



FM Mattsson

GROUP

Summer Campus 2025

Fredrik Skarp, VD

1865

Frost Matts Mattsson grundar FM Mattsson.



1927

Frost Karl Mattsson grundar Mora Armatur.



1989

Mjukstängning introduceras.



1994

Kallstart introduceras.



2014

Damixa förvärvas.



2018

FM Mattsson goes Internet of Things.



2021

Aqualla & Adamsez förvärvas.



1876

Första kranen gjuts.



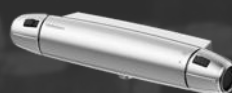
1966

Första ettgreppskranen i Europa.



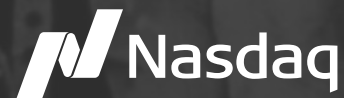
1993

Tryckbalanserad termostat introduceras.



2003

FM Mattsson & Mora Armatur går ihop.



2017

FM Mattsson Group börsnoteras.



2019

Hotbath förvärvas.

AQUA INVENT
by FM Mattsson

2022

Aqua Invent förvärvas.

NYCKELTAL 2024



565

Anställda



1 881

MSEK omsättning



9,2%

EBITA-marginal



12

Länder med säljkontor

AFFÄRSIDÉ

Erbjuda starka och hållbara varumärken med en “WOW-känsla” som kunderna är villiga att betala lite extra för.

ATTRAKTIVA VARUMÄRKEN

mora

FM Mattsson

damixa

hotbath
italian bathroomware


AQUALLA®

 ADAMSEZ®



Design to be
used.



Professional's
choice.



Tap into
your style.



Italian
bathroomware.



Crafted to add
a designer feel
to *your*
bathroom.

