

VÆKST GENNEM KENDTE BRANDS

KONSOLIDERET
HALVÅRSRAPPORT

2021



VISION

**AT SKABE FREMTIDENS
MEJERI FOR AT
BRINGE SUNDHED
OG INSPIRATION
UD I VERDEN, PÅ
NATURLIG VIS.**



INDHOLDSFORTEGNELSE

VORES LEDELSESBERETNING

- 03 Resultatet i korte træk
- 04 Beretning fra bestyrelsesformanden
- 05 Beretning fra CEO
- 06 Højdepunkter
- 08 Bæredygtighed
- 09 Essentielle prioriteter

VORES RESULTATER

- 11 Markedsoverblik
- 12 Finansielle resultater
- 16 Finansielle forventninger

VORES KONSOLIDEREDE HALVÅRSRAPPORT

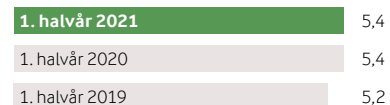
- 18 Primære opgørelser
- 22 Noter
- 30 Ordliste
- 31 Koncernkalender

1. HALVÅR 2021: RESULTATET I KORTE TRÆK

Omsætning

5,4

(milliarder EUR)



Mål for 2021: 10,3-10,6 milliarder EUR

ArLaindtjening ¹⁾

38,6

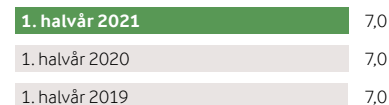
(EUR-cent/kg)



Mælkemængde

7,0

(milliarder kg)

Resultatandel ²⁾

3,0%

(af omsætningen)



Mål for 2021: 2,8-3,2%

Gearing

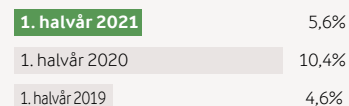
2,8



Mål for 2021: 2,8-3,4

Volumendrevet omsætningsvækst
for strategiske brands

5,6%



Mål for 2021: 1-3%

Brand-andel

49,2%



Mål for 2021: > 50%

International andel ³⁾

24,5%



Mål for 2021: > 23,5%



29

(millioner EUR)

Samlede besparelser efter 1. halvår 2021: 385
* 1. halvårCalcium-besparelser eksklusive
anslået inflation

82

(millioner EUR)

Samlede besparelser efter 1. halvår 2021: 562
* 1. halvår

STOR OPBAKNING TIL UDVIKLINGEN AF VORES ANDELSSELSKAB



Stærkt halvårsresultat, men med stigende usikkerhed forude

Vi går ud af endnu et turbulent halvår med et stærkt resultat og en sund Arlaintjening til vores andelshavere, selvom COVID-19-pandemien har fortsat længere i 2021 end forventet. Foran os venter et udfordrende andet halvår, efterhånden som økonomien genvinder sit fodfæste. Den globale inflation er stigende og betyder større produktionsomkostninger både for landmændene og for Arla som virksomhed.

Positiv udvikling i mælkeprisen

Vi var i en stærk position ved indgangen til 2021, og vi afslutter nu halvåret positivt med meget opmuntrende resultater for både detailsegmentet og brandede produkter. Et stærkt engagement

både blandt Arlas andelshavere og medarbejdere over hele verden sætter os i stand til hele tiden at tilpasse os til pandemiens skiftende udfordringer, i takt med at markeder og forbrugere ændrer adfærd.

Acontomælkeprisen er steget måned for måned i første halvdel af 2021 efter stigende markedspriser og solide resultater i hele forretningen, og vi afslutter halvåret med en konkurrencedygtig Arlaintjening på 38,6 EUR-cent/kg mælk. Det er en positiv, men også nødvendig udvikling i lyset af de stigende produktionsomkostninger, som mælkeproducenter over hele Europa står over for. Det høje inflationspres betyder stigende omkostninger til foder, energi og lønninger for landmændene, som i forvejen er pressede af stigende krav fra politikere og forbrugere.

“TAKKET VÆRE VORES ANDELS-HAVERES STORE INDSATS I KLIMATJEK-PROGRAMMET HAR VI SKABT ET STÆRKT VÆRKTØJ, SOM KAN GUIDE OS PÅ DE NÆSTE ETAPER AF VORES BÆREDYGTIGHEDS-REJSE.”

Blandt verdens mest klimaeffektive mælkeproducenter

Data fra omkring 8.000 gennemførte Klimatjek på Arla-gårde i 2020 er nu blevet valideret og analyseret og har vist, at Arla-landmænd er blandt verdens mest klimaeffektive mælkeproducenter. Takket være vores andelshaveres store indsats i forhold til Klimatjek-programmet har vi formået at skabe et stærkt værktøj, som kan guide os på de næste etaper af vores bæredygtighedsrejse og løbende måle vores resultater og dokumentere den store indsats, der ydes overalt på gårdene. De første resultater og vores indsats for gennemsigtighed er blevet positivt modtaget af både politikere og forbrugere. Det er nu tid til at fortsætte rejsen og blive endnu mere klimaeffektive.

Udvikling af fremtidens andelselskab

Et stærkt andelselskab thrives gennem åben og ærlig dialog og retten til at sige sin mening, stille spørgsmål og komme med idéer. Det er vores mål at styrke dette aspekt yderligere med Coop 2.0-initiativet, hvor vi vil drøfte, hvordan fremtidens mælkeproduktion ser ud, hvordan samarbejdet mellem forretning og andelselskab bør være, så vi kan hjælpe hinanden med at håndtere fremtidens udfordringer, og hvordan vi kan forbedre vores demokratiske processer og styrke medlemsinddragelsen. Som bestyrelsesformand er jeg både glad og taknemmelig for, at Arlas andelshavere er ivrige efter at involvere sig i denne vigtige proces om fremtidens andelselskab, og det er positivt at opleve den store enighed, der er på tværs af lande om, hvilke emner der skal fokuseres på.

På den baggrund ser jeg meget frem til at genoptage vores normale mødestruktur med fysiske møder på alle niveauer, efterhånden som vores ejerlande begynder at genåbne. Fysiske møder er afgørende for vores demokrati, og de vil blive genoptaget hurtigst muligt.

Jan Toft Nørgaard

Bestyrelsesformand

Arlaintjening ¹⁾

38,6

(EUR-cent/kg)

1. halvår 2021	38,6
1. halvår 2020	37,0
1. halvår 2019	36,1

VI FASTHOLDT VORES MOMENTUM I KRAFT AF EN FREMRAGENDE EKSEKVERING

Vi fortsatte den effektive styring af vores forretning i et første halvår, hvor COVID-19-pandemien fortsat skabte stor usikkerhed, og vi leverede resultater i den høje ende af vores forventninger takket være et utrætteligt engagement både blandt vores medarbejdere og ejere.

Omsætningen steg en smule med 1,2 procent til 5.441 millioner EUR sammenlignet med 5.377 millioner EUR i første halvdel af 2020. Resultaterne var bedre end konkurrenternes og sikrede vores andelshavere en acontomælkepris, som steg fem måneder i træk og endte på 36,0 EUR-cent/kg mælk.

Presset på forsyningskæderne under genåbningen har medført generelle prisstigninger på blandt andet energi, foder, ingredienser og logistik, som har påvirket både vores forretning og vores ejeres økonomi negativt. Jeg er glad for, at dette til en vis grad blev opvejet af prisstigninger i første halvår.

Vi har fortsat en stærk finansiell position med en gearing i den lave ende af vores målområde på 2,8. Vores Calcium-besparelser overgik forventningerne, men blev betydeligt påvirket af den stigende inflation, så vi opnåede en nettobesparelse på 29 millioner EUR. Dette var afgørende for at levere en konkurrencedygtig Arlaintjening.

Stærk vækst for alle brandede produkter

Efter et 2020 med enestående vækst for brandede produkter fortsatte de fleste europæiske markeder og internationale regioner med at levere resultater i den høje ende af vores forventninger med en volumenvækst for strategiske brands på 5,6 procent.

Foodservice er ved at genvinde fodfæstet på mange markeder og langsomt skabe balance i efterspørgslen mellem detailhandel og foodservice, men der er stadig et stykke vej til niveauet før COVID-19, og detailhandel var fortsat det segment, som dominerede vores resultater i første halvdel af året. Den fortsatte efterspørgsel efter Arla®, Lurpak®, Castello®, Puck® og Starbucks™ viser tydeligt vores brands store gennemslagskraft hos forbrugerne.

Arla Foods Ingredients sikrede en omsætningsvækst på 7,0 procent, mens den fortsatte efterspørgsel i detailhandlen medførte et fald i solgte mængder af mælkepulver hos Global Industry Sales.

“VI FORTSATTE MED AT HÆVE STANDARDEN FOR BÆREDYGTIGHED I SAMARBEJDE MED VORES ANDELSHAVERE ”

Styrkelse af vores bæredygtighedsindsats

Vi fortsatte med at hæve standarden for bæredygtighed i samarbejde med vores andelshavere. Efter implementering af den første runde af Klimatjek i alle vores syv ejerlande har vi fastslået vores samlede gennemsnitlige CO₂-aftryk på gårdniveau til 1,15 CO₂e pr. liter mælk, og vi har udpeget de fem mest effektive tiltag, som skal hjælpe os med nå vores mål om en reduktion på 30 procent inden 2030.

En vigtig forretningsmæssig prioritet er at finde måder til at kommercialisere vores ejeres klimatiltag, primært gennem Arla® brandet. Et af de seneste tiltag er lanceringen af CO₂-neutral økologisk mælk gennem CO₂-reduktioner og kompensation i Holland, som er det tredje europæiske marked, hvor vi har lanceret denne type produkter.



Forventninger til andet halvår

Vi forventer, at afbalanceringen af efterspørgslen mellem detailhandel og foodservice vil fortsætte i andet halvdel af året og betyde langsommere vækst for brandede produkter, mens inflationspresset fortsat vil være en udfordring både for andelsselskabet og vores landmænd. Vi har været gode til at håndtere de udfordringer, som COVID-19 har medført, og vi skal nu være tilsvarende gode til at håndtere omstillingen til hvad der kommer efter.

Vi planlægger at præsentere vores nye koncernstrategi inden årets udgang. Vores Good Growth-strategi har siden 2015 forbedret Arlas kvalitet og robusthed, og den nye strategi skal bygge videre på disse styrker og fortsat sikre en konkurrencedygtig mælkepris til vores ejere samt stærk værdiskabelse for vores kunder og forbrugerne.

Peder Tuborgh

CEO

Udvikling i volumenvæksten for brandede produkter

5,6%

1. halvår 2021	5,6%
1. halvår 2020	10,4%
1. halvår 2019	4,6%

HØJDEPUNKTER

Vi fortsatte vores vækstrejse ind i 2021 i samme høje tempo som året før, drevet af stærke resultater på tværs af vores brands og segmenter. Dette kombineret med stigende råvarepriser betød, at vi var i stand til at betale en konkurrencedygtig acontomælkepris til vores ejere. Vi introducerede også en ny platform for medlemsinddragelse, som skal sikre en løbende demokratisk drøftelse blandt vores andelshavere og en succesfuld fremtid for vores andelsselskab.



VI OVERGIK VÆKSTFORVENTNINGERNE FOR BRANDEDE PRODUKTER

COVID-19 fortsatte med at påvirke forretningen med lange perioder med nedlukning på mange markeder. Vi øgede vores markedsandel og nåede en vækst for strategiske brands på 5,6 procent i første halvdel af 2021, drevet af vores stærke drift og forretningens smidighed i et fortsat usikkert miljø samt stor forbrugertilid til Arlas brands. Foodservice genvandt langsomt fodfæstet, efterhånden som restauranterne begyndte at åbne igen, og det indledende fald blev opvejet af den samlede vækst for detailhandel. Vores e-handelsforretning fortsatte også med at vokse i et hurtigt tempo med en omsætningsstigning på 34 procent sammenlignet med samme periode sidste år.

[Læs mere på side 13](#)



CALCIUM LEVEREDE RESULTATER SOM FORVENTET

Vores transformations- og effektivitetsprogram, Calcium leverede besparelser på 82 millioner EUR eksklusive inflation, svarende til en nettobesparelse på 29 millioner EUR. Besparelserne kom primært fra effektiviseringer i Supply Chain, insourcing af marketingaktiviteter og optimerede handelsinvesteringer. Nettoresultatet var betydeligt påvirket af en signifikant stigende inflation.

