

Att bli en global vinnare

För att nå en topposition inom industrin krävs globala varumärken och en hög takt i lanseringarna av nya, innovativa produkter såväl som en kostnadseffektiv produktion och utnyttjande av globala skalfördelar. För att bli en global vinnare på marknaden måste Electrolux fortsätta vara ett innovativt och konsumentfokuserat företag med ett starkt varumärke och en konkurrenskraftig kostnadsnivå.


Industrin

- Konsolidering av tillverkare och återförsäljare
- Globala varumärken och produkter ▶  40
- Ökande globala och regionala skalfördelar
- Polarisering av marknaden
- Volatila råvarupriser ▶  50
- Konkurrens från lågkostnadsregioner
- Strängare miljöreglering

Konsumenttrender

- Växande global medelklass
- Tilltagande resursbrist ▶  58
- Åldrande befolkning och mindre familjer
- Fokus på hälsa och välmående
- Större krav på service och kvalitet
- Ökat intresse för mat och heminredning
- Växande betydelse för varumärken ▶  38
- Internet – största källan till information

Finansiella mål

Electrolux finansiella mål ska stärka koncernens ledande, globala position i branschen och bidra till att ge en god totalavkastning till Electrolux aktieägare. Fokus ligger på tillväxt med bibehållen lönsamhet. Samtliga nyckeltal är exklusive jämförelsestörande poster. ▶  46

Rörelsemarginal på minst 6 procent över en konjunkturcykel.

Kapitalomsättnings-hastighet på minst 4 gånger.

Avkastning på nettotillgångar på minst 25 procent.

Tillväxt på minst 4 procent i genomsnitt per år.

> 6%

> 4

> 25%

> 4%