



INNOVATION  
VARUMÄRKE  
EFFEKTIV VERKSAMHET  
TILLVÄXT

*Thinking of you*

**Electrolux**

# Innehåll

<b>VD-ord</b>	<b>2</b>
<b>Electrolux värld</b>	<b>6</b>
<b>Verksamhet</b>	<b>8</b>
<b>Konsumentprodukter</b>	<b>10</b>
Kök	12
Tvätt	16
Städ	18
Europa, Mellanöstern och Afrika	20
Nordamerika	22
Latinamerika	24
Asien/Stillahavsområdet	26
<b>Professionella Produkter</b>	<b>28</b>
<b>Electrolux strategi</b>	<b>34</b>
Produktutveckling	36
Innovativa produkter	38
Varumärke	40
Kostnader	42
Finansiella mål	46
Externa faktorer	50
Detta har vi uppnått	52
Aktiviteter	53
En lönsam omvandling	54
Hållbarhet	56
Att arbeta på Electrolux	60
Kapitalmarknaden	62
Risker	70
<b>Finansiell sammanfattning</b>	<b>76</b>
<b>Berättelsen om Electrolux</b>	<b>82</b>
<b>Styrelse och revisorer</b>	<b>84</b>
<b>Koncernledning</b>	<b>86</b>
<b>Händelser och rapporter</b>	<b>88</b>

## Kontakt

Peter Nyquist  
Chef, Investor Relations  
och Finansiell Information  
Tel. 08 738 67 63

Investor Relations  
Tel. 08 738 60 03  
Fax 08 738 74 61  
E-post [ir@electrolux.se](mailto:ir@electrolux.se)

## VERKSAMHET OCH STRATEGI

Med våra nya, globala initiativ kan vi stärka konkurrenskraften ytterligare. Dessutom tillkommer de positiva effekterna av att vi både kan öka takten och precisionen i produktutvecklingen.

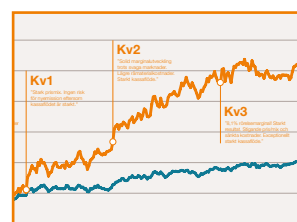
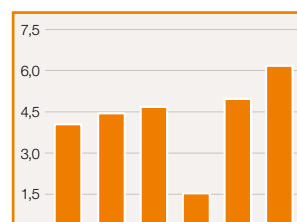
**VD-ord, sidan 2.**

Arbetet med att omvandla Electrolux till ett innovativt, konsumentinriktat företag har givit resultat. Under 2010 lyckades Electrolux nå en rörelsemarginal på 6,1 procent, exklusive jämförelsestörande poster.

**Electrolux strategi, sidan 35.**

Genomsnittlig årlig effektiv avkastning på en placering i Electrolux-aktier har under de senaste tio åren uppgått till 25,5 procent. Motsvarande avkastning för SIX Return Index var 10,6 procent.

**Electrolux och kapitalmarknaden, sidan 62.**



Del 1 beskriver Electrolux verksamhet och strategi.



Del 2 består av resultatgenomgång, hållbarhetsrapport och bolagsstyrningsrapport.



Electrolux rapporterar resultatet av hållbarhetsarbetet i enlighet med GRI:s tillämpningsnivå B. Informationen finns på Electrolux hemsida [www.electrolux.com/sustainability](http://www.electrolux.com/sustainability)

# Electrolux erbjudande

Kategori

Produkter

KONSUMENT  
PRODUKTER



För konsumenters kök över hela världen säljer Electrolux spisar, ugnar, kylskåp, frysar, diskmaskiner, köksfläktar och små hushållsapparater. Kökets ökade betydelse som samlingsplats för familj och vänner ger Electrolux en unik exponeringsyta.



Tvättmaskiner och torktumlare utgör stommen i Electrolux produkt-erbjudande för tvätt och klädvård. Innovationer samt ökade krav på kapacitet, användarvänlighet samt lägre vatten- och energiförbrukning driver konsumenters efterfrågan på Electrolux produkter.



Electrolux dammsugare och dammsugartillbehör säljs till konsumenter över hela världen. Ett starkt, globalt distributionsnät och ett attraktivt produkt erbjudande är viktiga konkurrensfördelar. All produktion finns i lågkostnadsregioner.

PROFESSIONELLA  
PRODUKTER



För professionella kök och tvättinrättningar säljer Electrolux en rad olika produkter. Hög produktivitet, maximalt resursutnyttjande samt ett brett servicenätverk är nyckelfaktorer för professionella köpare. Electrolux har en global närvaro och är störst i Europa.

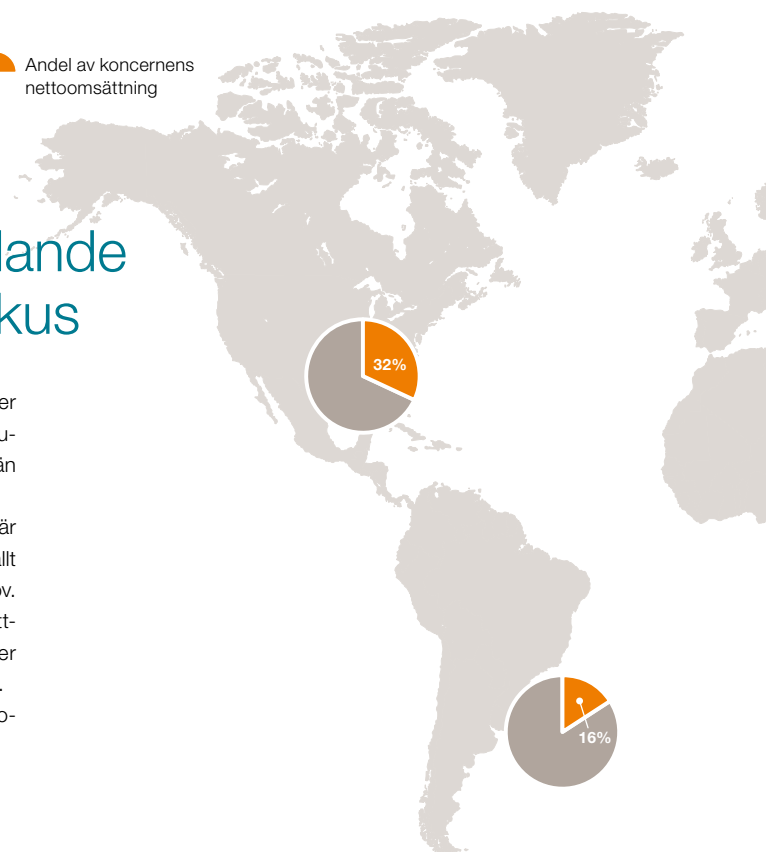
■ Andel av koncernens nettoomsättning

## Electrolux – ett världsledande företag med kunden i fokus

Electrolux är en världsledande tillverkare av hushållsprodukter samt motsvarande utrustning för professionell användning. Konsumenter köper mer än 40 miljoner Electrolux-produkter på mer än 150 marknader varje år.

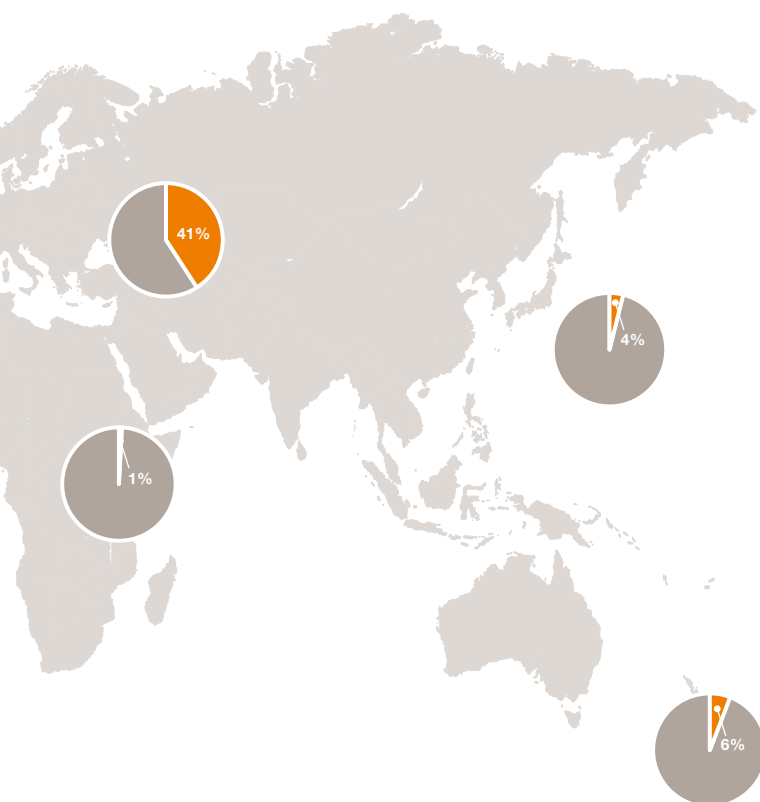
Företaget fokuserar på att ta fram innovativa produkter som är designade med omtanke och som bygger på konsumentinsikt, allt för att möta konsumenters och professionella användares behov. I Electrolux produktsortiment ingår kylskåp, diskmaskiner, tvättmaskiner, dammsugare, spisar och luftkonditionering under välkända varumärken som Electrolux, AEG, Eureka och Frigidaire.

Under 2010 hade Electrolux en omsättning på 106 miljarder kronor och 52 000 anställda.

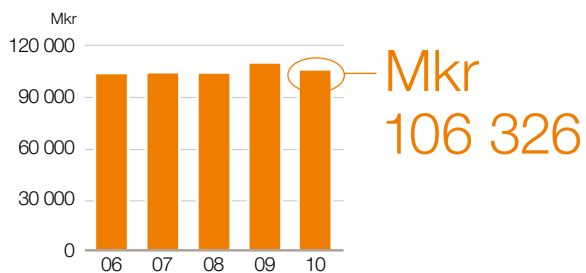


# Electrolux affärsområden

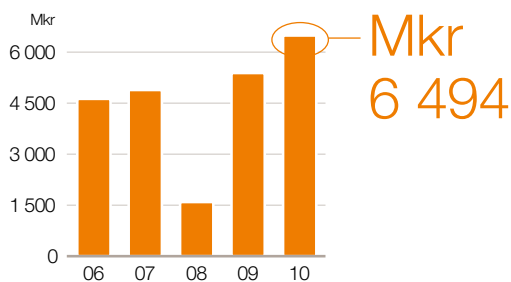
	Försäljning	Rörelseresultat	Utveckling 2010
<b>Konsumentprodukter Europa, Mellanöstern och Afrika</b>			Rörelseresultatet för vitvaror förbättrades väsentligt jämfört med föregående år, framförallt tack vare en positiv mixutveckling. Även rörelseresultatet för dammsugarverksamheten förbättrades väsentligt. Det är ett resultat av ökad försäljning av produkter inom premiumsegmentet, vilket förbättrat produktmixen.
<b>Konsumentprodukter Nordamerika</b>			Rörelseresultatet för vitvaror ökade till följd av en förbättrad produktmix. Rörelseresultatet för dammsugarverksamheten minskade på grund av lägre försäljningsvolym, högre kostnader för sourcadede produkter samt lägre försäljningspriser på marknaden.
<b>Konsumentprodukter Latinamerika</b>			Electrolux försäljningsvolym i Latinamerika ökade under 2010, vilket lett till högre försäljning och ökade marknadsandelar i Brasilien och på flera andra marknader i Latinamerika. Rörelseresultatet för året 2010 förbättrades främst som en följd av högre volymer och en förbättrad produktmix.
<b>Konsumentprodukter Asien/Stillahavsområdet</b>			Rörelseresultatet i Australien förbättrades väsentligt som en följd av valutakursförändringar och högre kostnadseffektivitet. Electrolux försäljning på marknaderna i Sydostasien och Kina växte starkt, och koncernen fortsatte att ta marknadsandelar. Verksamheten i Sydostasien visade fortsatt god lönsamhet.
<b>Professionella Produkter</b>			Rörelseresultatet visade en väsentlig förbättring tack vare ökad försäljning av egentillverkade produkter, förbättrad kundmix och kostnadseffektiviseringar. Prishöjningar påverkade också resultatet positivt. Rörelseresultatet för 2010 var det bästa någonsin för verksamheten inom Professionella Produkter.



Nettoomsättning



Rörelseresultat<sup>1)</sup>



1) Exklusive jämförelsestörande poster.



# Sammanfattning av 2010 – ett rekordår

I jämförbara valutor ökade nettoomsättningen med 1,5%. Stark tillväxt i Latinamerika och Asien/Stilla-havsområdet kompenserade för lägre försäljnings-volymer i Europa och Nordamerika.

2010 var det år då Electrolux uppnådde målet för rörelsemarginalen på 6% för ett helår.

Förbättringar av produktmixen och kostnadsbespa-ringar motverkade ökade kostnader för råmaterial och prispress på marknaden.

Alla affärsområden överträffade föregående års rörelseresultat.

Starka förbättringar av rörelseresultaten för verk-samheterna i Asien/Stillahavsområdet och för Professionella Produkter.

Starkt kassaflöde genererat av rörelseresultatet.

INNOVATION  
VARUMÄRKE  
EFFEKTIV VERKSAMHET  
TILLVÄXT

## Kampanj Green Range

All produktutveckling inom Electrolux bygger på en djup insikt om konsumenternas utvecklade behov. Runt om i världen ökar intresset för produkter som är tillverkade på ett hållbart sätt, för-brukar mindre energi och vatten, och som går att återvinna. Som ett ledande varumärke för energieffektiva och vattensnåla produkter, både för konsumenter och professionella användare, kan Electrolux dra fördel av denna utveckling.

Med kampanjen Vac from the Sea har Electrolux ökat männis-kors medvetenhet om vilken effekt plastskräp har på världens hav samtidigt som det råder brist på återvunnen plast. Kampan-jen, som är kopplad till strategin kring marknadsföringen av Electrolux Green Range dammsugare, har stärkt koncernens ledande position inom hållbarhet.

Fem konceptdammsugare tillverkade av plastskräp från världshaven är en del av stra-tegin kring marknadsföringen av Electrolux Green Range dammsugare.



# VD-dialog

Electrolux tidigare VD och koncernchef Hans Stråberg och nye VD:n och koncernchefen Keith McLoughlin diskuterar några ämnen som rör Electrolux verksamhet och strategi.

## Om rörelsemarginalen – som blev hela 6,1 procent under året – den högsta någonsin med nuvarande struktur.

### ► (Hans)

Det är extra glädjande att vi når denna höga rörelsemarginal under ett år med relativt svåra förutsättningar. Efterfrågan på våra största marknader, Nordamerika och Europa, var långt ifrån övertygande. Vi såg prispress inom vissa segment och råvarupriserna steg kraftigt. Att vi kunde öka lönsamheten berodde därför främst på egna insatser. Vi har haft fortsatt fokus på låga kostnader och lanserade nya besparingar tidigt i konjunkturnedgången, och vi har fortsatt enligt plan med vårt omstruktureringsprogram samt intensifierat arbetet med våra nya globala initiativ.

Samtidigt har vi haft resurser att vara offensiva. Vi har lanserat många nya produkter och ökat varumärkesinvesteringarna, satsningar som har bidragit till en bättre mix. Vi har till exempel stärkt positionen för våra varumärken i Nordamerika. Av resultatförbättringen inom dammsugare var en stor del bättre mix genom lanseringar av nya produkter. Vi noterade dessutom nya resultat- och försäljningsrekord i både Latinamerika och Sydostasien, medan rörelsemarginalen inom Professionella Produkter var den högsta någonsin.