[Læs mere på side 15](#)

STYRKELSE AF VORES EJERDEMOKRATI

I marts introducerede vi vores andelshavere for Coop 2.0 for at kickstarte en debat om, hvordan vi i fællesskab kan skabe en succesfuld fremtid i lyset af de eksterne realiteter, vi står over for. Med udgangspunkt i mere end 800 linjer med feedback fra vores

andelshavere lancerede vi CoopTalks, som er en række af artikler, podcasts og webinarer for at sætte fokus på relevante emner som for eksempel fremtidens mejeri, samarbejde, hjælp og støtte mellem forretning og andelsselskab, og hvordan vi kan forbedre vores demokratiske processer og styrke medlemsinddragelse.



SOLID MÆLKEPRIS TIL VORES EJERE

Fortsat stærke resultater for vores brands og stigende markedspriser gjorde det muligt for Arla at betale en stærk acontomælkepris til vores ejere på 36,0 EUR-cent/kg, hvilket er en stigning på 1,6 EUR-cent/kg sammenlignet med samme periode sidste år. Det placerer Arla blandt de førende på markedet i Europa og støtter vores ejere, som også oplever stigende produktionsomkostninger på deres gårde.

[Læs mere på side 12](#)

HØJDEPUNKTER (FORTSAT)

Med Arlas Stærkere jord - Stærkere mennesker-strategi har vi fortsat vores fokus på at forbedre miljøet for fremtidige generationer samt at øge adgangen til sunde og næringsrige mejeriprodukter og inspirere til gode madvaner. Vi tog yderligere skridt mod vores mål om at blive klimaneutral i 2050, og vi nåede ud til flere mennesker med vores næringsrige og billige produkter på nye markeder.

LANCERING AF GENANVENDELIG LURPAK® EMBALLAGE

I marts begyndte vi at lancere vores nye 100 procent genanvendelige bøtter og låg til Lurpak® Smørbar i Storbritannien, Danmark og Grækenland. Alene i Storbritannien sælger vi årligt 85 millioner af vores pakker med 500 gram Lurpak® Smørbar, så det er et stort skridt i retning af vores mål om fuld genanvendelighed af vores emballage. Vi planlægger at udrulle den genanvendelige emballage til alle markeder i løbet af 2021, og vi vil opdatere vores pakke-design med særlige labels på bagsiden som en hjælp til forbrugerne med at bortskaffe emballagen korrekt.



FORBEREDELSE TIL FREMTIDIG VÆKST I GHANA

Arlas forretning i Ghana har øget salget med næsten 3.000 tons på blot tre år. I starten blev bulkposer med Dano® mælkepulver fra vores mejeri i Pronsfeld ompakket til mindre poser på et relativt lille lager i Ghanas hovedstad Accra, men den hurtige vækst og ambitionerne krævede bedre faciliteter. I februar åbnede vi de opgraderede faciliteter, som ud over bedre arbejdsvilkår for vores kolleger i Ghana også har større kapacitet og muliggør en mere effektiv emballering.



ADGANG TIL BILLIG ERNÆRING

Det nyligt offentliggjorte ATNI-indeks (Access To Nutrition Index), som vurderer, hvordan de 25 største globale fødevarer-virksomheder bidrager til FN's bæredygtige udviklingsmål for ernæring, viser, at Arla har forbedret sig løbende de seneste fem år og nu rangerer som nummer fem. Arla har et mål om at give 76 millioner lavindkomstforbrugere adgang til billig ernæring, og vi er glade for at have forbedret vores tilgængelighedsscore siden 2016. Dette fremskridt er blandt andet resultatet af Arlas fokus på at udvide distributionsnetværk i landdistrikterne og skabe en kvindelig salgsstyrke i Bangladesh samt Arla Foods Ingredients' fortsatte produktinnovation.



21 TONS MINDRE PLAST I SVERIGE

Vi arbejder hele tiden på at reducere materialeforbruget og øge mængden af genanvendelig emballage til vores produkter. I Sverige fjernede vi plastskeerne fra vores KESO® hytteost, Yoggi® og Arla KO® græsk yoghurt og fjernede dermed i alt 6,9 millioner skeer eller 21 tons plast.



FØRERSKAB FOR BÆREDYGTIG MÆLKEPRODUKTION

Eksternt verificerede data fra Arlas Klimatjek-program bekræfter, at vores andelshavere er på rette vej mod at nå Arlas SBTi-mål om en reduktion på 30 procent i 2030 og til at nå Arlas ambition om at blive klimaneutral inden 2050. Dataene skal danne grundlag for indsatsen med at reducere CO₂-udledningerne fra Arlas gårde yderligere og bidrage til at skabe fremtiden for en bæredygtig mælkeproduktion.

ARLA-LANDMÆND ER BLANDT VERDENS MEST KLIMAEFFEKTIVE

Nye data fra vores Klimatjek-program, som er blevet verificeret af en eksternt klimarådgiver, bekræfter, at Arla-landmænd er blandt verdens mest klimaeffektive mælkeproducenter med 1,15 kg CO₂e pr. kilo mælk, inklusive tørvejord¹⁾.

I de seneste årtier har vores landmænd støt og roligt omstillet sig til bæredygtigt landbrug ved at indføre grønne alternativer på deres gårde, herunder cirkulær mælkeproduktion, vedvarende energi og biodiversitet og nu også Klimatjek. Gennem vores Klimatjek-program, som er et af verdens største eksternt validerede sæt af klimadata fra mælkeproduktion, har omkring 8.000 landmænd indsendt data og besvaret mere end 200 spørgsmål om blandt andet deres besætning, foderproduktion og energiforbrug.

Dataene viste også, at fem overordnede tiltag vil kunne understøtte et reduceret CO₂-aftryk for mælkeproduktionen på alle typer Arla-gårde:

- Bedre fodereffektivitet forbedrer mælkeydelsen
- Præcisionsfodring reducerer overskydende protein i foderrationer
- Et sundt og langt liv for koen forbedrer mælkeydelsen



- Præcis gødningsstyring reducerer kvælstofoverskuddet fra foderproduktionen
- Bedre forvaltning af arealanvendelse sikrer bedre høstudbytter.

Regeringer i vores europæiske markeder gennemfører løbende politikker og lovkrav for at reducere CO₂-udledningen, og vi har været i dialog med politikere og embedsmænd for at øge deres forståelse af den positive rolle, som mejeriprodukter spiller for bæredygtighed og ernæring. Vores Klimatjek-program og den indsats, som vores ejere yder for at reducere deres CO₂-aftryk, er blevet anerkendt som brancheførende af EU-Kommissionen, og det hilses velkommen af regeringer på flere af vores kernemarkeder.

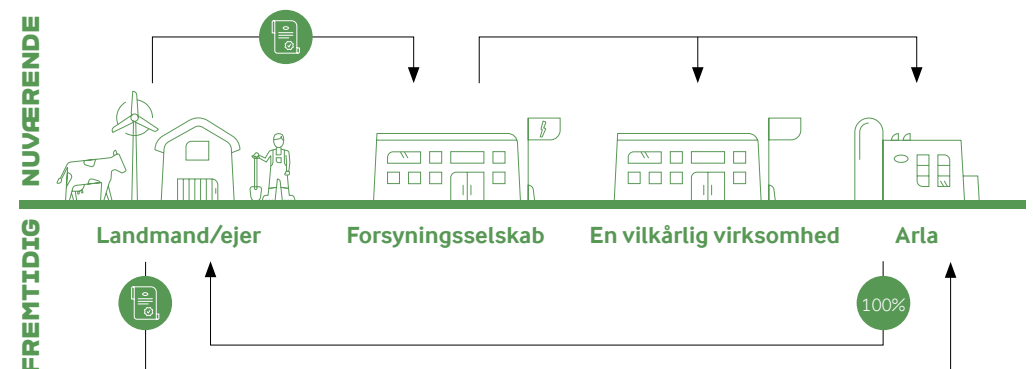
LUKKET ELSYSTEM MED VEDVARENDE ENERGI PRODUCERET AF ARLA-LANDMÆND

Som en del af Arlas ambition om at blive klimaneutral, ønsker vi også at øge vores andel af vedvarende energi i driften. I 2020 købte vi grønne elcertifikater på det åbne marked til dækning af 41 procent af det samlede elforbrug for vores aktiviteter. 24 procent af vores landmænd producerer dog vedvarende energi i øjeblikket ved hjælp af solpaneler og vindmøller, og vi ser derfor store muligheder for at skabe et lukket elsystem ved at købe oprindelsesgarantier direkte fra vores landmænd. Det vil sikre vores landmænd en bedre pris for den energi, de producerer, og samtidig give

vores andelsmejeri direkte adgang til flere grønne elcertifikater. Vi anslår, at omkring en femtedel af Arlas samlede elforbrug kan dækkes af oprindelsesgarantier produceret af vores landmænd²⁾.

Teknisk set skabes det lukkede elsystem ved hjælp af de oprindelsesgarantier, der udstedes for den elektricitet fra vedvarende kilder, som produceres på gårdene. Landmændenes eneste mulighed har indtil nu været at sælge deres oprindelsesgarantier som en vare til videresalg. Med salget af deres oprindelsesgarantier direkte til Arla holdes de øvrige parter ude af transaktionen, og landmændene kan opnå den fulde markedsværdi, som Arla betaler for oprindelsesgarantier på det åbne marked.

DET NUVÆRENDE OG FREMTIDIGE GRØNNE ELSYSTEM



ESSENTIELLE PRIORITETER FOR 2021

Arlas essentielle forretningsprioriteter er de årlige fokuspunkter på vores strategiske rejse. De udarbejdes af koncernledelsen og godkendes af Arlas bestyrelse. Vi følger op på status hver måned.



FORTSÆTTE DEN STÆRKE DRIFT I LYSET AF COVID-19

Opretholde driftsstabilitet og forsynings-sikkerhed til kunderne. Fastholde og videreudvikle de markedspositioner, vi har opnået for brandede produkter under COVID-19 og samtidig sørge for sikkerheden for vores medarbejdere.

● Tilfredsstillende fremdrift



STYRKE VÆKSTKANALER OG NØGLEKUNDER

Beskytte og udvikle strategiske positioner i forhold til vores vigtigste kunder, styrke e-handlen og udvikle nye koncepter for foodservice.

● God fremdrift



VINDE MED INDBLIK I SKIFTENDE FORBRUGERTRENDS

Styrke indsatsen for sundhed og bæredygtighed gennem store satsninger for Arla-brandet og samtidig udvikle vores strategiske brands for at imødekomme forbrugerefterspørgslen.

● God fremdrift



UDVISE OG FREMME BÆREDYGTIGHED

Accelerere vores indsats for bæredygtighed og demonstrere fremdrift og yderligere understøtte vores andelshaveres stærke engagement og store fremskridt.

● God fremdrift



FULDFØRE CALCIUM OG INDFØRE NYE ARBEJDSMETODER

Levere de sidste besparelser på mindst 45 millioner EUR for at nå vores mål om bæredygtige omkostningsbesparelser på 400 millioner EUR i 2021 og fortsætte med at opbygge vores fremtidige pipeline og samtidig forankre erfaringer fra COVID-19-pandemien i hele organisationen.

● Tilfredsstillende fremdrift



GENNEMFØRE MISSIONSKRITISKE PROJEKTER

Navigere i udfaldet af Brexit og minimere friktionsomkostningerne, sikre mere valle til AFI og gennemføre vigtige investeringsprojekter.

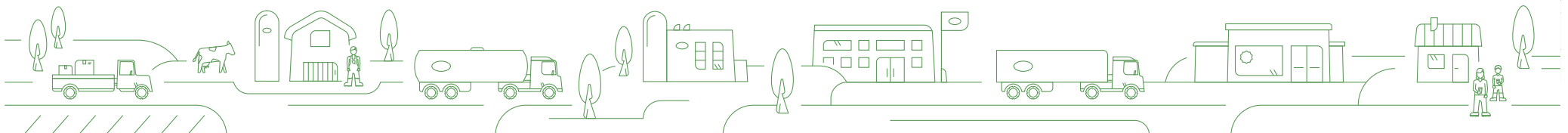
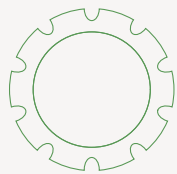
● God fremdrift



VINDE FREMTIDEN

Skabe endnu stærkere andelshaverrelationer med endnu større tillid til andelsselskabet og samtidig definere en ny koncernstrategi, som udstikker Arlas fremtidige retning.

