitet för att förbättra mjölkavkastningen
- Precisionsutfodring för att minska överskottsprotein i foderransonerna
- Ett friskt och långt liv för kon för att förbättra mjölkavkastningen



- Precision vid gödselhantering för att minska kväveöverskottet från foderproduktionen
- Bättre markanvändning för att säkerställa högre avkastning på skördarna

Då regeringar på alla våra europeiska marknader tar initiativ till politiska åtgärder och lagstiftning för att minska koldioxidutsläppen har vi fört en dialog med politiker och tjänstemän för att öka deras förståelse för den positiva roll som mejeriprodukter spelar för hållbarhet och näring. EU-kommissionen anser att vår klimatberäkning och det arbete som våra ägare har gjort för att minska sitt koldioxidavtryck är branschledande och det välkomnas av regeringar på flera av våra kärnmarknader.

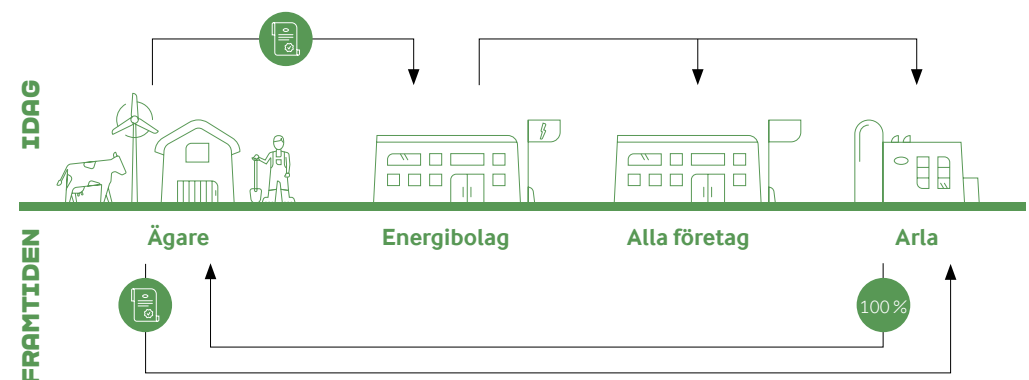
ARLABÖNDER SLUTER KRETSLOPPET FÖR FÖRNYBAR ENERGI

Som en del av Arlas mål om netto-noll koldioxidutsläpp strävar vi också efter att öka andelen förnybar energi i vår verksamhet. Under 2020 köpte vi gröna elcertifikat på den öppna marknaden som täcker 41 procent av vår totala elanvändning i vår verksamhet. Men eftersom 24 procent av våra ägare idag producerar förnybar energi från solpaneler och vindkraftverk ser vi en potential i att sluta kretsloppet genom att köpa elcertifikat direkt från våra ägare. Detta kommer att ge våra ägare ett bättre pris för kraften och ge mejerikooperativet direkt tillgång till fler gröna

elcertifikat. Vi uppskattar att ungefär en femtedel av Arlas totala elanvändning kan täckas in av ägarproducerade elcertifikat ²⁾.

Tekniskt sett skapas kretsloppet via de elcertifikat som utfärdas för gårdsproducerad el från förnybara källor. Hittills har ägarnas enda alternativ varit att sälja sina elcertifikat på återförsäljningsmarknaden. Genom att sälja sina elcertifikat direkt till Arla kan mellanhänderna uteslutas ur transaktionen, och ägarna erhåller det fulla marknadspriset som Arla i annat fall skulle ha betalat för elcertifikaten på den öppna marknaden.

DET GRÖNA KRETSLOPPET IDAG OCH I FRAMTIDEN



ESSENTIELLA MÅL FÖR 2021

Arlas viktiga mål är de årliga fokuspunkterna på vår strategiska resa. De definieras av koncernledningen och godkänns av styrelsen. Vi följer upp våra framsteg månadsvis.



FORTSATT STARK VERKSAMHET TROTS COVID-19

Upprätthålla driftsstabilitet och produktionssäkerhet för våra kunder. Upprätthålla och vidareutveckla marknadspositionerna för våra varumärken som vi skapade under covid-19, samtidigt som vi värnar om våra medarbetares säkerhet.

- Tillfredsställande framsteg



ÖKA TILLVÄXTKANALER OCH NYCKELKUNDER

Skydda och utveckla strategiska positioner med våra toppkunder, öka e-handeln och driva nya koncept för Foodservice.

- Starka framsteg



VINNA GENOM ATT FÖRUTSE FÖRÄNDRADE KONSUMENTTRENDER

Öka hälso- och hållbarhetserbjudandet genom stora insatser för varumärket Arla, samtidigt som vi utvecklar våra strategiska varumärken och fångar upp konsumenternas efterfrågan på värdeerbjudande.

- Fina framsteg



UPPVISA OCH PÅSKYNDA HÅLLBARHET

Påskynda vår hållbarhetsagenda och visa våra framsteg, samtidigt som vi bygger vidare på våra ägares starka engagemang och framsteg.

- Starka framsteg



LEVERERA CALCIUM OCH INFÖRLIVA NYA ARBETSSÄTT

Uppnå sista delen på >45 miljoner euro och nå slutmålet för 2021 på 400 miljoner euro i hållbara kostnadsbesparingar. Fortsätta att bygga vår framtida pipeline och samtidigt förankra förändringen och införliva lärdomarna av covid-19 i hela organisationen.

- Tillfredsställande framsteg



LEVERERA VERKSAMHETSKRITISKA PROJEKT

Navigera resultatet av brexit och minimera friktionskostnaderna, säkra mer vassle till AFI och slutföra viktiga investeringsprojekt.

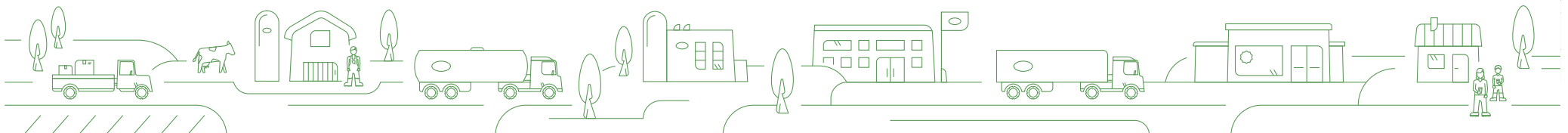
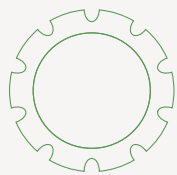
- Fina framsteg



VINNA FRAMTIDEN

Skapa ännu starkare medlemsrelationer där förtroendet för kooperativet stärks ytterligare, och samtidigt definiera en ny koncernstrategi som ska sätta framtidens kurs för Arla.

- Fina framsteg



RESULTATGRANSKNING

2021 inleddes i högt tempo med en stark varumärkestillväxt på **5,6 procent**, trots fortsatt osäkerhet på marknaden på grund av effekterna av covid-19. I kombination med stabila marknadspriser på mjölk och en stark affärsverksamhet har detta gjort det möjligt för oss att leverera en stabil Arlaintjäning på **38,6 eurocent/kilo mjölk**, en uppgång från 37,0 eurocent/kilo mjölk under första halvåret 2020. 2021 har också handlat om framgångsrika leveranser från vårt förändringsprogram, Calcium, som bidrog till vårt övergripande goda resultat.



Torben Dahl Nyholm CFO

MARKNADSÖVERSIKT

Trots den fortsatta osäkerheten till följd av covid-19 återhämtade sig den globala ekonomin snabbt och växte stabilt under första halvåret 2021. Det inflationstryck som berodde på hög ekonomisk aktivitet gjorde att de globala råvarupriser steg, vilket drabbade producenterna hårt. I ett europeiskt perspektiv såg effekterna av brexit ut att vara blygsamma mot bakgrund av frihandelsavtalet mellan EU och Storbritannien.

DEN GLOBALA EKONOMIN ÅTERHÄMTADE SIG SNABBARE ÄN VÄNTAT

2021 inleddes med covid-19-nedstängningar i många länder, som fortsatte också i början av årets andra kvartal. Detta fick förstås negativa effekter för Foodservice, eftersom restauranger, kaféer och matsalar var stängda under en längre period. Utan möjligheter att äta ute fortsatte konsumenterna att laga mer mat hemma, vilket drev upp dagligvaruförsäljningen under första halvåret 2021. Livsmedelsinköp på nätet växte också stabilt och en tredjedel av Storbritanniens befolkning handlade livsmedel via nätet minst en gång i veckan¹⁾. Kanalpenetrationen för mejeriprodukter uppgick till 30 procent²⁾.

HÖGT INFLATIONSTRYCK DREV UPP PRISERNA

Den ekonomiska aktiviteten som var bättre än väntat och konsumenternas ökade köpkraft som möjliggjordes genom statliga stödpaket ledde till ett ökat inflationstryck på råvaror, vilket främst märktes för stål, olja och oljerelaterade produkter, byggmaterial och jordbruksprodukter. Den 30 juni 2021 hade råvarupriserna generellt stigit med 60 procent jämfört med samma datum föregående år³⁾ och oljepriset hade stigit från 41,15 dollar till 75,13 dollar – en uppgång med 82 procent. De stigande industripriserna sätter press på insatskostnaderna för många tillverkningsföretag – också Arla.

STABIL MJÖLKTILLGÅNG I EUROPA

Mjölkinvägningen och mjölkproduktionen i Europa ökade något med 0,5 procent jämfört med samma period föregående år. Mjölkinvägningen och mjölkproduktionen minskade generellt i stora länder som Tyskland och Frankrike, men detta balanse- rades av tillväxt i små länder som Irland. Leverans- flödet var stabilt, men hög inflation för råvaru- och foderpriser samt utmanande väderförhållanden satte press på mjölkproduktionen.

STIGANDE PRISER PÅ MJÖLKRAVAROR

Europeiska och globala mejeriproduktmarknader började långsamt återhämta sig efter covid-19. På samma sätt som andra råvaror steg mejeripriserna stabilt under årets första kvartal och stabiliserades på fasta nivåer under andra kvartalet. Prisindexet GDT (Global Dairy Trade) steg med 15,0 procent i början av mars, men stabiliserades igen under årets andra kvartal⁴⁾.

