

Fokusområden för hållbarhet

Genom att identifiera och inrikta sig på kärnfrågor inom ansvarsfullt företagande är Electrolux bättre positionerat att minimera icke-finansiella risker, förstå sina marknader, upptäcka trender i samhället och möta konsumenters förändrade förväntningar.

Intressenternas uppfattning om Electrolux som ett pålitligt företag och ett uppskattat varumärke påverkas i hög grad av hur väl Electrolux hanterar de för sin verksamhet viktigaste miljömässiga och sociala frågorna.

Identifiering av relevanta frågor

Fyra områden är särskilt viktiga för Electrolux: etisk affärsverksamhet och säkra arbetsförhållanden, klimatförändringar, ansvarsfulla inköp samt hantering av koncernens omstrukturingsprocess. Frågorna har identifierats genom att väga åsikterna hos intressenter såsom anställda, myndigheter, opinionsbildare, affärspartners, investerare samt konsument. Resultatet har kombinerats med marknadskännedom, mediebevakning samt med en analys av produkternas påverkan under hela deras livscykel. De framkomna prioriteringarna har därefter kartlagts i förhållande till deras påverkan på affärsverksamheten och företagets anseende.

Denna process stödjer koncernens förstärkta och uppdaterade hållbarhetsstrategi och är vägledande för den årliga resultatredovisningen.

Transparens skapar förtroende

Att vara transparent med hur koncernen mäter, hanterar och integrerar dessa hållbarhetsprioriteringar i verksamheten är en viktig del i den årliga redovisningsprocessen. Electrolux har därför utvecklat en omfattande, tredelad metod för att redovisa hållbarhet som inkluderar en utförlig GRI-rapportering på nätet. Redovisningen fokuserar framförallt på de fyra frågorna med störst relevans för företaget och är inriktat på de olika intressenternas informationsbehov.

- **Årsredovisning:** Information om hållbarhet har integrerats i hela denna årsredovisning. Skrivna för merparten aktieägare och intressenter har sex sidor speciellt tillägnats hållbarhetsfrågornas relevans för affärsstrategin samt för mål och resultat. Se även del 1 på sidorna 56–59.

- **Årsredovisning på webben:** Uppbyggd på ett klickbart GRI-index visar den webbaserade årsredovisningen hur Electrolux presterar i förhållande till erkända indikatorer i ett bredare sammanhang. Den har utformats för etiska investerare och andra yrkesutövare inom hållbarhet och finns enbart på engelska. Se www.electrolux.com/arsredovisning2010

- **Strategisk hållbarhetsrapport:** Future InSight är en omvärldsrapport som riktar sig till viktiga intressenter såsom medarbetare, återförsäljare, kunder och andra affärskontakter. Den är framåtblickande och fokuserar på hur miljömässiga och samhällseliga utmaningar driver på innovationer och formar strategier och partnerskap.



Electrolux resultatrapport 2010 för hållbarhet innehåller information som återfinns i både den tryckta och den webbaserade årsredovisningen. Se www.electrolux.com/arsredovisning2010

GRI tillämpningsnivå B

Electrolux har rapporterat resultaten av hållbarhetsarbetet i enlighet med GRI:s tillämpningsnivå B, självdeklarerat och GRI-granskat. Detta inkluderar information som ges både i denna sammanfattande GRI-redovisning och i den webbaserade årsredovisningen.

		2002 In Accordance	C	C+	B	B+	A	A+
Mandatory	Self Declared							
	Third Party Checked							
Optional	GRI Checked				●			

1 Etiska affärer och säkra arbetsplatser

Att bygga ett ansvarsfullt företag börjar med säkra arbetsplatser, ömsesidig respekt och gemensamma värderingar. För att återspegla detta är all verksamhet i Electrolux grundad på styrande principer såsom etik, integritet, respekt, mångfald, säkerhet och hållbarhet. De är inbyggda i bolagsstyrningsstrukturen genom uppförandekoden, policys och ledningsrutiner.

Utbildning, mätning och uppföljning

För att leva upp till dessa principer genomförs en rad aktiviteter såsom målframtagning, datainsamling, utbildning, utvecklingsamtal och medarbetarundersökningar. Dessutom följer koncernen upp efterlevnad av koder och policys. Av 20 anläggningar i regioner definierade som riskområden reviderades 11 (10) av tredje part.

