

Pressmeddelande

Stockholm den 27 april 2011

VD och koncernchef Keith McLoughlins kommentar till resultatet för första kvartalet 2011

Fokus på pris

Efterfrågan på de flesta av Electrolux huvudmarknader visade god tillväxt under det första kvartalet. I Nordamerika pressades lönsamheten av stigande råvarukostnader och fortsatt prispress. För att motverka kostnadsökningarna i Nordamerika höjer vi priserna under det andra kvartalet.

I Nordamerika kännetecknades utvecklingen under det första kvartalet till stor del av ökade kostnader för råmaterial samtidigt som prispressen fortsatte. En god nyhet är att vi nu genomför prishöjningar som gradvis kommer att slå igenom under andra kvartalet. Den stabila efterfrågan på den nordamerikanska marknaden har varit till hjälp vid genomförandet av prishöjningarna.

Efterfrågan på den europeiska marknaden visade även den en stabil utveckling under det första kvartalet. I Europa behöver vi genomföra selektiva prishöjningar för att kompensera för stigande råvarukostnader. Det kommer dock att ta tid innan prishöjningarna slår igenom, men vi hoppas kunna se positiva effekter under det andra halvåret 2011. Vår lansering av nya, innovativa produkter under varumärket AEG fortsätter. De nya produkterna är viktiga i vårt arbete för att återta marknadsandelar och samtidigt stärka vår produktmix.

För vissa av våra viktigaste råvaror fortsätter priserna att stiga, i synnerhet för plaster. Vi förväntar oss att våra kostnader för råmaterial under 2011 ska öka med cirka 2 miljarder kronor jämfört med föregående år. Förhoppningen är att vi gradvis ska kunna kompensera för de ökade kostnaderna för råmaterial med prishöjningar, förbättringar av produktmixen och kostnadsbesparingar.

Som säkert noterats rapporteras i denna kvartalsrapport koncernens verksamhet inom dammsugare och mindre hushållsapparater som ett separat globalt affärsområde. Förändringen är en följd av den positiva utveckling vår dammsugarverksamhet har genomgått och att den idag utgör en betydande del av koncernens försäljning och resultat. Vi tycker att det är viktigt att den som följer Electrolux tydligt ska kunna förstå den potential som detta affärsområde har att växa och stärka Electrolux-varumärket för våra vitvaror.

AB ELECTROLUX (PUBL)

Postadress

105 45 Stockholm

Besöksadress

S:t Göransgatan 143

Media hotline

08-657 65 07

Telefax

08-738 74 61

Investor Relations

08-738 60 03

Hemsida

www.electrolux.com

E-mail adress

ir@electrolux.se

Reg.nr.

556009-4178

Att öka Electrolux lönsamma tillväxt är en prioriterad uppgift framöver. Under det första kvartalet 2011 lyckades vi växa med nära 10 procent på våra tillväxtmarknader. Fokus ligger på att fortsätta utnyttja den organiska tillväxten på snabbt växande marknader och som komplement växa genom lönsamma förvärv. Det är mycket viktigt att denna tillväxt stärker Electrolux lönsamhetsmål om en rörelsemarginal på 6 procent och en avkastning på nettotillgångar på 25 procent. Lönsam tillväxt kommer att vara en viktig del i vårt arbete för att fortsätta generera en hög avkastning till våra aktieägare.

Stockholm den 27 april 2011

Keith McLoughlin
Verkställande direktör och koncernchef

Electrolux offentliggör denna information enligt lagen om värdepappersmarknaden och/eller lagen om handel med finansiella instrument. Informationen lämnades för offentliggörande den 27 april 2011 klockan 08.00 (CET).

Om Electrolux

Electrolux är en av världens ledande tillverkare av hushållsmaskiner samt motsvarande utrustning för professionell användning. Konsumenterna köper 40 miljoner Electrolux-produkter i 150 länder varje år. Företaget fokuserar på att, baserat på bred och djup konsumentinsikt, ta fram innovativa produkter designade med omtanke om användaren och som möter konsumenters och professionella användares behov. I Electrolux produktsortiment ingår kylskåp, diskmaskiner, tvättmaskiner, dammsugare, spisar och luftkonditionering under välkända varumärken som Electrolux, AEG, Eureka och Frigidaire. Under 2010 hade Electrolux en omsättning på 106 miljarder kronor och 52 000 anställda. För mer information besök www.electrolux.com/press och www.electrolux.com/news.