

# Konsumentprodukter

Electrolux säljer innovativa vitvaror och dammsugare till konsumenter över hela världen. En stor andel av hushållsprodukterna säljs under det globala Electrolux-varumärket och koncernen har en ledande ställning bland leverantörerna av de mest energieffektiva alternativen på marknaden.

## En marknad med långsiktiga drivkrafter ...

Trots de senaste årens relativt svaga marknader i många länder kvarstår de långsiktiga drivkrafterna på marknaden för hushållsprodukter. Hushållen byter ut sina gamla produkter mot nya, de renoverar sina hem och penetrationen ökar, framför allt i tillväxtländer.

## ... och ökat intresse för hemmet.

Hushållen spenderar alltmer av sina inkomster på hemmet, framför allt på köket. En förändrad livsstil gör att konsumenterna efterfrågar produkter som både förenklar deras liv och gör matlagningen och förvaringen av mat mer hälsosam. Dessutom leder industrins innovationer i form av nya funktioner och ny design till att många konsumenter ersätter sina gamla hushållsprodukter i en allt snabbare takt. Allt fler vill även göra som proffsen och efterfrågar produkter som liknar de som finns i restauranger med öppna kök och som de bästa kockarna använder.

## En snabb urbanisering ...

Redan idag är antalet boende i städer världen över fler än de som bor på landsbygden. Utvecklingen går fort, framför allt i tillväxtländerna, men även i de mer mogna ekonomierna i väst väljer människor hellre att bo i en stad. Enligt FN kommer antalet boende i världens städer att växa med ytterligare en miljard fram till år 2025, för att sedan öka till cirka 75 procent av världens befolkning år 2050.

## ... som kräver kompakta lösningar ...

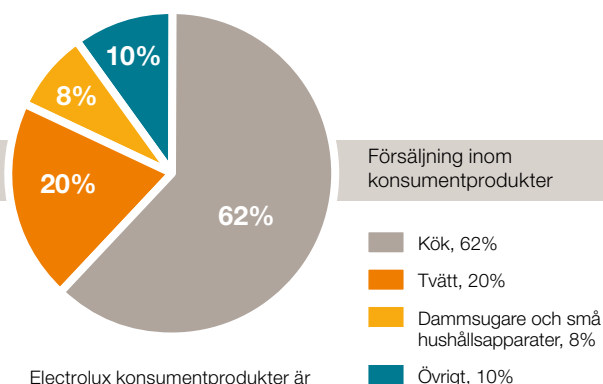
Den snabba urbaniseringen innebär att det blir allt mindre yta att bo på. Det i sin tur ställer krav på hem som är flexibla och av enkel konstruktion. Behovet av tysta, kompakta hushållsprodukter som lätt kan integreras i den övriga hemmiljön ökar.

## ... för en allt större medelklass ...

Framväxandet av den globala medelklassen sker snabbt. Fler och fler konsumenter i tillväxtländer får råd att exempelvis investera i ett kylskåp, i en tvättmaskin eller i luftkonditioneringsutrustning. Enligt FN växer antalet människor med en årsinkomst på 6 000–30 000 USD med cirka 70 miljoner per år. Under de närmaste tio åren beräknas denna köpstarka medelklass växa med cirka 40 procent eller motsvarande en miljard människor.

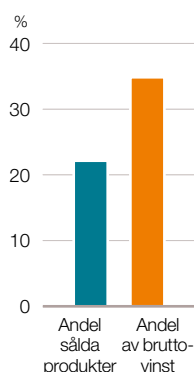
## ... och effektivare produkter.

En växande, köpstark medelklass, som i allt större utsträckning bor i städer, medför ökade krav på ett effektivare utnyttjande av jordens resurser. Det behövs bättre metoder för att ta hand om hushållens avfall och energi- och vattneffektiva produkter blir allt viktigare. Energiförbrukningen kommer att dubblas fram till år 2050 och redan om 15 år kommer två tredjedelar av jordens befolkning att bo i områden med begränsad vattentillgång. Utan ny teknik är det inte möjligt att klara av utmaningarna.



Electrolux konsumentprodukter är väl representerade bland de mest energieffektiva alternativen på marknaden. Köksprodukterna står för mer än hälften av koncernens försäljning.