● God fremdrift



VORES RESULTATER

2021 startede i et højt tempo med en stærk vækst for brandede produkter på **5,6 procent** trods fortsat usikkerhed på markedet som følge af COVID-19-pandemien. Dette kombineret med faste markedspriser for mælk og stærk eksekvering i forretningen har gjort det muligt for os at levere en solid Arlaintjening på **38,6 EUR-cent/kg mælk** mod 37,0 EUR-cent/kg mælk i første halvdel af 2020. I første halvdel af 2021 har vi fortsat den succesfulde eksekvering af vores transformationsprogram Calcium, som har bidraget til vores samlede gode resultater.



Torben Dahl Nyholm CFO

MARKEDSOVERBLIK

Trods fortsat usikkerhed som følge af COVID-19, kom den globale økonomi hurtigt på fode igen og voksede støt i hele første halvdel af 2021. Inflationspresset som følge af den høje økonomiske aktivitet førte til globale markedsprisstigninger, som ramte producenterne hårdt. I Europa syntes konsekvenserne af Brexit at være begrænsede som følge af frihandelsaftalen mellem EU og Storbritannien.

HURTIGERE GENOPSVING END FORVENTET I DEN GLOBALE ØKONOMI

Ved indgangen til 2021 var der fortsat COVID-19-nedlukninger i mange lande, og dette fortsatte ind i andet kvartal af året. Den lange nedlukning af restauranter, caféer og kantiner havde naturligvis en negativ indvirkning på fødevarerindustrien. Den manglende adgang til at spise ude betød, at forbrugerne fortsatte med at lave mere mad derhjemme, så detailsalget steg i første halvdel af 2021. Onlineindkøb af dagligvarer steg også støt med en tredjedel af den britiske befolkning, som køber dagligvarer online mindst en gang om ugen¹⁾. Salgskanaldækningen for mejeriprodukter nåede 30 procent²⁾.

HØJT INFLATIONSPRES FIK PRISERNE TIL AT STIGE

Økonomisk aktivitet, som overgik forventningerne, og større købekraft blandt forbrugerne som følge af statslige hjælpepakker øgede inflationspresset på råvarer, herunder mest mærkbart for stål, olie og olierelaterede produkter, byggematerialer og landbrugsvarer. Den 30. juni 2021 var råvarepriserne generelt steget med 60 procent i forhold til samme dato sidste år³⁾, og prisen på en tønde olie steg med 82 procent fra 41,15 USD til 75,13 USD. De stigende markedspriser betyder stigende omkostninger for mange produktionsvirksomheder, herunder Arla.

STABIL MÆLKEFORSYNING I EUROPA

Den europæiske mælkeindvejning og -produktion steg en smule med 0,5 procent sammenlignet med samme periode sidste år. Mælkeindvejningen og -produktionen faldt generelt i store lande som Tyskland og Frankrig, men dette blev opvejet af en stigning i mindre lande som Irland. Forsyningsstrømmen var stabil, men høj inflation for råvare- og foderpriser samt udfordrende vejrforhold satte mælkeproduktionen under pres.

STIGENDE MARKEDSPRISER FOR MÆLK

De europæiske og globale råvaremarkeder for mejeriprodukter begyndte langsomt at komme sig efter COVID-19. Priserne på mejeriprodukter steg også støt i årets første kvartal og stabiliserede sig på et solidt niveau i andet kvartal. GDT-prisindekset (Global Dairy Trade) steg med 15,0 procent i begyndelsen af marts, men stabiliserede sig igen i årets andet kvartal⁴⁾.

ROLIGT VALUTAMARKED

Første halvår 2021 var præget af relativt stabile valutakurser trods fortsat usikkerhed på grund af COVID-19. Gennemsnitskursen for USD i forhold til EUR blev svækket med 9,3 procent, mens kursen for SEK blev forbedret med 5,0 procent. GBP forblev stabilt i første halvdel af 2021 med en mindre stigning på 0,6 procent i forhold til EUR.

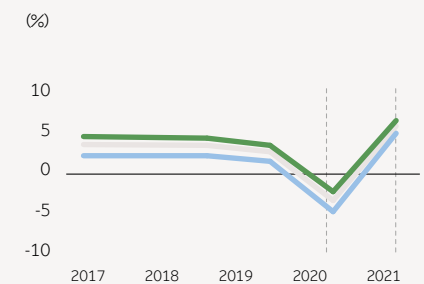
MEJERISEKTOR PÅVIRKET AF BREXIT

Gnidningerne i kølvandet på Brexit havde betydninger for mejerisektoren i både Storbritannien og EU med betydelige fald i handelen for nogle kategorier i forhold til året før⁶⁾. Arla var takket være vores effektive forberedelser i stand til at navigere i det nye handelsmiljø, og vi har kun oplevet mindre forstyrrelser i vores handel mellem EU og Storbritannien. Brexit er dog stadig i sine første faser, og situationen i Storbritannien udvikler sig hele tiden. Arla blev påvirket af forstyrrelsen på det lokale arbejdsmarked med mangel på britiske chauffører. Vi forbereder os også på, at Storbritannien gennemfører nye procedurer ved landets grænser 1. oktober 2021.

FORTSAT USIKRE ØKONOMISKE FORVENTNINGER

Mere end et år inde i COVID-19-pandemien er der fortsat stor usikkerhed om forventningerne til den globale økonomi, selvom den stigende vaccinedækning trækker i den positive retning. Den Internationale Valutafond anslår dog, at det rekordstore fald i 2020 ville have været mindst tre gange større uden de ekstraordinære statslige hjælpepakker. Den globale økonomi forventes at vokse med 6 procent i 2021⁵⁾. Det er 0,8 procentpoint stærkere end forventet i oktober 2020 og afspejler yderligere finanspolitisk støtte i udvalgte store økonomier og den forventede vaccinedrevne genopretning i andet halvår.

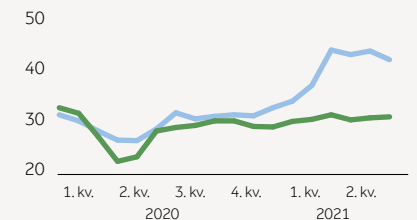
BNP-VÆKSTRATE



■ Industrialiserede lande
■ Verden
■ Nye markeder og udviklingslande
Kilde: Den Internationale Valutafond

UDVIKLING I DE EUROPÆISKE MARKEDSPRISER PÅ MEJERIPRODUKTER

(EUR-cent/kg, mælkeudnyttelsesækvivalent)



■ Gouda
■ Mælkepulver

VORES RESULTATER



KONKURRENCEDYGTIG ACONTOMÆLKEPRIS

Trods fortsat usikkerhed på grund af COVID-19 lykkedes det Arla at hæve den gennemsnitlige standard-acontomælkepris til 36,0 EUR-cent/kg, hvilket er en stigning på 1,6 EUR-cent/kg i forhold til samme periode sidste år. Det placerer Arla på et konkurrencedygtigt niveau og støtter vores andelshavere i en tid med stigende produktionsomkostninger på deres gårde.

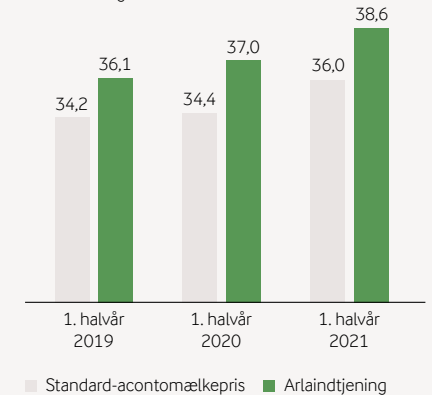
Stærk eksekvering i hele vores værdikæde kombineret med stigende markedspriser på mælk og ændret volumen/mix bidrog til en solid Arlaintjening på 38,6 EUR-cent/kg sammenlignet med 37,0 EUR-cent/kg i første halvdel af 2020. Vores transformations- og effektivitetsprogram Calcium bidrog positivt med 82 millioner EUR eksklusive inflation, svarende til en nettobesparelse på 29 millioner EUR. Mælkeindvejeningen fra vores andelshavere og andre eksterne kilder var samlet set uændret i forhold til første halvdel af 2020 med 7 milliarder kilo.

SOLID OMSÆTNINGSVÆKST DREVET AF DETAILHANDEL

Omsætningen steg med 1,2 procent i første halvdel af 2021 til 5.441 millioner EUR sammenlignet med 5.377 millioner EUR i samme periode sidste år. Omsætningsvæksten var primært drevet af højere salgspriser og større volumener for brandede produkter i detailhandel. Dette blev delvis opvejet af et fald i foodservice-segmentet i første kvartal som følge af lange perioder med nedlukninger. Den store forbrugerefterspørgsel medførte et inflationspres

PRIS FOR EJERMÆLK¹⁾

(EUR-cent/kg)



OMSÆTNINGSUDVIKLING

(millioner EUR)



for markedspriserne, og stigende salgspriser bidrog positivt til omsætningsstigningen med 77 millioner EUR. Valutaeffekter påvirkede omsætningen negativt med 61 millioner EUR.

VORES RESULTATER (FORTSAT)

UDVIKLING I VOLUMENVÆKSTEN FOR BRANDEDE PRODUKTER

1. halvår 2019 til 1. halvår 2021

1. halvår 2021	5,6%
1. halvår 2020	10,4%
1. halvår 2019	4,6%

VÆKST FOR BRANDEDE PRODUKTER EFTER GLOBALT BRAND



6,9%

1. halvår 2020: 3,3%



-0,8%

1. halvår 2020: 17,7%



7,8%

1. halvår 2020: -0,5%



3,1%

1. halvår 2020: 16,7%



42,7%

1. halvår 2020: 13,1%



FORTSAT STÆRK VÆKST FOR BRANDEDE PRODUKTER TRODS COVID-19

Arlas brands fortsatte vækststrejse ind i 2021 efter et år med ekstraordinær vækst for brandede produkter med en volumenvækst for strategiske brands på 5,6 procent, hvilket er over målintervallet på 1-3 procent. De usædvanligt høje vækstrater begyndte imidlertid at normalisere sig mod slutningen af halvåret og har nået et normalt niveau de seneste måneder, og vi forventer også normale væksthøjde i hele andet halvår. Den øgede vækst i første halvdel af året kan til dels forklares med virkningerne af

fortsatte nedlukninger og større forbrug i hjemmet på grund af COVID-19-restriktioner, men også af en generelt stærk eksekvering, stærke brands, som forbrugerne kender, nye markedsandele og nye produktlanceringer.

Starbucks™ licenserede produkter leverede en volumenvækst for brandede produkter på 42,7 procent, og Castello® klarede sig bedre end forventet med 7,8 procent. Arla® brandet leverede også en stor vækst på 6,9 procent drevet af stærke resultater for de fleste kategorier og underbrands. Efter en rekordstor volumenvækst i første halvdel

af 2020, primært drevet af ændret forbrugeradfærd som følge af COVID-19-nedlukninger, formåede Lurpak® næsten at tangere de historisk stærke salgsvolumener fra sidste år. Puck® leverede en solid omsætningsvækst for brandede produkter på 3,0 procent. Den samlede brand-andel steg til 49,2 procent mod 48,3 procent i første halvår af 2020.

Foodservice begyndte langsomt at genvinde fodfæstet på mange markeder, men nåede dog ikke op på samme niveau som før COVID-19 i første halvdel af året, hvor resultaterne fortsat primært var drevet af detailsalget.

VORES RESULTATER (FORTSAT)

FORRETNINGS- OMRÅDER



EUROPA

Vores europæiske forretningsområde leverede en samlet stærk vækst for brandede produkter på 2,5 procent, primært drevet af Starbucks™ med 41,3 procent, Castello® med 4,2 procent og Arla® brandet med 2,5 procent. Særligt Arlas underbrands LactoFREE® og Fill N' Fuel voksede stærkt med henholdsvis 14,4 og 13,5 procent. Markederne fortsatte deres vækst anført af Holland/Frankrig/Belgien, Storbritannien og Danmark med henholdsvis 9,5, 4,6 og 2,4 procent. Brand-andelen for det europæiske forretningsområde steg til 55 procent sammenlignet med 53 procent sidste år. Omsætningen steg en smule til 3.199 millioner EUR sammenlignet med 3.178 millioner EUR i samme periode sidste år. Lange perioder med nedlukninger betød et mindre fald i foodservice i første kvartal af året, hvilket dog blev opvejet af en betydelig vækst i andet kvartal, efterhånden som restauranterne begyndte at genåbne. E-handelsforretningen fortsatte med at vokse hurtigt med en

omsætningsstigning på 34 procent sammenlignet med samme periode sidste år.