En annan viktig händelse är att vårt stora omstruktureringsprogram som vi inledde 2004 är så gott som avslutat. Vi tog några av de sista besluten i december

2010. Sammanlagt talar vi om kostnadsbesparingar från programmet på 3,4 miljarder per år. Vi har skapat en helt ny fabriksstruktur med närmare 60 procent av vår produktion i lågkostnadsregioner, år 2004 var den andelen cirka 20 procent.

### ► (Keith)

Och med våra nya, globala initiativ kan vi stärka konkurrenskraften ytterligare. Jag räknar med att vi kommer att kunna minska kostnaderna inom tillverkning, inköp och produktutveckling med sammanlagt upp till 2,5 miljarder kronor per år från 2015. Dessutom tillkommer de positiva effekterna av att vi både kan öka takten och precisionen i produktutvecklingen.

Men det som fortsätter att vara viktigast för oss är förstås hur skickliga vi är på att ta fram nya produkter som konsumenterna vill ha och betala extra för. Till exempel har den framgångsrika lanseringen av nya innovativa produkter i USA de senaste åren stärkt vår position i de högre prissegmenten och ökat lönsamheten, trots en svag underliggande marknad. När efterfrågan i USA tar ordentlig fart kommer konsumtionen av premiumprodukter att öka, vilket kommer att ge Electrolux volymer en stark hävstång.

Vi stärker även vår position i det europeiska premiumsegmentet. Först ut är omlanseringen av varumärket AEG på några av de centraleuropeiska marknaderna, varefter vi fortsätter med lanseringar av Electrolux-märkta vitvaror inom premiumsegmentet över hela Europa. Dessutom fortsätter vi att inom dammsugarverksamheten lansera nya produkter, senast den framgångsrika serien gröna dammsugare.



### **Om konjunkturen – framför allt de historiska nedgångarna i efterfrågan i USA och Europa.**

#### **► (Hans)**

Från toppen 2006 har marknaden för vitvaror i USA sjunkit med 25 procent, och försäljningsvolymerna är nu tillbaka på samma nivåer som 1998. Även i Europa har det varit ovanligt svagt under de senaste åren. Konsumenter rör sig nedåt i prissegmenten och väljer hellre billigare produkter så länge den ekonomiska oron består. Samtidigt ser vi ett växande behov hos allt fler hushåll att ersätta gamla produkter med nya modeller. Livslängden på en vitvara brukar ligga någonstans mellan 10 och 12 år. Eftersom den nuvarande storleken på marknaden i USA är på 1998-års nivå kan vi förvänta oss att tillväxten framöver främst kommer att drivas av ersättningen av äldre produkter.

#### **► (Keith)**

Men för att få konsumenterna i USA att "växla upp" behövs en ljusare framtidstro som leder till en starkare fastighetsmarknad och att man åter börjar renovera sina hem. Olika incitamentsprogram, såsom fjolårets Cash for Appliances i USA, driver också efterfrågan. Men det är viktigt att denna typ av program är rätt utformade och uthålliga. Riskerna är annars att de bara ger en kortsiktig effekt och efterfrågan sedan faller tillbaka och lämnar industrin med stora osålda lager. Det tjänar tyvärr ingen på, varken tillverkare eller konsumenter.

### **Om trender – vilken som är den viktigaste och starkaste av dem alla.**

#### **► (Hans)**

Av alla trender som drivit efterfrågan de senaste åren har konsumenternas ökande miljömedvetenhet varit en av de starkaste. Det har förstås gynnat ett



Det är extra glädjande att vi når denna höga rörelsemarginal under ett år med relativt svåra förutsättningar. Att vi kunnat öka lönsamheten beror därför främst på egna insatser.

Hans Stråberg

företag som Electrolux med sitt fokus på ständiga förbättringar av produkternas energi- och vattneffektivitet. Vi har tagit en ledande position inom detta område.

#### **► (Keith)**

Och det är förstås viktigt eftersom denna trend kommer att förstärkas framöver, och det globalt. Att vi är med och leder utvecklingen betyder mycket för våra möjligheter att kunna växa framgångsrikt. Vi har också resurserna att bli ännu bättre i vår produktutveckling, så att vi allt snabbare kan lansera nya produkter som löser konsumenternas problem när det exempelvis gäller vattenbrist och höga energikostnader. Dessutom för vi en viktig debatt inom området. Senast genom vår uppmärksammade PR-kampanj Vac from the Sea, som har satt fokus på nedskräpningen av våra hav kopplad till bristen på återvunnen plast. En annan trend som Electrolux kan dra stora fördelar av är konsumenternas ökade intresse för design. Här spelar koncernens skandinaviska rötter en viktig roll.

### **Om tillväxt – inom vilka områden och hur Electrolux ska kunna växa med bibehållen lönsamhet.**

#### **► (Hans)**

Även om vi bara kunde uppvisa en nominell tillväxt i jämförbara valutor under 2010 blev det ändå ett viktigt år ur ett tillväxtperspektiv. Vi kunde för första gången på mycket länge genomföra och annonsera strategiska förvärv på viktiga tillväxtmarknader. Dels köpet av tvättmaskinsfabriken i Ukraina, som ger oss bättre tillgång till en stor och växande marknad i öst, dels avsiktsförklaringen att förvärva egyptiska Olympic Group, som gör Electrolux till en betydande aktör på tillväxtmarknaderna i Nordafrika och Mellanöstern.



”

Vi har ett mycket gott utgångsläge med en klar och tydlig kurs; att utifrån konsumentinsikt utveckla innovativa produkter, starka varumärken och en förstklassig service som backas upp av effektiva globala verksamheter.

Keith McLoughlin  
Verkställande direktör och koncernchef



> 4% TILLVÄXT

► **(Keith)**

Att få fart på vår tillväxt är en prioriterad uppgift framöver. Fokus ligger på att ta tillvara den organiska tillväxten på snabbt växande marknader och komplettera med selektiva förvärv. Förvärven i Ukraina och Egypten gör att vi även kan växa snabbare på dessa marknader med vårt befintliga erbjudande. Vi ser helt enkelt förvärv som ett effektivt sätt att öka vår organiska tillväxt. Förvärvet av Olympic Group är helt i linje med vår tillväxtstrategi, men med anledning av den senaste tidens oroligheter i regionen har vi just nu kommit överens med vår partner Olympic Group att avvakta med processen tills läget åter är stabilt.

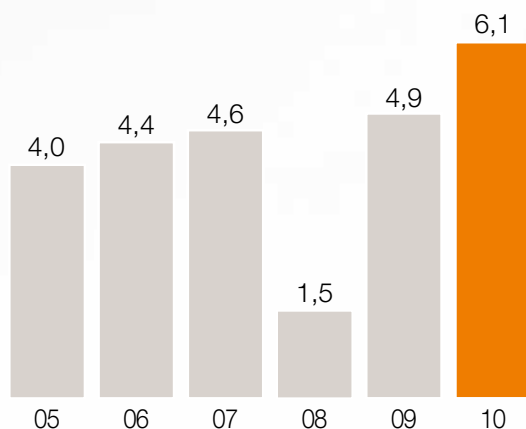
Om vi lyckas accelerera den organiska tillväxten i kombination med förvärv bör vår försäljning från tillväxtmarknader öka till runt 50 procent av vår totala försäljning inom en femårsperiod. Om vi ska kunna växa snabbare måste vi vara med på dessa marknader i större utsträckning än idag. Världskartan håller på att ritas om, och det går snabbt. Men det är förstås viktigt att vår expansion sker med bibehållen lönsamhet och med god avkastning, oavsett om den sker organiskt eller genom förvärv.

► **(Hans)**

Vi har en del goda historiska exempel på hur vi lyckats med detta. Ta till exempel vår verksamhet i Brasilien. Där förvärvade vi Refripar 1996. Efter några års omvandling har vi sedan 1999 ökat försäljningen med i snitt cirka 20 procent per år. Nu är vi bland de största på denna snabbt växande och viktiga marknad och kan tillämpa samma strategi på övriga marknader i Latinamerika.

► **(Keith)**

Och eftersom vi är ett globalt företag – verksamma i över 150 länder – med globala plattformar för produktutveckling, tillverkning och inköp har vi förutsättningar att snabbt anpassa oss till nya verksamheter och marknader. Detta är en stor fördel för oss jämfört med många av våra konkurrenter. Den fördelen ska vi se till att bli ännu bättre på att utnyttja.



Rörelsemarginal, %

**Om starka finanser – deras betydelse för att kunna skapa högre tillväxt och fortsätta med en aktieägarvänlig politik.**

► **(Hans)**

Vi har kunnat skapa ett väsentligt aktieägarvärde genom åren. Vi har haft en aktieägarvänlig strategi, utan att behöva äventyra våra finanser. Vårt intensiva arbete under de senaste åren att minska kapitalbindningen och stärka kassaflödet har bidragit till att vi framöver kan fokusera på både snabbare tillväxt och en fortsatt hög utdelningstakt. Under de senaste tio åren har vi givit våra aktieägare en totalavkastning på i snitt cirka 26 procent per år, att jämföra med Stockholmsbörsens cirka 11 procent.

► **(Keith)**

Målet med vårt fokus på lönsam tillväxt är att ge aktieägarna en god avkastning. Av våra finansiella mål uppnåddes tre av fyra under 2010, undantaget var tillväxtmålet. Att vi lyckats nå en avkastning på eget kapital på 25 procent visar att vi på ett framgångsrikt sätt kunnat kombinera ett starkt rörelseresultat med en effektiv kapitalomsättning. Med de åtgärder vi nu genomför ska vi även kunna skapa den tillväxt som behövs, och samtidigt behålla lönsamheten.

**Om att arbeta på Electrolux – bland annat som VD.**

► **(Hans)**

Jag har haft 27 fantastiska år på Electrolux, varav de senaste nio åren som VD och koncernchef. Det har både varit en förmån och utmaning att vara med och driva den kraftfulla men nödvändiga omvandlingen av Electrolux från ett tillverkningsstyrkt till ett konsumentfokuserat företag. Det känns också bra att kliva av som VD och koncernchef och låta någon ta över som redan har en lång och gedigen bakgrund i organisationen. Jag har stor tilltro till att du kommer att utföra denna uppgift väl, Keith.

► **(Keith)**

Tack, Hans. Att Electrolux strategi fungerar kan både du och jag instämma i. Jag känner en stor ödmjukhet inför mitt uppdrag. Mycket har gjorts, nu gäller det att dra fördel av detta och samtidigt vässa strategin ytterligare. Visst återstår många utmaningar, men vi har ett mycket gott utgångsläge med en klar och tydlig kurs; att utifrån konsumentinsikt utveckla innovativa produkter, starka varumärken och en förstklassig service som backas upp av effektiva globala verksamheter.

Stockholm, februari 2011

Hans Stråberg, verkställande direktör och koncernchef i AB Electrolux under perioden 2002–2010.

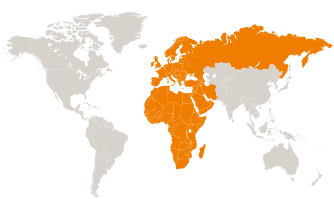
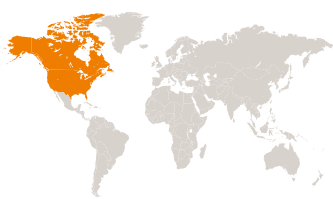
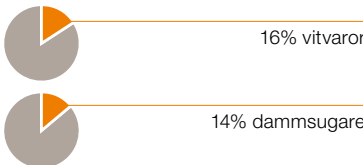
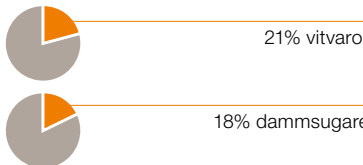






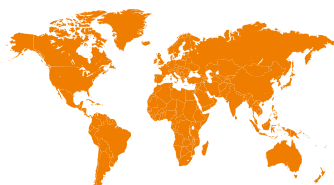




# Electrolux värld

## KONSUMENTPRODUKTER

Behov och efterfrågade funktioner på produkter blir allt mer globala. Samtidigt finns strukturella skillnader mellan de marknader där Electrolux verkar. Vad utmärker marknaderna och vad driver tillväxten? Vad fokuserar Electrolux på?

	EUROPA, MELLANÖSTERN OCH AFRIKA	NORDAMERIKA
		
<b>Vitvarumarknadens värde, miljarder kronor</b>	<b>205</b>	<b>180</b>
<b>Utmärkande för marknaden</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Komplex marknad med olika varumärken i olika länder med olika inköpsmönster.</li> <li>• Låg konsolideringsgrad bland tillverkare.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Likartade inköpsmönster på hela marknaden.</li> <li>• Hög konsolideringsgrad bland tillverkare och återförsäljare.</li> </ul>
<b>Andel av Electrolux försäljning</b>	<b>38%</b>	
<b>Drivkrafter</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ersättning av ej fungerande produkt.</li> <li>• Nybyggnation och renovering.</li> <li>• Design.</li> <li>• Energi- och vattneffektiva produkter.</li> <li>• Förbättrad köpkraft bland hushållen i Östeuropa.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ersättning av ej fungerande produkt.</li> <li>• Nybyggnation och renovering.</li> <li>• Design.</li> <li>• Energi- och vattneffektiva produkter.</li> </ul>
<b>Marknadstillväxt</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Efterfrågan på marknaderna i Europa stabiliserades under 2010 och ökade med cirka 2%, efter mer än två år av nedgångar.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Efterfrågan ökade med 5%. Tillväxten sker från en mycket låg nivå efter mer än tre år med nedgångar.</li> </ul>
<b>Distributionskanaler</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Många små, lokala och fristående återförsäljare.</li> <li>• Ökande andel av försäljningen via köksspecialister.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Hög konsolideringsgrad bland återförsäljare.</li> <li>• Köksspecialisternas andel är liten.</li> <li>• Fyra största återförsäljarna har 60% av marknaden.</li> </ul>
<b>Electrolux organiska tillväxtstrategi</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Växa i specifika kategorier, t.ex. inbyggnadsprodukter.</li> <li>• Växa på specifika marknader, speciellt i Östeuropa.</li> <li>• Marknadsföra vatten- och energieffektiva produkter.</li> <li>• Utöka produktsortimentet.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ta en stark, långsiktig position i det lönsamma premiumsegmentet.</li> <li>• Expandera via nya försäljningskanaler.</li> <li>• Utöka produktsortimentet.</li> <li>• Marknadsföra vatten- och energieffektiva produkter.</li> </ul>
<b>Electrolux marknadsandel</b>	 <p>16% vitvaror 14% dammsugare</p>	 <p>21% vitvaror 18% dammsugare</p>
<b>Största konkurrenter</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Vitvaror</b> Bosch-Siemens, Indesit, Whirlpool.</li> <li>• <b>Dammsugare</b> Dyson, Miele, Bosch-Siemens, TTI Group.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Vitvaror</b> Whirlpool, General Electric, LG, Samsung.</li> <li>• <b>Dammsugare</b> TTI Group (Dirt Devil, Vax och Hoover), Dyson, Bissel.</li> </ul>

