

Pressmeddelande

För mer information,
kontakta:

Daniel Frykholm
Electrolux Pressjour
08 657 65 07

Catarina Ihre
Vice President
Investor Relations
08 738 60 87

VD och koncernchef Jonas Samuelson kommenterar resultatet för tredje kvartalet 2016

Fortsatt marginalförbättring

Electrolux rörelseresultat för tredje kvartalet 2016 ökade med mer än 20 procent jämfört med motsvarande period föregående år. Rörelseresultatet uppgick till 1,8 miljarder kronor vilket motsvarar en marginal om 5,9 procent (4,8). Flertalet affärsområden visade resultatförbättringar. Utvecklingen i Latinamerika fortsatte dock att påverkas av svaga marknadsförhållanden. Fyra av koncernens sex affärsområden uppnådde en rörelsemarginal på över 7 procent. Vitvaror EMEA och Nordamerika fortsatte att förbättra rörelseresultat och marginaler. Därutöver var utvecklingen för Vitvaror Asien/Stillahavsområdet särskilt stark. Koncernens kassaflöde visade en fortsatt stark trend och uppgick till 3 miljarder kronor.

Rörelsemarginalen för Vitvaror EMEA förbättrades som ett resultat av högre försäljningsvolym, mixförbättringar och kostnadseffektiviseringar. Rörelsemarginalen uppgick till 7,1 procent vilket är den högsta för ett enskilt kvartal sedan 2010. Electrolux stärkte marknadsandelarna inom prioriterade produktkategorier och varumärken i premiumsegmentet. Under kvartalet introducerades en ny produktserie under varumärket AEG. Produktserien inkluderar helt nya användaranpassade lösningar för kök och tvätt. Efterfrågan på vitvaror i Europa fortsatte att förbättras även om vissa marknader i Västeuropa försvagades, som exempelvis Storbritannien. Vi kvarhåller vår tidigare bedömning att marknadsefterfrågan på vitvaror i Europa för helåret 2016 kommer att öka med 2-4 procent, troligen i nedre delen av spannet.

Resultatet för Vitvaror Nordamerika fortsatte att förbättras under kvartalet och marginalen steg till 7,4 procent. Ökad kostnadseffektivitet och lägre kostnader för råmaterial bidrog till resultatutvecklingen och motverkade fortsatt prispress. Försäljningsvolymerna av vitvaror under egna varumärken ökade medan försäljningen av produkter under återförsäljares egna varumärken minskade, vilket främst var ett resultat av lagerneddragningar. Marknadsefterfrågan på vitvaror för kvartalet var oförändrad, vilket är ett resultat av att en stark efterfrågan i september motverkade svag efterfrågan under kvartalets första två månader. Vi bedömer nu att efterfrågan på vitvaror i Nordamerika för helåret 2016 ökar med 3-4 procent.

Vitvaror Asien/Stillahavsområdet visade en stark organisk försäljningstillväxt, som ett resultat av en ökad försäljning i Sydostasien och en stark säsong för luftkonditioneringsutrustning i Kina. Electrolux utveckling på den viktiga australiensiska marknaden var stabil. Rörelseresultatet förbättrades väsentligt och rörelsemarginalen uppgick till 8,3 procent. Integreringen av det nyligen förvärvade bolaget för vinkylar, Vintec, löper enligt plan. Under kvartalet introducerade vi nya produkter under varumärket AEG på den kinesiska marknaden.

Marknadsförhållandena i Brasilien och Argentina var under kvartalet fortsatt svaga vilket påverkade resultatutvecklingen inom Vitvaror Latinamerika. Lägre försäljningsvolym och en försämrad mix motverkades endast delvis av prisökningar och kostnadsbesparingar. Vi vidtar ytterligare åtgärder för att strukturellt anpassa kostnaderna till de svaga marknadsförhållandena.

Vår verksamhet inom Professionella Produkter fortsatte att visa lönsam tillväxt. Åtgärdsprogrammet för att förbättra lönsamheten inom Dammsugare och småapparater fortgår enligt plan. Rörelseresultatet för kvartalet inkluderar kostnader för att ompositionera verksamheten. Den underliggande verksamheten utvecklades väl.

Vi har fokus och hög prioritet på att nå en uthållig, förbättrad lönsamhet inom alla våra affärsområden med målet att säkerställa en rörelsemarginal över en konjunkturcykel på minst 6 procent. Genom fortsatt utveckling av innovativa produkter och tjänster för goda kundupplevelser växer vi lönsamt, samtidigt som vi fortsätter att öka kostnadsproduktiviteten. På det sättet skapar vi ökat aktieägarvärde.

Stockholm 28 oktober 2016
Jonas Samuelson
VD och koncernchef

Denna information är sådan information som AB Electrolux är skyldigt att offentliggöra enligt EU:s marknadsmissbruksförordning och lagen om värdepappersmarknaden. Informationen lämnades, genom ovanstående kontaktpersons försorg, för offentliggörande den 28 oktober 2016 kl. 0800 CET.

Electrolux är en av världens ledande tillverkare av hushållsmaskiner och professionell köks- och tvättutrustning. Med konsumentinsikt som utgångspunkt skapar vi, i nära samarbete med professionella användare, omsorgsfullt designade, innovativa och hållbara produkter. Utbudet inkluderar kylskåp, ugnar, spisar, hällar, diskmaskiner, tvättmaskiner, dammsugare, luftkonditioneringar och småapparater. Under välkända varumärken som Electrolux, AEG, Zanussi, Frigidaire och Electrolux Grand Cuisine säljs fler än 60 miljoner produkter årligen till kunder i över 150 länder. Under 2015 hade Electrolux en omsättning på 124 miljarder kronor och cirka 58 000 anställda. För mer information besök www.electroluxgroup.com.