INTERNATIONAL

Vores internationale forretningsområde leverede en volumenvækst for brandede produkter på tværs af alle regioner og primære brands i første halvdel af 2021. Starbucks™ leverede en stor vækst på 45,1 procent efterfulgt af Arla® brandet med 24,7 procent og Castello® med 11,0 procent. Kraft® oplevede dog et fald på 0,2 procent sammenlignet med samme periode sidste år. De lange perioder med øget forbrug i hjemmet påvirkede salget positivt, og de højere omkostninger i forhold til produkter og ydelser samt de negative effekter af en faldende USD blev i høj grad opvejet af prisstigninger. Omsætningen steg derfor beskedent til 1.037 millioner EUR mod 1.024 millioner EUR sidste år. Brand-andelen for det internationale forretningsområde steg en anelse til 88 procent mod 87 procent i første halvår af 2020.



ARLA FOODS INGREDIENTS

Arla Foods Ingredients (AFI) fortsatte med at imødekomme kundernes stigende efterspørgsel efter protein- og laktoseingredienser, og omsætningen steg til 387 millioner EUR sammenlignet med 360 millioner EUR i samme periode sidste år. Mængderne for værdiforædlet valle steg med 9,8 procent til en samlet andel for værdiforædledede produkter på 69,6 procent som følge af en effektiv udnyttelse af yderligere nye råvarer, som blev indkøbt gennem nye strategiske indkøbsordninger. AFI's børneernæringssegment leverede et resultat på niveau med samme periode sidste år med en omsætning på 78 millioner EUR. Nye produktlanceringer fra vores kunder tegnede positive forventninger til fremtiden for denne del af forretningen.

GLOBAL INDUSTRY SALES

Global Industry Sales fik en positiv start på året, i takt med at råvaremarkederne begyndte at genvinde fodfæste efter COVID-19. Årsagen var en stærk global efterspørgsel. Markedspriserne steg generelt i første halvdel af 2021 og nåede ved udgangen af perioden et højere niveau end samme periode sidste år. Det øgede salg via Arlas detailkanaler betød, at salget af mælketørstof via Global Industry Sales faldt til 23,1 procent sammenlignet med 23,6 procent sidste år. Trods de faldende mængder steg omsætningen en smule til 818 millioner EUR sammenlignet med 815 millioner EUR i første halvår af 2020 som følge af prisstigningerne.

VORES RESULTATER (FORTSAT)

Resultat

3,0%

(af omsætningen)

Calcium-besparelser

29

(millioner EUR)

Calcium-besparelser eksklusive anslået inflation

82

(millioner EUR)

Nettoarbejdskapital*

36

(dage)

Gearing

2,8

* Gennemsnit baseret på de tre foregående måneder

CALCIUM-BESPARELSER FØLGER PLANEN

Vores transformations- og effektivitetsprogram leverede besparelser på 83 millioner EUR eksklusive inflation, svarende til en nettobesparelse på 29 millioner EUR i første halvdel af 2021. Det bringer de samlede besparelser siden starten på programmet i 2018 op på 562 millioner EUR eksklusive inflation, svarende til en nettobesparelse på 383 millioner EUR. Besparelserne kom primært fra effektiviseringer i Supply Chain, insourcing af marketingaktiviteter og optimerede handelsinvesteringer. Den overraskende hurtige makroøkonomiske genopretning efter COVID-19 medførte en betydeligt højere inflation end forventet og gør det udfordrende for os at nå det oprindelige mål om en samlet nettobesparelse på 400 millioner EUR for det fireårige program. Besparelserne eksklusive inflation overgår dog målet for både første halvår af 2021 og for hele programmet.

NETTORESULTAT INDEN FOR MÅLINTERVALLET

Arla nåede et nettoresultat på 165 millioner EUR eller 3,0 procent af omsætningen i første halvdel af 2021, hvilket er midt i målintervallet på 2,8-3,2 procent.

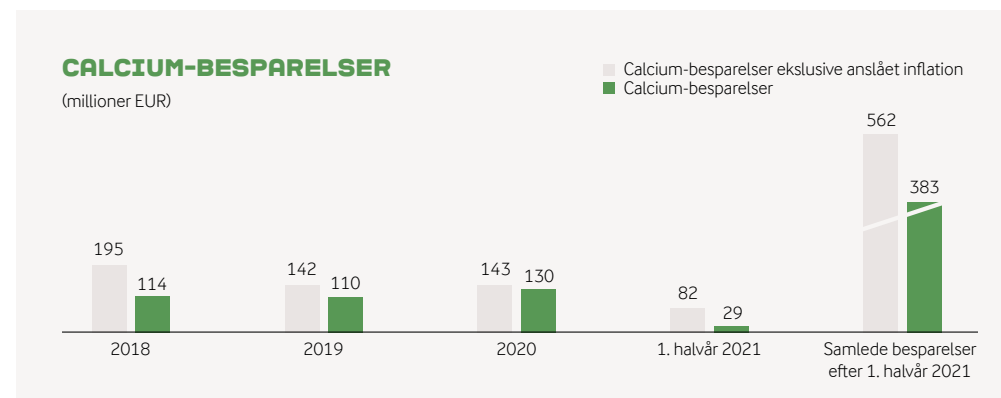
FORTSAT ROBUST FINANSIEL POSITION

Arla var fortsat i en robust finansiell position i første halvdel af 2021. En gearing på 2,8 betød, at vi endte i bunden af vores målområde på 2,8-3,4.

Pengestrømme fra driftsaktiviteter faldt til 274 millioner EUR i første halvdel af 2021 sammenlignet med 477 millioner EUR i samme periode sidste år. En positiv udvikling i EBITDA blev opvejet af en større binding af likvide beholdninger i arbejdskapitalen. Målt i omsætningsdage steg nettoarbejdskapitalen til 36 dage sammenlignet med 30 dage ved udgangen af juni 2020. Stigningen skyldtes en bevidst reduktion i udnyttelsen af finansieringsprogrammer for tilgodehavender fra salg som led i en optimering af kapitalstrukturen.

Pengestrømme fra driftsaktiviteter beløb sig til 208 millioner EUR i første halvdel af 2021 sammenlignet med 194 millioner EUR i samme periode sidste år. Vi fortsatte vores fire centrale CAPEX-investeringsprojekter i første halvdel af 2021. I Tyskland fortsatte opførelsen af et nyt pulvertårn i Pronsfeld som planlagt. I Bahrain udvidede vi vores produktionsanlæg, så det nu omfatter hele produktionen af KRAFT® og Puck® produkter. Og i Danmark fortsatte vi kapacitetsforøgelsen for mozzarellaproduktionen på mejeriet i Branderup samt opførelsen af vores nye AFI Innovation Center. Vores samlede investeringer i første halvdel af 2021 beløb sig til 256 millioner EUR.

Pengestrømme fra finansieringsaktiviteter faldt til -69 millioner EUR, primært som følge af den ekstraordinært høje efterbetaling til vores ejere på 228 millioner EUR i forbindelse med resultatdisponeringen for 2020, opvejet af udstedelsen af grønne obligationer og nye optagede lån.



FINANSIELLE FORVENTNINGER

Efter et stærkt første halvår af 2021 opjusterer vi vores forventninger til omsætning og til volumendrevet omsætningsvækst for strategiske brands for hele 2021. Vores forventninger til Calcium er udfordret på grund af et højt inflationspres ind i anden halvdel af 2021.

BEDRE FORVENTNINGER FOR VIGTIGE KPI'ER

Vi har opjusteret vores forventninger til omsætningsvæksten fra 10,3-10,6 til 10,6-11,00. Gearing justeres fra 2,8-3,4 til $\leq 2,8$. Volumendrevet omsætningsvækst for strategiske brands opjusteres fra 1-3 procent til 3-4 procent.

Vi fastholder forventningerne til international andel, brand-andel og resultatandel som meddelt i årsrapporten for 2020.

CALCIUM-NETTOBESPARELSER UDFORDRET AF INFLATIONEN

Den fremskyndede indsats for effektivisering i vores værdikæde vil fortsat levere værdi i andet halvår 2021. Dog justerer vi forventningerne til Calcium-besparelser for 2021 til < 20 millioner EUR som følge af et forventet mærkbart inflationspres i andet halvår. De samlede besparelser for hele året eksklusive inflation forventes at overstige 150 millioner EUR. Den fremskyndede indsats for effektivisering i hele værdikæden kan muligvis ikke helt opveje det høje inflationspres, og der er stor risiko for, at vi ikke når vores mål på 400 millioner EUR eksklusive inflation for hele det fireårige program.

OPDATEREDE FORVENTNINGER TIL 2021

Omsætning

10,6-11,0

mia. EUR (justeret fra 10,3-10,6)

Resultatandel

2,8-3,2%

(uændret)

Calcium-besparelser
ekskusive inflation

> 150

mEUR

Calcium-
besparelser

< 20

mEUR

Volumendrevet omsætningsvækst
for strategiske brands

3-4%

(justeret fra 1-3%)

International andel

> 23,5%

(uændret)

Gearing

$\leq 2,8$

(justeret fra 2,8-3,4)

Brand-andel

$\geq 50%$

(justeret fra $> 50%$)

**VORES
KONSOLIDERED
HALVÅRSRAPPORT**

RESULTATOPGØRELSE

(mEUR)	Note	1. halvår 2021	1. halvår 2020	Udvikling, %	Helår 2020
Omsætning	1.1	5.441	5.377	1	10.644
Produktionsomkostninger	1.2	-4.287	-4.203	2	-8.301
Bruttoresultat		1.154	1.174	-2	2.343
Salgs- og distributionsomkostninger	1.2	-734	-745	-1	-1.483
Administrationsomkostninger	1.2	-207	-203	2	-439
Øvrige driftsindtægter		49	17	188	61
Øvrige driftsomkostninger		-31	-31	-	-52
Andel af resultat efter skat i joint ventures og associerede virksomheder	3.1	21	6	250	28
EBIT (resultat før renter og skat)		252	218	16	458
<i>Specifikation:</i>					
<i>EBITDA</i>		485	443	9	909
<i>Af- og nedskrivninger</i>	1.2	-233	-225	4	-451
EBIT (resultat før renter og skat)		252	218	15	458
Finansielle indtægter		8	3	167	7
Finansielle omkostninger		-49	-38	29	-79
Resultat før skat		211	183	15	386
Skat		-39	-17	129	-34
Periodens resultat		172	166	3	352
Minoritetsinteresser		-7	-3	133	-7
Arla Foods ambas andel af periodens resultat		165	163	1	345

TOTALINDKOMST

(mEUR)	Note	1. halvår 2021	1. halvår 2020	Helår 2020
Periodens resultat		172	166	352
Anden totalindkomst				
Poster, der ikke efterfølgende tilbageføres til resultatopgørelsen:				
Revurderinger af ydelsesbaserede pensionsordninger		12	23	5
Skat af aktuarmæssige genberegninger af ydelsesbaserede pensionsordninger		-3	-3	4
Poster, der efterfølgende kan tilbageføres til resultatopgørelsen:				
Værdiregulering af sikringsinstrumenter		13	25	41
Dagsværdiregulering af visse finansielle aktiver		-1	-1	-3
Valutakursregulering		87	-56	-84
Skat af poster, der efterfølgende kan tilbageføres til resultatopgørelsen		-	-	-
Anden totalindkomst efter skat		108	-12	-37
Totalindkomst i alt		280	154	315
Allokeret som følger:				
Andelshavere i Arla Foods amba		273	151	308
Minoritetsinteresser		7	3	7
I alt		280	154	315

BALANCE

(mEUR)	Note	1. halvår 2021	1. halvår 2020	Udvikling, %	Ultimo året 2020
Aktiver					
Langfristede aktiver					
Immaterielle aktiver og goodwill	3.1	951	941	1	931
Materielle aktiver og leasingaktiver	3.1	2.960	2.721	9	2.915
Kapitalandele i associerede virksomheder og joint ventures	3.1	507	460	10.	470
Udskudt skat		20	30	-33	29
Pensionsaktiver	4.1	59	37	59	40
Øvrige langfristede aktiver		30	21	43	28
Langfristede aktiver i alt		4.527	4.210	8	4.413
Kortfristede aktiver					
Varebeholdninger	2.1	1.203	1.154	4	1.080
Tilgodehavender fra salg	2.1	947	771	23	811
Afledte finansielle instrumenter		20	75	-73	57
Øvrige tilgodehavender		279	252	11	424
Værdipapirer		426	425	0	420
Likvider		124	150	-17	126
Kortfristede aktiver i alt		2.999	2.827	6	2.918
Aktiver i alt		7.526	7.037	7	7.331