PROFESSIONELLA PRODUKTER

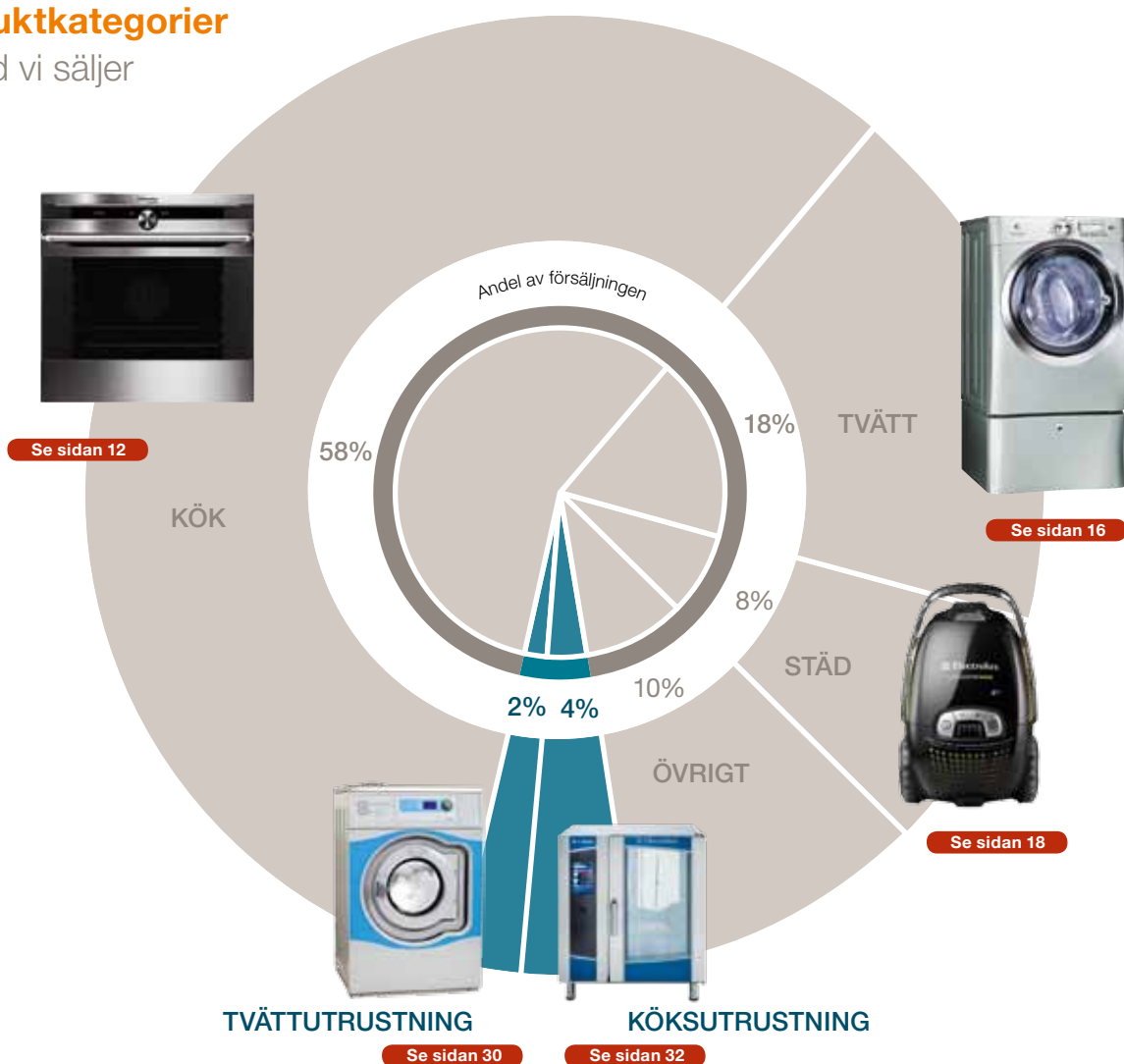
LATINAMERIKA	ASIEN/STILLAHAVSOMRÅDET	PROFESSIONELLA PRODUKTER	
			
93	375	136	
<ul style="list-style-type: none"> <li>Merparten av tillverkningen inhemsk p.g.a. höga importtullar och logistikkostnader.</li> <li>Relativt hög konsolideringsgrad bland tillverkare.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Ingen tydlig marknadsledare i regionen.</li> <li>Sydostasiatiska konsumenter väljer gärna europeiska varumärken, men deras marknadsandelar är ännu små.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li><b>Kök</b> Hälften av all utrustning säljs i Nordamerika. Den europeiska marknaden domineras av många små, fristående restauranger.</li> <li><b>Tvätt</b> De fem största tillverkarna har cirka 55% av den globala marknaden.</li> </ul>	
32%	16%	8%	6%
<ul style="list-style-type: none"> <li>Förbättrad köpkraft bland hushållen.</li> <li>Växande medelklass.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li><b>Asien</b> Förbättrad köpkraft. Växande medelklass.</li> <li><b>Australien</b> Ersättning av ej fungerande produkt, nybyggnation och renovering. Design. Vatten-effektiva produkter.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li><b>Kök</b> Energi- och vatteneffektiva produkter. Amerikanska snabbmatskedjor expanderar.</li> <li><b>Tvätt</b> Energi- och vatteneffektiva produkter. Växande befolkning.</li> </ul>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>Stark marknadstillväxt.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Marknadens efterfrågan på vitvaror i Australien minskade. Efterfrågan på marknaderna i Sydostasien och Kina ökade väsentligt.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Efterfrågan bedöms ha ökat något.</li> </ul>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>Relativt hög konsolideringsgrad bland återförsäljare.</li> <li>De tre största tillverkarna i Brasilien står för cirka 75% av försäljningen inom vitvaror.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li><b>Asien</b> Merparten av försäljningen via små, lokala återförsäljare. I städerna säljs en stor del av vitvarorna i varuhus, på stormarknader eller via återförsäljarkedjor.</li> <li><b>Australien</b> Fem stora butikskedjor har cirka 90% av marknaden.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li><b>Kök</b> Hög grad av konsolidering av återförsäljare i Nordamerika. Fragmenterad marknad i Europa.</li> <li><b>Tvätt</b> Stor andel direktförsäljning även om trenden går mot ökad försäljning via återförsäljare.</li> </ul>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>Växa på marknader utanför Brasilien, såsom Argentina och Mexiko.</li> <li>Stärka positionen i premiumsegmentet i Brasilien.</li> <li>Utöka produktsortimentet.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Växa i premiumsegmentet.</li> <li>Marknadsföra vatten- och energieffektiva produkter.</li> <li>Växa i Sydostasien.</li> <li>Utöka produktsortimentet.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li><b>Kök</b> Marknadsföra vatten- och energieffektiva produkter. Skräddarsy lösningar för snabbmatskedjor.</li> <li><b>Tvätt</b> Marknadsföra vatten- och energieffektiva produkter.</li> </ul>	
<p>Näst största tillverkare av vitvaror i Brasilien, största tillverkare av dammsugare.</p>	 <p>Australien, 42% vitvaror</p>  <p>Australien, 21% dammsugare</p>	 <p>Globalt, 4% köksutrustning</p>  <p>Globalt, 11% tvättutrustning (egna uppskattningar)</p>	
<ul style="list-style-type: none"> <li><b>Vitvaror</b> Whirlpool, Mabe.</li> <li><b>Dammsugare</b> SEB Group, Whirlpool, Black&amp;Decker, Philips.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li><b>Vitvaror</b> Fischer &amp; Paykel, Samsung, LG, Haier.</li> <li><b>Dammsugare</b> Samsung, LG, Dyson.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li><b>Kök</b> Rational, Manitowoc/Enodis, Middleby, Ali Group.</li> <li><b>Tvätt</b> Alliance, Primus, Girbau, Miele.</li> </ul>	

# Verksamhet

”Thinking of you” fångar upp Electrolux erbjudande: Att alltid sätta användarna i främsta rummet, vare sig det handlar om produktutveckling, design, tillverkning, marknadsföring, logistik eller service. Genom att erbjuda produkter och tjänster som konsumenter föredrar, som gynnar såväl människor som miljö och som konsumenter är beredda att betala högre priser för, får Electrolux en lönsam tillväxt. Innovativa produkter, lägre kostnader och ett starkt varumärke skapar grunden för en förbättrad lönsamhet.

## Produktkategorier

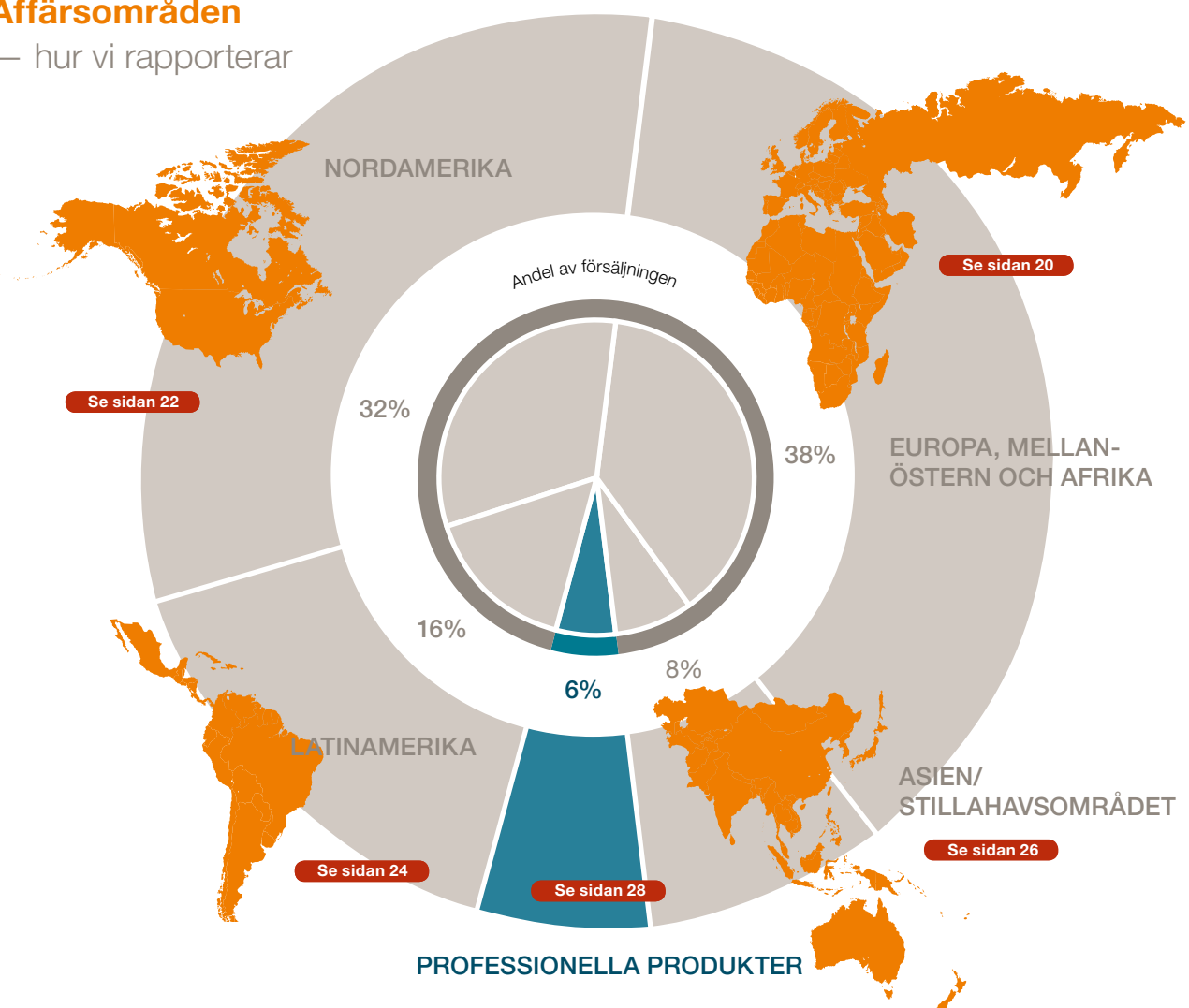
— vad vi säljer



Under 2010 sålde Electrolux över **40 miljoner produkter**. Nästan hälften av dem såldes under det globala varumärket Electrolux. Konsumentprodukter omfattar produkter för kök, textilvård och städning. Professionella Produkter omfattar motsvarande produkter för professionella användare såsom storkök, restauranger och tvättinrättningar.

## Affärsområden

— hur vi rapporterar



Koncernens produkter säljs på mer än **150 marknader**. De största marknaderna finns i Europa och Nordamerika. Verksamheten är indelad i fem affärsområden. Konsumentprodukter består av fyra regionala affärsområden medan Professionella Produkter är ett enskilt, globalt affärsområde.

# 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 ...

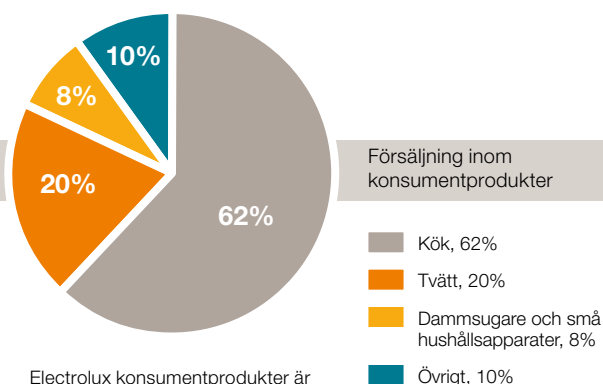
Den snabba urbaniseringen innebär att det blir allt mindre yta att bo på. Det i sin tur ställer krav på hem som är flexibla och av enkel konstruktion. Behovet av tysta, kompakta hushållsprodukter som lätt kan integreras i den övriga hemmiljön ökar.

## ... 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.

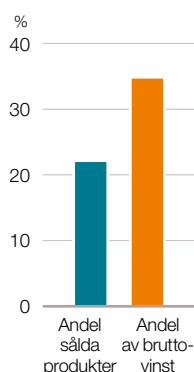
## ... och effektivare produkter.

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



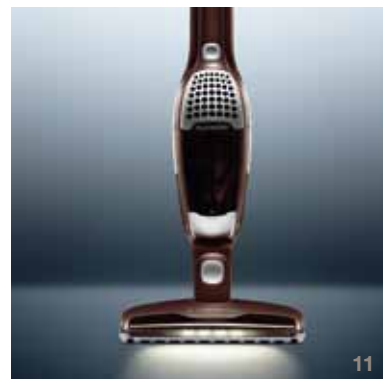
Mini power mix



Ugnen Inspiro



Dammsugaren Ergorapido



# Köksprodukter

Köksprodukterna står för mer än hälften av koncernens försäljning. Electrolux strävar efter att ta fram konkurrenskraftiga produkter som tillgodoser globala behov och som går att anpassa till regionala skillnader.

## Konsumenttrender

Själva sättet att tillaga mat är oftast det som skiljer konsumenter i olika delar av världen. Behovet av olika funktioner hos köksprodukterna är däremot i stort sett detsamma oavsett världsdel. Förutom krav på energieffektivitet vill konsumenter ha köksprodukter som är tystgående och användarvänliga. Individuella lösningar och tilltalande design är viktiga eftersom produkterna ska avspegla ägarnas personligheter och värderingar samt harmonisera med övriga produkter i köket. Trots att konsumenterna till vardags ägnar allt mindre tid åt att laga mat ökar intresset för mer avancerad hobby- och festmatlagning, parallellt med en starkt växande hälso- och välbefinnandetrend. Konsumenter efterfrågar produkter som bevarar livsmedlens näringsämnen och fräschör såväl före, under som efter tillagning.

