

# Utveckling per affärsområde

Koncernens verksamheter inkluderar produkter för såväl konsumenter som professionella användare. Konsumentprodukterna omfattar främst vitvaror, det vill säga kylskåp, frysar, spisar, torktumlare, tvätt- och diskmaskiner, utrustning för luftkonditionering samt mikro- vågsugnar. Dessutom ingår dammsugarprodukter. Verksamheten inom Professionella Produkter omfattar storköksutrustning för hotell, restauranger och institutioner samt tvättutrustning för fastighets- tvättstugor, myntbarer, hotell och andra professionella användare.

Under 2010 svarade vitvaruverksamheten för 86% (85) av nettoomsättningen, medan professionella produkter svarade för 6% (7) och dammsugarverksamheten för 8% (8).

## Konsumentprodukter Europa, Mellanöstern och Afrika

Mkr <sup>1)</sup>	2010	2009
Nettoomsättning	40 038	44 073
Rörelseresultat	2 703	2 349
Rörelsemarginal, %	6,8	5,3
Nettotillgångar	7 367	7 791
Avkastning på nettotillgångar, %	34,2	30,2
Investeringar	1 454	1 187
Genomsnittligt antal anställda	20 237	22 154

1) Exklusive jämförelsestörande poster.

## Vitvaror

Efterfrågan på marknaderna i Europa stabiliserades under 2010 och ökade med 2%, efter mer än två år av nedgångar. Efterfrågan ökade med 1% i Västeuropa och med 6% i Östeuropa.

Koncernens försäljning i Europa minskade under 2010 som ett resultat av lägre volymer och lägre priser på marknaden. Försäljningsvolymerna har påverkats av att tyska Quelle, en av koncernens stora återförsäljare, försattes i konkurs i slutet av 2009.

Rörelseresultatet förbättrades väsentligt jämfört med föregående år, framförallt tack vare en positiv mixutveckling. Ökad försäljning av inbyggnadsprodukter, främst på den tyska marknaden, och en högre försäljningsandel från de centrala regionerna av Europa har bidragit till en förbättrad produktmix. Därutöver har lägre garantikostnader haft en positiv påverkan på rörelseresultatet.

- Efterfrågan på de flesta marknader ökade 2010.
- Den nordamerikanska marknaden ökade med 5% och den europeiska marknaden med 2%.
- I jämförbara valutor ökade nettoomsättningen med 1,5%.
- Omsättningen påverkades av mixförbättringar och ökade volymer.
- Alla affärsområden överträffade föregående års resultat.
- Starka förbättringar av rörelseresultaten för verksamheterna i Asien/Stillahavsområdet och för Professionella Produkter.
- Förbättringar av produktmixen och kostnadsbesparingar kompenserade för högre kostnader för råmaterial och prispress.
- Genomsnittligt antal anställda ökade till 51 544 (50 633).

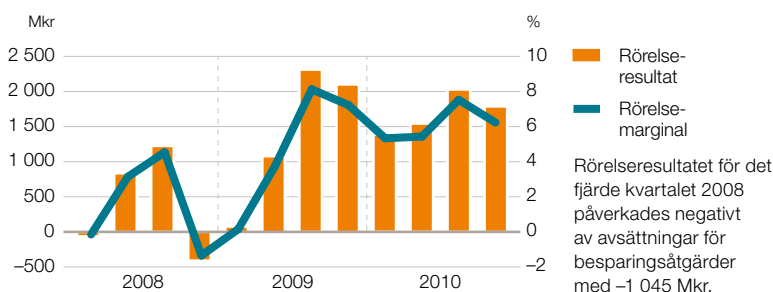
Tidigare personalneddragningar och kostnadsbesparingsåtgärder har fortsatt att positivt påverka rörelseresultatet, medan lägre volymer, prispress och högre marknadsförings- och varumärkessatningar haft en negativ påverkan.

## Dammsugare

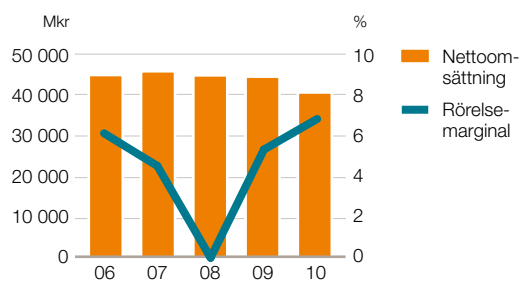
Marknadens efterfrågan på dammsugare i Europa ökade under 2010 jämfört med 2009.

Koncernens försäljning ökade och rörelseresultatet förbättrades väsentligt. Det är ett resultat av ökad försäljning av produkter inom premiumsegmentet, vilket förbättrat produktmixen.

Rörelseresultat och marginal per kvartal för koncernen



Konsumentprodukter Europa, Mellanöstern och Afrika



### Konsumentprodukter Nordamerika

Mkr <sup>1)</sup>	2010	2009
Nettoomsättning	33 776	35 726
Rörelseresultat	1 574	1 476
Rörelsemarginal, %	4,7	4,1
Nettotillgångar	7 699	7 898
Avkastning på nettotillgångar, %	21,5	19,8
Investeringar	742	470
Genomsnittligt antal anställda	12 680	12 837

1) Exklusive jämförelsestörande poster.