(mEUR)	Note	1. halvår 2021	1. halvår 2020	Udvikling, %	Ultimo året 2020
Passiver					
Egenkapital					
Kollektiv kapital		1.973	1.927	2	1.968
Individuel kapital		500	464	8	513
Andre egenkapitalkonti		-19	-104	-82	-118
Periodens resultat		165	163	1	-
Foreslået efterbetaling til ejere		-	-	0	223
Egenkapital tilhørende Arla Foods ambas ejere		2.619	2.450	7	2.586
Minoritetsinteresser		48	46	4	53
Egenkapital i alt		2.667	2.496	7	2.639
Forpligtelser					
Langfristede forpligtelser					
Pensionsforpligtelser	4.1	233	235	-1	247
Hensatte forpligtelser		25	25	0	21
Udskudt skat		74	75	-1	64
Lån	4.1	2.189	1.887	16	1.964
Langfristede forpligtelser i alt		2.521	2.222	13	2.296
Kortfristede forpligtelser					
Lån	4.1	767	740	4	695
Leverandørgæld og anden gæld	2.1	1.184	1.123	5	1.212
Hensatte forpligtelser		22	9	144	25
Afledte finansielle instrumenter		40	83	-52	66
Aktuel skat		13	9	44	11
Øvrige kortfristede forpligtelser		312	355	-12	387
Kortfristede forpligtelser i alt		2.338	2.319	1	2.396
Forpligtelser i alt		4.859	4.541	7	4.692
Passiver i alt		7.526	7.037	7	7.331

EGENKAPITAL

(mEUR)	Kollektiv kapital			Individuel kapital				Andre egenkapitalkonti			I alt før minoritetsinteresser	Minoritetsinteresser	Egenkapital i alt efter minoritetsinteresser
	Kapitalkonto	Henlægge til særlige formål	Periodens resultat	Konsolideret individuel kapital	Leverancebaserede ejerbeviser	Individuel indskudskapital	Efterbetaling	Reserve for værdiregulering af sikringsinstrumenter	Reserve for dagsværdi gennem anden totalindkomst	Reserve for valutakursreguleringer			
Egenkapital 1. januar 2021	878	1.090	-	302	65	146	223	-53	9	-74	2.586	53	2.639
Periodens resultat	-	-	165	-	-	-	-	-	-	-	165	7	172
Anden totalindkomst	9	-	-	-	-	-	-	13	-1	87	108	-	108
Totalindkomst i alt	9	-	165	-	-	-	-	13	-1	87	273	7	280
Betalinger til ejere	1	-	-	-11	-4	-4	-	-	-	-	-18	-	-18
Transaktioner med minoritetsinteresser	6	-	-	-	-	-	-	-	-	-	6	-14	-8
Efterbetaling vedrørende 2020	-	-	-	-	-	-	-228	-	-	-	-228	-	-228
Valutakursreguleringer	-11	-	-	1	-	5	5	-	-	-	-	2	2
Transaktioner med ejere i alt	-4	-	-	-10	-4	1	-223	-	-	-	-240	-12	-252
Egenkapital 30. juni 2021	883	1.090	165	292	61	147	-	-40	8	13	2.619	48	2.667
Egenkapital 1. januar 2020	885	1.009	-	271	68	159	127	-94	12	10.	2.447	47	2.494
Periodens resultat	-	-	163	-	-	-	-	-	-	-	163	3	166
Anden totalindkomst	20	-	-	-	-	-	-	25	-1	-56	-12	-	-12
Totalindkomst i alt	20	-	163	-	-	-	-	25	-1	-56	151	3	154
Betalinger til ejere	-	-	-	-10	-4	-7	-	-	-	-	-21	-	-21
Transaktioner med minoritetsinteresser	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-4	-4
Efterbetaling vedrørende 2019	-	-	-	-	-	-	-127	-	-	-	-127	-	-127
Valutakursreguleringer	13	-	-	-	-2	-11	-	-	-	-	-	-	-
Transaktioner med ejere i alt	13	-	-	-10	-6	-18	-127	-	-	-	-148	-4	-152
Egenkapital 30. juni 2020	918	1.009	163	261	62	141	-	-69	11	-46	2.450	46	2.496

PENGESTRØMSOPGØRELSE

(mEUR)	Note	1. halvår 2021	1. halvår 2020	Helåret 2020
EBITDA		485	443	909
Tilbageførsel af andel af resultat i joint ventures og associerede virksomheder	3.1	-21	-6	-28
Tilbageførsel af øvrige driftsposter uden likviditetsvirkning		-29	18	53
Ændring i nettoarbejdskapital	2.1	-274	-14	4
Ændring i øvrige tilgodehavender og øvrige kortfristede forpligtelser		144	69	-137
Udbytte modtaget fra joint ventures og associerede virksomheder		9	6	8
Betalte renter		-24	-28	-53
Modtagne renter		3	1	3
Betalt skat		-19	-12	-28
Pengestrømme fra driftsaktiviteter		274	477	731
Investering i immaterielle aktiver	3.1	-26	-29	-53
Investering i materielle aktiver	3.1	-194	-193	-478
Salg af materielle aktiver	3.1	13	17	19
Driftsmæssige investeringsaktiviteter		-207	-205	-512
Salg af finansielle aktiver		7	11	22
Køb af finansielle aktiver		-8	-	-5
Salg af virksomheder		-	-	7
Finansielle investeringsaktiviteter		-1	11	24
Pengestrømme fra investeringsaktiviteter		-208	-194	-488
Efterbetaling vedrørende forudgående regnskabsår		-228	-127	-127
Ind- og udbetalinger fra egenkapital vedrørende individuelle kapitalinstrumenter		-18	-21	-22
Udbetalt til minoritetsinteresser		-8	-4	-18
Optaget nye lån		256	62	149
Andre ændringer i lån		-17	-179	-173
Betaling af leasinggæld		-35	-33	-66
Indbetaling til pensionsordninger		-19	-17	-36
Pengestrømme fra finansieringsaktiviteter		-69	-319	-293
Nettopengestrømme		-3	-36	-50

(mEUR)	Note	1. halvår 2021	1. halvår 2020	Helåret 2020
Likvider 1. januar		126	187	187
Periodens nettopengestrømme		-3	-36	-50
Valutakursregulering af likvide beholdninger		1	-1	-11
Likvider 30. juni		124	150	126
<i>Frie pengestrømme fra driftsaktiviteter</i>				
<i>Pengestrømme fra driftsaktiviteter</i>		274	477	731
<i>Driftsmæssige investeringsaktiviteter</i>		-207	-205	-512
Frie pengestrømme fra driftsaktiviteter		67	272	219
<i>Frie pengestrømme</i>				
<i>Pengestrømme fra driftsaktiviteter</i>		274	477	731
<i>Pengestrømme fra investeringsaktiviteter</i>		-208	-194	-488
Frie pengestrømme		66	283	243



Pengestrømme fra driften påvirket af højere mælkepriser

Pengestrømme fra driftsaktiviteter faldt med 203 millioner EUR til 274 millioner EUR sammenlignet med 477 millioner EUR i første halvår sidste år. Udviklingen skyldtes, at der hovedsagelig var tale om likvide beholdninger bundet i arbejdskapital som følge af reducerede finansieringsprogrammer for tilgodehavender fra salg og større varebeholdninger drevet af højere mælkepriser. Virkningerne blev delvist opvejet af et højere EBITDA og afregning af momstilgodehavender.

Pengestrømme fra investeringsaktiviteter var uændrede i forhold til samme periode sidste år med -208 millioner EUR. Hovedparten af CAPEX-investeringerne i første halvdel af 2021 var en fortsættelse af nøgleprojekterne på vores anlæg i Pronsfeld i Tyskland, Bahrain, Branderup og AFI Innovation Center i Danmark.

Frie pengestrømme for halvåret udgjorde i alt 66 millioner EUR, hvilket er et fald på 217 millioner EUR sammenlignet med samme periode sidste år.

Pengestrømme fra finansieringsaktiviteter udgjorde -69 millioner EUR sammenlignet med -319 millioner EUR sidste år. Der blev foretaget en ekstraordinær stor efterbetaling på 228 millioner EUR i marts 2021 som følge af resultatdisponeringen for 2020. Der blev udbetalt individuel kapital på 18 millioner EUR til ejere, som valgte at udtræde af Arla eller gik på pension. Der blev optaget nye lån for 256 millioner EUR, herunder udstedelse af en ny grøn obligation i Sverige til en værdi af 148 millioner EUR.

Likvide beholdninger udgjorde 124 millioner EUR mod 150 millioner EUR ved udgangen af sidste år.

INTRODUKTION TIL NOTER

De følgende afsnit indeholder yderligere oplysninger til supplerung af de primære opgørelser.

NOTE 1 OMSÆTNING OG OMKOSTNINGER

Yderligere oplysninger om koncernens resultater og rentabilitet findes i note 1.

NOTE 2 NETTOARBEJDS- KAPITAL

Yderligere oplysninger om udviklingen i og sammensætningen af varebeholdninger og leverandørgæld findes i note 2.

NOTE 3 ANVENDT KAPITAL

Yderligere oplysninger om koncernens produktionskapacitet, immaterielle aktiver og finansielle investeringer findes i note 3.

NOTE 4 FINANSIERING

Yderligere oplysninger om finansieringen af koncernens aktiviteter findes i note 4.

GRUNDLAG FOR AFLÆGGELSE

Den konsoliderede halvårsrapport er udarbejdet efter den samme regnskabspraksis som koncernregnskabet for 2020.

Arlas konsoliderede årsrapport aflægges i overensstemmelse med IFRS (International Financial Reporting Standards) som godkendt af EU og yderligere oplysningskrav i årsregnskabsloven.

Denne konsoliderede halvårsrapport for 2021 udsendes frivilligt. Ledelsen har besluttet ikke at anvende IAS 34 i sin helhed.

I overensstemmelse med Den Europæiske Værdipapir- og Markedstilsynsmyndigheds (ESMA) retningslinjer for alternative resultatmål (APM'er) har vi afgivet yderligere oplysninger om de APM'er, der anvendes af koncernen. Disse APM'er anses for afgørende for at forstå koncernens finansielle resultater og finansielle stilling. Da de ikke er defineret af IFRS, er de muligvis ikke direkte sammenlignelige med andre virksomheder, der anvender lignende mål. Definitionerne findes i ordlisten og i note 1.3.

Moderselskabets funktionelle valuta er DKK. Moderselskabets og koncernens præsentationsvaluta er EUR.

Denne konsoliderede halvårsrapport er udarbejdet med afrunding til nærmeste million EUR.

VALUTAÆKSPONERING

Koncernens finansielle stilling er i væsentlig grad eksponeret for valutaer, både på grund af transaktioner foretaget i anden valuta end EUR og som følge af omregning af regnskaber fra enheder, der ikke er en del af eurosamarbejdet. Den væsentligste eksponering relaterer sig til regnskaber fra enheder, der opererer med GBP og SEK, og transaktioner vedrørende salg i USD eller USD-relaterede valutaer.

KONCERNREGNSKAB

Koncernregnskabet er udarbejdet som et sammendrag af moderselskabets og de enkelte datterselskabers regnskaber opgjort efter koncernens regnskabspraksis. Omsætning, omkostninger, aktiver og forpligtelser samt poster, der indgår i datterselskabernes egenkapital, sammendrages og præsenteres post for post. Der foretages eliminering for koncerninterne aktiebesiddelser, mellemværender og transaktioner samt eventuelle urealiserede indtægter og omkostninger fra koncerninterne transaktioner.

Koncernregnskabet omfatter Arla Foods a.m.b.a. (moderselskabet) og de datterselskaber, hvori moderselskabet direkte eller indirekte ejer mere end 50 procent af stemmerettighederne eller på anden måde har bestemmende indflydelse for at opnå fordele ved sine aktiviteter. Virksomheder, hvor koncernen har fælles bestemmende indflydelse i henhold til kontrakt, anses som joint ventures. Virksomheder, hvori koncernen udøver betydelig, men ikke bestemmende indflydelse, betragtes som associerede virksomheder.