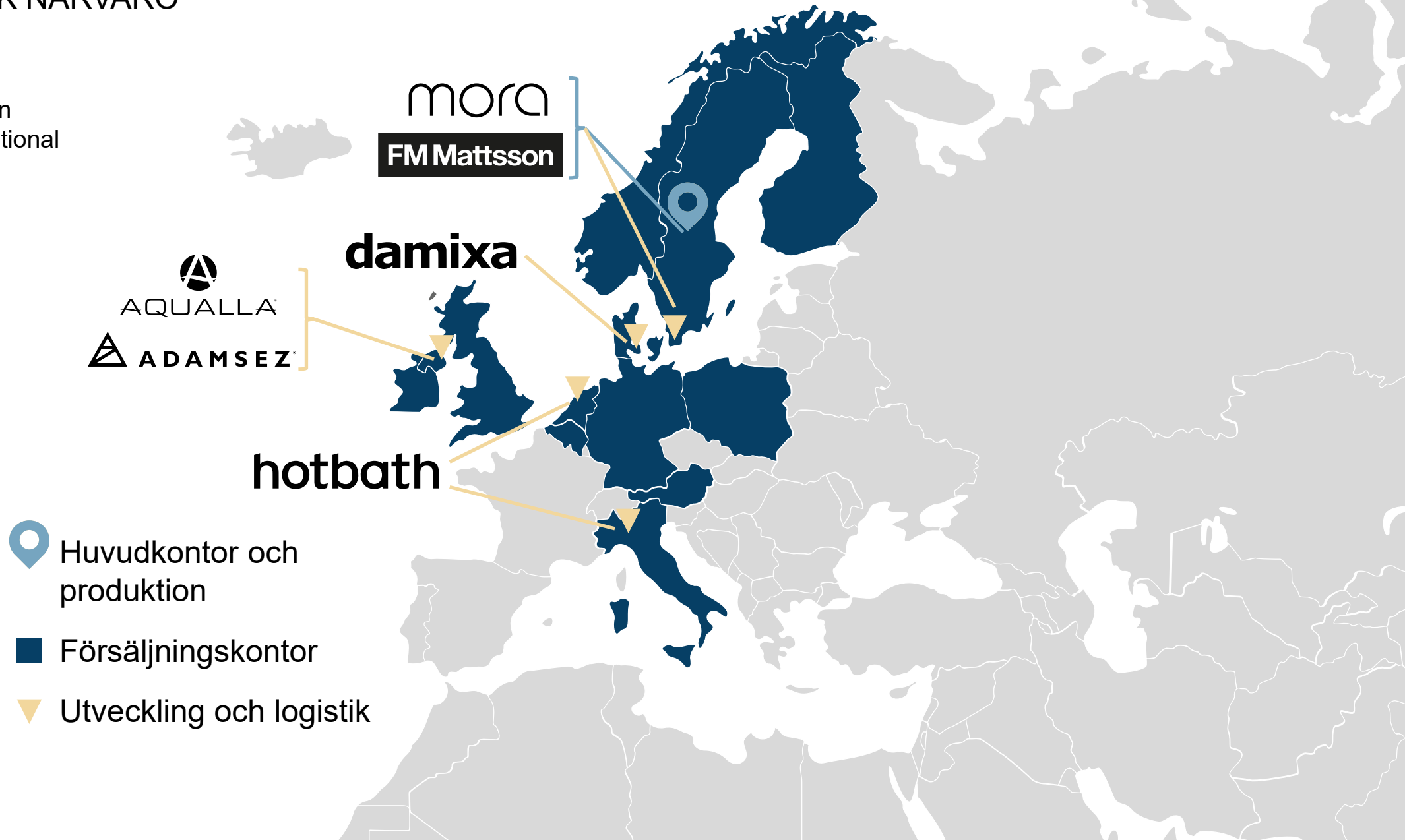


Luxury
bathroom
products
since 1880.

GEOGRAFISK NÄRVARO

Omsättning

- ~60 % Norden
- ~40% International



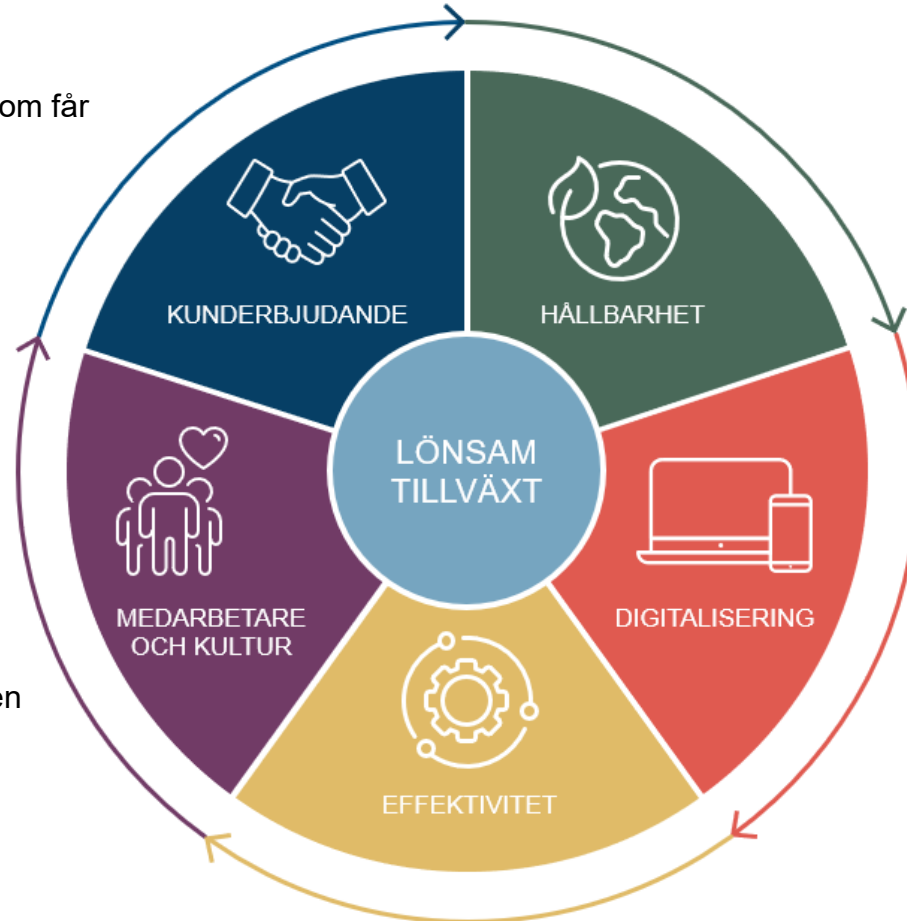
KONCERNENS STRATEGISKA HÖRNSTENAR

Kunderbjudande

- Varumärken, produkter och tjänster som får kunderna att känna WOW.
- Växa i befintliga och nya segment.

Medarbetare och Kultur

- Följa vår värdegrund.
- Vara den mest attraktiva arbetsgivaren på de platser vi verkar.