### Vitvaror

Marknadens efterfrågan på vitvaror i Nordamerika ökade under 2010 med 5% jämfört med föregående år. Tillväxten sker från en mycket låg nivå efter mer än tre år med nedgångar. En bidragande orsak till tillväxten under 2010 var statens rabattprogram för energieffektiva produkter under andra kvartalet.

Koncernens försäljning var under 2010 i linje med föregående år. Rörelseresultatet ökade till följd av en förbättrad produktmix. Sedan slutet av 2009 har Electrolux avslutat vissa försäljningskontrakt med svag lönsamhet under så kallade private labels, vilket positivt påverkat produktmixen.

### Dammsugare

Marknadens efterfrågan på dammsugare ökade under 2010 jämfört med föregående år. Koncernens försäljning sjönk som en följd av lägre försäljningsvolym och prispress på marknaden.

Rörelseresultatet minskade på grund av lägre försäljningsvolym, högre kostnader för sourcede produkter samt lägre försäljningspriser på marknaden.

### Konsumentprodukter Latinamerika

Mkr <sup>1)</sup>	2010	2009
Nettoomsättning	17 276	14 165
Rörelseresultat	1 080	878
Rörelsemarginal, %	6,3	6,2
Nettotillgångar	3 533	3 190
Avkastning på nettotillgångar, %	31,0	25,4
Investeringar	661	311
Genomsnittligt antal anställda	11 616	8 194

1) Exklusive jämförelsestörande poster.

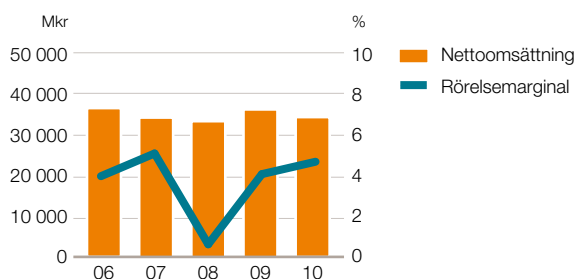
Marknadens efterfrågan på vitvaror i Brasilien ökade under 2010 jämfört med föregående år. Flera andra marknader i Latinamerika visade också på en god tillväxt.

Electrolux försäljningsvolym i Latinamerika ökade under 2010, vilket lett till högre försäljning och ökade marknadsandelar i Brasilien och på flera andra marknader i Latinamerika. Av koncernens försäljning i Latinamerika under 2010 stod övriga latinamerikanska marknader för 17%.

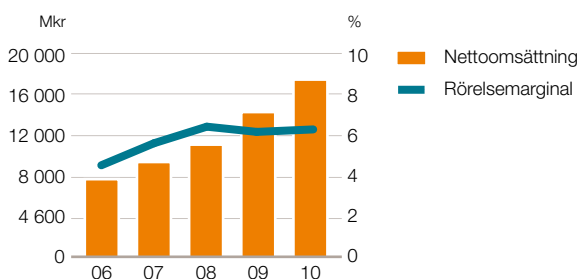
Rörelseresultatet för helåret 2010 förbättrades främst som en följd av högre volym och en förbättrad produktmix. Lanseringar av nya produkter och ökad försäljning av luftkonditioneringsutrustning under året har bidragit till en förbättrad produktmix. För tredje året i rad var rörelseresultatet det bästa någonsin för verksamheten i Latinamerika.

Koncernens dammsugarverksamhet i Latinamerika visade en god tillväxt och resultatutveckling under året.

Konsumentprodukter Nordamerika



Konsumentprodukter Latinamerika



**Konsumentprodukter Asien/Stillahavsområdet**

Mkr <sup>1)</sup>	2010	2009
Nettoomsättning	8 836	8 033
Rörelseresultat	928	458
Rörelsemarginal, %	10,5	5,7
Nettotillgångar	2 115	1 942
Avkastning på nettotillgångar, %	45,8	26,6
Investeringar	208	131
Genomsnittligt antal anställda	3 475	3 739

1) Exklusive jämförelsestörande poster.

**Australien och Nya Zeeland**

Marknadens efterfrågan på vitvaror i Australien minskade under 2010 jämfört med föregående år. Koncernens försäljning minskade något.

Rörelseresultatet förbättrades väsentligt som en följd av valutakursförändringar och högre kostnadseffektivitet. Ökade kostnader för råmaterial och prispress på marknaden har däremot haft en negativ påverkan på rörelseresultatet.

**Sydostasien och Kina**

Efterfrågan på marknaderna i Sydostasien och Kina ökade under 2010 i jämförelse med föregående år.

Electrolux försäljning på marknaderna i Sydostasien och Kina växte starkt, med cirka 35%, under året och koncernen fortsatte att ta marknadsandelar. Verksamheten i Sydostasien visade fortsatt god lönsamhet.