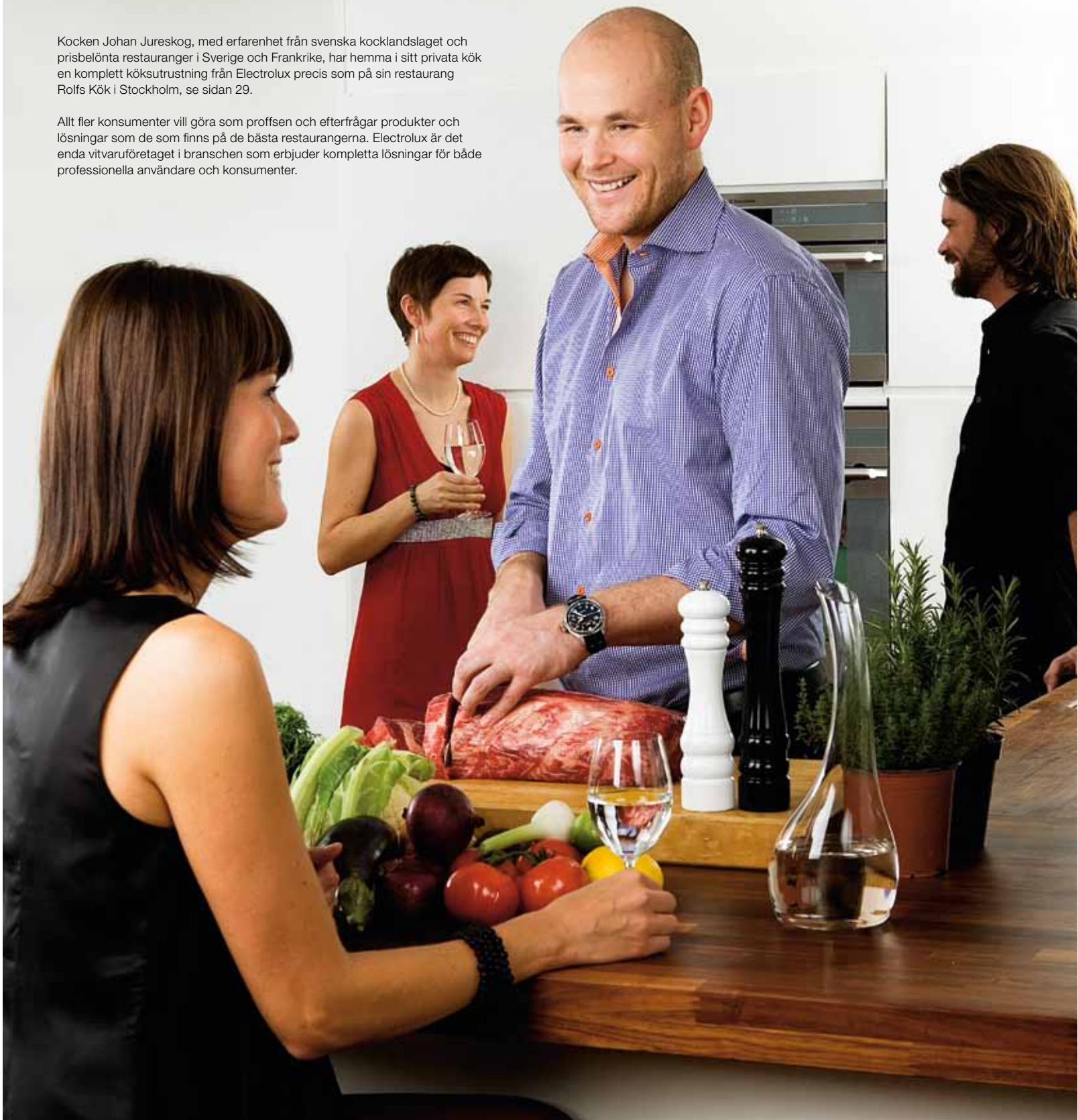
Lönsamma gröna produkter – Electrolux Green Range



Electrolux investerar i produktutveckling för att ta fram innovationer som skapar förutsättningar för hushåll att leva på ett hållbart sätt, såväl miljömässigt som socialt. Electrolux Green Range, som består av koncernens vitvaror och dammsugare med bästa miljömässiga prestanda, stod för cirka 22% av totalt antal sålda produkter och 35% av bruttovinsten under 2010.

Kocken Johan Jureskog, med erfarenhet från svenska kocklandslaget och prisbelönta restauranger i Sverige och Frankrike, har hemma i sitt privata kök en komplett köksutrustning från Electrolux precis som på sin restaurang Rolfs Kök i Stockholm, se sidan 29.

Allt fler konsumenter vill göra som proffsen och efterfrågar produkter och lösningar som de som finns på de bästa restaurangerna. Electrolux är det enda vitvaruföretaget i branschen som erbjuder kompletta lösningar för både professionella användare och konsumenter.



Exempel på innovativa produkter inom Konsumentprodukter

Torino kaffemaskin



Mini power mix



Ugnen Inspiro



Dammsugaren Ergorapido