LUGN VALUTAMARKNAD

Första halvåret 2021 präglades av relativt stabila valutakurser trots fortsatt osäkerhet kring covid-19. I relation till euron försvagades snittkursen för dollar med 9,3 procent, medan den svenska kronan stärktes med 5,0 procent. Det brittiska pundet var stabilt under första halvåret 2021, med en mindre förstärkning på 0,6 procent mot euron.

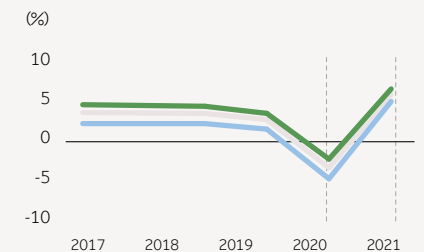
MEJERISEKTORN PÅVERKAS AV BREXIT

Den friktion som brexit orsakade påverkade mejerisektorn i Storbritannien/EU då handeln i vissa kategorier föll avsevärt på årsbasis⁶⁾. För Arla hjälpte våra förberedelser oss att navigera i den nya handelsmiljön och vi har bara upplevt mindre störningar i vår handel mellan EU och Storbritannien. Brexit befinner sig dock fortfarande i ett tidigt skede och situationen i Storbritannien fortsätter att förändras. Arla påverkades av störningarna på den lokala arbetsmarknaden med brist på förare nationellt. Vi förbereder oss också för att Storbritannien ska införa sina nya procedurer vid gränserna den 1 oktober 2021.

FORTSATT OSÄKER EKONOMISK PROGNOIS

Efter mer än ett år med covid-19-pandemin råder det fortfarande stor osäkerhet om den globala ekonomiska prognosen, även om stämningen höjs när allt fler blir vaccinerade. IMF uppskattar dock att den ojämförligt stora nedgången under 2020 kunde ha blivit minst tre gånger värre om inte mycket stora statliga stöd betalats ut. Den globala ekonomin beräknas växa med 6 procent under 2021⁵⁾. Det är 0,8 procentenheter starkare än väntat i oktober 2020, vilket är en återspeglning av det finanspolitiska extrastödet i några få stora ekonomier och den förväntade vaccindrivna återhämtningen under andra halvåret.

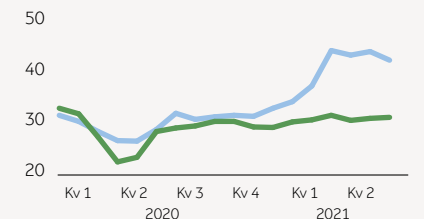
BNP-TILLVÄXT



■ Avancerade ekonomier
■ Världen
■ Tillväxtmarknader och utvecklingsekonomier
Källa: IMF

UTVECKLING FÖR EUROPEISKA MEJERIPRODUKTPRISER

(eurocent/kilo, prisekvivalenter mjölkutnyttjande)



■ Gouda ■ WMP

RESULTATGRANSKNING



KONKURRENSKRAFTIGT A CONTOPRIS

Trots den fortsatta osäkerheten till följd av covid-19 lyckades Arla höja det genomsnittliga a contopriset (standard) till 36,0 eurocent/kilo, vilket är en ökning med 1,6 eurocent/kilo jämfört med samma period föregående år. Det gör Arla konkurrenskraftigt och stöttar våra ägare under en period då produktionskostnaderna blir högre på deras gårdar.

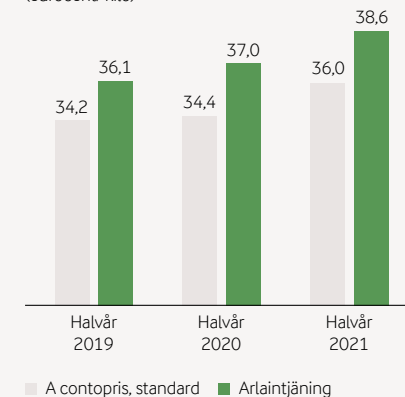
Det starka resultatet i hela vår värdekedja i kombination med stigande mjölkpriser på marknaden och en förändrad volym/mix bidrog till att uppnå en stabil Arlaintjäning på 38,6 eurocent/kilo jämfört med 37,0 eurocent/kilo under första halvåret 2020. Vårt förändrings- och effektivitetsprogram, Calcium, bidrog positivt med 82 miljoner euro, exklusive inflation, motsvarande 29 miljoner euro i nettobesparingar. Invägd mjölkråvara från våra ägare och andra externa källor var totalt sett oförändrad på 7 miljarder kilo, samma som under första halvåret 2020.

STABIL OMSÄTTNING ÖKNING DRIVEN AV DAGLIGVARUHANDELN

Under första halvåret 2021 ökade omsättningen med 1,2 procent till 5 441 miljoner euro, jämfört med 5 377 miljoner euro under samma period föregående år. Omsättningsökningen drevs främst av högre försäljningspriser och varumärkesvolymerna inom dagligvaruhandeln. Detta motverkades delvis av en nedgång för Foodservice-segmentet under första kvartalet på grund av långa perioder med nedstängningar. Den höga efterfrågan från konsumenterna ledde till inflationstryck på

MJÖLKPRIS TILL ÄGARE ¹⁾

(eurocent/kilo)



OMSÄTTNINGsutveckling

(miljoner EUR)



industripriserna och högre försäljningspriser bidrog positivt till omsättningsökningen med 77 miljoner euro. Valutaeffekterna påverkade omsättningen negativt med 61 miljoner euro.

RESULTATGRANSKNING (FORTSÄTTNING)

UTVECKLING FÖR VARUMÄRKESTILLVÄXT

Halvår 2019 till halvår 2021

Halvår 2021	5,6 %
Halvår 2020	10,4 %
Halvår 2019	4,6 %

VARUMÄRKESTILLVÄXT EFTER GLOBA LT VARUMÄRKE



6,9 %

Halvår 2020: 3,3 %

LURPAK[®]
-0,8 %

Halvår 2020: 17,7 %



7,8 %

Halvår 2020: -0,5 %



3,1 %

Halvår 2020: 16,7 %



42,7 %

Halvår 2020: 13,1 %



FORTSATT STARK VARUMÄRKESTILLVÄXT MOT BAKGRUND AV COVID-19

Efter ett år med exceptionell varumärkestillsvxt fortsatte Arlas varumärken tillsvxtresan under 2021 och levererade en strategisk tillsvxt för varumärkesvolymerna på 5,6 procent, vilket är över vårt målintervall på 1–3 procent. Den exceptionellt höga tillsvxttaktan började dock normaliseras mot slutet av halvåret och nådde normala nivåer under de senaste månaderna. Vi förväntar oss att se normala tillsvxtnivåer under hela andra halvåret. Den högre tillsvxten under första halvåret kan delvis förklaras av effekterna av fortsatta nedstängningar

och konsumtion i hemmen på grund av covid-19-restriktioner, men också av en övergripande stark förmåga att leverera resultat, starka varumärken som går hem hos konsumenterna, nya marknadsandelar och nya produktlanseringar.

Försäljningen av licensierade Starbucks™-produkter ökade med 42,7 procent i varumärkestillsvxt och Castello® utvecklades över förväntan med 7,8 procent. Varumärket Arla® levererade också en hög tillsvxt på 6,9 procent mot bakgrund av en stark utveckling för de flesta kategorier och undervarumärken. Efter en ojämförlig volymtillsvxt under första halvåret 2020, till stor

del drivet av förändrat konsumentbeteende på grund av covid-nedstängningarna, lyckades Lurpak® nästan med att upprepa sina historiskt starka försäljningsvolymerna från förra året. Puck® levererade solida 3,0 procent i varumärkestillsvxt. Den totala varumärkesandelen ökade till 49,2 procent, jämfört med 48,3 procent under första halvåret föregående år.

Foodservice började långsamt återhämta sig på många marknader. Segmentet var dock ännu inte tillbaka på samma nivåer som före covid-19 under första halvåret, då dagligvaruförsäljningen fortsatte att vara den främsta drivkraften för vårt resultat.

RESULTATGRANSKNING (FORTSÄTTNING)

KOMMERSIELLA SEGMENT



EUROPA

Vårt kommersiella segment i Europa levererade en totalt sett stark varumärkestillväxt på 2,5 procent, främst driven av Starbucks™ med 41,3 procent, Castello® med 4,2 procent och varumärket Arla® med 2,5 procent. Särskilt Arlas undervarumärken LactoFREE® och Fill N' Fuel ökade kraftigt med 14,4 respektive 13,5 procent. Marknaderna fortsatte att växa, med Nederländerna/Frankrike/Belgien, Storbritannien och Danmark i täten på 9,5, 4,6 respektive 2,4 procent. Varumärkesandelen i det europeiska segmentet ökade till 55 procent jämfört med 53 procent förra året. Omsättningen ökade något till 3 199 miljoner euro, jämfört med 3 178 miljoner euro under samma period förra året. Långa perioder av nedstängningar orsakade en liten nedgång inom Foodservice under årets första kvartal, men när restaurangerna började öppna igen under andra kvartalet blev tillväxten betydande. E-handelsverksamheten växte i snabb takt med en omsättningsökning på 34 procent jämfört med samma period föregående år.

INTERNATIONAL

Inom vårt segment International ökade varumärkesvolymerna inom alla regioner och för alla stora varumärken under första halvåret 2021. Starbucks™ levererade hög tillväxt på 45,1 procent, följt av varumärket Arla® på 24,7 procent och Castello® på 11,0 procent. Kraft® minskade dock med 0,2 procent jämfört med samma period föregående år. De långa perioderna med ökad hemmakonsumtion påverkade försäljningen positivt och de högre kostnaderna för produkter och tjänster samt de negativa effekterna av en svagare amerikansk dollar uppvägdes i hög grad av prisökningar. Omsättningen ökade därmed måttligt till 1 037 miljoner euro jämfört med 1 024 miljoner euro förra året. Varumärkesandelen för segmentet International ökade något till 88 procent, jämfört med 87 procent under första halvåret 2020.