Visions- och värderingsprogrammet Our Electrolux har förstärkts i hela företaget genom integrering i ledarutvecklingsprogram samt 700 workshops med 8 000 deltagande. Under året introducerades även en reviderad medarbetarundersökning som mäter hur företagskulturen reflekterar koncernens värderingar. Undersökningen kommer att genomföras regelbundet.

Ett etikprogram har utvecklats för att öka medarbetarnas förståelse för koncernens förväntningar på etiskt ansvarstagande på både personlig och företagsmässig nivå. Programmet inkluderar en etisk "hotline" som sköts av tredje part där medarbetare anonymt och konfidentiellt ska kunna rapportera bristande efterlevnad av koder och policys.

Säkerhetsnät

Med målet att 25 procent av koncernens tillverkande enheter ska uppnå bästa säkerhetsklass till 2016, har ett globalt ledningssystem för hälsa och säkerhet utvecklats och detaljerade kortsiktiga arbetsmiljömål tagits fram. Programmet omfattar månatlig statistik från varje tillverkande enhet och medarbetarundersökningar för att mäta upplevd prestanda, liksom definierade miniminivåer för högriskaktiviteter samt beredskapsprogram för nödlägen. Det globala antalet fall av incidenter (TCIR) minskade med 21 procent, medan bortfall av arbetsdagar på grund av skador ökade med 1 procent.



Electrolux etikprogram utvecklades under 2010 med en koncerngemensam utvärdering 2011.

Ett globalt företag byggt på mångfald

Electrolux har ambitionen att attrahera människor som återspeglar koncernens globala marknader och konsumentbas. Detta är ett område som kräver ständig förbättring särskilt när det gäller könsmässig balans. Den kvinnliga representationen i ledningsgrupperna är 14 procent (15).

Insikter från intressenter

Electrolux undertecknade 2010 ett internationellt ramavtal med IF Metall, baserat på Electrolux uppförandekod. Det understryker företagets seriösa inställning att globalt upprätthålla samma höga standard för mänskliga rättigheter, hälsa och säkerhet samt miljö. För att få bättre insikt i förväntningarna på företaget siktar Electrolux på att under 2011 ytterligare utveckla sin process för intressentdialoger för bättre integration i affärsstrategier.

2 Klimatutmaning

Klimatförändring är en fråga av största betydelse för Electrolux och den största klimatpåverkan sker under produkternas användning. Att tillverka energismarta hushållsprodukter och höja konsumenternas medvetenhet om den roll som de kan spela i att tackla klimatförändringarna är därför nödvändigt. Det är även bra affärsmässigt eftersom produkter med enastående miljöprestanda ger högre vinster. Under 2010 svarade försäljningen av koncernens Green Range-utbud, de mest energioch vattneffektiva produkterna, för 22 procent av totalt sålda enheter och 35 procent av bruttovinsten.

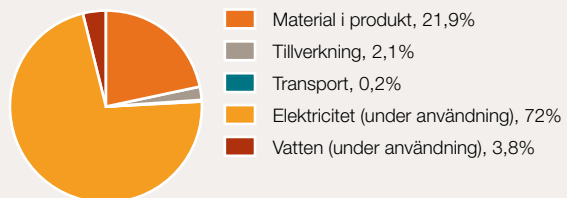
Tredelad klimatstrategi

Electrolux har en tredelad strategi för att tackla klimatförändringar: ta fram klimatsmarta produkter, höja konsumenternas medvetenhet samt att förbättra effektiviteten i tillverkningen.

Med avseende på direkt klimatpåverkan har Electrolux som mål att skära ned energianvändningen i verksamheten med 28 procent (absolut minskning) fram till 2012 jämfört med 2005. Utsläppen av koldioxid har minskat med 173 000 ton sedan 2005, vilket innebär en sammantagen minskning med 25 procent. Att spara energi genererar också pengar. När målet är fullt uppnått sparar Electrolux ungefär 200 Mkr årligen jämfört med 2005.

Att uppfylla koncernens klimatambitioner kräver också långsiktiga allianser. Ett exempel som visar på koncernens inriktning mot partnerskap är utvecklingsprojektet Norra Djurgårdsstaden i Stockholm. Tillsammans med Stockholms stad, ABB, Ericsson och Fortum genomför Electrolux en banbrytande utveckling av ett så kallat "smart-grid"-system – en förutsättning för fossilfritt boende – som kommer att betjäna 10 000 boende och 30 000 arbetsplatser. Electrolux deltar även i andra "smart-grid"-initiativ i Italien, Danmark och Nederländerna.