## Marknad

Inbyggnad av köksprodukter blir vanligare över hela världen, och utvecklingen är speciellt stark i Europa, Mellanöstern, Sydostasien och Australien. Inbyggnadsprodukter säljs främst av kökstillverkare, vilket innebär att köksskåp och vitvaror tillsammans skapar ett enhetligt och harmoniskt intryck. Vanligtvis är lönsamheten högre för inbyggnadsprodukter än för fristående produkter.

Inom diskmaskiner finns en stor tillväxtpotential. I Europa har färre än hälften av hushållen diskmaskin, vilket delvis beror på att diskmaskiner fortfarande felaktigt anses förbruka mycket vatten. I Brasilien har endast 2 procent av hushållen diskmaskin.

## Electrolux köksprodukter

### Marknadsposition

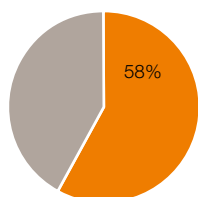
Electrolux köksprodukter står för mer än hälften av koncernens försäljning och produkterna är väl representerade bland de mest energieffektiva alternativen på marknaden. Inom inbyggnadsprodukter har Electrolux under de senaste åren stärkt sin position genom nya samarbeten med ledande kökstillverkare. I slutet av 2010 lanserades nya och innovativa produkter inom inbyggnadssegmentet på delar av den viktiga europeiska marknaden.

Electrolux strävar efter att ta fram konkurrenskraftiga produkter som tillgodoser globala behov och som går att anpassa till regionala skillnader vad gäller exempelvis önskemål om design och elstandard.

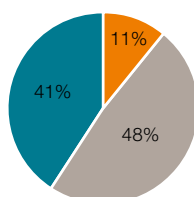
### Varumärken

Cirka 60 procent av koncernens köksprodukter i Europa säljs under varumärket Electrolux, inklusive dubbelmärkning. Andra viktiga varumärken i Europa är AEG och Zanussi. På den nordamerikanska marknaden säljs produkter för köket under varumärket Electrolux i premiumsegmentet och under varumärket Frigidaire i mellanprissegmentet. I Latinamerika och Asien säljs merparten av köksprodukterna under varumärket Electrolux. Koncernens viktigaste varumärken i Australien är Electrolux, Westinghouse och Simpson. Electrolux tillverkar även produkter som säljs under olika detaljhandelskedjors egna varumärken.

Köksprodukternas andel av koncernens försäljning

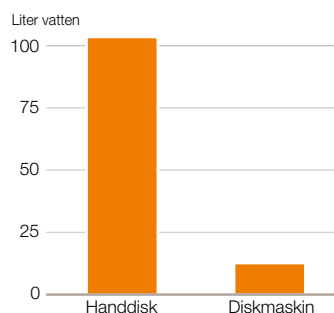


Produktkategorier inom köksprodukter



- Disk
- Förvaring (kylskåp, frys)
- Tillagning (spis, häll, ugn)

Vatten- och energieffektiva diskmaskiner



Enligt en studie från Bonns universitet i Tyskland går det i genomsnitt åt 103 liter vatten när en konsument handdiskar en mängd disk motsvarande en full diskmaskin. Om konsumenten i stället använder en modern, vattensnål diskmaskin från Electrolux går det bara åt 12 liter för samma mängd disk. Electrolux nya diskmaskiner drar dessutom bara 1 kWh per diskomgång.



# KAMPANJ INFINITY I-KITCHEN

Baserat på omfattande konsumentinsikt lanserade Electrolux under 2009 den första versionen av kylskåpet Infinity i Brasilien. Det är marknadens största toppmonterade kylskåp med unika funktioner och förvaringsutrymmen. Infinity har varit en stor försäljningsframgång och kommer ständigt i nya versioner. Den senaste är Infinity i-Kitchen, som tar hänsyn till nya behov hos konsumenterna.



Infinity i-Kitchen är försett med en stor pekskärm där användaren kan ladda ner 600 recept på allt från förrätter till aptitretare. Recepten har tagits fram och testats av Brasiliens största tidskrift för kvinnor, *Claudia Magazine*.



Kylskåpet innehåller funktioner och utrymmen som förenklar användningen.



Electrolux har utvecklat ett nära samarbete med tidskriften *Claudia*s ägare Abril SA, som är Brasiliens största förlagskoncern. Samarbetet har lett till en omfattande mediebevakning av Infinity i-Kitchen, vilket drivit på lanseringen.



Artiklar om Infinity i-Kitchen har publicerats i över 70 olika mediekanalet och nått över 15 miljoner läsare. Dessutom har olika teknikbloggar rapporterat om kylskåpets speciella applikationer.

### Kylskåp och frysar

Enklare kylskåp och frysar är hårt konkurrensutsatta produkter med relativt låga lönsamhetsmarginaler. Innovativa produkter såsom frostfria frysar uppvisar däremot en stark tillväxt och lönsamhet. Electrolux utvecklar nya funktioner och energisnåla förvaringslösningar som tillgodoser de behov som konsumenterna har.

För att motverka att mat slängs i onödan finns det behov av kylskåp som kan bevara de olika råvarornas fräschör länge. Electrolux har tagit fram ny teknik som oavsett klimat säkerställer att matvaror behåller näringsvärde, smak och lukt under förvaring.

För stora köksprodukter såsom kylskåp kommer mer än 80 procent av den totala miljöpåverkan från energiförbrukningen under användning. Lägre energiförbrukning innebär lägre totalkostnad för konsumenten. Till exempel förbrukar de mest effektiva kylskåpen och frysar från Electrolux idag 65 procent mindre energi än de standardkylskåp som lanserades för 15 år sedan.

### Spisar, ugnar och hållar

Koncernens starkaste och mest lönsamma position inom köksprodukter finns inom spisar, ugnar och hållar. De är tekniskt avancerade, vilket ökar möjligheterna till differentiering.

Innovationer driver starkt tillväxten inom dessa produktkategorier och Electrolux har utvecklat ett flertal nya funktioner som underlättar matlagning. Electrolux Inspiro är en ugn som med hjälp av sensorer känner av matens volym, och därefter beräknar och anpassar bästa tillagningsmetod, temperatur och anger var i ugnen plåten eller formen ska placeras. När maten är klar stänger ugnen av sig själv.

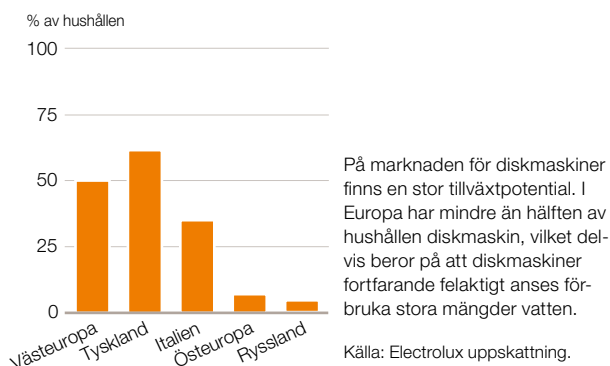
Ångugnar har länge använts inom restaurangvärlden av det enkla skälet att maten blir mycket mer smakrik. Vid tillagning med ånga bevaras den naturliga smaken och färgen liksom det mesta av råvarans vitaminer och mineraler. I Europa har Electrolux med stor framgång lanserat ångugnar även för hemmabruk.

Induktionshållar är ett annat segment som växer starkt, mycket tack vare att de är såväl tidseffektiva som energisnåla. Electrolux har som en av de första aktörerna inom kategorin en stark position. I Europa har induktionshållar sålts i mer än 10 år. I USA lanserade Electrolux under 2008 marknadens första induktionshållar.

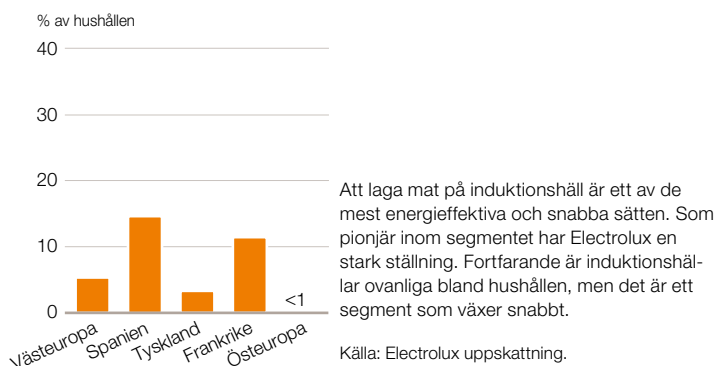
### Diskmaskiner

Electrolux tillverkar vatten- och energisnåla diskmaskiner för både små och stora hushåll. Låg ljudnivå, skraddarsydd diskprogram och effektiva förvaringskorgar är andra behov som Electrolux kan tillgodose. De nya diskmaskinerna Electrolux RealLife® och AEG-Electrolux Proclean erbjuder stora utrymmen och flyttbara korgar som passar för all typ av disk. Energy Saver är ett knappval som finns på alla Electrolux nya diskmaskiner och som minskar elförbrukningen med upp till 25 procent. Utvecklingen av nya vatten- och energisnåla diskmaskiner har varit snabb inom Electrolux.

Låg marknadspenetration för diskmaskiner



Tillväxtpotential för induktionshållar



För att stärka och differentiera varumärket AEG inleddes i november 2010 en omfattande lansering av nya, innovativa vitvaror i Tyskland och Österrike. Produktserien Neue Kollektion står för en tydlig varumärkeskänsla och ett starkare designspråk, där endast materialen stål och glas används. Nya intuitiva kontrollpaneler gör produkterna lättare att använda.



Perfekt till form  
och funktion





## Tvättprodukter

Electrolux är en ledande tillverkare av energi- och vattensnåla tvättprodukter såsom tvättmaskiner, torktumlare och kombinationer av dem samt stryktrustning. Störst marknadsandel globalt har koncernen inom frontmatade tvättmaskiner.

### Konsumenttrender

Tvättprodukternas prestanda fortsätter att utvecklas snabbt. Konsumenterna är idag överlag nöjda med tvätt- och torkresultaten, men vill gärna se produkter som är snabbare, tystare och mer energieffektiva och som underlättar tvätthanteringen. Trots att hushållen blir mindre och tvättmaskiner går halvfulla på grund av ökade renlighetskrav efterfrågas allt större tvättkapacitet. Torktumlaren köps oftast tillsammans med tvättmaskinen för att få en så enhetlig design som möjligt i till exempel tvättrummet.

### Marknad

Tvättmaskiner är antingen topp- eller frontmatade. Toppmatade tvättmaskiner har traditionellt dominerat marknaderna i Nordamerika, Sydostasien och Australien, men där efterfrågas idag frontmatade maskiner i allt högre utsträckning. Frontmatade tvättmaskiner förbrukar mindre vatten och energi under en tvättcykel, har större kapacitet och ger bättre tvättresultat. Att hushållen ändå väljer en toppmatad maskin framför en frontmatad har främst med tradition att göra. Undersökningar i Kanada visar att ett genomsnittligt kanadensiskt hushåll skulle spara drygt 70 000 liter vatten per år genom att byta ut en befintlig toppmatad tvättmaskin mot en ny frontmatad tvättmaskin av högsta energiklass.

Konsumenternas krav på större kapacitet gäller alla regioner och produktkategorier, men eftersom en medeltvätt väger cirka 3–4 kg ställs det främst krav på att nya tvättmaskiner kan anpassa program och energiåtgång till mängden tvätt.

### Electrolux tvättprodukter

#### Marknadsposition

Electrolux har en stark global position inom tvättprodukter, med den största marknadsandelen inom frontmatade tvättmaskiner. Electrolux är också en av de ledande tillverkarna av energi- och vattensnåla tvättprodukter. Electrolux var först med att utveckla en torktumlare i Europas högsta energiklass A, nämligen AEG-Electrolux Sensidry.

### Varumärken

I Europa säljs koncernens tvättprodukter främst under varumärkena Electrolux, AEG och Zanussi. I Asien och Latinamerika säljs de huvudsakligen under varumärket Electrolux. I Nordamerika säljs produkterna under varumärket Frigidaire i låg- och mellanprissegmenten och under varumärket Electrolux i högprissegmentet. I Australien säljs tvättprodukterna främst under varumärkena Electrolux och Simpson.

### Innovationer

Inom Electrolux utvecklas kontinuerligt nya funktioner för tvättmaskiner och torktumlare som bidrar till bättre tvättresultat, lägre energiförbrukning och enklare tvätthantering. Electrolux har även tagit fram kompakta tvättmaskiner och torktumlare som är tillräckligt stora för normala tvättbehov för mindre hushåll.

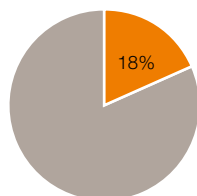
ECO-valve är en avancerad teknik som anpassar såväl tvättprogram som el- och vattenförbrukning till mängden tvätt.

Flertalet av Electrolux nya tvättmaskiner i Europa är klassade som energiklass A-20%. Denna beteckning innebär 20 procent lägre energiförbrukning än energiklass A.

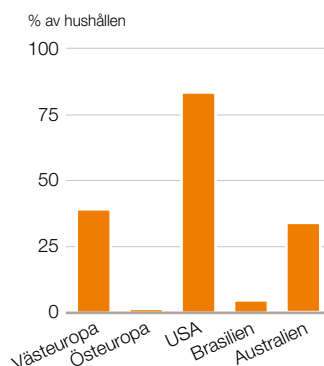
Electrolux har utvecklat en torktumlare som med hjälp av värme-pumpsteknik är 30 procent energisnålare än gränsvärdet för låg-energi-klassen A. Om valet är att ersätta en tio år gammal genomsnittlig tumlare kan energiförbrukningen minska med upp till 65 procent.

Precis som för professionella användare har Electrolux tagit fram en kombinerad tvättmaskin och torktumlare. Den kan tvätta och torka upp till 6 kg tvätt i följd.

Tvättprodukternas andel av koncernens försäljning



Marknadspenetration för torktumlare



Tillgången till torktumlare är låg och varierar mycket beroende på världsdel. Nio av tio kunder i USA som väljer Electrolux-märkta tvättprodukter köper tvättmaskin och torktumlare på samma gång.

Källa: Electrolux uppskattning.

# KAMPANJ ELECTROLUX TVÄTTMASKINER

Under 2008 lanserades nya tvätt- och köksprodukter inom premiумsegmentet i Nordamerika. Dessa lanseringar har positionerat Electrolux som ett innovativt och hållbart varumärke på en stor och viktig marknad. Tvättprodukterna erbjuder flera viktiga konsumentlösningar såsom större kapacitet, snabbare tvätt- och torkcykel samt lägre energi- och vattenförbrukning.



På [electroluxappliances.com](http://electroluxappliances.com) har konsumenterna möjlighet att titta närmare på produkternas funktioner i en interaktiv miljö.



october 4 through november 29, 2010

green for green

Receive an American Express® Reward Card from Electrolux for up to \$300 when you purchase select Electrolux front load laundry.

featuring Perfect Steam™



**Perfect Steam and Dry Control** Wash and dry the most delicate items in the load for up to 10 minutes to dry. The sensor wash and dry sensor.

**Garment Care with Steam** Wash and dry the most delicate items in the load for up to 10 minutes to dry. The sensor wash and dry sensor.

**Perfect Steam Wash and Dry** Add steam to select wash cycles to gently clean clothes, or to speed dry cycle to reduce wrinkles and shorten cycles.