Urealiserede gevinster fra transaktioner med joint ventures og associerede virksomheder, det vil sige fortjenester fra salg til joint ventures eller associerede virksomheder, hvorved kunden betaler med midler, som delvist ejes af koncernen, elimineres i den regnskabsmæssige værdi af investeringen i forhold til koncernens kapitalandele i virksomheden. Urealiserede tab elimineres på samme måde, men kun i den udstrækning der ikke er tegn på værdiforringelse.

OMREGNING AF TRANSAKTIONER OG MONETÆRE POSTER I FREMMED VALUTA

For hver af de rapporterende virksomheder i koncernen fastsættes en funktionel valuta, som er den valuta, som benyttes i det primære økonomiske miljø, hvori den enkelte rapporterende virksomhed opererer. Når

en rapporterende virksomhed udfører transaktioner i fremmed valuta, angives transaktionen i den funktionelle valuta til den kurs, der var gældende på transaktionsdagen. Monetære aktiver og forpligtelser i fremmed valuta omregnes til den funktionelle valuta efter balancedagens valutakurs.

Valutakursdifferencer indregnes i resultatopgørelsen under finansielle poster. Ikke-monetære poster som f.eks. materielle aktiver, der måles på baggrund af historiske kostpriser i en fremmed valuta, omregnes ved første indregning til den funktionelle valuta.

OMREGNING AF UDENLANDSKE TRANSAKTIONER

Aktiver og forpligtelser i koncernvirksomheder, herunder andelen af nettoaktiver og goodwill i joint ventures og associerede virksomheder med en anden funktionel valuta end EUR, omregnes til EUR efter valutakursen ultimo halvåret. Omsætning, omkostninger og andel af årets resultat omregnes til EUR ved anvendelse af den gennemsnitlige månedlige valutakurs, hvis denne ikke er væsentligt forskellig fra transaktionsdagens kurs. Valutakursdifferencer indregnes i anden totalindkomst og akkumuleres i reserven for valutakursreguleringer.

INDFØRELSE AF NYE ELLER ÆNDRERE IFRS-STANDARDE

Koncernen har implementeret alle nye standarder og fortolkningsbidrag, som var gældende i EU fra 2021. IASB har udgivet en række nye eller ændrede regnskabsstandarder og fortolkninger, som endnu ikke er trådt i kraft. Arla vil anvende de nye regnskabsstandarder, i takt med at de bliver obligatoriske. Der forventes ingen væsentlig påvirkning.

Omsætning og omkostninger

1.1 OMSÆTNING



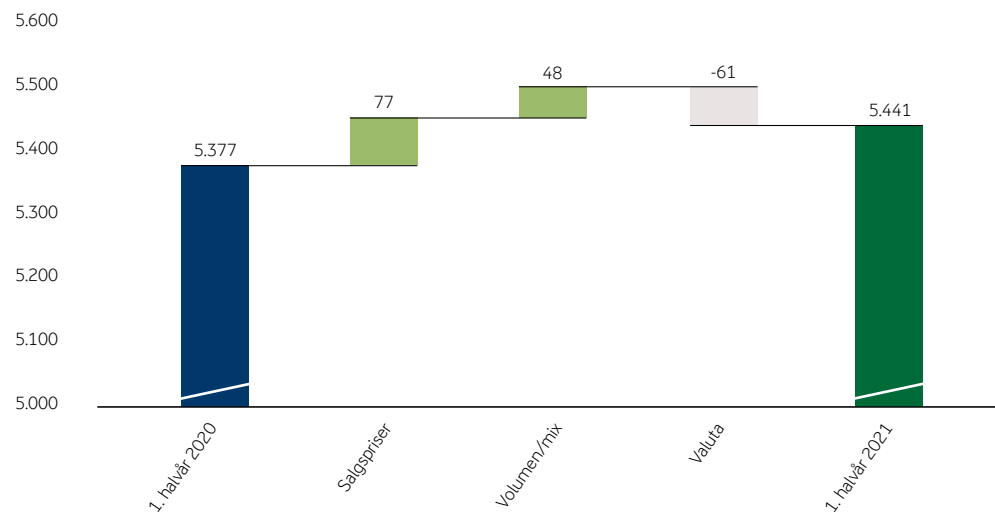
Omsætningen steg som følge af et stigende salg af brandede produkter

Omsætningen steg med 1,2 procent til 5.441 millioner EUR sammenlignet med 5.377 millioner EUR i første halvdel af sidste år. Højere salgspriser øgede omsætningen med 77 millioner EUR, mens ændringer i volumen/mix havde en positiv effekt på 48 millioner EUR. Negative valutaeffekter udgjorde 61 millioner EUR som følge af en svag USD, en stærk SEK og et neutralt GBP i forhold til EUR.

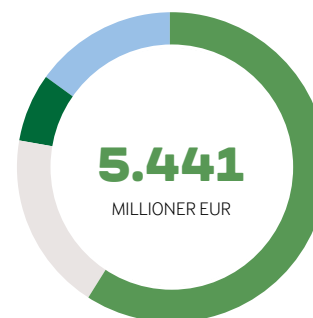
Omsætningen for strategiske brands udgjorde 2.657 millioner EUR i første halvår af 2021 sammenlignet med 2.557 millioner EUR i samme periode sidste år. Volumendrevet omsætningsvækst for strategiske brands udgjorde 5,6 procent som nærmere beskrevet i resultatgennemgangen på side 13 og i note 1.3 på side 25.

Yderligere oplysninger om udviklingen for vores forretningsområder findes i resultatgennemgangen på side 14.

Udvikling i omsætningen (mEUR)

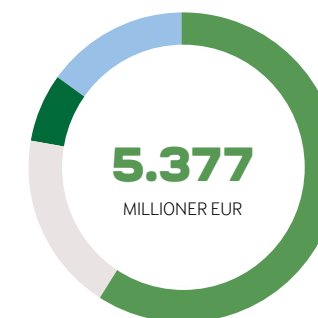


Omsætning fordelt på forretningsområder, 1. halvår 2021



- Europa 59%
- International 19%
- Arla Foods Ingredients 7%
- Trading og øvrigt salg 15%

Omsætning fordelt på forretningsområder, 1. halvår 2020



- Europa 59%
- International 19%
- Arla Foods Ingredients 7%
- Trading og øvrigt salg 15%

Omsætning fordelt på brands (mEUR)

	1. halvår 2021	1. halvår 2020
Arla®	1.626	1.514
Lurpak®	305	315
Puck®	207	230
Castello®	85	78
Mælkebaserede drikkevare-brands	132	103
Øvrige understøttede brands	302	317
Omsætning for strategiske brands	2.657	2.557
AFI	387	360
Ikke-strategiske brands og øvrige	2.397	2.460
I alt	5.441	5.377

Omsætning og omkostninger

1.2 OMKOSTNINGER



Højere mælkepris til landmændene og ændret brand-mix øgede omkostningerne

Driftsomkostninger udgjorde 5.228 millioner EUR mod 5.151 millioner EUR i første halvdel af sidste år, svarende til en stigning på 1,5 procent.

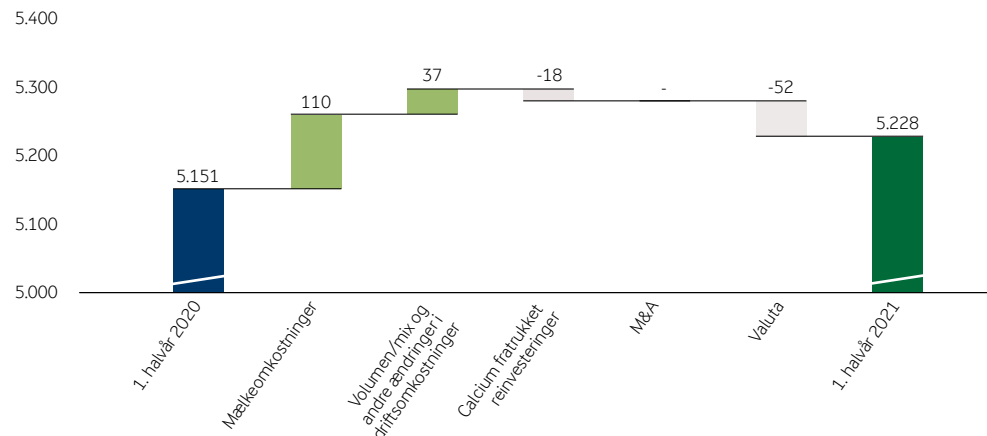
Produktionsomkostninger steg med 84 millioner EUR til 4.287 millioner EUR sammenlignet med 4.203 millioner EUR i første halvdel af 2020. Den generelle drivkraft var højere mælkepriser, som øgede omkostningerne til rå mælk med 110 millioner EUR. Acontomælkeprisen til andelshaverne steg med 117 millioner EUR, mens omkostningerne til anden mælk faldt med 7 millioner EUR. Produktionsomkostninger eksklusive omkostningerne til rå mælk faldt med 26 millioner EUR sammenlignet med samme periode sidste år.

Salgs- og distributionsomkostninger faldt med 11 millioner EUR, primært som følge af lavere salgsomkostninger i vores internationale forretning.

Personaleomkostninger steg til 678 millioner EUR sammenlignet med 667 millioner EUR i første halvdel sidste år som følge af insourcing i MENA samt almindelige lønjusteringer i hele Arla.

Besparelserne fra Calcium eksklusive inflation var på 29 millioner EUR i første halvdel af 2021. Nettoomkostningseffekten sammenlignet med første halvdel af 2020 var 18 millioner EUR og omfatter geninvesteringer.

Udvikling i driftsomkostninger (mEUR)



Driftsomkostninger fordelt på funktion og type (mEUR)

	1. halvår 2021	1. halvår 2020
Produktionsomkostninger	4.287	4.203
Salgs- og distributionsomkostninger	734	745
Administrationsomkostninger	207	203
I alt	5.228	5.151
<i>Specifikation:</i>		
Indvejet rå mælk	2.583	2.473
Øvrige produktionsmaterialer*	880	936
Personaleomkostninger	678	667
Transportomkostninger	347	323
Markedsføringsomkostninger	113	112
Af- og nedskrivninger	233	225
Øvrige omkostninger**	394	415
I alt	5.228	5.151
Gennemsnitligt antal fuldtidsansatte medarbejdere	20.304	19.610

*Øvrige produktionsmaterialer omfatter emballage, tilsætningsstoffer, hjælpematerialer og ændring i varebeholdninger

**Øvrige omkostninger omfatter primært vedligeholdelse, forsyning og IT

Indvejet rå mælk (mEUR)

	1. halvår 2021		1. halvår 2020	
	mkg	mEUR	mkg	mEUR
Ejermælk	6.343	2.345	6.360	2.228
Anden mælk	596	238	625	245
I alt	6.939	2.583	6.985	2.473

Omsætning og omkostninger

1.3 KPI'ER

De alternative resultatmål, der er beskrevet nedenfor, er resultatindikatorer for koncernen. De er ikke et krav i henhold til IFRS.

Arlaindtjening



Stærke forretningsmæssige resultater skabte en højere Arlaintjening

Arlaindtjeningen er et vigtigt nøgletal for Arlas overordnede indtjening og udtrykker den værdi, der tilføres hvert kilo mælk, som leveres af vores andelshavere. Arlaintjeningen beregnes som den standardiserede acontomælkepris, som er indregnet i produktionsomkostningerne, tillagt Arla Foods

ambas andel af årets resultat divideret med den indvejede mælkemængde for første halvår af 2021. Arlaintjeningen var på 38,6 EUR-cent/kg ejermælk sammenlignet med 37,0 EUR-cent/kg ejermælk i første halvdel af sidste år.

Arlaindtjening	1. halvår 2021			1. halvår 2020		
	mEUR	Volumen i mkg	EUR-cent/kg	mEUR	Volumen i mkg	EUR-cent/kg
Ejermælk	2.345	6.343	37,0	2.228	6.360	35,0
Regulering til standardmælk (4,2% fedt, 3,4% protein)			-1,0			-0,6
Standard-acontomælkepris			36,0			34,4
Arla Foods ambas andel af periodens resultat	165		2,6	163		2,6
I alt		6.343	38,6*		6.360	37,0

*Frem til 30. juni 2021 var mælkeomregningsfaktoren fra liter til kg 1,02. Fra 1. juli 2021 er mælkeomregningsfaktoren 1,03.

Volumendrevet omsætningsvækst for strategiske brands



Fortsat stærk brandvækst

Volumendrevet omsætningsvækst (VDOV) defineres som omsætningsvækst, der skyldes vækst i volumen og holder priserne konstant. VDOV for strategiske brands er et alternativt resultatmål, der anvendes til at støtte og forstå den ikke-prisbaserede omsætningsvækst og resultaterne for vores brandede produkter.