**Professionella Produkter**

Mkr <sup>1)</sup>	2010	2009
Nettoomsättning	6 389	7 129
Rörelseresultat	743	668
Rörelsemarginal, %	11,6	9,4
Nettotillgångar	874	1 068
Avkastning på nettotillgångar, %	82,8	57,5
Investeringar	96	107
Genomsnittligt antal anställda	2 671	2 840

1) Exklusive jämförelsestörande poster.

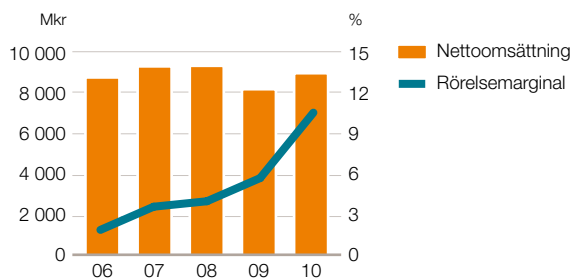
Marknadens efterfrågan på storköksutrustning stabiliserades under 2010 jämfört med föregående år. Koncernens försäljningsvolymer av egna produkter har ökat. Däremot minskade den totala försäljningen av storköksutrustning. Det är ett resultat av att koncernen under tredje kvartalet 2010 avyttrat en verksamhet för större köksprojekt i Nordamerika med för svag lönsamhet.

Rörelseresultatet visade en väsentlig förbättring tack vare ökad försäljning av egentillverkade produkter, förbättrad kundmix och kostnadseffektivisering.

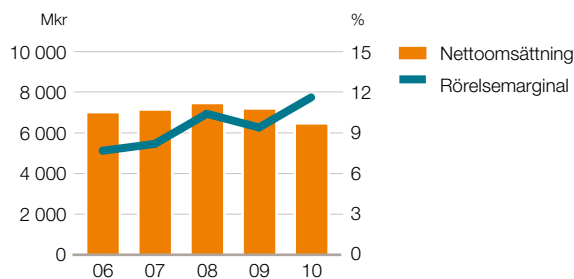
Efterfrågan på marknaden för professionell tvättutrustning bedöms ha stabiliserats under 2010. Koncernens försäljningsvolymer minskade. Rörelseresultatet förbättrades däremot tack vare prishöjningar och ökad kostnadseffektivitet.

Rörelseresultatet för 2010 var det bästa någonsin för verksamheten inom Professionella Produkter.

Konsumentprodukter Asien/Stillahavsområdet



Professionella Produkter



## UTVECKLING PER AFFÄRSOMRÅDE

Mkr <sup>1)</sup>	2010	2009
<b>Konsumentprodukter Europa, Mellanöstern och Afrika</b>		
Nettoomsättning	40 038	44 073
Rörelseresultat	2 703	2 349
Rörelsemarginal, %	6,8	5,3
<b>Konsumentprodukter Nordamerika</b>		
Nettoomsättning	33 776	35 726
Rörelseresultat	1 574	1 476
Rörelsemarginal, %	4,7	4,1
<b>Konsumentprodukter Latinamerika</b>		
Nettoomsättning	17 276	14 165
Rörelseresultat	1 080	878
Rörelsemarginal, %	6,3	6,2
<b>Konsumentprodukter Asien/Stillahavsområdet</b>		
Nettoomsättning	8 836	8 033
Rörelseresultat	928	458
Rörelsemarginal, %	10,5	5,7
<b>Professionella Produkter</b>		
Nettoomsättning	6 389	7 129
Rörelseresultat	743	668
Rörelsemarginal, %	11,6	9,4
<b>Övrigt</b>		
Nettoomsättning	11	6
Koncerngemensamma kostnader m.m.	-534	-507
<b>Total nettoomsättning</b>	<b>106 326</b>	<b>109 132</b>
<b>Rörelseresultat exklusive jämförelsestörande poster</b>	<b>6 494</b>	<b>5 322</b>
<b>Marginal, %</b>	<b>6,1</b>	<b>4,9</b>

1) Exklusive jämförelsestörande poster.

## NETTOOMSÄTTNING OCH RÖRELSERESULTAT 2010 JÄMFÖRT MED 2009<sup>1)</sup>

Förändring jämfört med samma period föregående år, %	Netto- omsättning	Netto- omsättning i jämförbara valutor	Rörelse- resultat	Rörelse- resultat i jämförbara valutor
<b>Konsumentprodukter</b>				
Europa, Mellanöstern och Afrika	-9,2	-2,1	15,1	23,0
Nordamerika	-5,5	-0,3	6,6	11,2
Latinamerika	22,0	15,7	23,0	18,6
Asien/Stillahavsområdet	10,0	5,9	102,6	88,2
<b>Professionella Produkter</b>	<b>-10,4</b>	<b>-4,3</b>	<b>11,2</b>	<b>17,6</b>
<b>Total förändring</b>	<b>-2,6</b>	<b>1,5</b>	<b>22,0</b>	<b>25,0</b>

1) Exklusive jämförelsestörande poster.