Miljöpåverkan under livscykeln



Cirka 75% av en produkts miljöpåverkan sker under användning jämfört med mindre än 3% under tillverkning. Därför är Electrolux viktigaste bidrag till klimatarbetet att utveckla en produktbaserad strategi. Diagrammet baseras på data gällande en genomsnittlig tvättmaskin såld i Europa.

Källa: Öko-Institut e.V., Institutet för tillämpad ekologi, 2004.

3 Ansvarsfulla inköp

Andelen inköp från lågkostnadsländer ökade från 30 procent 2004 till 56 procent 2010 och förväntas uppgå till cirka 70 procent inom ett par år. I linje med denna förändring lägger koncernfunktionen Inköp allt större vikt vid att säkerställa samma höga krav på miljö- och arbetsförhållanden genom hela värdekedjan. Efterlevnad av Electrolux uppförandekod och miljöpolicy är obligatorisk och icke-förhandlingsbar vid utvärdering av potentiella och befintliga leverantörer.

Längs värdekedjan

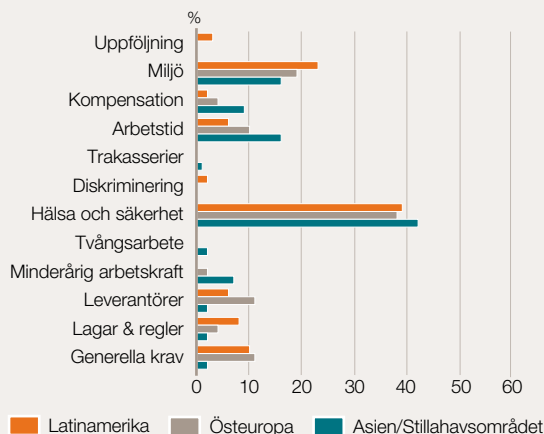
Genom att använda revisioner, utbildning och rapportering syftar programmet för ansvarsfulla inköp till att bygga transparenta och stödjande relationer med leverantörer kring deras arbete med miljö och arbetsmiljö. Detta ledande angreppssätt hjälper till att minimera att koncernens anseende påverkas och att minska riskerna för allvarliga avvikelser, som skulle kunna störa produktleveranserna.

Inom programmet övervakar Electrolux noggrant leverantörer klassificerade som hög eller medelhög risk. Totalt genomfördes 328 revisioner bland leverantörer i år, varav 271 av Electrolux egna hållbarhetsrevisorer och 57 av tredjepartsrevisorer. Revisorer finns på plats i Asien/Stillahavsområdet, Östeuropa och Latinamerika.

Under 2009 krävde Electrolux att leverantörerna skulle börja mäta sin energiförbrukning genom introduktionen av Electrolux Workplace Standard. Under 2010 genomfördes Energy Efficiency Partnership Program, en pilotstudie bland utvalda leverantörer i Kina för att hjälpa dem att minska sin energiförbrukning. Erfarenheterna från programmet kommer att spridas till leverantörer under 2011.

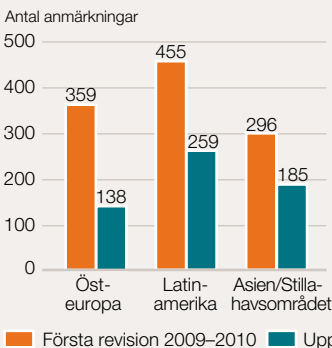
Revisionsresultat

Revisionsanmärkning



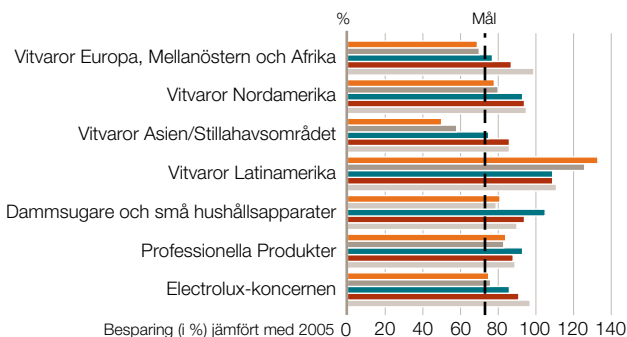
Revisionsresultat från 328 leverantörsrevisioner under 2010. Hälsa och säkerhet samt arbetstidsfrågor fortsätter att vara problemområden. Då Electrolux idag har mer strikta miljökrav i sina riktlinjer och revisioner har denna kategori blivit det tredje största området för avvikelser. Frågor kring ung arbetskraft (under 15 år) förekommer i färre fall än under föregående år och är huvudsakligen ett problem i Asien/Stillahavsområdet. Merparten avvikelser är relaterad till otillräckligt skydd av tillåten ung arbetskraft (16-18 år). I Asien/Stillahavsområdet avslöjades 24 (24) fall av ung arbetskraft.

