

Pressmeddelande

För mer information,
kontakta:

Electrolux Pressjour
08 657 65 07

Väl positionerade för värdeskapande – Electrolux kapitalmarknadsdag 2019

Stockholm den 27 mars 2019

Electrolux kapitalmarknadsdag äger idag rum vid huvudkontoret för affärsområdet Professionella Produkter i Pordenone i Italien. Medlemmar i ledningsgruppen presenterar hur Electrolux konsumentverksamhet är väl positionerad för att skapa värde genom att accelerera lönsam tillväxt, samt hur Professionella Produkter ska använda sin unika position i branschen för att driva fortsatt tillväxt. Se nedan en länk för att följa presentationerna genom en webbsändning.

”Vi har över de senaste två åren sett en betydande förbättring av Electrolux resultat, med bra stabilitet i lönsamheten trots ovanligt tuff motvind. Vi fram emot att berätta mer om viktiga strategiska steg som vi tar på vår väg mot lönsam tillväxt”, säger Jonas Samuelson, Electrolux VD och koncernchef.

Den 1 februari meddelade Electrolux strategiska och organisatoriska förändringar för att stärka förmågan att skapa enastående konsumentupplevelser och accelerera lönsam tillväxt. I samband med dessa förändringar tar Electrolux ett antal strategiska initiativ för att höja innovationstakten kring konsumentupplevelser och för att vässa sina viktigaste varumärken. Företaget siktar också på att dubbla eftermarknadsförsäljningen, från 5 procent av koncernens omsättning till 10 procent tills 2025, genom att förbättra utbudet av serviceprodukter och dra mer nytta av digitala interaktioner med konsumenter. En annan viktig drivkraft blir utvecklingsmarknaderna, där Electrolux har lagt en tydlig plan för att öka försäljningstillväxten i varje region.

Som meddelades vid kapitalmarknadsdagen i november 2017 genomför Electrolux nu ett investeringsprogram i sin produktion om 8 miljarder kronor över 4-5, år från och med 2018. Tonvikten ligger på automatisering, digitalisering och modulbaserade produktplattformar som ger förbättrade förutsättningar för innovation. Programmet förväntas nu generera årliga kostnadsbesparingar på cirka 3 miljarder kronor, med full effekt från och med 2024. Dessa åtgärder är särskilt utformade för att stärka Electrolux konkurrenskraft i Nordamerika.

”Allt detta, tillsammans med ett bra kassaflöde och en stark balansräkning, innebär att vi har ett bra utgångsläge för att uppnå våra mål om en rörelsemarginal på minst 6 procent och minst 4 procents försäljningstillväxt över en konjunkturcykel. Som tidigare meddelats kommer dessa mål att förbli oförändrade efter den planerade avknoppningen av affärsområdet Professionella Produkter. Detta innebär alltså en ambition att fortsätta förbättra resultatutvecklingen inom konsumentverksamheten”, säger Samuelson.

Electrolux upprepade också sina prognoser för verksamheten som publicerades i delårsrapporten för fjärde kvartalet 2018. Marknadsutsikterna i Electrolux viktigaste regioner är oförändrade men visibiliteten är fortsatt begränsad till följd av fortsatt politisk och ekonomisk osäkerhet runtom i världen.

Professionella Produkter i fokus

Vid kapitalmarknadsdagen betonade Electrolux även möjligheterna för affärsområdet Professionella Produkter att skapa värde som mer fokuserat och snabbbrörligare fristående bolag med tillgång till kapitalmarknaden. Electrolux meddelade den 31 januari

att bolaget förbereder en avknoppning av Professionella Produkter från koncernen, givet godkännande från aktieägarna.

”Vårt affärsområde har en unik position, eftersom vi är det enda varumärket som erbjuder ett komplett utbud av lösningar för storkök, dryckesservering samt tvätt på marknaden för professionella vitvaror. Vi tror att denna positionering ger oss stora möjligheter att skapa fortsatt tillväxt genom att utveckla hållbara och innovativa lösningar med låga driftskostnader”, säger Alberto Zanata, chef för affärsområdet Professionella Produkter. ”Vår tillväxtstrategi innefattar expansion inom restaurangkedjor, på utvecklingsmarknader och i segmentet för dryckesservering, samt genom att lyfta försäljningen på eftermarknaden. Förvärv har varit en viktig drivkraft för vår tillväxt och är fortsatt ett fokusområde för Professionella Produkter”.

Tidsplanen för den avsedda avknoppningen är fortsatt så som meddelades den 31 januari. Electrolux styrelse förväntar sig att ge en uppdatering angående förberedelserna samt en mer detaljerad tidsplan omkring halvårsskiftet 2019. Givet styrelsens genomgång är avsikten därefter att lägga ett förslag för utdelning och notering av Electrolux Professional till en bolagsstämma. Förutsatt att aktieägarna röstar för ett sådant förslag är avsikten att notera Electrolux Professional på Nasdaq Stockholm under första halvåret 2020.

Presentationer och webbsändning

Presentationer från kapitalmarknadsdagen kommer att finnas tillgängliga [här](#) från och med 07.45 CET. Den första delen av dagen, med presentationer av Jonas Samuelson, finansdirektör Therese Friberg samt Alberto Zanata, kommer att webbsändas live med början 08.30 CET. Webbsändningen går att nå [här](#). För deltagare på plats i Pordenone ingår i programmet även besök vid verksamhetens tillverkning och anläggningar för forskning och utveckling, samt demonstrationer av de senaste innovativa produkterna och uppkopplade lösningarna.

Electrolux gör livet bättre och mer hållbart för miljontals människor genom att ständigt utveckla nya sätt att skapa smakupplevelser, ta hand om kläder och få en hälsosammare hemmiljö. Vi är ett ledande globalt vitvaruföretag som sätter konsumenten i centrum i allt vi gör. Genom våra varumärken, som inkluderar Electrolux, AEG och Frigidaire, säljer vi mer än 60 miljoner produkter till hushåll och professionella användare på fler än 150 marknader varje år. Under 2018 hade Electrolux en omsättning på 124 miljarder kronor och cirka 54 000 anställda. För mer information besök www.electroluxgroup.com.