From your nearest appliance store.



drop into our virtual laundry room go to [electroluxappliances.com](http://electroluxappliances.com)

© 2010 Electrolux North America, Inc. All rights reserved. Electrolux, the Electrolux logo, and Perfect Steam are trademarks of Electrolux North America, Inc. All other marks are the property of their respective owners. Reward Card subject to applicable law.



Electrolux strategi att i Nordamerika använda varumärkesambassadörer vid marknadsföringen har varit framgångsrik. Den välkända TV-personligheten Kelly Ripa är ambassadör för varumärket Electrolux och skådespelerkan Jennifer Garner är ambassadör för varumärket Frigidaire.

Tvättprodukterna säljs över hela Nordamerika via fristående återförsäljare av hushållsprodukter samt via de stora kedjorna såsom Best Buy, Lowe's och Sears. Under 2010 genomfördes flera försäljningskampanjer som lyfte fram produkternas unika funktioner och låga energiförbrukning.

## Större, snabbare, bättre

# Städprodukter och små hushållsapparater

Efterfrågan på dammsugare med god miljöprestanda ökar. Electrolux har utvecklat energieffektiva modeller tillverkade av återvunnet material. Hösten 2010 lanserades en helt ny serie gröna dammsugare i Europa.

## Konsumenttrender

Trenderna inom dammsugare har i stort sett varit oförändrade under de senaste åren. Konsumenter föredrar användarvänliga dammsugare med god sugförmåga och låg ljudnivå. Ökat antal små hushåll leder till ökat behov av kompakta och effektiva dammsugare med en estetisk design som gör att de kan lämnas framme. Samtidigt blir det allt vanligare med fler än en dammsugare i hemmet. En sladdlös – ofta batteridrivna – mindre dammsugare för dagliga och begränsade insatser och en större och kraftfullare variant när hela hemmet ska dammsugas.

Även om energimärkning för dammsugare fortfarande saknas ökar efterfrågan på energieffektiva produkter.

## Marknad

Dammsugare kan transporteras långa sträckor eftersom transportkostnaden per produkt är relativt låg. Globaliseringen inom dammsugarindustrin har därför kommit längre än för produkter inom kök och tvätt, och idag tillverkas merparten av dammsugarna i lågkostnadsregioner. Även om den senaste lågkonjunkturen lett till prispress på marknaderna i väst har den starkaste tillväxten under 2000-talet varit för dammsugare med innovativa funktioner till högre priser. Försäljningen av laddningsbara handdammsugare med tilltalande design har ökat kraftigt. Även marknaden för påslösa dammsugare har vuxit. På tillväxtmarknaderna drivs efterfrågan av den stigande inkomstnivån och ökade krav på hygien.

## Electrolux städprodukter

### Marknadsposition

Electrolux är en av de ledande tillverkarna i världen av dammsugare och en av få med ett globalt försäljningsnätverk. Fokus ligger på innovativa och energieffektiva dammsugare i det högre prissegmentet. De största marknaderna är Nordamerika och Europa. Alla Electrolux dammsugare tillverkas i lågkostnadsländer. Även om det finns regio-

nala skillnader i utseende mellan dammsugare är funktionerna lika viktiga över hela världen. Electrolux kan som en av få globala tillverkare av dammsugare fokusera på global produktutveckling.

### Varumärken

Störst andel av koncernens försäljning av dammsugare i Nordamerika sker under varumärket Eureka. Försäljningen av mer innovativa och exklusiva dammsugare sker under varumärket Electrolux. I Europa dominerar Electrolux-varumärket, som kompletteras med varumärken såsom Volta, Tornado, Progress och Zanussi i de lägre prissegmenten. I Asien och Latinamerika säljs alla koncernens dammsugare under varumärket Electrolux.

### Innovationer

Electrolux arbetar kontinuerligt med att utveckla innovationer och produkter med tilltalande design som konsumenter är beredda att betala högre priser för.

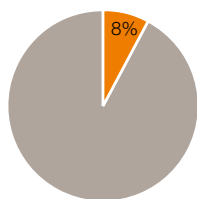
Electrolux UltraOne kombinerar en kraftfull motor med låg ljudnivå och effektiv energiförbrukning, något som har visat sig vara ett vinnande koncept. Sedan lanseringen år 2009 har dammsugaren i inte mindre än tio oberoende tester på olika marknader utsetts till marknadens bästa dammsugare.

Electrolux UltraSilencer är med sina 68 dB den tystaste dammsugaren på marknaden tack vare den patentsökta tekniken Silent Air Technology. Ljudnivån är bara en tiondel av den hos en genomsnittlig dammsugare.

### Små hushållsapparater

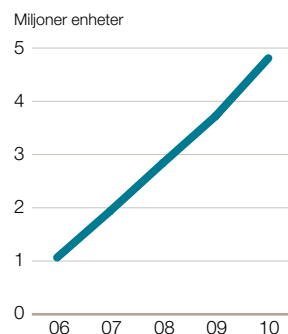
Små hushållsapparater är ett globalt växande segment, som består av flera olika produktkategorier. Electrolux fokuserar på att växa inom detta segment för kök och tvätt med en global uppsättning av produkter inom kategorierna kaffemaskiner, brödrostar, matberedare och strykjärn.

Dammsugarnas andel av koncernens försäljning



Försäljningen av dammsugare står för 8% av koncernens försäljning. Små hushållsapparater, såsom brödrostar, kaffemaskiner och strykjärn, utgör cirka 10% av försäljningen inom dammsugarverksamheten.

Akkumulerad försäljningsvolym för dammsugaren Electrolux Ergorapido



Den sladdlösa, laddningsbara handdammsugaren Electrolux Ergorapido har sedan lanseringen 2004 skördat stora framgångar världen över och sålts i närmare 5 miljoner exemplar. Nya versioner lanseras kontinuerligt och under 2010 introducerades Ergorapido i Japan.

# KAMPANJ GREEN RANGE

Med kampanjen Vac from the Sea väcker Electrolux uppmärksamhet kring allt plastskräp i haven – plast som i stället kunde återanvändas i mer hållbara produkter. Kampanjen är även en del av strategin kring marknadsföringen av Electrolux Green Range av dammsugare.



Kampanjsidan Vac from the Sea var under 2010 den näst mest besökta av Electrolux hemsidor. Vac from the Sea går även att följa på facebook och twitter.

Vac from the Sea uppmärksammar de enorma mängder plastskräp som flyter omkring i haven, samtidigt som det råder brist på återvunnen plast. Kampanjen har skapat engagemang från leverantör till slutkonsument.

Electrolux vill öka andelen återvunnen plast i sina gröna dammsugare från 70 procent till närmare 100 procent. Läs mer på sidan 58.

## Vac from the sea



En av fem konceptdammsugare tillverkade av plastskräp från världshaven.



En helt ny serie av gröna dammsugare lanserades hösten 2010; UltraOne Green, UltraSilencer Green, UltraActive Green, ErgoSpace Green och Jetmaxx Green. Alla fem dammsugarna är tillverkade av minst 55 procent återvunnen plast, har upp till 50 procent lägre energiförbrukning och kan återvinnas till 92 procent.

## ”Växla upp till grönt”



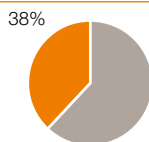
Dammsugarna anländer till konsumenterna i förpackningar som är tillverkade av 100 procent återvunnet papper. Dammsugarpåsarna, s-bag® Green, är tillverkade av majsstärkelse.



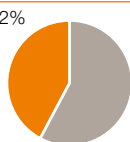
# Konsumentprodukter Europa, Mellanöstern och Afrika

Under året stärkte Electrolux ytterligare sin position inom inbyggnadssegmentet, bland annat genom lanseringen av en helt ny serie innovativa, energieffektiva produkter under varumärket AEG. Lönsamheten i regionen ökade genom nya kostnadsbesparingar och en bättre mix.

Andel av försäljning 2010



Andel av rörelseresultat 2010



Rörelseresultatet för vitvaror förbättrades väsentligt framför allt tack vare en positiv mixutveckling. Tidigare personalneddragningar och kostnadsbesparingsåtgärder har också positivt påverkat rörelseresultatet. Rörelseresultatet förbättrades väsentligt för dammsugarverksamheten tack vare ökad försäljning av produkter inom premiumsegmentet.

## Marknad

Den europeiska marknaden för vitvaror uppgick till cirka 205 miljarder kronor 2010, varav Östeuropa stod för cirka 18 procent. Efterfrågan ökade något under året, dock från en låg nivå. Ökningen berodde främst på en starkare utveckling i Östeuropa framförallt drivet av Ryssland samt på en större efterfrågan i stora västeuropeiska ekonomier såsom Tyskland och Frankrike. Efterfrågan på dammsugare ökade marginellt i de flesta regioner och segment.

Marknaden för inbyggnadsprodukter fortsatte att utvecklas starkt. Fortsatt stort fokus låg på energi- och vatteneffektiva vitvaror.

Den europeiska marknaden med många länder har bidragit till en stor variation i konsumentbeteenden och att det finns ett stort antal tillverkare, varumärken och återförsäljare. Den europeiska marknaden är mycket komplex. Den låga konsolideringsgraden bland tillverkare har lett till överkapacitet och som en konsekvens därav till prispress under en längre tid. Under de senaste åren har priserna stabiliserats något.

## Återförsäljare

Marknaden i Europa domineras av många mindre, lokala och fristående butikskedjor med inriktning på el och elektronik samt köksinredning. Stark organisk tillväxt hos återförsäljarna under senare år har hållit tillbaka en konsolidering. Dammsugare säljs via samma kanaler som vitvaror samt via stormarknader.

Köksspecialisternas andel av försäljningen av vitvaror i Västeuropa uppgår idag till cirka 25 procent. I Tyskland och Italien ligger deras andel på cirka 40 procent.

Andelen konsumenter som går ut på nätet innan de bestämmer sig för köp fortsätter att öka snabbt. Det innebär att tillverkarnas hemsidor blir allt viktigare som redskap för att övertyga kunderna. Varumärket behöver framhåvas på rätt sätt samtidigt som kunderna behöver få svar på det som de letar efter.

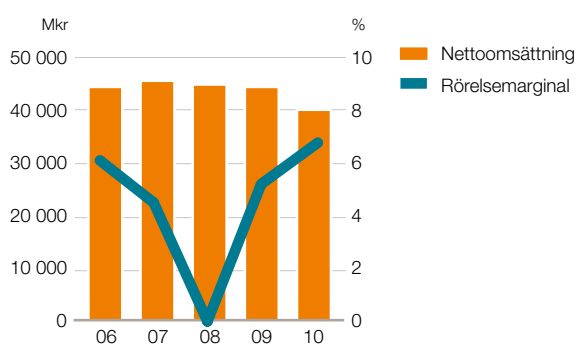
## Electrolux position

Under året stärkte Electrolux ytterligare sin position inom inbyggnadssegmentet, främst på den tyska marknaden. Under det fjärde kvartalet påbörjades lanseringen av en helt ny serie innovativa inbyggnadsprodukter i premiumsegmentet under varumärket AEG i Tyskland och Österrike. Lanseringen fortsätter på andra marknader under 2011. Inom dammsugare lanserades i slutet av året en ny serie energieffektiva premiumdammsugare tillverkade av upp till 70 procent återvunnen plast.

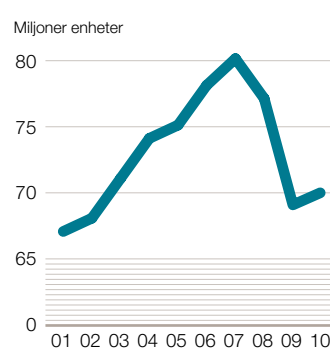
En positiv mixutveckling och lägre kostnader tack vare tidigare och nya besparingsåtgärder har bidragit till ett förbättrat rörelseresultat.

Cirka 20 procent av koncernens försäljning av vitvaror i Europa och cirka 15 procent av dammsugarförsäljningen sker i Östeuropa. De lägre försäljningsvolymerna under 2010 är främst ett resultat av att tyska Quelle, en av koncernens största återförsäljare, försattes i konkurs i slutet av 2009. Samtidigt visade försäljningsvolymerna under varumärket Electrolux på en positiv utveckling. Det nya samarbetet med IKEA har utvecklats väl.

Nettoomsättning och rörelsemarginal



Leveranser av vitvaror i Europa, exkl. Turkiet



Efterfrågan på marknaderna i Europa stabiliserades under 2010 och ökade med 2% efter mer än två år av nedgångar, framför allt tack vare tillväxt i Östeuropa där efterfrågan ökade med 6%.



# EUROPA, MELLANÖSTERN, AFRIKA

Under 2010 genomfördes en stor satsning på att repositionera varumärket AEG i Tyskland och Österrike. Neue Kollektion är en innovativ serie av inbyggnadsprodukter och fristående produkter som stärker varumärket och differentierar det från andra tillverkare på marknaden. Lanseringen av inbyggnadsprodukterna startade i slutet av 2010. Fristående produkter kommer att lanseras under första kvartalet 2011. Produkterna har flera nya, intuitiva kontroller, större panel, och pekfunktioner. Enbart materialen glas och stål används.



Glas  
& stål

## Bäst

Electrolux flaggskepp dammsugaren UltraOne utsågs under 2010 till Nr 1 i konsumenttester i Holland, Portugal, Italien och Frankrike, och stärkte därmed sin ledande position i Europa. Detta efter en första omgång av segrar i oberoende tester i Danmark, Norge, Sverige, Finland och Tjeckien. UltraOne har bidragit till en bättre produktmix och ökad lönsamhet.



### Marknadsandelar

- 16% vitvaror
- 14% dammsugare



Förvärvet av en tvättmaskinsfabrik i Ukraina och avsiktsförklaringen att förvärva den egyptiska vitvarutillverkaren Olympic Group är delar av Electrolux strategi för att växa på tillväxtmarknaderna i centrala och östra Europa samt i Mellanöstern och Nordafrika.

## Förvärv

### Marknader och konkurrenter

#### VITVAROR

##### Största marknader

- Tyskland
- Frankrike
- Storbritannien
- Ryssland

##### Största konkurrenter

- Bosch-Siemens
- Indesit
- Whirlpool

#### DAMMSUGARE

##### Största marknader

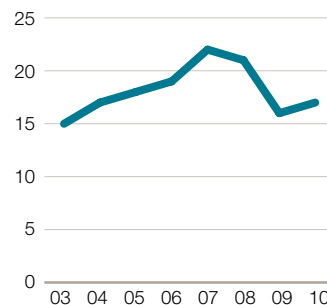
- Tyskland
- Frankrike
- Storbritannien

##### Största konkurrenter

- Dyson
- Miele
- Bosch-Siemens
- TTI Group

### Tillväxt i Östeuropa exkl. Turkiet

Miljoner enheter

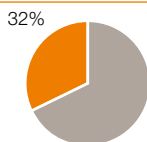


Efterfrågan på marknaderna i Östeuropa ökade med 6% jämfört med föregående år främst som ett resultat av ökad efterfrågan i Ryssland och Ukraina.

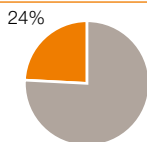
# Konsumentprodukter Nordamerika

Under året avslutades relanseringen av varumärket Frigidaire i mellanprissegmentet. Lanseringen, som påbörjades 2009, har medfört att större delen av sortimentet inom Frigidaire har ersatts med nya, innovativa och energieffektiva produkter till högre priser.