Uppföljningsrevisioner



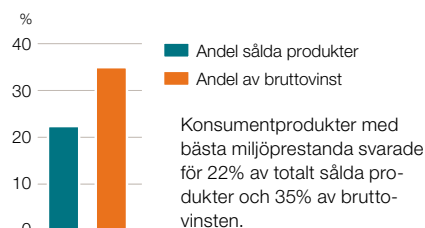
Resultat från uppföljningsrevisioner hos 16 leverantörer i Europa, 23 i Latinamerika och 17 i Asien/Stillahavsområdet under 2010. Initiala revisioner gjordes under 2009 och 2010. Likt 2009 visar resultaten betydande förbättringar hos merparten av leverantörerna, men otillräckliga förbättringar hos några. Andra aktiviteter, såsom utbildning och praktisk konsultation, är nödvändiga för att stödja ytterligare förbättringar hos leverantörerna.

Energibesparingsmål 2012 (GRI EN18)



Koncernens energiförbrukning har minskat med 25% jämfört med 2005, vilket motsvarar en minskning med 173 000 ton koldioxid (justerat för data från IEA 2010). Uppgifterna baseras på data från 50 fabriker, 33 lager och 38 kontor, jämfört med 52 fabriker, 17 lager och 25 kontor under 2005.

Green Range globalt



Konsumentprodukter med bästa miljöprestanda svarade för 22% av totalt sålda produkter och 35% av bruttovinsten.

4

Omstrukturering

Som en global arbetsgivare påverkar koncernbeslut individer och lokalsamhällen. Vare sig Electrolux startar ny verksamhet, övergår till nya tekniker eller hanterar organisationsförändringar är målsättningen att göra det på ett ansvarsfullt sätt i dialog med berörda parter. Koncernens omstruktureringsprogram, som ska slutföras under 2011, innebär att mer än hälften av tillverkningen flyttas till lågkostnadsländer. Bland fördelarna finns arbetstillfällen, möjligheter för lokala leverantörer, teknik- och kunskapsöverföring samt förbättrade miljö- och arbetsvillkor. Men att stänga verksamheter är en svår process för alla berörda.

Som en del i omstruktureringsprogrammet minskade Electrolux sin personalstyrka med cirka 900 anställda under 2010. Särskilt påverkades verksamheterna i Ryssland och Sverige. Electrolux har som ambition att möta behoven hos alla berörda genom att vara transparent och inkluderande.

När utvärderingar genomförs vid en eventuell nedläggning av en fabrik följs en procedur som är anpassad till lokala behov och prioriteringar. Efter beslutet att stänga fabriken eller minska produktionen, erbjuds medarbetarna stöd i form av till exempel framtida pensionering, utbildningsprogram och karriärcoachning.

Electrolux erfarenhet visar att den största långsiktiga nyttan för alla inblandade skapas genom att vara ett stöd vid letandet efter investerare som, där så är möjligt, tar över anläggningarna och deras anställda. Detta tillvägagångssätt tillämpades senast i Motala samt i Alcala, Spanien. Framgång ligger i konstruktiv dialog med intressegrupper såsom fackföreningar, lokala myndigheter och potentiella investerare och att alltid sätta medarbetarnas långsiktiga intressen i fokus.



I Juarez, Mexiko, ökade antalet anställda under 2010 med 400 till närmare 3 350. På anläggningarna informeras alla medarbetare om uppförandekoden under introduktionen. Under året slutfördes också revisioner gentemot uppförandekoden på två av de tre anläggningarna av externa och interna revisionsteam.

Erkännanden

För fjärde året i rad rankades Electrolux som branschledare i det prestigefyllda Dow Jones Sustainability World Index för långsiktig ekonomisk, social och miljömässig prestanda. Koncernen är därmed bland de 10% främsta av världens 2 500 största företag som ingår i Dow Jones globala index när det gäller hållbarhet.

Electrolux har även rankats högt i ett flertal andra hållbarhetsrankingar såsom:

- FTSE4Good Series, Storbritannien
- SAM Sustainability Yearbook 2010. Electrolux rankades som guld-klassmedlem, ledare och största förbättrare i sin bransch.