ARLA FOODS INGREDIENTS

Arla Foods Ingredients (AFI) fortsatte att möta kundernas ökande efterfrågan på protein- och laktos ingredienser och omsättningen ökade till 387 miljoner euro jämfört med 360 miljoner euro under samma period föregående år. De högförädlade vasslevolymererna ökade med 9,8 procent till en total förädlingsandel på 69,6 procent mot bakgrund av framgångsrikt utnyttjande av fler nya råvaror, som nyligen säkrats genom nya strategiska inköpsarrangemang. AFI:s CNM-verksamhet utvecklades på samma sätt som under samma period förra året med en omsättning på 78 miljoner euro. Nya produkt lanseringar från våra kunder visade positiva indikationer inför framtiden för denna del av verksamheten.

GLOBAL INDUSTRY SALES

Vår Global Industry Sales-verksamhet hade en positiv inledning på året när råvarumarknaderna började återhämta sig efter covid-19. Detta drevs av stark global efterfrågan. Råvarupriserna steg generellt under första halvåret 2021 och i slutet av perioden nådde priserna en högre nivå jämfört med samma period föregående år. På grund av dagligvaruhandelns ökade försäljning via Arlas dagligvarukanaler minskade den totala andelen mjölkpulver som såldes inom Global Industry Sales till 23,1 procent jämfört med 23,6 procent förra året. Trots volymminskningen ökade omsättningen något till 818 miljoner euro jämfört med 815 miljoner euro under första halvåret 2020 till följd av prisökningarna.

RESULTATGRANSKNING (FORTSÄTTNING)

Nettoresultat

3,0 %

(av omsättningen)

Besparingar från Calcium

29

(miljoner euro)

Calcium-besparingar, exklusive beräknad inflation

82

(miljoner euro)

Nettorörelsekapital*

36

(dagar)

Skuldsättningsgrad

2,8

*Löpande genomsnitt för tre månader

CALCIUM-BESPARINGARNA FÖLJER PLANEN

Vårt förändrings- och effektivitetsprogram levererade 83 miljoner, exklusive inflation, vilket kan omvandlas till nettobesparingar på 29 miljoner euro för första halvåret 2021. Det innebär att de totala besparingarna sedan programstarten 2018 uppgår till 562 miljoner, exklusive inflation, motsvarande en nettobesparing på 383 miljoner euro. Besparingarna kommer främst från en optimerad leveranskedja, insourcing av marknadsföringsaktiviteter och optimerade handelsinvesteringar. Den överraskande snabba makroekonomiska återhämtningen efter covid-19 ledde till att inflationen blev betydligt högre än väntat, vilket innebär en utmaning för vår möjlighet att nå vårt ursprungliga nettobesparingsmål på 400 miljoner euro för det fyraåriga programmet. Besparingarna exklusive inflation överträffar dock målen både för första halvåret 2021 och för hela programmet.

NETTORESULTAT INOM MÅLINTERVALL

Under första halvåret 2021 uppnådde Arla ett nettoresultat på 165 miljoner euro, eller 3,0 procent av omsättningen, vilket ligger i mitten av vårt målintervall på 2,8–3,2 procent.

FORTSATT STARK FINANSIELL STÄLLNING

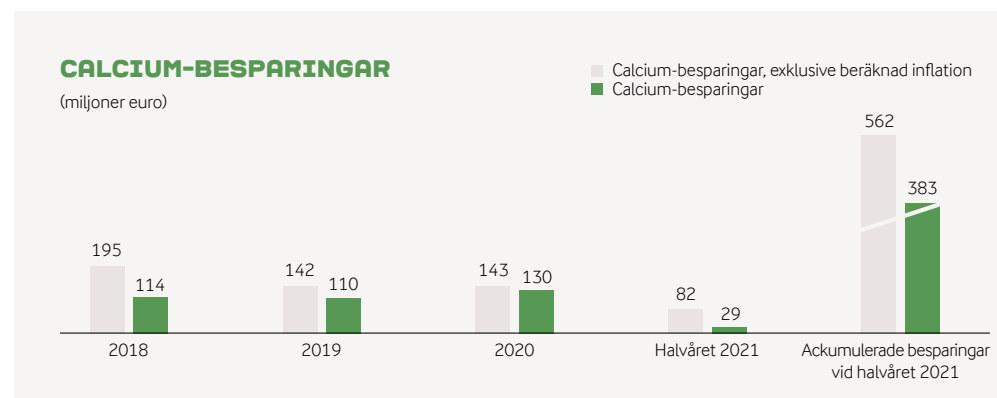
Första halvåret 2021 visade att Arla fortsatt har en stark finansiell ställning. Med en skuldsättningsgrad på 2,8 hamnade vi i den lägre delen av vårt målintervall på 2,8–3,4.

Kassaflöde från den löpande verksamheten ökade till 274 miljoner euro under första halvåret 2021, jämfört med 477 miljoner euro samma period föregående år. En positiv utveckling för EBITDA motverkades av mer likvida medel uppbundna i rörelsekapitalet. Mätt som omsättningsdagar ökade nettorörelsekapitalet till 36 dagar jämfört med 30 dagar i slutet av juni förra året. Ökningen berodde på det avsiktligt minskade utnyttjandet

av program för kundfordringar som en del av optimeringen av kapitalstrukturen.

Kassaflöde från investeringsverksamheten uppgick till 208 miljoner euro under första halvåret 2021, jämfört med 194 miljoner euro under samma period förra året. Vi fortsatte genomförandet av våra fyra viktiga CAPEX-investeringsprojekt under första halvåret 2021. I Tyskland utvecklades byggandet av ett nytt pulvertorn i Pronsfeld positivt. I Bahrain byggde vi ut vår produktionsanläggning till att omfatta hela produktionen av Kraft®- och Puck®-produkter. Och i Danmark fortsatte vi med kapacitetsutbyggnaden av mozzarellatillverkningen på Branderup-mejeriet samt byggnationen av vårt nya AFI Innovation Centre. Våra investeringar uppgick till 256 miljoner euro för första halvåret 2021.

Kassaflödet från finansieringsverksamheten minskade till -69 miljoner euro, vilket främst förklaras av den extraordinärt höga efterlikviden till våra ägare på 228 miljoner euro relaterad till resultatdispositionen för 2020, vilket uppvägdes av emissionen av gröna obligationer och nyligen upptagna lån.



FINANSIELLA UTSIKTER

Efter ett starkt första halvår 2021 höjer vi vår prognos för omsättning och volymdriven omsättningsökning från strategiska varumärken för helåret 2021. Våra förväntningar på Calcium utmanas på grund av högt inflationstryck under andra halvåret 2021.

FÖRBÄTTRAD PROGNOIS FÖR VIKTIGA NYCKELTAL

Våra förväntningar på ökad omsättning justeras upp från 10,3–10,6 till 10,6–11,00 euro. Skuldsättningsgraden justeras från 2,8–3,4 till $\leq 2,8$. Vår prognos för omsättningsökning från strategiska varumärken har höjts från 1–3 procent till 3–4 procent.

Vi behåller vår prognos för Internationals andel, varumärkesandel och resultatandel som anges i årsredovisningen för 2020.

INFLATIONEN PÅVERKAR NETTORESULTATET FRÅN CALCIUM

Ett snabbare arbete med vår effektivitetspipeline inom hela vår värdekedja kommer fortsatt att tillföra mervärde under andra halvåret 2021. Men på grund av allvarliga effekter av det förväntade inflationstrycket under andra halvåret justerar vi vår prognos för Calcium för 2021 till 20 miljoner euro. Exklusive inflation förväntas besparingarna för helåret att överstiga 150 miljoner euro. Ett påskyndat arbete med vår effektivitetspipeline inom hela vår värdekedja kommer sannolikt inte att helt kompensera för det höga inflationstrycket.

UPPDATERAD PROGNOIS FÖR 2021

Omsättning

10,6–11,0

EURb (justerat från 10,3–10,6)

Resultatandel

2,8–3,2 %

(oförändrat)

Calcium-besparingar
exklusive inflation

> 150

miljoner euro

Calcium-
besparingar

< 20

miljoner euro

Volymdriven omsättningsökning
från strategiska varumärken

3–4 %

(justerat från 1–3 %)

Internationals andel

> 23,5 %

(oförändrat)

Skuldsättningsgrad

$\leq 2,8$

(justerat från 2,8–3,4)

Varumärkesandel

$\geq 50 %$

(justerat från > 50%)

DELÅRSRAPPORT
KONCERNREDOVISNING

RESULTATRÄKNING

(miljoner euro)	Not	Första halvåret 2021	Första halvåret 2020	Utveckling, %	Helåret 2020
Omsättning	1.1	5 441	5 377	1	10 644
Produktionskostnader	1.2	-4 287	-4 203	2	-8 301
Bruttoresultat		1 154	1 174	-2	2 343
Försäljnings- och distributionskostnader	1.2	-734	-745	-1	-1 483
Administrativa kostnader	1.2	-207	-203	2	-439
Övriga rörelseintäkter		49	17	188	61
Övriga rörelsekostnader		-31	-31	-	-52
Resultatandelar efter skatt i joint ventures och intresseföretag	3.1	21	6	250	28
EBIT (resultat före räntor och skatt)		252	218	16	458
<i>Specifikation:</i>					
<i>EBITDA</i>		485	443	9	909
<i>Av- och nedskrivningar</i>	1.2	-233	-225	4	-451
EBIT (resultat före räntor och skatt)		252	218	15	458
Finansiella intäkter		8	3	167	7
Finansiella kostnader		-49	-38	29	-79
Resultat före skatt		211	183	15	386
Skatt		-39	-17	129	-34
Periodens resultat		172	166	3	352
Minoritetsintressen		-7	-3	133	-7
Arla Foods ambas andel av periodens resultat		165	163	1	345