Andel av försäljning 2010



Andel av rörelseresultat 2010



Koncernens försäljning av vitvaror var under 2010 i linje med föregående år. Rörelseresultatet ökade till följd av en förbättrad produktmix. Rörelseresultatet för dammsugareprodukter minskade på grund av lägre försäljningsvolymer, högre kostnader för sourcede produkter samt lägre försäljningspriser på marknaden.

## Marknad

Den nordamerikanska marknaden för vitvaror uppgick cirka 25 miljarder dollar, motsvarande cirka 180 miljarder kronor, under 2010. Efter en stark ökning under första halvåret, delvis påverkad av den amerikanska statens rabattprogram för köp av energieffektiva hushållsprodukter minskade efterfrågan under det tredje kvartalet. Under det fjärde kvartalet ökade efterfrågan något. Försäljningsvolymerna i USA befinner sig på 1998-års nivåer efter stora nedgångar under åren 2006–2009.

Marknaden i Nordamerika är mer enhetlig än marknaderna i Europa, vilket har medfört relativt hög konsolidering bland både tillverkare och återförsäljare. Konsolideringen har under en längre tid resulterat i stabila priser. Under de senaste åren har dock viss prispress känts av, dels som ett resultat av svag efterfrågan, dels ökad försäljning till kampanjpriser och av att asiatiska tillverkare etablerat sig. Inom dammsugare har konkurrensen från Asien varit mer kännbar en längre tid. Under 2010 rådde prispress på marknaden för dammsugare.

Andelen försäljning av ersättningsprodukter är mycket hög i USA, och uppgick till närmare 75 procent av den totala försäljningen under 2010, jämfört med normalt cirka 50 procent. Många vitvaror börjar närma sig slutet på sin livscykel, vilket kommer att ge ett stöd för försäljningen av nya vitvaror under de närmaste åren.

## Återförsäljare

I USA säljs cirka 60 procent av alla vitvaror genom de fyra stora återförsäljarna Sear, Lowe's, Home Depot and Best Buy. Home

Depot och Sears har även starka positioner i Kanada. Dammsugare säljs främst genom dagligvaruhandeln. En stor del av försäljningen i återförsäljarledet drivs genom kampanjer.

Köksspecialister liknande dem i Europa har endast en liten del av marknaden. Köken byggs vanligen på plats av byggföretag, som också köper in vitvarorna. Vitvarutillverkarnas marknadsföring har därför främst vänt sig till byggföretag, inte till konsumenter. En förändring är på gång och liksom i Europa växer intresset för väldesigade inbyggda och enhetliga köksprodukter bland konsumenterna. Det statliga rabattprogrammet har medfört att intresset för miljövänliga vitvaror ökat.

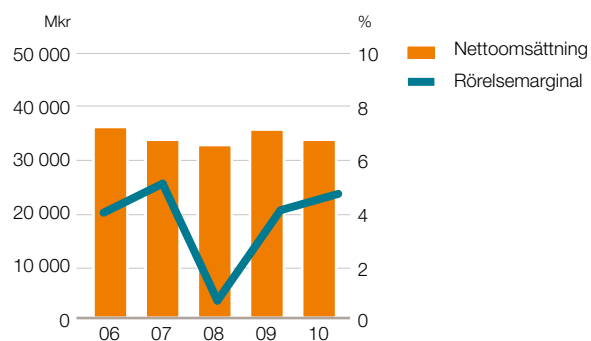
## Electrolux position

Under året avslutades relanseringen av varumärket Frigidaire i mellanprissegmentet. Större delen av sortimentet inom Frigidaire har bytts ut mot nya, innovativa och energieffektiva produkter till högre priser. Electrolux har en stark ställning i premiumsegmentet sedan den omfattande lanseringen 2008 av nya produkter under varumärket Electrolux. Inom superpremiumsegmentet säljs koncernens produkter under varumärket Electrolux ICON™.

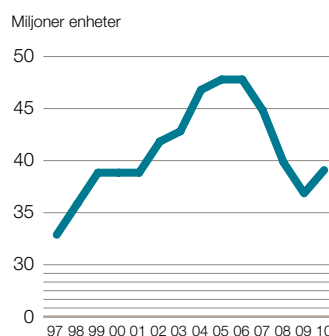
Sedan slutet av 2009 har Electrolux avslutat vissa försäljningskontrakt under så kallade private labels, vilket positivt påverkat produktmixen.

Koncernens dammsugare säljs främst under varumärket Eureka, där en helt ny produktplattform lanserades med stor framgång under året. Varumärket Electrolux används för särskilt innovativa dammsugare.

Nettoomsättning och rörelsemarginal



Leveranser av vitvaror i USA



Marknadens efterfrågan på vitvaror i USA 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.

# NORDAMERIKA



Under 2009 och 2010 lanserades ett nytt produktsortiment under varumärket Frigidaire. Den välkända skådespelerskan Jennifer Garner var varumärkesambassadör.



"Perfect Turkey"-knappen visar på enkel innovation som driver tillväxt. För amerikanska konsumenter är det ytterst viktigt att den traditionella kalkonen inför Thanksgiving är så saftig som möjligt. Electrolux har därför utvecklat en "perfekt kalkon"-knappfunktion. En termometer styr tillagningen tillsammans med ett konvektionssystem, vilket ger ett perfekt resultat.



**Marknadsandelar**  
21% vitvaror  
18% dammsugare



I april lanserades i USA The Eco-Friendly Option på nya tvättmaskiner. Dessa tvättmaskiner använder 83% mindre energi och 56% mindre vatten än en genomsnittlig femårig amerikansk tvättmaskin.

## Eco

År 2008 genomfördes en omfattande lansering av vitvaror inom premiumsegmentet under varumärket Electrolux. Denna följdes 2009 och 2010 av en ompositionering av varumärket Frigidaire i mellanprissegmentet. Electrolux har idag ett starkt produkt-erbjudande i Nordamerika.

## Nya produkter

### Återförsäljare och konkurrenter

#### VITVAROR

##### Största återförsäljare

- Sears
- Lowe's
- Home Depot
- Best Buy

##### Största konkurrenter

- Whirlpool
- General Electric
- LG
- Samsung

#### DAMMSUGARE

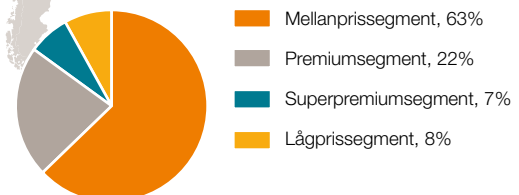
##### Största återförsäljare

- Lowe's
- Sears
- Wal-Mart

##### Största konkurrenter

- TTI Group (Dirt Devil, Vax och Hoover)
- Dyson
- Bissel

### Uppskattat värde per segment på den amerikanska marknaden

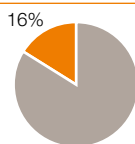


Till följd av det osäkra ekonomiska läget har försäljningsmönstret för vitvaror i USA förändrats. Den andel som utgör ersättning av produkter har ökat, medan andelen förbättringsköp och köp för nybyggnation minskat. Värdet på det lönsamma premiumsegmentet på den amerikanska marknaden har också minskat. Electrolux kan dra fördel av sin position i premiumsegmentet när efterfrågan väl tar fart igen.

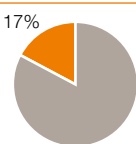
# Konsumentprodukter Latinamerika

Electrolux är näst största tillverkare av vitvaror i Brasilien och största tillverkare av dammsugare. Koncernens försäljning inom hela Latinamerika ökade med mer än 20 procent under 2010 och positionen stärktes inom en rad olika produktkategorier och marknader.

Andel av försäljning 2010



Andel av rörelseresultat 2010



Rörelseresultatet förbättrades främst som en följd av högre volymer och en förbättrad produktmix. Lanseringar av nya produkter och ökad försäljning av luftkonditioneringsutrustning under året har bidragit till den förbättrade produktmixen.

## Marknad

Den latinamerikanska marknaden för vitvaror uppgick till cirka 93 miljarder kronor 2010, varav Brasilien stod för ungefär hälften. Andra stora marknader är Mexiko och Argentina. De under 2009 i Brasilien införda skattereduktionerna på inhemskt producerade hushållsprodukter upphörde under januari 2010. Detta bidrog till att efterfrågan i landet ökade kraftigt i början av året. Efter två svaga kvartal tog sedan efterfrågan ny fart mot slutet av året. På de flesta övriga marknader i Latinamerika ökade efterfrågan under året.

Tillväxten i regionen drivs av ökad köpkraft hos hushållen. Den snabbt framväxande medelklassen i bland annat Brasilien och Mexiko har lett till ökad efterfrågan även på produkter i de högre prissegmenten.

Den latinamerikanska marknaden är relativt konsoliderad. De tre största tillverkarna i Brasilien står för cirka 75 procent av försäljningen inom vitvaror. Höga importtullar och logistikkostnader medför att merparten av de produkter som säljs i Latinamerika är inhemskt producerade.

## Återförsäljare

Konsolideringen är stark bland regionala och lokala återförsäljare i regionen. I Brasilien fusionerade under 2010 tre av de största inhemska återförsäljarna, Casas Bahia, Globex och Pão de Açúcar. Det nya företaget, Grupo Pão de Açúcar har en dominerande ställning på marknaden. Försäljningen av hushållsprodukter drivs i hög utsträckning genom kampanjer eftersom de flesta köpbeslut tas i butik där tillverkarna har egna försäljare på plats. Den ökade användningen av Internet bland konsumenterna under senare år har fått en allt viktigare roll i tillverkarnas marknadsföring.

## Electrolux position

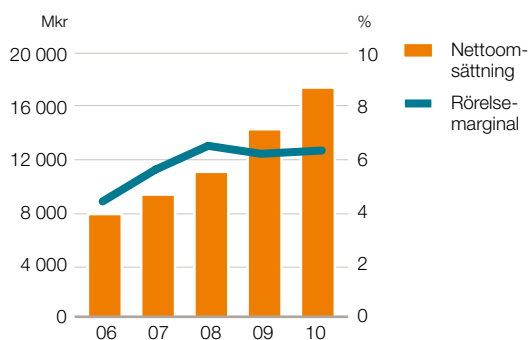
Brasilien är Electrolux största marknad i Latinamerika och koncernen är näst största tillverkare av vitvaror i landet. Varumärket Electrolux har en stark position i alla segment tack vare innovativa produkter och nära samarbeten med de marknadsledande butikskedjorna. Nästan två tredjedelar av försäljningen i Brasilien under 2010 bestod av produkter lanserade under de senaste två åren.

Electrolux strategi är att växa snabbt även på övriga marknader i Latinamerika, såsom Mexiko och Argentina. I Mexiko säljs produkter under varumärket Frigidaire och Electrolux.

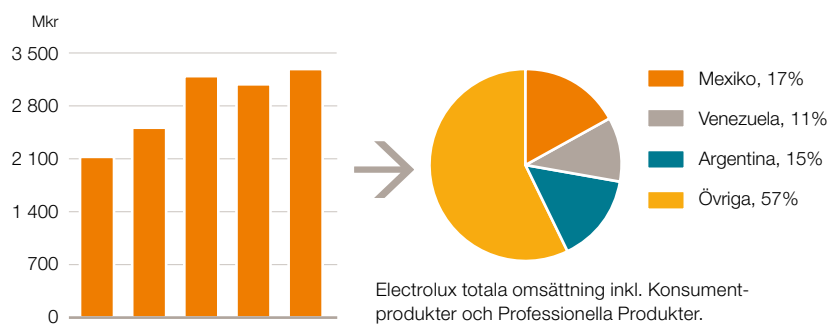
Electrolux försäljning i Latinamerika ökade med mer än 20 procent under 2010 och marknadsandelarna stärktes i bland annat Mexiko och Argentina samt inom flera produktkategorier. Merparten av de vitvaror som Electrolux säljer i Latinamerika är tillverkade i Brasilien eller Mexiko.

Två av tre dammsugare sålda i Brasilien under 2010 bar varumärket Electrolux. Electrolux dammsugare har en stark position även i andra delar av Latinamerika. Försäljningen av små hushållsapparater såsom kaffekokare, strykjärn och brödrostar under varumärket Electrolux växer snabbt i regionen.

Nettoomsättning och rörelsemarginal



Nettoomsättning i Latinamerika, exkl. Brasilien



# LATINAMERIKA



Premiumkylskåpet Infinity i-Kitchen med pekskärm och överlägsen prestanda. Undersökningar visar att 95% av konsumenterna föredrar detta kylskåp framför andra märken i samma segment.

## Nr 1

Under 2010 tog Electrolux positionen som Brasiliens största inom kaffemaskiner.

Den innovativa tvättmaskinen Ultra Clean i Brasilien har en fläckborttagningspenna monterad direkt på maskinen.



Brasilien är Electrolux största marknad i Latinamerika. Varumärket Electrolux har en stark position inom vitvaror och är marknadsledande inom dammsugare.

## Stark position



Marknader, återförsäljare och konkurrenter

Marknadspenetration inom olika produktkategorier

### VITVAROR

#### Största marknad

- Brasilien

#### Största återförsäljare

- Grupo Pão de Açúcar
- Máquina de Vendas
- Lojas Pernambucanas
- Magazine Luiza
- Wal-Mart

#### Största konkurrenter

- Whirlpool
- Mabe

### DAMMSUGARE

#### Största marknad

- Brasilien

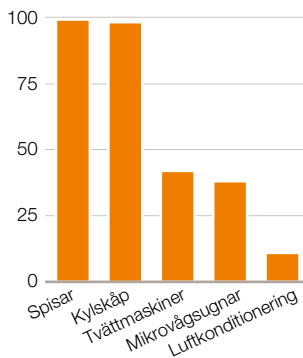
#### Största återförsäljare

- Grupo Pão de Açúcar
- Wal-Mart
- Carrefour

#### Största konkurrenter

- SEB Group
- Whirlpool
- Black&Decker
- Philips

% av hushållen



Brasilien är världens åttonde största ekonomi. Det bedöms att cirka 50% av befolkningen tillhör den globala medelklassen. Det finns goda möjligheter för Electrolux att växa i kategorier med låg marknadspenetration.

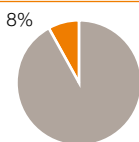
Källa: Kantar/Latin Panel.



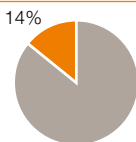
# Konsumentprodukter Asien/Stillahavsområdet

Sydostasien är en speciellt viktig tillväxtregion för Electrolux. De innovativa produkter som koncernen utvecklat för regionens särskilda behov har resulterat i kraftig tillväxt, hög lönsamhet och ökade marknadsandelar.

Andel av försäljning 2010



Andel av rörelseresultat 2010



Rörelseresultatet förbättrades väsentligt som en följd av valutakursförändringar och högre kostnadseffektivitet. Verksamheten i Sydostasien visade fortsatt god tillväxt och lönsamhet.

## Marknad

Marknaden för hushållsprodukter i Asien/Stillahavsområdet uppgick till cirka 375 miljarder kronor under 2010, varav marknaden i Kina är störst med cirka 180 miljarder kronor. Den australienska marknaden för vitvaror uppgick till cirka 19 miljarder kronor, vilket var något lägre jämfört med föregående år.

Efterfrågan på vitvaror i Sydostasien och Kina ökade kraftigt under året. Tillväxten sker främst i lågprissegmentet och beror i stor utsträckning på förbättrad levnadsstandard. Den snabbt framväxande medelklassen i regionen har medfört en ökad efterfrågan på produkter såsom luftkonditioneringsutrustning och tvättmaskiner. Under 2010 växte marknaden för hushållsprodukter med över 10 procent i Kina, Vietnam, Thailand, Singapore, Indonesien och Filippinerna. Inbyggnadsprodukter för köket är ett snabbt växande segment i Sydostasien. En snabb urbanisering sker i hela regionen.