Volumendrevet omsætningsvækst for strategiske brands udgjorde 5,6 procent i første halvår af 2021 mod 10,4 procent i første halvdel af sidste år. Et større salg af brandede produkter i detailhandlen var den primære årsag til den fortsatte stigning.

Volumendrevet omsætningsvækst for strategiske brands (mEUR)

	1. halvår 2021	1. halvår 2020
Omsætning for strategiske brands sidste halvår	2.557	2.220
Volumendrevet omsætningsvækst for strategiske brands	140	231
Pris- og valutakursreguleringer	-40	106
Omsætning for strategiske brands	2.657	2.557
Volumendrevet omsætningsvækst for strategiske brands, %	5,6%	10,4%

Beregningen af volumendrevet omsætningsvækst for strategiske brands er baseret på faste valutakurser og defineres som volumenvækst på 140 millioner EUR divideret med nettoomsætningen for strategiske brands på 2.557 millioner EUR sidste år og en valutakurseffekt ud fra gennemsnittet for faste valutakurser på -58 millioner EUR.

Resultatandel



Resultatandel i overensstemmelse med forventningerne

Arla har et mål om en resultatandel på 2,8-3,2 procent af omsætningen beregnet på baggrund af det overskud, der kan henføres til vores andelshavere. Resultatandelen udgjorde 165 millioner EUR i første halvdel af 2021 sammenlignet med 163 millioner EUR i første halvdel

af sidste år. Det svarede til 3,0 procent af omsætningen. Den del af resultatet, som fordeles til andelshavere, fremgår af resultatdisponeringen ved årets udgang.

Resultatandel (mEUR)

	1. halvår 2021	1. halvår 2020
Omsætning	5.441	5.377
Periodens resultat	172	166
Resultat vedrørende minoritetsinteresser	-7	-3
Resultat, der kan henføres til andelshavere	165	163
Resultatandel	3,0%	3,0%

Resultatandelen beregnes som 165 millioner EUR divideret med 5.441 millioner EUR og udgjorde 3,0 procent for første halvår 2021.

Nettoarbejdskapital

2.1 NETTOARBEJDSKAPITAL



Nettoarbejdskapitalposition drevet af højere priser og større varebeholdninger

Nettoarbejdskapitalen steg med 164 millioner EUR til 966 millioner EUR, hvilket svarer til en stigning på 20 procent sammenlignet med den regnskabsmæssige værdi 30. juni 2020.

Målt i omsætningsdage* steg nettoarbejdskapitalen til 36 dage sammenlignet med 30 dage ved udgangen af juni 2020. Stigningen skyldtes en bevidst reduktion i anvendelsen af finansieringsprogrammer for tilgodehavender fra salg og højere varebeholdningsværdier.

Vi anvender finansieringsprogrammer for tilgodehavender fra salg som en integreret del af vores likviditetsstyring. Dette var sammen med øgede salgspriser den primære årsag til stigningen i tilgodehavender fra salg på 176 millioner EUR i forhold til 30. juni 2020.

Varebeholdninger steg med 49 millioner EUR som følge af højere mælkepriser og større mælkemængder delvist opvejet af omklassificering af visse reservedelspositioner fra og med sidste år.

Vi har under og efter COVID-19-pandemien fulgt udviklingen i vores tilgodehavender fra salg nøje. Vi har ikke oplevet nogen væsentlig negativ udvikling for forfaldne udestående betalinger, og hensættelsen til forventede tab faldt med 3 millioner EUR til 14 millioner EUR 30. juni 2021.

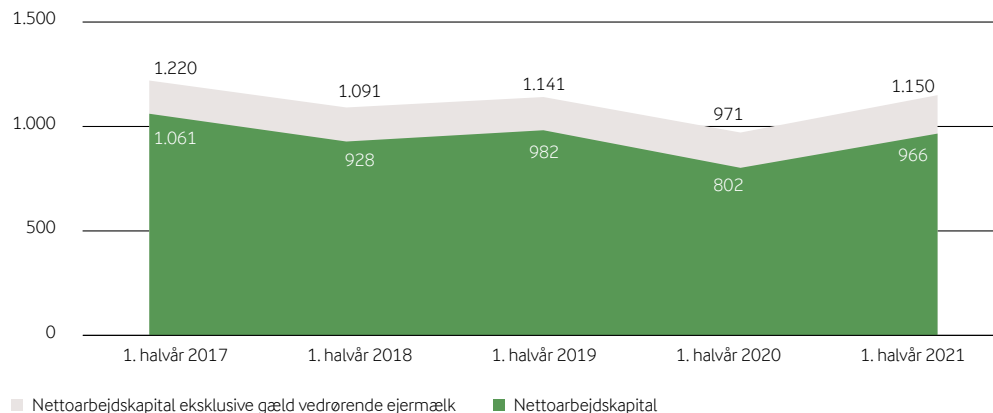
Leverandørgæld og anden gæld steg med 61 millioner EUR til 1.184 millioner EUR som følge af almindelige forretningsmæssige aktiviteter.

Vi stræber hele tiden efter at optimere vores nettoarbejdskapitalpositioner gennem initiativer som eksempelvis øget brug af globale indkøbsaftaler, optimering af varebeholdningsstørrelser samt bedre betalingsbetingelser og udnyttelse af finansieringsløsninger i forhold til kunder og leverandører efter behov.

* Målt på baggrund af data for de tre foregående måneder.

Nettoarbejdskapital

(mEUR)



Nettoarbejdskapital

(mEUR)

	1. halvår 2021	1. halvår 2020
Varebeholdninger	1.203	1.154
Tilgodehavender fra salg	947	771
Leverandørgæld og anden gæld	-1.184	-1.123
Nettoarbejdskapital	966	802

Varebeholdninger

(mEUR)

	1. halvår 2021	1. halvår 2020
Varebeholdninger før nedskrivninger	1.223	1.182
Nedskrivninger	-20	-28
Varebeholdninger i alt	1.203	1.154
Råvarer og hjælpematerialer	246	297
Igangværende arbejde	392	332
Fremstillede varer og handelsvarer	565	525
Varebeholdninger i alt	1.203	1.154

Tilgodehavender fra salg

(mEUR)

	1. halvår 2021	1. halvår 2020
Tilgodehavender fra salg før hensættelse til forventede tab	961	788
Hensættelse til forventede tab	-14	-17
Tilgodehavender fra salg i alt	947	771

Anvendt kapital

3.1 ANVENDT KAPITAL



Fortsat højt investeringsniveau

Den regnskabsmæssige værdi af langfristede aktiver steg til 4.527 millioner EUR sammenlignet med 4.210 millioner EUR 30. juni 2020.

Immaterielle aktiver og goodwill steg marginalt til 951 millioner EUR mod 941 millioner EUR 30. juni 2020. Stigningen var drevet af valutakurseffekter på goodwill og blev delvist opvejet af afskrivninger på varemærker, IT og andre udviklingsprojekter.

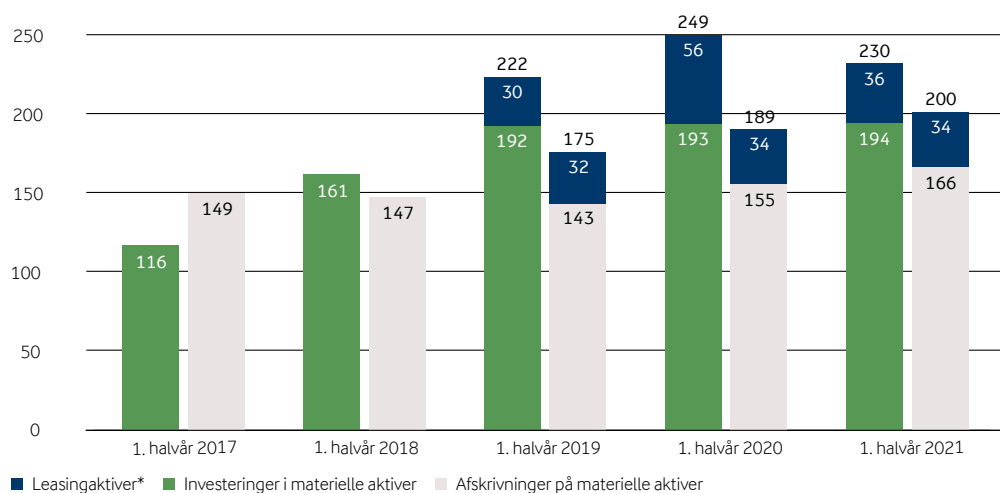
Den regnskabsmæssige værdi af materielle aktiver og leasingaktiver steg med 239 millioner EUR til 2.960 millioner EUR. Investeringer inklusive leasingaktiver udgjorde 230 millioner EUR i første halvår, mens de samlede afskrivninger var 200 millioner EUR. Begge tal er på samme niveau som første halvår sidste år. Hovedparten

af CAPEX-investeringerne i første halvdel af 2021 omfattede den fortsatte opførelse af pulvertårnet i Pronsfeld i Tyskland, produktionsfaciliteter for Kraft® og Puck® brandet i Bahrain, kapacitetsudvidelsen af mozzarellaproduktionen i Branderup og et nyt AFI Innovation Center i Danmark.

Den indregnede værdi for associerede virksomheder og joint ventures var 507 millioner EUR sammenlignet med 460 millioner EUR 30. juni 2020. Dette omfatter primært den regnskabsmæssige værdi af investeringer i COFCO Dairy Holding Ltd. (Mengniu) og LRF. Koncernens forholdsmæssige andel af den indre værdi i COFCO Dairy Holding Ltd. var 387 millioner EUR sammenlignet med 348 millioner EUR 30. juni 2020. Den regnskabsmæssige værdi af investeringen i COFCO Dairy Holding Ltd. omfatter goodwill på 142 millioner EUR.

Investeringer og afskrivning af materielle aktiver og leasingaktiver

(mEUR)

Immaterielle aktiver og goodwill
(mEUR)

	1. halvår 2021	1. halvår 2020
Goodwill	691	668
Licenser og varemærker	79	84
IT og andre udviklingsprojekter	181	189
Regnskabsmæssig værdi 30. juni	951	941

Materielle aktiver inklusive leasingaktiver
(mEUR)

	1. halvår 2021	1. halvår 2020
Grunde og bygninger	1.009	971
Tekniske anlæg og maskiner	1.202	1.140
Andre anlæg, driftsmateriel og inventar	200	214
Aktiver under opførelse	549	396
Regnskabsmæssig værdi 30. juni	2.960	2.721

Leasingaktiver
(mEUR)

	1. halvår 2021	1. halvår 2020
Grunde og bygninger	140	127
Tekniske anlæg og maskiner	11	16
Anlæg, driftsmateriel og inventar	81	83
Regnskabsmæssig værdi 30. juni	232	226

Værdi af associerede virksomheder og joint ventures
(mEUR)

	1. halvår 2021	1. halvår 2020
Andel af egenkapital i COFCO Dairy Holding Ltd. (Mengniu)	245	197
Goodwill i COFCO Dairy Holding Ltd. (Mengniu)	142	151
Andel af egenkapital i ikke-væsentlige associerede virksomheder	86	78
Indregnet værdi af associerede virksomheder	473	426
Andel af egenkapital i ikke-væsentlige joint ventures	34	34
Indregnet værdi af associerede virksomheder og joint ventures	507	460

Finansiering

4.1 FINANSIERING OG PENSIONER

Større nettorentebærende gæld

Koncernens finansielle gearing var 2,8, svarende til en stigning på 0,2 i forhold til første halvår sidste år. Den nettorentebærende gæld eksklusiv pensionsforpligtelser steg til 357 millioner EUR i forhold til 30. juni 2020. Stigningen var drevet af likvide beholdninger bundet i nettoarbejdskapital og en ekstraordinært høj efterbetaling vedrørende 2020. CAPEX-investeringerne blev også fastholdt på et højt niveau.

Der blev optaget nye lån for 256 millioner EUR, herunder udstedelse af en ny grøn obligation i Sverige til en værdi af 148 millioner EUR.

Pensionsforpligtelserne udgjorde 233 millioner EUR sammenlignet med 235 millioner EUR 30. juni 2020. Positionen 30. juni 2021 omfatter ikke et britisk pensionsnettoaktiv, som indregnes separat og ikke indgår i beregningen af nettorentebærende gæld og gearing.