TOTALRESULTAT

(miljoner euro)	Not	Första halvåret 2021	Första halvåret 2020	Helåret 2020
Periodens resultat		172	166	352
Övrigt totalresultat				
Poster som inte kan redovisas över resultaträkningen:				
Omvärderingar av förmånsbestämda pensionsplaner		12	23	5
Skatt på omvärderingar av förmånsbestämda pensionsplaner		-3	-3	4
Poster som sedan kan omklassificeras till resultaträkningen:				
Värdejusteringar av säkringsinstrument		13	25	41
Verkligt värde-justeringar av vissa finansiella tillgångar		-1	-1	-3
Valutakursjusteringar		87	-56	-84
Skatt på poster som ska redovisas över resultaträkningen:		-	-	-
Övrigt totalresultat efter skatt		108	-12	-37
Summa totalresultat		280	154	315
Fördelat enligt följande:				
Ägare till Arla Foods amba		273	151	308
Minoritetsintressen		7	3	7
Summa		280	154	315

BALANSRÄKNING

(miljoner euro)	Not	Första halvåret 2021	Första halvåret 2020	Utveckling, %	Årets slut 2020
Tillgångar					
Långfristiga tillgångar					
Immateriella tillgångar och goodwill	3.1	951	941	1	931
Materiella anläggningstillgångar och ROU-tillgångar	3.1	2 960	2 721	9	2 915
Investeringar i intresseföretag och joint ventures	3.1	507	460	10	470
Uppskjuten skatt		20	30	-33	29
Pensionstillgångar	4.1	59	37	59	40
Övriga långfristiga tillgångar		30	21	43	28
Summa långfristiga tillgångar		4 527	4 210	8	4 413
Kortfristiga tillgångar					
Varulager	2.1	1 203	1 154	4	1 080
Kundfordringar	2.1	947	771	23	811
Derivat		20	75	-73	57
Övriga fordringar		279	252	11	424
Värdepapper		426	425	0	420
Likvida medel		124	150	-17	126
Summa kortfristiga tillgångar		2 999	2 827	6	2 918
Summa tillgångar		7 526	7 037	7	7 331

(miljoner euro)	Not	Första halvåret 2021	Första halvåret 2020	Utveckling, %	Årets slut 2020
Eget kapital och skulder					
Eget kapital					
Kollektivt kapital		1 973	1 927	2	1 968
Individuellt kapital		500	464	8	513
Övriga eget kapitalkonton		-19	-104	-82	-118
Periodens resultat		165	163	1	-
Föreslagen efterlikvid till ägare		-	-	0	223
Eget kapital hänförligt till Arla Foods ambas ägare		2 619	2 450	7	2 586
Minoritetsintressen		48	46	4	53
Summa eget kapital		2 667	2 496	7	2 639
Skulder					
Långfristiga skulder					
Pensionsförpliktelser	4.1	233	235	-1	247
Avsättningar		25	25	0	21
Uppskjuten skatt		74	75	-1	64
Lån	4.1	2 189	1 887	16	1 964
Summa långfristiga skulder		2 521	2 222	13	2 296
Kortfristiga skulder					
Lån	4.1	767	740	4	695
Leverantörsskulder och övriga skulder	2.1	1 184	1 123	5	1 212
Avsättningar		22	9	144	25
Derivat		40	83	-52	66
Aktuell skatt		13	9	44	11
Övriga kortfristiga skulder		312	355	-12	387
Summa kortfristiga skulder		2 338	2 319	1	2 396
Summa skulder		4 859	4 541	7	4 692
Summa eget kapital och skulder		7 526	7 037	7	7 331

EGET KAPITAL

(miljoner euro)

	Kollektivt kapital			Individuellt kapital				Övriga eget kapitalkonton			Summa eget kapital efter minoritetsintressen	Minoritetsintressen	Summa före minoritetsintressen
	Kapitalkonto	Reserv för särskilda poster	Periodens resultat	Individuellt insatskapital	Leveransbaserade ägarbevis	Individuellt tillskotts-kapital	Efterlikvid	Reserv för värdejustering av säkringsinstrument	Reserv för verkligt värde via övrigt totalresultat	Reserv för valutakursjusteringar			
Eget kapital den 1 januari 2021	878	1 090	-	302	65	146	223	-53	9	-74	2 586	53	2 639
Periodens resultat	-	-	165	-	-	-	-	-	-	-	165	7	172
Övrigt totalresultat	9	-	-	-	-	-	-	13	-1	87	108	-	108
Summa totalresultat	9	-	165	-	-	-	-	13	-1	87	273	7	280
Utbetalt till ägare	1	-	-	-11	-4	-4	-	-	-	-	-18	-	-18
Transaktioner med innehav utan bestämmande inflytande	6	-	-	-	-	-	-	-	-	-	6	-14	-8
Efterlikvid till ägare avseende 2020	-	-	-	-	-	-	-228	-	-	-	-228	-	-228
Valutakursjusteringar	-11	-	-	1	-	5	5	-	-	-	-	2	2
Summa transaktioner med ägare	-4	-	-	-10	-4	1	-223	-	-	-	-240	-12	-252
Eget kapital den 30 juni 2021	883	1 090	165	292	61	147	-	-40	8	13	2 619	48	2 667
Eget kapital den 1 januari 2020	885	1 009	-	271	68	159	127	-94	12	10	2 447	47	2 494
Periodens resultat	-	-	163	-	-	-	-	-	-	-	163	3	166
Övrigt totalresultat	20	-	-	-	-	-	-	25	-1	-56	-12	-	-12
Summa totalresultat	20	-	163	-	-	-	-	25	-1	-56	151	3	154
Utbetalt till ägare	-	-	-	-10	-4	-7	-	-	-	-	-21	-	-21
Transaktioner med innehav utan bestämmande inflytande	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-4	-4
Efterlikvid till ägare avseende 2019	-	-	-	-	-	-	-127	-	-	-	-127	-	-127
Valutakursjusteringar	13	-	-	-	-2	-11	-	-	-	-	-	-	-
Summa transaktioner med ägare	13	-	-	-10	-6	-18	-127	-	-	-	-148	-4	-152
Eget kapital den 30 juni 2020	918	1 009	163	261	62	141	-	-69	11	-46	2 450	46	2 496

KASSAFLÖDESANALYS

(miljoner euro)	Not	Första halvåret 2021	Första halvåret 2020	Helåret 2020
EBITDA		485	443	909
Återföring av resultatandelar i joint ventures och intresseföretag	3.1	-21	-6	-28
Återföring av övriga ej kassaflödespåverkande poster		-29	18	53
Förändring i nettorörelsekapital	2.1	-274	-14	4
Förändring i övriga fordringar och kortfristiga skulder		144	69	-137
Erhållen utdelning från joint ventures och intresseföretag		9	6	8
Betald ränta		-24	-28	-53
Erhållen ränta		3	1	3
Betald skatt		-19	-12	-28
Kassaflöde från den löpande verksamheten		274	477	731
Investering i immateriella anläggningstillgångar	3.1	-26	-29	-53
Investering i materiella anläggningstillgångar	3.1	-194	-193	-478
Försäljning av materiella tillgångar	3.1	13	17	19
Den löpande investeringsverksamheten		-207	-205	-512
Försäljning av finansiella tillgångar		7	11	22
Förvärv av finansiella tillgångar		-8	-	-5
Försäljning av företag		-	-	7
Den finansiella investeringsverksamheten		-1	11	24
Kassaflöde från investeringsverksamheten		-208	-194	-488
Efterlikvid avseende föregående räkenskapsår		-228	-127	-127
In- och utbetalt från eget kapital gällande instrument avseende individuellt kapital		-18	-21	-22
Utbetalt till minoritetsägare		-8	-4	-18
Nya upptagna lån		256	62	149
Övriga förändringar i lån		-17	-179	-173
Betalning av leasingsskulder		-35	-33	-66
Betalning till pensionsplaner		-19	-17	-36
Kassaflöde från finansieringsverksamheten		-69	-319	-293
Nettokassaflöde		-3	-36	-50

(miljoner euro)	Not	Första halvåret 2021	Första halvåret 2020	Helåret 2020
Likvida medel den 1 januari		126	187	187
Periodens nettokassaflöde		-3	-36	-50
Valutakursjustering av likvida medel		1	-1	-11
Likvida medel den 30 juni		124	150	126
<i>Fritt löpande kassaflöde</i>				
<i>Kassaflöde från den löpande verksamheten</i>		274	477	731
<i>Den löpande investeringsverksamheten</i>		-207	-205	-512
Fritt löpande kassaflöde		67	272	219
<i>Fritt kassaflöde</i>				
<i>Kassaflöde från den löpande verksamheten</i>		274	477	731
<i>Kassaflöde från investeringsverksamheten</i>		-208	-194	-488
Fritt kassaflöde		66	283	243



Kassaflödet från den löpande verksamheten påverkades av högre mjölkpriser

Kassaflödet från den löpande verksamheten minskade med 203 miljoner euro till 274 miljoner euro jämfört med 477 miljoner euro under första halvåret förra året. Utvecklingen berodde på att likvida medel var bundna till rörelsekapital främst genom minskat utnyttjande av finansieringsprogram för kundfordringar och även på ökade varulager mot bakgrund av högre mjölkpriser. De här effekterna motverkades delvis av högre EBITDA och av avräkningar av momsfordringspositioner.

Kassaflödet från investeringsverksamheten uppgick till -208 miljoner euro i linje med samma period föregående år. Majoriteten av CAPEX-investeringarna under första halvåret 2021 utgjordes av fortsatt genomförande av nyckelprojekten på våra anläggningar Pronsfeld i Tyskland, Bahrain, Branderup och AFI Innovation Center i Danmark.

Det fria kassaflödet för halvåret uppgick till 66 miljoner euro, vilket innebär en minskning med 217 miljoner euro jämfört med samma period föregående år.

Kassaflödet från finansieringsverksamheten uppgick till -69 miljoner euro jämfört med -319 miljoner euro förra året. En extraordinärt hög efterlikvid på 228 miljoner euro avseende 2020 års resultatdisposition utbetalades i mars 2021. Individuellt kapital på 18 miljoner euro betalades ut till ägare som antingen lämnat eller gått i pension från Arla. Nya upptagna lån på 256 miljoner euro inkluderade en emission av gröna obligationer i Sverige på 148 miljoner euro.