Det finns ingen tydlig marknadsledare inom hushållsprodukter i regionen. I Australien är Electrolux marknadsledande. I Kina är Haier och Midea största tillverkare med cirka 22 respektive 13 procent av marknaden, följda av en rad lokala och internationella tillverkare med relativt små marknadsandelar. De sydostasiatiska konsumenterna väljer gärna europeiska varumärken, men deras marknadsandelar är ännu små.

## Återförsäljare

Ingen återförsäljare täcker hela regionen. Däremot går trenden mot ökad konsolidering bland återförsäljarna. I Australien har fem stora butikskedjor cirka 90 procent av marknaden.

De flesta vitvaror i Sydostasien säljs i små, lokala butiker. I städerna däremot säljs en stor del av vitvarorna i varuhus, på stormarknader och via återförsäljarkedjor. I Kina domineras marknaden av två stora inhemska butikskedjor, Gome och Suning, specialiserade inom elektronik. De internationella butikskedjorna är fortfarande få i Kina.

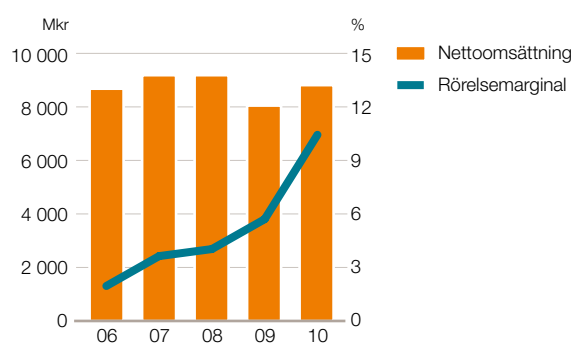
## Electrolux position

Cirka 70 procent av Electrolux försäljning av vitvaror i Asien/Stillahavsområdet sker i Australien där koncernen är marknadsledande. Varumärket Electrolux är positionerat inom premiumsegmentet med fokus på innovation, vatten- och energieffektivitet samt design. Koncernens varumärken Westinghouse och Simpson har starka positioner i mellanprissegmentet.

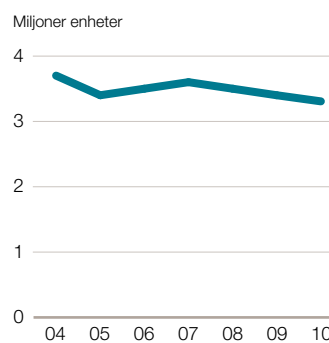
Electrolux är ett mycket starkt varumärke i Sydostasien, som är ett viktigt tillväxtområde för koncernen. De innovativa produkter som koncernen utvecklat för regionens särskilda behov vad gäller temperatur, fukt och matkultur har resulterat i kraftig tillväxt, hög lönsamhet och ökande marknadsandelar. Bland annat har Electrolux med stor framgång lanserat inbyggnadsprodukter för kök speciellt anpassade till asiatiska konsumenters behov. Electrolux försäljning av dammsugare ökade väsentligt under 2010. Försäljningen av dammsugare sker i första hand genom vitvarusäljare och andra kanaler.

I Kina har Electrolux vidtagit strukturella åtgärder och repositionerat sitt produkt erbjudande. Dessa åtgärder har börjat visa resultat.

Nettoomsättning och rörelsemarginal



Leveranser av vitvaror i Australien



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

# ASIEN/STILLAHAVSOMRÅDET

Electrolux Ebony Kitchen Collection, som lanserades i Australien 2009, sticker ut från mängden. De svarta, högglossiga vitvarorna med rostfria handtag passar väl ihop med mörka träslag eller som tydlig kontrast till andra vita eller rostfria köksprodukter. Samtliga vitvaror har utrustats med senaste teknik såsom induktion. Electrolux Ebony Kitchen Collection har uppmärksammats på köksmässor och i modemagasin.



## Luftkonditionering

Försäljningen av luftkonditioneringsutrustning har starkt bidragit till Electrolux positiva utveckling i regionen. Varumärket är viktigt vid val av luftkonditionering. Under 2010 lanserade Electrolux nya modeller som använder 20–30 procent mindre energi än konventionella modeller. Marknaden för luftkonditioneringsutrustning i Sydostasien är nästan lika stor som för kylskåp. Konsumentinsikt visar att de flesta invånare i de asiatiska storstäderna skulle finna ett liv utan luftkonditionering mycket svårt att utihärda.

### Marknadsandelar i Australien

42% vitvaror  
21% dammsugare

Electrolux sladdlösa handdammsugare Ergorapido fortsätter att bidra till försäljningstillväxt på många marknader. Den senaste är Japan där Ergorapido introducerades 2010.

## Tillväxt



### Marknader och konkurrenter

#### VITVAROR

##### Största marknader

- Australien
- Sydostasien
- Kina

##### Största konkurrenter

- Fischer & Paykel
- Samsung
- LG
- Haier

#### DAMMSUGARE

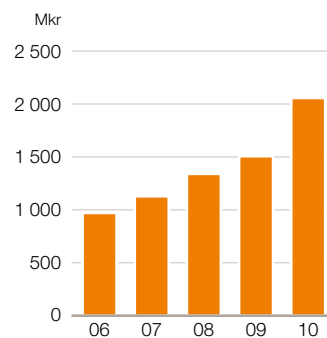
##### Största marknader

- Australien
- Sydkorea
- Sydostasien
- Japan

##### Största konkurrenter

- Samsung
- LG
- Dyson

### Försäljning i Sydostasien



Försäljningen i Sydostasien fortsatte att visa stark tillväxt under 2010. Detta är i linje med Electrolux strategi att växa på tillväxtmarknader.

# Professionella Produkter

Hög innovationstakt, tillverkning nära marknaden och ett välutvecklat globalt återförsäljar- och servicenätverk är viktiga konkurrensfördelar för Electrolux. Koncernen är idag en ledande leverantör av professionella köks- och tvättprodukter med låg energi- och vattenförbrukning.

Electrolux Professionella Produkter är en ledande, global leverantör av kompletta lösningar för professionella kök och tvättinrättningar. Fokus ligger därutöver på att erbjuda specifika produkter främst till restaurangkedjor, öka andelen ersättningsprodukter och att växa snabbare på tillväxtmarknaderna i Asien och Latinamerika. Cirka 80 procent av försäljningen sker under Electrolux-varumärket. Produkter till professionella kök säljs även under varumärket Zanussi och därutöver finns Molteni som ett varumärke inom exklusiva spisar. I USA säljs cirka hälften av koncernens tvättutrustning under varumärket Wascomat, via en distributör.

## Hög innovationsnivå

En hög innovationsnivå är avgörande för att kunna erbjuda det kunderna efterfrågar. Under de senaste åren har Electrolux investerat i genomsnitt 5 procent av de totala produktkostnaderna i produktutveckling. All produktutveckling sker globalt men produkterna anpassas efter regionala behov. Koncernen, med sin framstående design och starka patent för professionella köks- och tvättprodukter, är en ledande leverantör av energi- och vatteneffektiva produktlösningar.

## Tillverkning nära marknaden

Produkter för professionella kök och tvättinrättningar är ofta stora och komplexa samtidigt som kunderna förväntar sig snabb leverans. Användarna förutsätter också att servicefaciliteter finns i närheten.

Andelen egentillverkade produkter av koncernens totala försäljning har ökat under senare år. Egen tillverkning finns idag i Sverige, Frankrike, Italien, Schweiz och Thailand.

## Fokus på "gröna" produkter

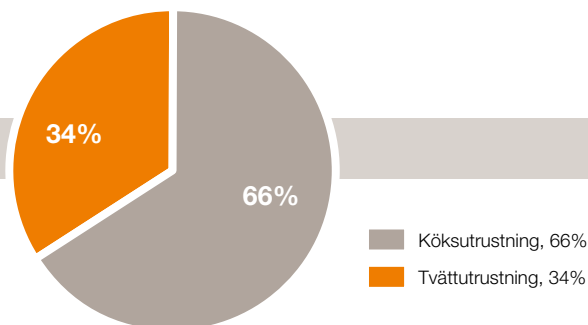
Produkterna inom Green Spirit är miljömässigt de bästa i sin klass för professionella användare. De motsvarar användarnas krav på energi-, gas- och vatteneffektivitet liksom kravet på minskad mängd disk- och tvättmedel. Därutöver är mer än 90 procent av de material som används i produkterna återvinningsbara. Professionella Produkter marknadsförs mot kunderna utifrån ett livscykelerspektiv. Driftskostnaden motsvarar en stor andel av livscykelkostnaden för köks- och tvättutrustning.

## Kökslösningar för både konsumenter och professionella användare

Verksamheten inom Professionella Produkter och Konsumentprodukter drar ömsesidig nytta av varandra. Det ökande intresset för matlagning innebär bland annat att konsumenter inspireras av besök i restauranger med öppna kök och önskar produkter med professionellt utseende i sina egna kök. Många av världens bästa kockar och restauranger använder köksprodukter från Electrolux. Koncernen har en unik position inom industrin med sitt erbjudande av kökslösningar för både professionella användare och konsumenter.

Lanseringen av Electrolux som varumärke för professionell tvättutrustning i USA under 2009 och 2010 gynnades av att konsumentprodukter under samma varumärke redan fanns på marknaden. Andelen konsumenter i USA som kopplar varumärket Electrolux till vitvaror har sedan 2007 ökat från 10 till 70 procent som ett resultat av koncernens omfattande produktlanseringar inom premiumsegmentet.

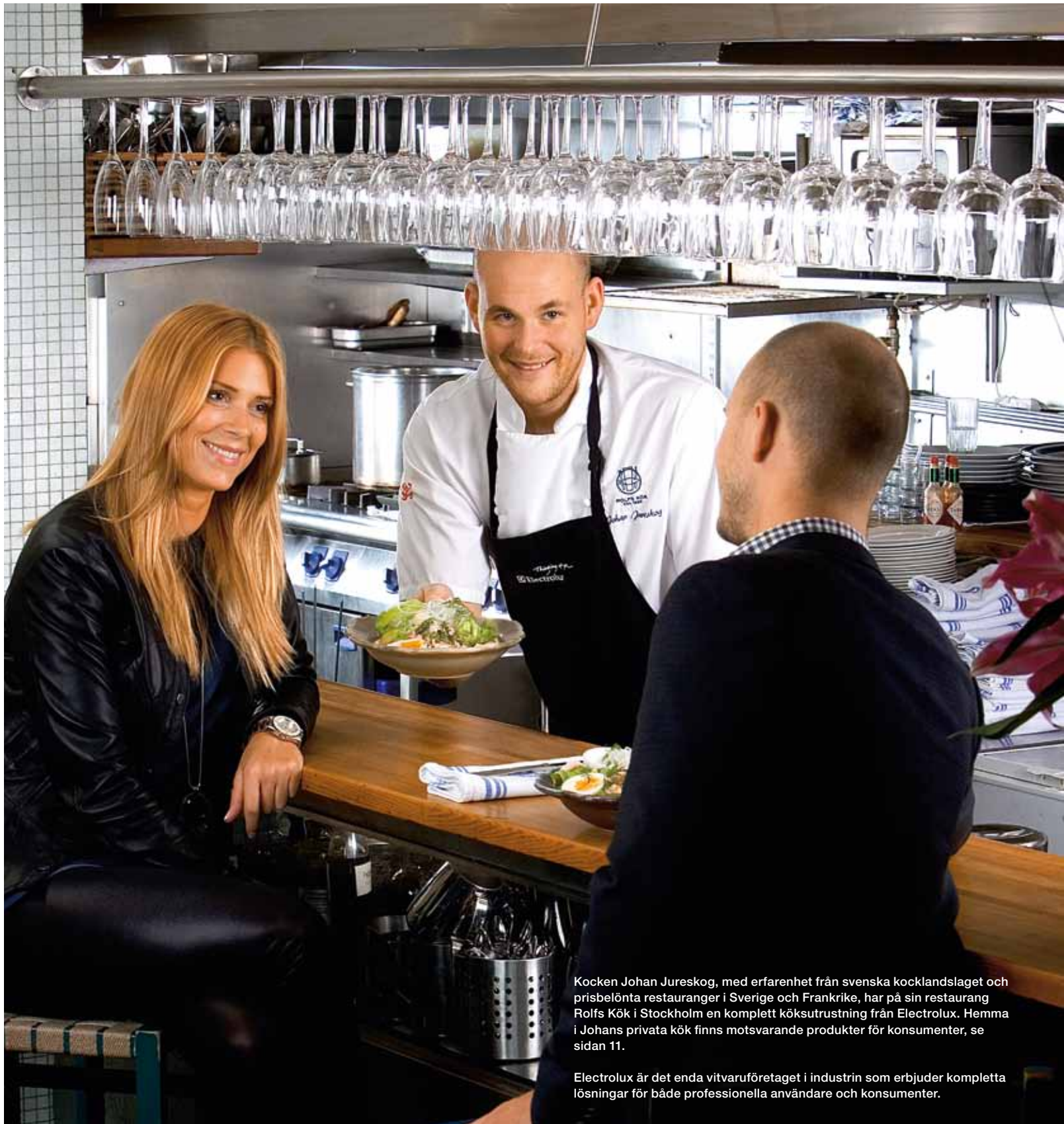
För mer information om den lönsamma omvandlingen av Professionella Produkter, se sidorna 54–55. ►



Andel av försäljning inom Professionella Produkter

Verksamheten inom Professionella Produkter omfattar storköksutrustning för hotell, restauranger och institutioner och restaurangkedjor samt tvättutrustning för fastighetstvättstugor, myntbarer, hotell och andra professionella användare. Cirka 80% av försäljningen sker under Electrolux-varumärket, men för kök säljs även produkter under varumärket Zanussi och för tvättutrustning under varumärket Wascomat.





Kocken Johan Jureskog, med erfarenhet från svenska kocklandslaget och prisbelönta restauranger i Sverige och Frankrike, har på sin restaurang Rolfs Kök i Stockholm en komplett köksutrustning från Electrolux. Hemma i Johans privata kök finns motsvarande produkter för konsumenter, se sidan 11.

Electrolux är det enda vitvaruföretaget i industrin som erbjuder kompletta lösningar för både professionella användare och konsumenter.

Exempel på innovativa produkter inom Professionella Produkter

Air-o-steam Touchline ugn



High Speed Panini Grill



Molteni Professional



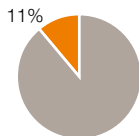
Torktumlaren Eco Power



Andel av försäljning 2010



Andel av rörelseresultat 2010



Rörelseresultatet för professionell köksutrustning förbättrades tack vare ökad försäljning av egentillverkade produkter, förbättrad kundmix och kostnadseffektiviseringar. Rörelseresultatet för professionell tvättutrustning förbättrades tack vare prishöjningar och ökad kostnadseffektivitet. Rörelseresultatet för 2010 var det bästa någonsin inom Professionella Produkter.

## Professionell tvättutrustning

### Trender

De krav som ställs på professionell tvättutrustning skiljer sig något beroende på användare. Tvättinrättningar vill exempelvis ha lösningar som är ergonomiska och som minskar risken för smittspridning via smutsiga textilier. Tvättutrustning till gemensamma tvättstugor i flerfamiljshus eller till tvättomater ska vara så enkla att använda att inga manualer behövs. Oavsett användningsområde ställer köparna höga krav på innovationer som leder till lägre kostnader genom minskad förbrukning av energi, vatten och tvättmedel utan att göra avkall på tvätt- och sköljresultat.