Det britiske pensionsnettoaktiv har en regnskabsmæssig værdi på 59 millioner EUR sammenlignet med 37 millioner EUR 30. juni 2020.

Løbetiden for gæld blev reduceret til 5,1 år sammenlignet med 5,8 år i samme periode sidste år. Den gennemsnitlige løbetid påvirkes af medgået tid, refinansiering eller indgåede aftaler om nye bindende faciliteter samt niveauet for den rentebærende gæld. De gennemsnitlige rentekomkostninger eksklusiv pensioner var 1,9 procent mod 2,4 procent i første halvår sidste år.

Likviditetsreserver faldt fra 701 millioner EUR 30. juni 2020 til 503 millioner EUR, hovedsagelig som følge af forfalden gæld og en højere nettoarbejdskapital. Likviditetsreserverne anses for at være tilstrækkelige for Arla. På grund af den stærke likviditetsposition blev der ikke truffet ekstraordinære foranstaltninger for at sikre likviditeten under de usikre markedsvilkår i kølvandet på COVID-19-pandemien.

Gearing

2,8

1. halvår 2021

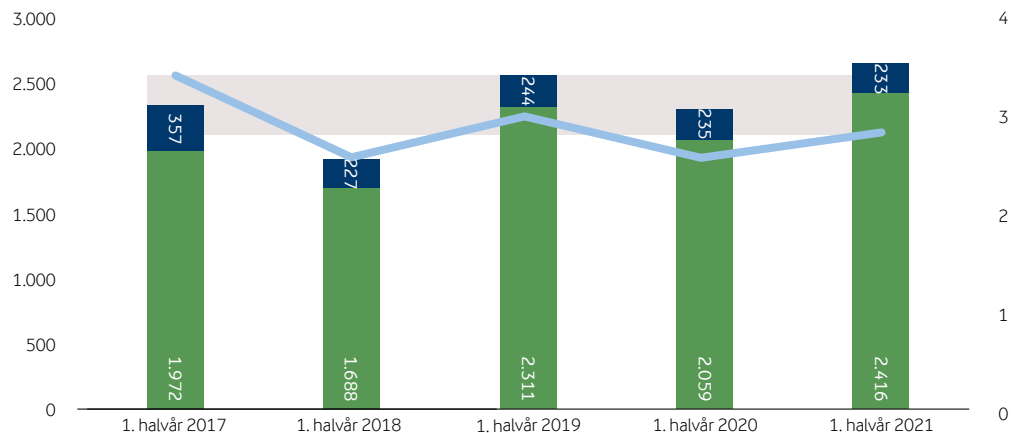
Gearing

2,6

1. halvår 2020

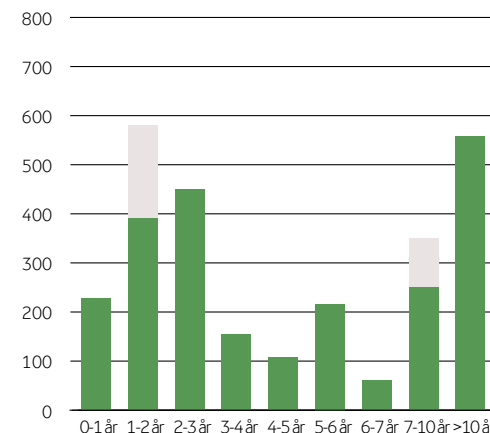
Nettorentebærende gæld

(mEUR)



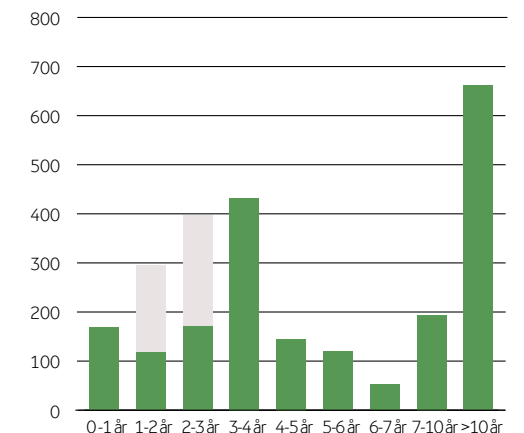
■ Gearing ■ Pensionsforpligtelser ■ Nettorentebærende gæld eksklusiv pensionsforpligtelser ■ Målinterval for gearing 2,8-3,4

Løbetid for nettorentebærende gæld, eksklusiv pensionsforpligtelser pr. 30. juni 2021 (mEUR)



■ Uudnyttede bindende faciliteter ■ Gæld

Løbetid for nettorentebærende gæld, eksklusiv pensionsforpligtelser pr. 30. juni 2020 (mEUR)



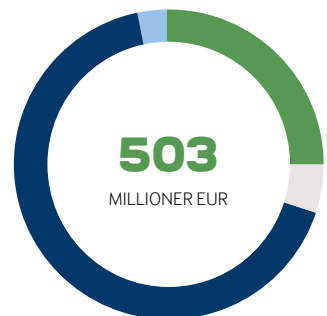
■ Uudnyttede bindende faciliteter ■ Gæld

Finansiering

4.1 FINANSIERING OG PENSIONER

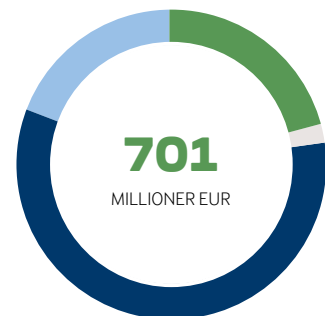
Likviditetsreserver (mEUR)	1. halvår 2021	1. halvår 2020
Likvider	124	150
Værdipapirer (frie pengestrømme)	25	11
Uudnyttede bindende lånefaciliteter	339	406
Andre uudnyttede lånefaciliteter	15	134
I alt	503	701

Likviditetsreserver, 1. halvår 2021



- Likvider 25%
- Værdipapirer (frie pengestrømme) 5%
- Uudnyttede bindende lånefaciliteter 67%
- Andre uudnyttede lånefaciliteter 3%

Likviditetsreserver, 1. halvår 2020



- Likvider 21%
- Værdipapirer (frie pengestrømme) 2%
- Uudnyttede bindende lånefaciliteter 58%
- Andre uudnyttede lånefaciliteter 19%

Valutakurser	Ultimokurs			Gennemsnitskurs		
	1. halvår 2021	1. halvår 2020	Ændring %	1. halvår 2021	1. halvår 2020	Ændring %
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

Pensionsforpligtelser (mEUR)	1. halvår 2021	1. halvår 2020
Nutidsværdi af finansierede forpligtelser	1.692	1.662
Dagsværdi af pensionsaktiver	-1.524	-1.473
Tab på finansierede pensionsordninger	168	189
Nutidsværdi af ikke-finansierede forpligtelser	6	9
Nettopensionsforpligtelser indregnet i balancen	174	198
<i>Angivet som:</i>		
Pensionsaktiver	-59	-37
Pensionsforpligtelser	233	235
Nettopensionsforpligtelser	174	198

Den britiske pensionsordning udgjorde et overskud, og den svenske pensionsordning udgjorde et underskud. Overskud præsenteres som pensionsaktiver og underskud præsenteres som pensionsforpligtelser.

Forudsætninger for de aktuarmæssige beregninger	1. halvår 2021 %	1. halvår 2020 %
Diskonteringsfaktor, Sverige	1,9	1,5
Diskonteringsfaktor, Storbritannien	2,0	1,5
Forventet lønstigningstakt, Sverige	2,4	2,3
Forventet lønstigningstakt, Storbritannien	3,3	2,8
Inflation (CPI), Sverige	1,9	1,4
Inflation (CPI), Storbritannien	2,5	1,7

ORDLISTE

Acontomælkeprisen er den acontobetaling, ejerne får pr. kg mælk, de leverer i afregningsperioden.

Arlagården® er navnet på vores kvalitetsprogram.

Arlaindtjening for Arla Foods defineres som acontomælkeprisen plus nettoresultatet divideret med den samlede mængde indvejet andelshavermælk. Den måler værdiskabelse pr. kilo ejermælk inklusive overført resultat og efterbetalinger.

Brand-andelen måler omsætningen fra strategiske brands i forhold til den samlede omsætning og defineres som omsætningsandelen fra strategiske brandede produkter og den samlede omsætning.

CAPEX er en forkortelse for "capital expenditure", det vil sige anlægsinvesteringer.

CPI er en forkortelse for Consumer Price Index, det vil sige forbrugerprisindeks.

Den internationale andel af forretningen defineres som omsætningen fra zonen International som en procentdel af omsætningen fra zonerne International og Europa.

Dækningsbidrag er et mål for lønsomhed. Det betegner, hvor stor en virksomheds omsætning er i forhold til omkostningerne.

EBIT er en forkortelse for "earnings before interest and tax", det vil sige resultat før renter og skat, og måler resultatet af driften.

EBITDA er en forkortelse for "earnings before interest, tax, depreciation and amortisation", det vil sige resultat før renter og skat samt af- og nedskrivninger for den almindelige drift.

EBIT-margin måler EBIT som en procentdel af den samlede omsætning.

Frie pengestrømme defineres som pengestrømme fra driftsaktiviteter efter fradrag af pengestrømme fra investeringsaktiviteter.

Gearing er forholdet mellem den nettorentebærende gæld inklusive pensioner og EBITDA. Gearing gør det muligt at vurdere evnen til at indfri fremtidig gæld og forpligtelser. Arlas langsigtede målsætning for gearing er 2,8-3,4.

MENA er et akronym for Mellemøsten og Nordafrika.

Mælkemængden defineres som den samlede indvejning af rå mælk i kilo fra vores ejere og underleverandører.

M&A er en forkortelse for "mergers and acquisitions", det vil sige fusioner og opkøb.

Nettoarbejdskapital er den kapital, som er bundet i varebeholdninger, tilgodehavender og gæld, herunder gæld vedrørende ejermælk.

Nettoarbejdskapital eksklusive ejermælk er den kapital, som er bundet i varebeholdninger, tilgodehavender og gæld eksklusive gæld vedrørende ejermælk.

Nettorentebærende gæld defineres som kortfristet rentebærende gæld og langsigtede forpligtelser minus værdipapirer, likvider og andre rentebærende aktiver.

Nettorentebærende gæld inklusive pensionsforpligtelser defineres som kortfristet rentebærende gæld og langsigtede forpligtelser minus værdipapirer, likvider og andre rentebærende aktiver plus pensionsforpligtelser.

Resultatandel defineres som forholdet mellem den del af periodens resultat, som allokeres til Arla Foods' ejere, og den samlede omsætning.

Segmentet for værdiforædlet protein omfatter produkter fra Arla Foods Ingredients med særlige egenskaber og forbindelser sammenlignet med standardproteinkoncentrater med et proteinindhold på cirka 80 procent.

Soliditet er forholdet mellem egenkapital eksklusive minoritetsinteresser og de samlede aktiver og måler Arlas finansielle styrke.

Strategiske brands defineres som produkter solgt under brandede produkter som Arla®, Lurpak®, Castello® og Puck®.

Trading-andelen måler det samlede mælkeforbrug til fremstilling af industriprodukter i forhold til det samlede mælkeforbrug, det vil sige baseret på volumen. Industriprodukter sælges med begrænset eller ingen værdiforædling og typisk via "business to business"-salg for andre virksomheder til brug i deres egen produktion samt industrisalg af ost, smør og mælkepulver.

Volumendrevet omsætningsvækst defineres som omsætningsvækst forbundet med vækst i mængder, med konstante priser.

Volumendrevet omsætningsvækst for strategiske brands defineres som omsætningsvækst forbundet med vækst i mængder for strategiske brands, med konstante priser.

WMP er en forkortelse for sødmælkspulver.

KONCERN- KALENDER

Regnskaber og vigtige begivenheder

26. AUGUST

Offentliggørelse af halvårsrapporten for 2021

26.-27. AUGUST

Ekstraordinært repræsentantskabsmøde

26.-27. OKTOBER

Repræsentantskabsmøde

10. FEBRUAR

Meddelelse om resultatet for 2021

23.-24. FEBRUAR

Repræsentantskabsmøde

24. FEBRUAR

Offentliggørelse af årsrapporten for 2021



Arla Foods a.m.b.a
Sønderhøj 14
8260 Viby J.
Danmark
CVR-nr.: 25 31 37 63

Tlf.: +45 89 38 10 00
E-mail: arla@arlafoods.com

www.arla.com