Likvida medel uppgick till 124 miljoner euro, jämfört med 150 miljoner euro i slutet av samma period förra året.

INTRODUKTION TILL NOTERNA

Följande avsnitt ger ytterligare upplysningar som kompletterar de primära finansiella rapporterna.

NOT 1 OMSÄTTNING OCH KOSTNADER

Upplysningar om koncernens resultat och räntabilitet finns i not 1.

NOT 2 NETTORÖRELSE- KAPITAL

Upplysningar om utvecklingen och sammansättningen av lager och handelsbalanser finns i not 2.

NOT 3 SYSSELSATT KAPITAL

Upplysningar om koncernens produktionskapacitet, immateriella tillgångar och finansiella investeringar finns i not 3.

NOT 4 FINANSIERING

Upplysningar om finansiering av koncernens verksamhet finns i not 4.

GRUND FÖR UPPRÄTTANDET

Delårsrapporten är upprättad enligt samma redovisningsprinciper som tillämpats i koncernredovisningen för 2020.

Arlas koncernredovisning har upprättats i enlighet med International Financial Reporting Standards (IFRS), som godkänts av EU, samt de ytterligare upplysningskraven i den danska årsredovisningslagen (Årsregnskabsloven).

Denna delårsrapport för 2021 utfärdas på frivillig basis och ledningen har beslutat att inte fullt ut tillämpa IAS 34 när det gäller upplysningar för delårsrapporter.

I enlighet med Europeiska värdepappers- och marknadsmyndighetens (Esmas) riktlinjer för alternativa nyckeltal lämnar vi ytterligare upplysningar om de alternativa nyckeltal som koncernen använder. Dessa alternativa nyckeltal anses vara avgörande för att förstå koncernens finansiella resultat och finansiella ställning. Eftersom de inte definieras av IFRS är de eventuellt inte direkt jämförbara med liknande nyckeltal som används av andra företag. Definitioner finns i ordlistan och not 1.3.

Den funktionella valutan i moderbolaget är DKK. Presentationsvalutan för moderbolaget och för koncernen är EUR.

Delårsrapporten är framtagen med avrundning till närmaste miljon euro.

VALUTAEXPONERING

Koncernens finansiella ställning har en betydande exponering mot valutor, både på grund av transaktioner som utförs i andra valutor än euro och på grund av omräkning av finansiell rapportering från enheter som inte ingår i euroområdet. Den främsta exponeringen avser finansiella rapporter från enheter som bedriver sin verksamhet i GBP och SEK, samt transaktioner som hänför sig till försäljning i USD eller USD-relaterade valutor.

KONCERNREDOVISNING

Koncernredovisningen upprättas genom en sammanslagning av moderbolagets och de enskilda dotterbolagens finansiella rapporter, som är upprättade enligt koncernens redovisningsprinciper. Omsättning, kostnader, tillgångar, skulder och poster som ingår i eget kapital i dotterbolagen sammanräknas och presenteras rad för rad. Koncerninterna innehav, saldon och transaktioner samt orealiserade intäkter och kostnader i samband med dessa elimineras.

Koncernredovisningen omfattar Arla Foods amba (moderbolaget) och de dotterbolag i vilka moderbolaget direkt eller indirekt äger mer än 50 procent av rösträtten eller på annat sätt har ett bestämmande inflytande. Företag som styrs gemensamt via ett kontraktarrangemang räknas som joint ventures. Företag i vilka koncernen har ett betydande, men inte bestämmande, inflytande betraktas som intresseföretag.

Orealiserade vinster från transaktioner med joint ventures och intresseföretag, t.ex. vinster som uppstår vid försäljning till joint ventures eller intresseföretag, då kunden betalar med medel som delvis ägs av koncernen, elimineras mot investeringens bokförda värde i förhållande till koncernens intresse i företaget. Orealiserade förluster elimineras på samma sätt, dock endast om ingen värdenedgång ägt rum.

OMRÄKNING AV TRANSAKTIONER OCH MONETÄRA POSTER I UTLÄNSK VALUTA

För varje rapporterade företag i koncernen fastställs en funktionell valuta, som används i den primära ekonomiska miljön där det enskilda företaget är verksamt. Transaktioner i utländsk valuta omräknas vid första redovisning till transaktionsdagens kurs för den funktionella valutan. Penningtillgångar och skulder i utländsk valuta omräknas till den funktionella valutan med hjälp av balansdagens valutakurs.

Valutakursdifferenser redovisas i resultaträkningen under finansiella poster. Icke-monetära poster, t.ex. materiella tillgångar som värderas baserat på anskaffningskostnad i utländsk valuta, omräknas till den funktionella valutan när de redovisas för första gången.

OMRÄKNING AV UTLÄNSK VERKSAMHET

Tillgångar och skulder i koncernföretag, däribland andelen av nettotillgångarna och goodwill i joint ventures och intresseföretag med annan funktionell valuta än euro, omräknas till euro med valutakursen vid halvårets slut. Omsättningen, kostnaderna och andelen av årets resultat omräknas till euro med hjälp av den månatliga genomsnittskursen om den inte skiljer sig väsentligt från kursen på transaktionsdagen. Valutakursdifferenser redovisas i övrigt totalresultat och ackumuleras i reserv för valutakursjusteringar.

ANTAGANDE AV NYA ELLER ÄNDRADE IFRS

Arla har implementerat alla nya standarder och tolkningar som antagits av EU från och med 2021. IASB har utfärdat ett antal nya eller ändrade och reviderade redovisningsstandarder och tolkningar som ännu inte trätt ikraft. Arla kommer att anta de nya standarderna när de blir obligatoriska. Ingen väsentlig påverkan förväntas.

Omsättning och kostnader

1.1 OMSÄTTNING



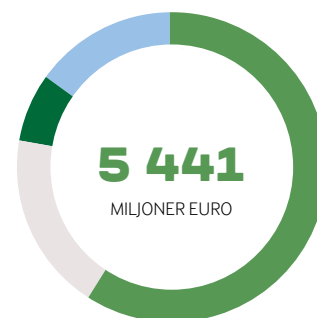
Ökad varumärkesförsäljning ökade omsättningen

Intäkterna ökade med 1,2 procent till 5 441 miljoner euro, jämfört med 5 377 miljoner euro under första halvåret förra året. Högre försäljningspriser ökade omsättningen med 77 miljoner euro, medan volym-/mixförändringar hade en positiv effekt på 48 miljoner euro. Negativa valutaeffekter uppgick till 61 miljoner euro på grund av en svagare dollar, en starkare svensk krona och en neutral position för brittiska pund mot euro.

Omsättning från strategiska varumärken uppgick till 2 657 miljoner euro under första halvåret 2021, jämfört med 2 557 miljoner euro under samma period förra året. Den volymdrivna omsättningsökningen från strategiska varumärken var 5,6 procent, vilket beskrivs närmare i resultatgranskningen på sidan 13 och not 1.3 på sidan 25.

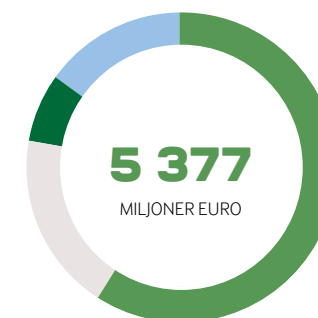
För mer information om utvecklingen av våra kommersiella segment, se resultatgranskningen på sidan 14.

Omsättning fördelad på kommersiella segment, första halvåret 2021



Europe 59 %
International 19 %
Arla Foods Ingredients 7 %
Trading och övrig försäljning 15 %

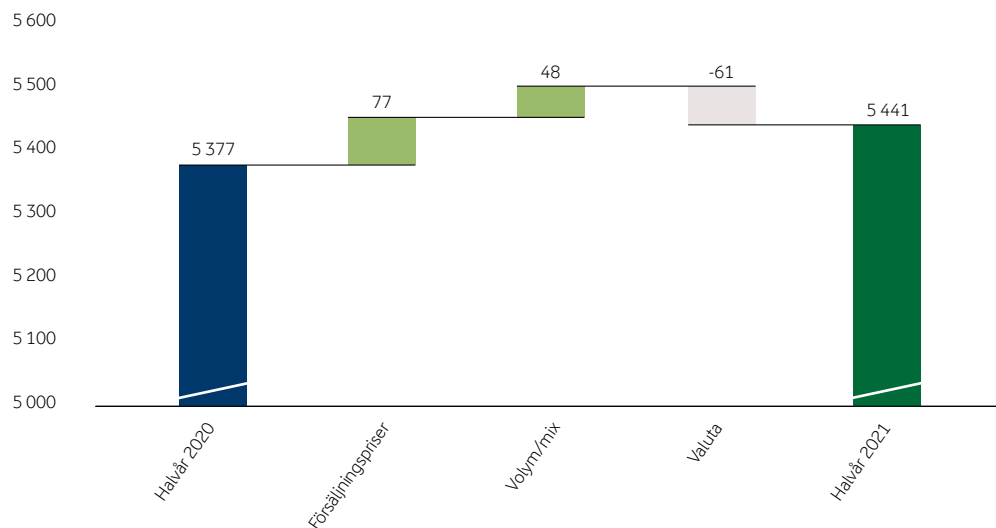
Omsättning fördelad på kommersiella segment, första halvåret 2020



Europe 59 %
International 19 %
Arla Foods Ingredients 7 %
Trading och övrig försäljning 15 %

Omsättningsutveckling

(miljoner euro)



Omsättning fördelad på varumärken

(miljoner euro)

	Första halvåret 2021	Första halvåret 2020
Arla®	1 626	1 514
Lurpak®	305	315
Puck®	207	230
Castello®	85	78
Mjölkbaserade drycker	132	103
Övriga stödvarumärken	302	317
Omsättning från strategiska varumärken	2 657	2 557
AFI	387	360
Icke-strategiska varumärken och övriga	2 397	2 460
Summa	5 441	5 377

Omsättning och kostnader

1.2 KOSTNADER



Högre mjölkpris till ägare och förändrad varumärkesmix ledde till ökade kostnader

Rörelsekostnaderna uppgick till 5 228 miljoner euro jämfört med 5 151 miljoner euro under första halvåret förra året, en ökning med 1,5 procent.