Effektivitet

- Alla processer skapar ett tydligt kundvärde.
- Skapa fördelar inom inköp, logistik, sortiment och administration.

Hållbarhet

- Bli erkänd som marknadsledaren inom produkt-hållbarhet på våra huvudmarknader.
- Agera ansvarsfullt och kontinuerligt minska vår miljöbelastning i hela värdekedjan.

Digitalisering

- Digital kundupplevelse som skapar merförsäljning.
- Höja effektivitet, kvalitet och tillgänglighet vid datahantering.

MARKNADSLÄGET

Olika förutsättningar i en osäker omvärld

- Vissa länder och kundsegment mer utmanande än andra för våra varumärken
- Konjunkturläget bedöms fortsätta som följd av den globala osäkerheten i ekonomin
- Lägre räntor och satsningar på ROT positivt.



Utfall mot finansiella mål



MSEK	Mål	mar 2025	dec 2024
Organisk tillväxt	≥ 5 %	6,2	-2,9
EBITA-marginal ¹	≥ 15 %	9,3	9,2
Utdelning som procent av resultat efter skatt ²	~ 50 %	-	83,0
Soliditet	~ 40 %	57,6	58,1

¹ EBITA-marginal rullande 12 månader angett pga säsongsvariationer. Rensat för engångsposter uppgick den till 9,7 % (2024: 9,4 %)

² Beslutad utdelning för verksamhetsåret 2024

Några kundcase med WOW

INSPIRERANDE PROJEKT

FM Mattssons duschpaneler förhindrar legionella

- Duschpaneler med hygienspolning och UVC-ljus förhindrar tillväxt av legionella i duschutrymmen. En lösning som kräver vare sig kemikalier eller hetvatten.
- Det första bygget som fick del av FM Mattssons lösning var Korsvolls multiarena i Norge. Sedan den togs i bruk för två år sedan, har FM Mattsson skapat paneler med samma funktion i en rad anläggningar över hela landet.
- Legionella är en stor hälsorisk, som byggföretagen alltid behöver ha med i planeringen vid nybyggnationer.



INSPIRERANDE PROJEKT

Finska hotell satsar på hållbarhet med hjälp av Damixa och Mora Armatur

- Tahko Sky i den finska skidorten Tahko är byggt för att möta efterfrågan på hållbar turism. En viktig del av detta har varit användandet av Mora X Collection samt blandarserien Damixa Silhouet.
- Scandic Elielinaukio i Helsingfors, genomgår en ambitiös renovering med krav på att uppnå miljöcertifieringen LEED Gold. Där används LEED-versionerna av Damixa Core och Damixa Silhouet.



INSPIRERANDE PROJEKT

Uppdaterad blandarserie uppfyller Mölnlycke Health Cares vision

- GoCo Health Innovation City i Mölndal och bad om hjälp med att ta fram en blandarserie som bidrog till visionen om ett välkomnande kontor som ger en känsla av att komma hem och valde därför Mora Armaturserie INXX i borstad mässing.
- Utifrån kundens behov och deras högt ställda miljö- och hållbarhetskrav, anpassade vi serien. Det blev en specialtillverkad upplaga, som uppfyllde kraven på vattenbesparing enligt miljöcertifieringen LEED Platinum.
- Mölnlycke Health Cares krav, tillsammans med vår förmåga att anpassa oss efter dessa, har lett till en utvecklad produktserie som även andra kunder med starka hållbarhetsambitioner har glädje av.



INSPIRERANDE PROJEKT

Hotbath hos Van der Valk

- En av de äldsta och största hotellkedjorna i Nederländerna
- Över 100 hotell i hela världen
- För nya Hotel Van der Valk Lelystad har man valt Hotbaths armaturer i hotellrummens badrum.



INSPIRERANDE PROJEKT

‘Nya’ Hotbath lanserat

- Nytt badrumskoncept lanserat för Hotbath på stora branschmässan ISH i Frankfurt
- Bredare produktprogram och tydligare premiumfokus
- Ökat fokus på tillväxt hos nya kunder och regioner.





**SAMMANFATTNINGSVIS
“VARFÖR FM MATTSSON GROUP?”**

**Nordisk
marknadsledare
med starka
etablerade
relationer**

**Bred
produktportfölj
och starka
varumärken**

**Internationell
närvaro i utvalda
segment**

**Solid plattform
för lönsam
tillväxt och
ytterligare
förvärv**