

Pressmeddelande

För mer information,
kontakta:

Catarina Ihre,
Vice President,
Investor Relations,
08 738 60 87

Electrolux Pressjour
08 657 65 07

VD och koncernchef Keith McLoughlin kommenterar resultatet för tredje kvartalet 2015.

Organisk tillväxt och högre kostnads- effektivitet bidrog till resultatet

Electrolux rörelseresultat uppgick till 1,5 miljarder kronor för tredje kvartalet 2015 – en ökning med 8 procent jämfört med motsvarande kvartal föregående år. Våra största affärsområden, Vitvaror EMEA och Vitvaror Nordamerika, som tillsammans utgör 65 procent av koncernens försäljning, visade en god organisk tillväxt och betydande resultatförbättringar. Resultatet för Professionella Produkter fortsatte att utvecklas väl. Den svaga makroekonomiska situationen i Brasilien hade en negativ inverkan på resultatutvecklingen inom Vitvaror Latinamerika. Koncernens kassaflöde var starkt och uppgick till 3,2 miljarder kronor under kvartalet.

Efterfrågan på vitvaror fortsatte att förbättras på flertalet marknader i Europa. Marknaden i Västeuropa har visat tillväxt under sju kvartal i följd. Vitvaror EMEA har haft starkt fokus på de mest lönsamma produktkategorierna och ökat marknadsandelarna inom segment som inbyggnadsprodukter för kök på en god marknad. Vårt pågående kostnadsbesparingsprogram fortsatte att bidra till resultatet under kvartalet. Vi bedömer att den totala europeiska marknaden växer med 1–2 procent under 2015, inklusive nedgången i efterfrågan i Ryssland och Ukraina.

Vitvaror Nordamerika visade en god organisk tillväxt under kvartalet och volymerna ökade inom flertalet produktkategorier inom vitvaror. Lönsamheten inom kyl och frys har återhämtat sig efter de anpassningar som genomförts för att uppfylla de nya energikrav som infördes under andra halvåret 2014. Åtgärderna för att öka takten i uppstarten av den nya spisfabriken i Memphis, som gått långsammare än väntat, fortsätter. Den amerikanska marknaden för vitvaror är fortsatt god och vi förväntar oss nu en tillväxt på 4–6 procent för helåret.

Marknadsförhållandena i Brasilien är fortsatt utmanande. Efterfrågan på vitvaror minskade betydligt under kvartalet, vilket påverkade försäljningsvolymerna och resultatet. Vi fortsätter att genomföra kostnadsbesparingsåtgärder för att motverka effekterna av de svaga marknadsförhållandena. Vi har också höjt priserna för att kompensera för den fortsatt negativa valutakursutvecklingen. Starkare resultatutveckling i Argentina och Chile har i viss mån motverkat den negativa resultatutvecklingen i Brasilien. De makroekonomiska utsikterna för Brasilien är fortsatt svaga.

Utvecklingen inom vår verksamhet i Vitvaror Asien/Stillahavsområdet påverkades av lägre försäljning i Kina. Den lägre försäljningen är ett resultat av att vi dragit ner vår verksamhet på den kinesiska marknaden. Lönsamheten i Australien och Sydostasien utvecklades väl. Professionella Produkter fortsatte också att visa en god resultatutveckling och affärsområdet nådde sin högsta rörelsemarginal någonsin för ett kvartal.

Som tidigare meddelats fortsätter vi att arbeta för att nå en uppgörelse med det amerikanska justitiedepartementet gällande det pågående förvärvet av GE

Appliances. Samtidigt förbereder vi oss för de planerade domstolsförhandlingarna i november och vi är övertygade om att vi har en stark position. Vår uppfattning är att vitvarubranschen är mer konkurrensutsatt än någonsin, och vi är övertygade om att förvärvet kommer att stärka vår förmåga att leverera ännu mer innovativa produkter till konsumenter och återförsäljare. Förvärvet förväntas i hög grad bidra till att uppnå koncernens vision om att vara det bästa vitvaruföretaget i världen enligt kunder, anställda och aktieägare.

Stockholm den 23 oktober 2015
Keith McLoughlin
Verkställande direktör och koncernchef

Electrolux offentliggör denna information enligt lagen om värdepappersmarknaden och/eller lagen om handel med finansiella instrument. Informationen lämnades för offentliggörande den 23 oktober 2015 kl. 08.01 (CET).

Electrolux är en av världens ledande tillverkare av hushållsmaskiner. Utvecklingen bygger på konsumentinsikt och sker i nära samarbete med professionella användare. Vi erbjuder innovativa lösningar för hem och företag, med omsorgsfullt designade produkter såsom kylskåp, diskmaskiner, tvättmaskiner, spisar, luftkonditioneringar, dammsugare och småapparater. Under välkända varumärken som Electrolux, AEG, Zanussi, Frigidaire och Electrolux Grand Cuisine säljs fler än 50 miljoner produkter årligen till kunder i över 150 länder. Under 2014 hade Electrolux en omsättning på 112 miljarder kronor och cirka 60 000 anställda. För mer information besök www.electroluxgroup.com.