Produktionskostnaderna ökade med 84 miljoner euro till 4 287 miljoner euro, vilket ska jämföras med 4 203 miljoner euro under första halvåret 2020. Den främsta drivkraften var högre mjölkpriser, vilket gjorde att kostnaden för mjölkkråvara ökade med 110 miljoner euro. A contopriset till ägarna ökade med 117 miljoner euro, medan kostnaderna för annan mjölk minskade med 7 miljoner euro. Produktionskostnaderna, exklusive kostnaden för råmjölk, minskade med 26 miljoner euro jämfört med samma period föregående år.

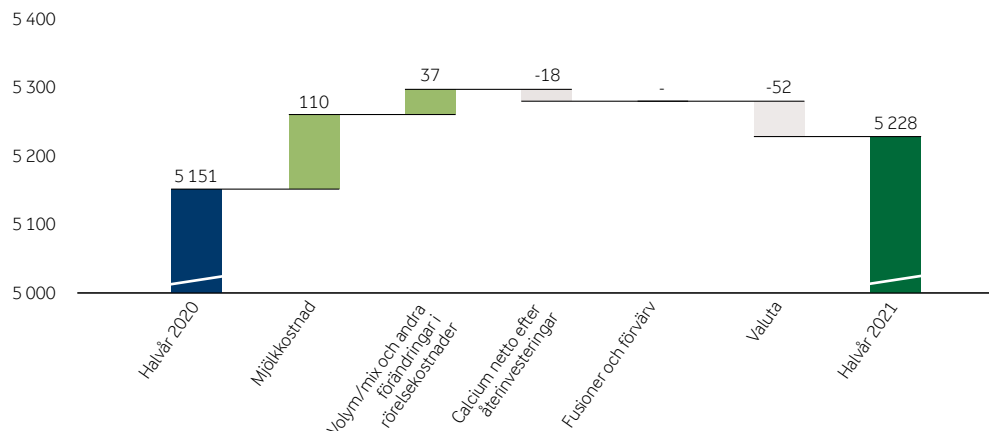
Försäljnings- och distributionskostnader minskade med 11 miljoner euro, främst på grund av lägre försäljningskostnader inom vår International-verksamhet.

Personalkostnaderna ökade till 678 miljoner euro, jämfört med 667 miljoner euro under första halvåret förra året, på grund av insourcing i MENA samt normala lönerrevisioner inom hela Arla.

Calcium-besparingarna, netto efter inflation, uppgick till 29 miljoner euro under första halvåret 2021. Nettokostnadseffekten jämfört med första halvåret 2020 uppgick till 18 miljoner euro och inkluderar återinvesteringar.

Utveckling i rörelsekostnader

(miljoner euro)



Rörelsekostnader fördelat på funktion och typ (miljoner euro)

	Första halvåret 2021	Första halvåret 2020
Produktionskostnader	4 287	4 203
Försäljnings- och distributionskostnader	734	745
Administrativa kostnader	207	203
Summa	5 228	5 151
<i>Specifikation:</i>		
Invägd mjölkkråvara	2 583	2 473
Övriga produktionsmaterial*	880	936
Personalkostnader	678	667
Transportkostnader	347	323
Marknadsföringskostnader	113	112
Av- och nedskrivningar	233	225
Övriga kostnader**	394	415
Summa	5 228	5 151
Genomsnittligt antal medarbetare, heltid	20 304	19 610

*I övrigt produktionsmaterial ingår förpackningar, tillsatser, förbrukningsmaterial och lagerförändringar

**Övriga kostnader innefattar främst underhåll, förnödenheter och IT

Invägd mjölkkråvara (miljoner euro)

	Första halvåret 2021		Första halvåret 2020	
	miljarder kilo	EURm	miljarder kilo	EURm
Ägarmjölk	6 343	2 345	6 360	2 228
Övrig mjölk	596	238	625	245
Summa	6 939	2 583	6 985	2 473

Omsättning och kostnader

1.3 NYCKELTAL

De alternativa resultatmått som redovisas nedan är nyckeltal för koncernen. De är inte IFRS-krav.

Arlaintjäning



Stark affärsutveckling ledde till högre Arlaintjäning

Arlaintjäningen är ett viktigt mått på det totala resultatet, som uttrycker värdeskapandet per kilo mjölk som levereras av våra ägare. Arlaintjäningen beräknas som det standardiserade a contopriset, som ingår i produktionskostnaderna, plus Arla Foods ambas andel

av årets resultat, dividerat med den invägda mjölken under första halvåret 2021. Arlaintjäningen uppgick till 38,6 eurocent/kilo ägarlevererad mjölk, jämfört med 37,0 eurocent/kilo ägarlevererad mjölk för första halvåret förra året.

Arlaintjäning	Första halvåret 2021			Första halvåret 2020		
	EURm	Volym i miljoner kilo	eurocent/kilo	EURm	Volym i miljoner kilo	eurocent/kilo
Ägarmjölk	2 345	6 343	37,0	2 228	6 360	35,0
Justering till standardmjölk (4,2 % fett, 3,4 % protein)			-1,0			-0,6
Standard a contopris			36,0			34,4
Arla Foods ambas andel av periodens resultat	165		2,6	163		2,6
Summa		6 343	38,6*	6 360		37,0

*Omräkningsfaktor för mjölk från liter till kg var 1,02 för mjölkvolymen fram till den 30 juni 2021. Från och med den 1 juli 2021 är omräkningsfaktor för mjölk 1,03.

Volymdriven omsättningsökning från strategiska varumärken



Fortsatt stark varumärkestillväxt

Volymdriven omsättningsökning definieras som omsättningsökning som förknippas med tillväxt i volymer, samtidigt som priserna hålls konstanta. Volymdriven omsättningsökning från strategiska varumärken är ett alternativt resultatmått som används för att stödja och förstå omsättningsökning som inte beror på pris och resultatet från vår varumärkesverksamhet. Volymdriven

omsättningsökning från strategiska varumärken steg med 5,6 procent under första halvåret 2021, jämfört med 10,4 procent för första halvåret föregående år. En ökad försäljning av märkesvaror i dagligvaruhandeln var den främsta orsaken till den fortsatta ökningen.

Volymdriven omsättningsökning från strategiska varumärken (miljoner euro)

	Första halvåret 2021	Första halvåret 2020
Omsättning från strategiska varumärken förra halvåret	2 557	2 220
Volymdriven omsättningsökning från strategiska varumärken	140	231
Pris- och valutakursjusteringar	-40	106
Omsättning från strategiska varumärken	2 657	2 557
Volymdriven omsättningsökning från strategiska varumärken, %	5,6 %	10,4 %

Beräkningen av volymdriven omsättningstillväxt för strategiska varumärken baseras på fasta valutakurser och definieras som en volymtillväxt på 140 miljoner euro dividerat med nettobeloppet för omsättningen från strategiska varumärken förra året på 2 557 miljoner euro och en valutakurseffekt från genomsnittliga till fasta valutakurser på -58 miljoner euro.

Resultatandel



Resultatandel i linje med förväntningarna

Arlas mål för resultatandelen är 2,8–3,2 procent av omsättningen, beräknat från resultatet som är hänförligt till våra ägare. För första halvåret 2021 uppgick resultatandelen till 165 miljoner euro jämfört

163 miljoner euro för första halvåret föregående år. Det motsvarade 3,0 procent av omsättningen. Den vinst som kan delas ut till ägarna kommer att anges i resultatdispositionen vid årets slut.

Resultatandel (miljoner euro)

	Första halvåret 2021	Första halvåret 2020
Omsättning	5 441	5 377
Periodens resultat	172	166
Resultat avseende innehav utan bestämmande inflytande	-7	-3
Resultat hänförligt till ägare	165	163
Resultatandel	3,0%	3,0%

Resultatandelen beräknas till 165 miljoner euro dividerat med 5 441 miljoner euro och motsvarade 3,0 procent för halvåret 2021.

Nettorörelsekapital

2.1 NETTORÖRELSEKAPITAL



Positionen för nettorörelsekapital drivs av högre priser och lagervolymer

Nettorörelsekapitalet ökade med 164 miljoner euro till 966 miljoner euro, vilket motsvarar en ökning med 20 procent jämfört med det bokförda värdet den 30 juni 2020.

Mätt som omsättningsdagar ökade* nettorörelsekapitalet till 36 dagar jämfört med 30 dagar i slutet av juni förra året. Ökningen berodde på en avsiktligt minskad användning av finansprogram för kundfordringar och högre lagervärden.

Finansieringsprogram för kundfordringar används som en integrerad del av vår likviditetshantering. Tillsammans med högre försäljningspriser var detta de främsta orsakerna till ökningen av positionen för kundfordringar med 176 miljoner euro jämfört med den 30 juni 2020.

Varulagret ökade i värde med 49 miljoner euro på grund av högre mjölkpriser och högre volymer, vilket delvis balanserades av en omklassificering av vissa reservdelspositioner under föregående år.

Under covid-19-pandemin och fortsättningsvis har vi följt utvecklingen för kundfordringar noggrant. Vi har inte upplevt någon betydande negativ utveckling för sena betalningar och avsättningen för förväntade förluster minskade med 3 miljoner euro till en nivå av 14 miljoner euro den 30 juni 2021.

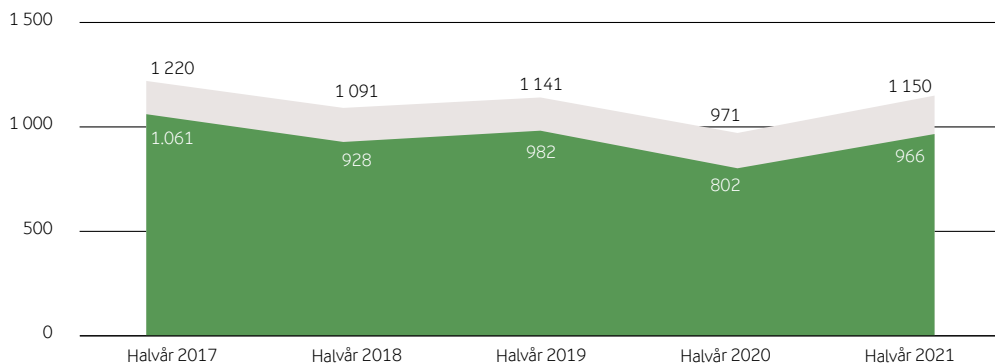
Leverantörsskulder och övriga skulder ökade med 61 miljoner euro till 1 184 euro till följd av den normala verksamheten.

Vi strävar kontinuerligt efter att optimera våra nettorörelsekapitalpositioner genom initiativ som ökad användning av globala upphandlingsavtal, optimering av lagernivåer, förbättrade betalningsvillkor samt utnyttjande av finansieringsprogram med kunder och leverantörer när så är relevant.

*Mätt utifrån löpande data för 3 månader.

Nettorörelsekapital

(miljoner euro)



■ Nettorörelsekapital exklusive skulder relaterade till ägarmjolk

■ Nettorörelsekapital

Nettorörelsekapital

(miljoner euro)

	Första halvåret 2021	Första halvåret 2020
Varulager	1 203	1 154
Kundfordringar	947	771
Leverantörsskulder och övriga skulder	-1 184	-1 123
Nettorörelsekapital	966	802

Varulager

(miljoner euro)

	Första halvåret 2021	Första halvåret 2020
Lager före nedskrivningar	1 223	1 182
Nedskrivningar	-20	-28
Summa varulager	1 203	1 154
Råvaror och förbrukningsvaror	246	297
Utkast	392	332
Färdigvaror och handelsvaror	565	525
Summa varulager	1 203	1 154

Kundfordringar

(miljoner euro)

	Första halvåret 2021	Första halvåret 2020
Kundfordringar före avsättning för förväntade kreditförluster	961	788
Avsättning för förväntade kreditförluster	-14	-17
Summa kundfordringar	947	771

Sysselsatt kapital

3.1 SYSSELSATT KAPITAL



Fortsatt hög investeringsnivå

Det bokförda värdet på långfristiga tillgångar ökade till 4 527 miljoner euro jämfört med 4 210 miljoner euro den 30 juni 2020.

Immateriella tillgångar och goodwill ökade marginellt till 951 miljoner euro jämfört med 941 miljoner euro den 30 juni 2020. Ökningen berodde på valutakurseffekter på goodwill och motverkades delvis av avskrivningar på varumärken, IT och andra utvecklingsprojekt.

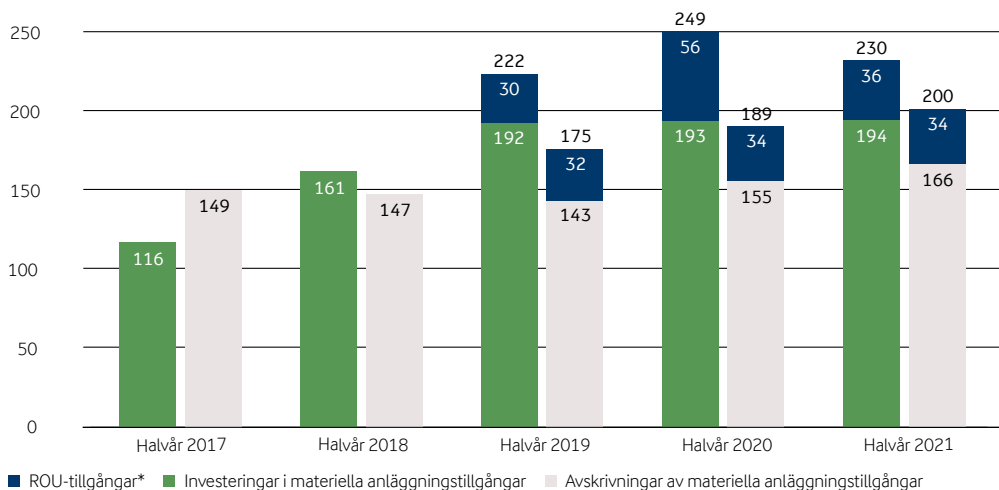
Det bokförda värdet av materiella anläggningstillgångar, inklusive ROU-tillgångar, ökade med 239 miljoner euro till 2 960 miljoner euro. Investeringarna, inklusive ROU-tillgångar, uppgick under första halvåret till 230 miljoner euro, medan de totala avskrivningarna uppgick till 200 miljoner euro, vilket i båda fallen är i nivå med första halvåret förra året. Merparten av CAPEX-investeringarna

under första halvåret 2021 utgjordes av fortsatt byggnation av pulvertornet i Pronsfeld i Tyskland, produktionsanläggningarna för varumärkena Kraft® och Puck® i Bahrain, kapacitetsutbyggnaden av mozzarellatillverkningen i Branderup i Danmark och ett nytt AFI Innovation Center i Danmark.

Redovisat värde på intresseföretag och joint ventures uppgick till 507 miljoner euro jämfört med 460 miljoner euro den 30 juni 2020. Detta utgörs främst av det bokförda värdet av våra investeringar i COFCO Dairy Holding Ltd. (Mengniu) och LRF. Koncernens proportionella andel av nettotillgångsvärdet för COFCO Dairy Holding Ltd. uppgick till 387 miljoner euro jämfört med 348 miljoner euro den 30 juni 2020. Det bokförda värdet på investeringen i COFCO Dairy Holding Ltd. inkluderar goodwill som uppgår till 142 miljoner euro.

Investeringar och avskrivningar av materiella tillgångar och ROU-tillgångar

(miljoner euro)



Immateriella tillgångar och goodwill

(miljoner euro)

	Första halvåret 2021	Första halvåret 2020
Goodwill	691	668
Licenser och varumärken osv.	79	84
IT och andra utvecklingsprojekt	181	189
Bokfört värde den 30 juni	951	941

Materiella anläggningstillgångar inkl. ROU-tillgångar

(miljoner euro)

	Första halvåret 2021	Första halvåret 2020
Mark och byggnader	1 009	971
Maskiner och andra tekniska anläggningar	1 202	1 140
Inventarier, verktyg och utrustning	200	214
Pågående nyanläggningar	549	396
Bokfört värde den 30 juni	2 960	2 721

ROU-tillgångar

(miljoner euro)

	Första halvåret 2021	Första halvåret 2020
Mark och byggnader	140	127
Maskiner och andra tekniska anläggningar	11	16
Fordon, inventarier, verktyg och utrustning	81	83
Bokfört värde den 30 juni	232	226

Värdet av intresseföretag och joint ventures

(miljoner euro)

	Första halvåret 2021	Första halvåret 2020
Andel av eget kapital i COFCO Dairy Holding Ltd. (Mengniu)	245	197
Goodwill i COFCO Dairy Holding Ltd. (Mengniu)	142	151
Andel av eget kapital i andra intresseföretag	86	78
Redovisat värde på intresseföretag	473	426
Andel av eget kapital i andra joint ventures	34	34
Redovisat värde på intresseföretag och joint ventures	507	460

Finansiering

4.1 FINANSIERING OCH PENSIONER



Högre räntebärande nettoskuld

Koncernens skuldsättningsgrad var 2,8, en ökning med 0,2 jämfört med första halvåret föregående år. Räntebärande nettoskulder, exklusive pensioner, ökade med 357 miljoner euro jämfört med positionen den 30 juni 2020. Ökningen berodde på likvida medel bundna till nettorörelsekapital och en ovanligt hög efterlikvid för 2020. Dessutom låg våra CAPEX-investeringar kvar på en hög nivå.

Nya upptagna lån uppgick till 256 miljoner euro, vilket inkluderar en emission av gröna obligationer i Sverige på 148 miljoner euro.

Pensionsförpliktelser uppgick till 233 miljoner euro, jämfört med 235 miljoner euro den 30 juni 2020. Positionen den 30 juni 2021 exkluderar en brittisk nettopensionstillgång, som redovisas separat och som inte ingår i beräkningen av räntebärande nettoskuld och skuldsättningsgrad.

Den brittiska nettopensionstillgången hade ett bokfört värde på 59 miljoner euro, jämfört med 37 miljoner euro den 30 juni 2020.

Förfallotiden för skulder minskade till 5,1 år jämfört med 5,8 år samma period förra året. Den genomsnittliga förfallotiden påverkas av återstående löptid, refinansiering eller nyteckning av kreditfaciliteter och nivån på de räntebärande skulderna. Genomsnittlig räntekostnad, exklusive pensioner, uppgick till 1,9 procent jämfört med 2,4 procent under första halvåret förra året.

Likviditetsreserverna minskade från 701 miljoner euro den 30 juni 2020 till 503 miljoner euro, främst till följd av skulder som förfaller och ett högre nettorörelsekapital. Likviditetsreserverna anses vara tillräckliga för Arla. På grund av den starka likviditetspositionen vidtog inga exceptionella åtgärder för att säkra likviditeten under de osäkra marknadsförhållandena till följd av pandemin.

Skuldsättningsgrad

2,8

Första halvåret 2021

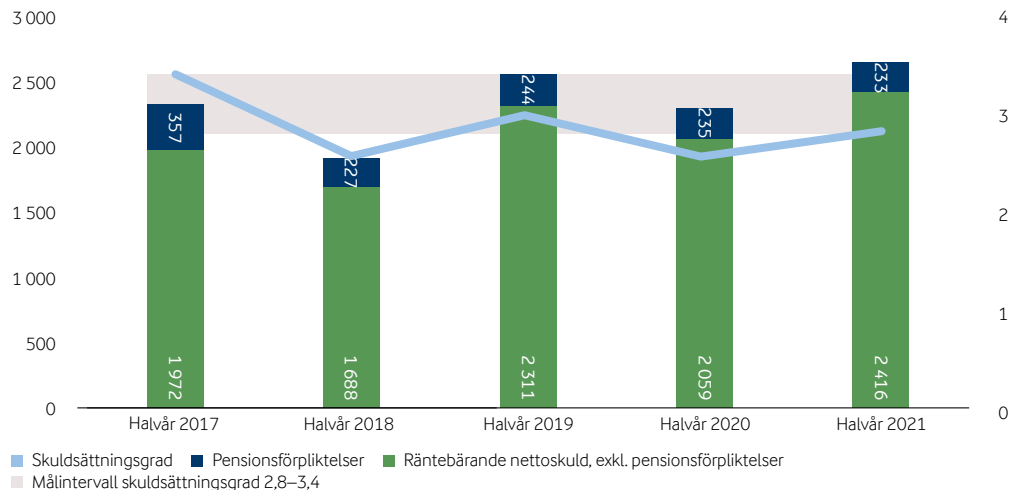
Skuldsättningsgrad

2,6

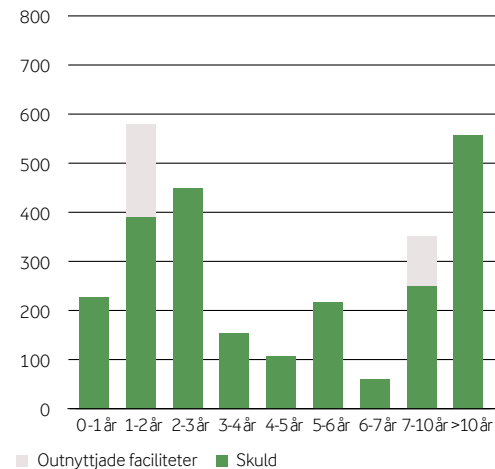
Första halvåret 2020

Räntebärande nettoskuld

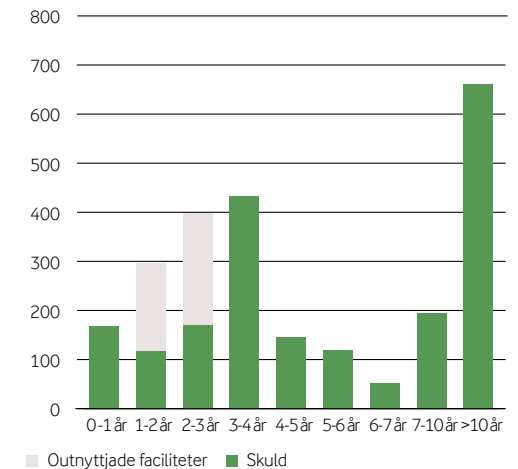
(miljoner euro)



Räntebärande nettoskuld, exklusive pensionsförpliktelser, per den 30 juni 2021, förfallotidpunkt (miljoner euro)



Räntebärande nettoskuld, exklusive pensionsförpliktelser, per den 30 juni 2020, förfallotidpunkt (miljoner euro)



Finansiering

4.1 FINANSIERING OCH PENSIONER

Likviditetsreserver (miljoner euro)	Första halvåret 2021	Första halvåret 2020
Likvida medel	124	150
Värdepapper (likvida)	25	11
Outnyttjade lånelöften	339	406
Övriga outnyttjade lån	15	134
Summa	503	701

Likviditetsreserver, första halvåret 2021



- Likvida medel 25 %
- Värdepapper (likvida) 5 %
- Outnyttjade lånelöften 67 %
- Övriga outnyttjade lån 3 %

Likviditetsreserver, första halvåret 2020



- Likvida medel 21 %
- Värdepapper (likvida) 2 %
- Outnyttjade lånelöften 58 %
- Övriga outnyttjade lån 19 %

Valutakurser	Slutkurs			Genomsnittskurs		
	Första halvåret 2021	Första halvåret 2020	Ändra %	Första halvåret 2021	Första halvåret 2020	Ändra %
EUR/GBP	0,860	0,914	5,9	0,868	0,873	0,6
EUR/SEK	10,147	10,489	3,3	10,129	10,660	5,0
EUR/DKK	7,436	7,452	0,2	7,437	7,465	0,4
EUR/USD	1,190	1,124	-5,8	1,205	1,102	-9,3
EUR/SAR	4,464	4,217	-5,9	4,520	4,137	-9,2

Pensionsförpliktelser (miljoner euro)	Första halvåret 2021	Första halvåret 2020
Nuvärde av fonderade förpliktelser	1 692	1 662
Verkligt värde för planernas tillgångar	-1 524	-1 473
Underskott av fonderade planer	168	189
Nuvärde av ofonderade förpliktelser	6	9
Nettopensionsförpliktelse redovisad i balansräkningen	174	198
<i>Redovisade som:</i>		
Pensionstillgångar	-59	-37
Pensionsförpliktelser	233	235
Nettopensionsförpliktelser	174	198

Den brittiska pensionsplanen utgjorde ett överskott och den svenska pensionsplanen utgjorde ett underskott. Överskott redovisas som pensionstillgångar och underskott som pensionsförpliktelser.

Antaganden för de aktuariella beräkningarna	Första halvåret 2021 %	Första halvåret 2020 %
Diskonteringsränta, Sverige	1,9	1,5
Diskonteringsränta, Storbritannien	2,0	1,5
Förväntade löneökningar, Sverige	2,4	2,3
Förväntade löneökningar, Storbritannien	3,3	2,8
Inflation (KPI), Sverige	1,9	1,4
Inflation (KPI), Storbritannien	2,5	1,7

ORDLISTA

A contopriset är den kontantbetalning som bönderna får för mjölk som de har levererat under avräkningsperioden.

Arlagården® är namnet på vårt kvalitetsprogram.

Arlaintjäning definieras som a contopriset plus nettovinsten per kilo invägd medlemsmjölk under perioden. Det mäter värdeskapande per kilo ägarmjölk inklusive balanserade vinstmedel och efterlikvid.

CAPEX innebär investeringar.

EBIT är en förkortning av resultat före räntor och skatt, och ett mått på vinsten från den löpande verksamheten.

EBITDA är en förkortning av resultat före räntor och skatt, av- och nedskrivningar i den löpande verksamheten.

EBIT-marginalen är EBIT som en procentandel av den totala omsättningen.

Fritt kassaflöde definieras som kassaflöde från den löpande verksamheten efter avdrag för kassaflöde från investeringsverksamheten.

F&F är en förkortning av fusioner och förvärv.

Internationals andel av verksamheten definieras som omsättningen från Internationals zon i procent av omsättningen från Internationals och Europas zoner.

KPI är en förkortning av konsumentprisindex.

MENA är en förkortning som avser Mellanöstern och Nordafrika.

Mjölkinvägning definieras som den totala mjölkinvägningen i kilo från ägare och leverantörer.

Nettorörelsekapital är det kapital som är bundet i varulager, fordringar och skulder, inklusive leverantörsskulder avseende ägarmjölk.

Nettorörelsekapital exklusive ägarmjölk är det kapital som är bundet i varulager, fordringar och skulder, exklusive leverantörsskulder avseende ägarmjölk.

Resultatandel definieras som förhållandet mellan periodens resultat allokaterat till Arla Foods ägare, och den totala omsättningen.

Resultatmarginal är ett mått på lönsamhet. Det är det belopp med vilket försäljningsintäkterna överstiger kostnaderna i en verksamhet.

Räntebärande nettoskuld definieras som kortfristiga och långfristiga räntebärande skulder, minus värdepapper, likvida medel och andra räntebärande tillgångar.

Räntebärande nettoskulder inklusive pensioner definieras som kortfristiga och långfristiga räntebärande skulder, minus värdepapper, likvida medel och andra räntebärande tillgångar plus pensionsförpliktelse.

Segmentet förädlat protein utgörs av AFI-produkter med olika specialfunktioner och sammansättningar, jämfört med standardprotein-koncentrat med en proteinhalt på cirka 80 procent.

Skuldsättningsgrad är kvoten mellan räntebärande nettoskulder inklusive pensionsförpliktelser och EBITDA. Det möjliggör utvärdering av förmågan att betala framtida skulder och åtaganden. Det långsiktiga målet för skuldsättningsgraden ligger på mellan 2,8 och 3,4.

Soliditet är förhållandet mellan eget kapital exklusive minoritetsintressen och totala tillgångar, och är ett mått på Arlas finansiella styrka.

Strategiska varumärken definieras som produkter som säljs under varumärken som Arla®, Lurpak®, Castello® och Puck®.

Tradingandel är ett mått på den totala mjölkkonsumtionen för att producera industriprodukter jämfört med den totala mjölkkonsumtionen, dvs. baserat på volymer. Industriprodukter (råvara) säljs med lågt eller inget mervärde till andra företag som använder dem i sin produktion. Det förekommer också industriförsäljning av ost, smör och mjölkpulver.

Varumärkesandel mäter omsättning från strategiska varumärken som en andel av den totala omsättningen och definieras som kvoten mellan omsättning från strategiska varumärkesprodukter och den totala omsättningen.

Volymdriven omsättningsökning definieras som omsättningsökning som förknippas med tillväxt i volymer, samtidigt som priserna hålls konstanta.

Volymdriven omsättningsökning från strategiska varumärken definieras som omsättningsökning som förknippas med tillväxt i volymer från strategiska varumärken samtidigt som priserna hålls konstanta.

WMP är en förkortning som avser helmjölkspulver.

FÖRETAGS- KALENDER

Finansiella rapporter och viktiga händelser

26 AUGUSTI
Publicering av koncernens halvårsrapport 2021

26-27 AUGUSTI
Extraordinarie representantskapsmöte

26-27 OKTOBER
Representantskapsmöte

10 FEBRUARI
Offentliggörande av koncernens resultat för 2021

23-24 FEBRUARI
Representantskapsmöte

24 FEBRUARI
Publicering av koncernens årsredovisning för 2021



Arla Foods amla

Sønderhøj 14
DK-8260 Viby J.
Danmark
CVR-nr: 25 31 37 63

Telefon: +45 89 38 10 00
E-post: arla@arlafoods.com

www.arla.com

Arla Foods AB

Rättarvägen 3
169 68 Solna
Sverige

Telefon +46 8 789 50 00
E-post arla@arlafoods.com

www.arla.se