### Marknad och återförsäljare

Professionell tvättutrustning säljs dels till tvättspecialister såsom tvättinrättningar för sjukhus och hotell, dels till flerfamiljshus med gemensamma tvättstugor och till lokala tvättinrättningar. Den globala marknaden för professionell tvättutrustning uppskattas ha uppgått till cirka 20 miljarder kronor under 2010. Även om efterfrågan minskat under de senaste årens lågkonjunktur har marknaden för professionella tvättprodukter visat sig vara mer stabil än för köksprodukter eftersom en stor del av försäljningen avser ersättningsprodukter.

Marknaden för tvättutrustning är inte lika fragmenterad som för professionella köksprodukter. De fem största tillverkarna har cirka 55 procent av den globala marknaden. Andelen direktförsäljning är större för professionell tvättutrustning än för professionella köksprodukter, även om trenden går mot ökad försäljning via återförsäljare, framför allt av mer standardiserade produkter.

### Electrolux position

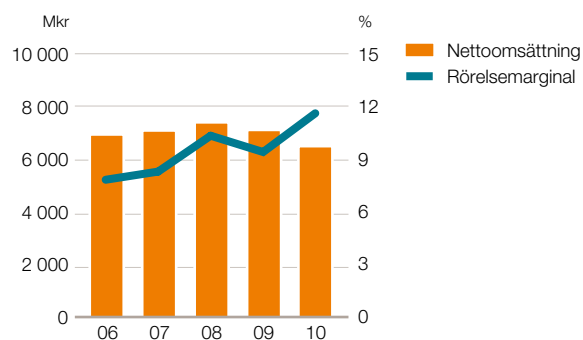
Electrolux utvecklar kontinuerligt nya, användarvänliga produkter och tvättprocesser som minskar energianvändningen och förbättrar tvättresultatet. I produkterbjudandet ingår bland annat tvättmaskiner, torktumlare samt stryktutrustning. Omkring 65 procent av försäljningen sker i Europa och 10 procent i Nordamerika. Den starkaste positionen har Electrolux idag hos europeiska sjukhus och kommersiella tvättinrättningar. Produkterna distribueras via 20 nationella säljbolag världen över och genom ett globalt nätverk av fristående distributörer.

Electrolux Lagoon™ är ett system för tvätt, tork och strykning med hjälp av endast vatten och biologiskt nedbrytbara tvättmedel. Den skonsamma och ekologiska tvätten klarar även ömtåliga material som normalt kräver kemtvätt, såsom ylle och läder.

Electrolux säljer frontmatade tvättmaskiner som genom ny teknik, ett automatiskt viktmätningssystem (AWS), väger tvätten och sedan anpassar vatten, energi och tvättmedel till tvättens vikt.

Electrolux torktumlare Heat Pump Dryer förbrukar cirka 70 procent mindre energi jämfört med konventionella värmesystem för torkning av tvätt.


Nettoomsättning och rörelsemarginal för Professionella Produkter



Inom verksamheten för Professionella Produkter har en lönsam omvandling skett. Under 2010 nåddes den högsta rörelsemarginalen någonsin – 11,6%. Strategin att erbjuda innovativa produkter i kombination med en strikt kostnadskontroll ger resultat. Läs mer på sidan 54.

Försäljningen minskade under 2010 som ett resultat av att koncernen avyttrat en verksamhet för större köksprojekt i Nordamerika.





En modern myntbar i Belgien utrustad med tvättlösningar från Electrolux Professionella Produkter. Detta är ett av fokusområdena för tillväxt inom professionella konsumentanvända lösningar.

#### Marknader och konkurrenser

##### KÖKSUTRUSTNING

###### Största marknader

- Italien
- Frankrike
- Skandinavien
- Asien och Mellanöstern

###### Största konkurrenser

- Rational
- Manitowoc/Enodis
- Middleby
- Ali Group

##### TVÄTTUTRUSTNING

###### Största marknader

- Skandinavien
- Frankrike
- Japan
- USA

###### Största konkurrenser

- Alliance
- Primus
- Girbau
- Miele

## Professionell köksutrustning

### Trender

Eftersom köpare av köksutrustning har olika krav måste tillverkarna kunna leverera innovativa flexibla lösningar. Slut användarnas fokus ligger i allt högre grad på kriterier för hygien samt vatten- och energieffektivitet liksom på tillgången till ett omfattande servicenätverk. Designens betydelse ökar stadigt eftersom många restaurangkök exponeras för gästerna.

### Marknad och återförsäljare

Marknaden för professionell köksutrustning uppskattas ha uppgått till cirka 116 miljarder kronor år 2010. Efter ett svagt 2009 stabiliserades efterfrågan på marknaderna i väst och ökade i Asien och Latinamerika. Inom de olika segmenten uppvisade de stora, globala restaurangkedjorna en fortsatt tillväxt. Offentliga inrättningar och fristående restauranger fortsatte att utvecklas svagt i Europa.

Omkring hälften av all professionell köksutrustning inom industrin säljs i Nordamerika. De ledande restaurangkedjorna ökar sina marknadsandelar i USA och expanderar också snabbt i tillväxtregioner såsom Kina och Östeuropa. Detta medför stora möjligheter för de tillverkare av köksutrustning som har restaurangkedjor som kunder. På den nordamerikanska marknaden råder en relativt hög grad av konsolidering bland såväl tillverkare som återförsäljare av professionella köksprodukter.

Den europeiska marknaden, som är ungefär hälften så stor som den nordamerikanska, domineras av många små, fristående restauranger. Konsolideringen bland tillverkare och återförsäljare har inte kommit lika långt som i USA. Många europeiska tillverkare specialiserar sig på en produkt, sektor eller marknad. Den pågående harmoniseringen av lagstiftning och regelverk inom EU kommer att gynna större tillverkare som lättare kan anpassa sig till strängare normer.

### Electrolux position

Electrolux är den enda tillverkaren på marknaden som kan förse restauranger och storkök med kompletta lösningar för de viktigaste köksprodukterna såsom diskmaskiner, kylar och frysar. Electrolux erbjuder även kunderna specifika innovativa produkter med hög prestanda. Produkterna inom Green Spirit är miljömässigt de bästa i sin klass och ger koncernen en fördel när allt fler användare fokuserar på att minska sin energiförbrukning.

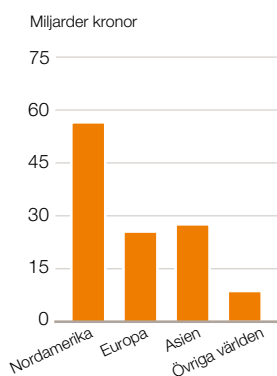
Merparten av Electrolux köksprodukter säljs via återförsäljare. Denna strategi har visat sig vara mer framgångsrik och kostnadseffektiv än direktförsäljning på grund av den komplexa kundstrukturen. Professionell köksutrustning säljs i hög utsträckning som kompletta kökslösningar och köparen får ofta hjälp av återförsäljaren att välja lämpliga funktioner.

I Europa har Electrolux en stark position hos fristående restauranger och sjukvårdsinrättningar. Electrolux säljer även utrustning till större projekt såsom hotell och kryssningsfartyg. Electrolux har en global marknadsnärvaro.

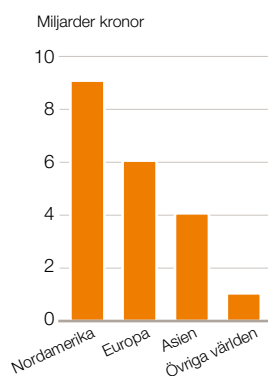
Under senare år har Electrolux börjat etablera starka band med de större snabbmatskedjorna i USA. Antalet små matställen som serverar varm mat ökar snabbt i såväl USA som på tillväxtmarknader. Electrolux har utvecklat konkurrenskraftiga lösningar som möter kedjornas behov, såsom effektiva diskmaskiner för storkök och High Speed Panini Grill.

### Marknadsvärde för Professionella Produkter

#### Marknadsvärde, köksutrustning



#### Marknadsvärde, tvättutrustning



Cirka 90% av den totala försäljningen av professionell köksutrustning och cirka 75% av försäljningen av tvättutrustning äger rum i Nordamerika och Europa. Historiskt har den globala tillväxten varit cirka 1–2% årligen, och högre i tillväxtregionerna. Den totala marknaden är värd cirka 136 miljarder kronor årligen.

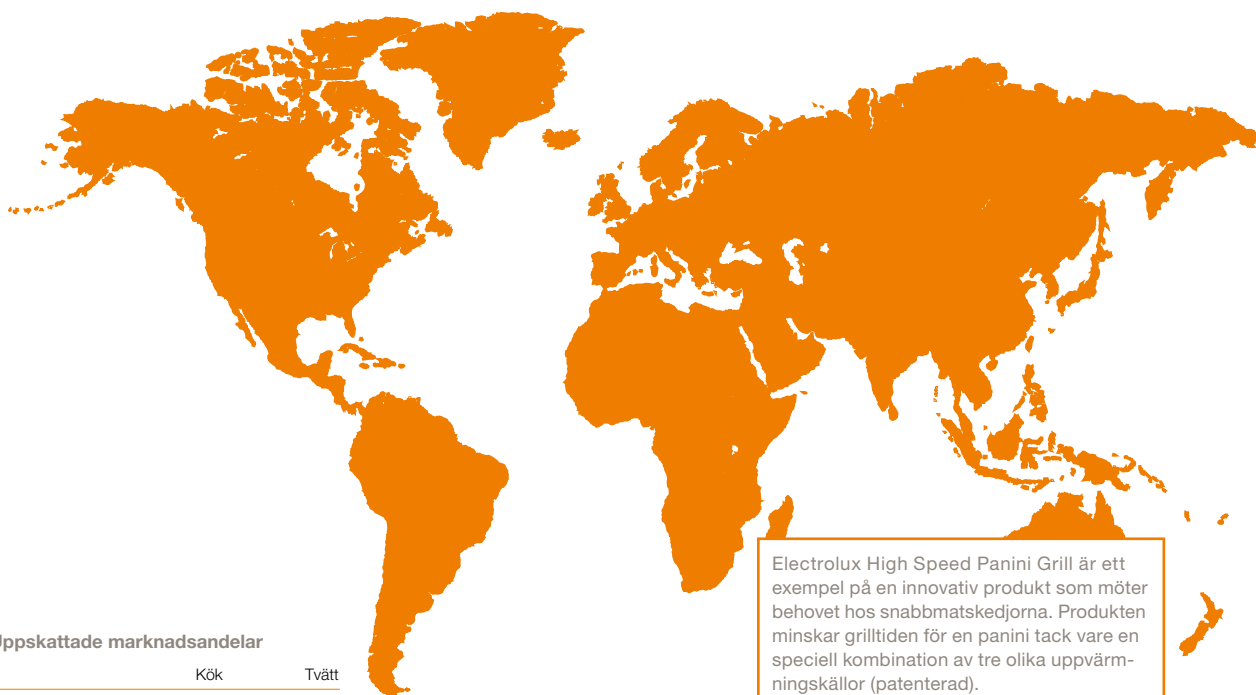
# PROFESSIONELLA PRODUKTER



Electrolux Professionella Produkter är en ledande leverantör av kompletta lösningar för professionella kök. Cirka 5 procent av de totala produktkostnaderna investeras varje år i produktutveckling för att upprätthålla en hög innovationsnivå och kunna erbjuda det kunderna efterfrågar. Electrolux är leverantör till många restauranger med stjärnor i Guide Michelin.

## Lagoon

Electrolux Lagoon™ är ett professionellt tvättsystem som är specialiserat på varsam hantering av de mest ömtåliga fibrer och textilier. Genom att använda vatten som ett naturligt lösningsmedel, i kombination med speciellt utvecklade tvättprogram och miljövänligt tvättmedel, hanterar den även klädesplagg märkta med enbart kemtvätt. Tack vare dessa egenskaper är Lagoon™ det första, och än så länge det enda, professionella tvättsystemet som certifierats av Woolmark.



Uppskattade marknadsandelar

	Kök	Tvätt
Europa	13%	24%
Nordamerika	N/A	3%
Asien	2%	8%
Globalt	4%	11%

Electrolux High Speed Panini Grill är ett exempel på en innovativ produkt som möter behovet hos snabbmatskedjorna. Produkten minskar grilltiden för en panini tack vare en speciell kombination av tre olika uppvärmningskällor (patenterad).

## Innovation

Lönsamheten inom Professionella Produkter har förbättrats kontinuerligt och under 2010 uppnåddes den högsta rörelsemarginalen någonsin, 11,6%.

# Starkt resultat

# 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

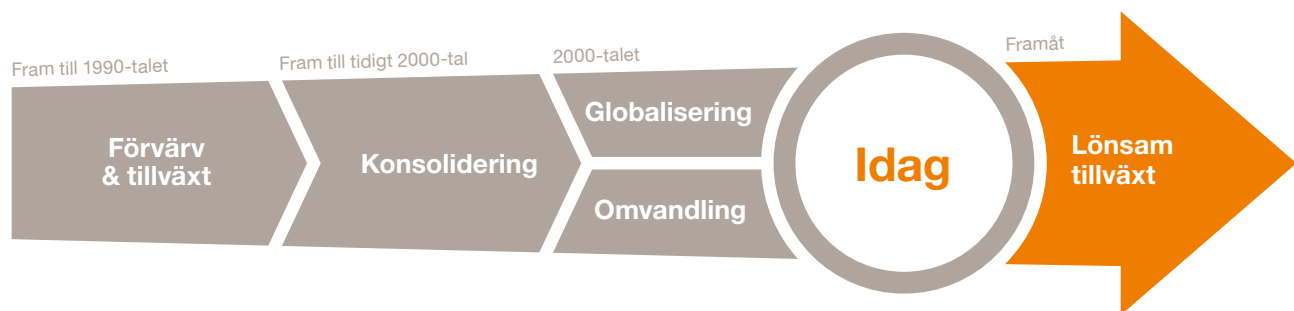
> 25%

> 4%



# Electrolux strategi

Electrolux har fullgjort sin omvandling från ett produktionsinriktat industriföretag till ett innovativt, konsumentinriktat företag som bygger sin verksamhet på omfattande insikt om konsumenternas utvecklade behov. Med innovativa produkter under ett starkt varumärke i premiumsegmentet och genom att utnyttja koncernens globala styrka och räckvidd är Electrolux förutsättningar för lönsam tillväxt bättre än någonsin tidigare.



## Produkter

Alla nya produkter tas fram utifrån koncernens process för konsumentfokuserad produktutveckling. Genom omfattande intervjuer och hembesök identifierar Electrolux globala samhällstrender och behov som de nya produkterna anpassas till.



## Varumärke

Varumärket Electrolux är världen över positionerat som ett premiumvarumärke för innovativa, energieffektiva produkter med tilltalande design. Idag är Electrolux ett ledande varumärke på de flesta större marknader.



## Kostnader

Koncernen har en konkurrenskraftig produktionsstruktur där samtliga dammsugare och cirka 55 procent av vitvarorna tillverkas i lågkostnadsregioner. Genom att utnyttja koncernens globala räckvidd och styrka ska synergier tillvaratas som minskar kostnaderna ytterligare och skapar förutsättningar för snabbare tillväxt.



*Thinking of you*  
**Electrolux**

# Produktutveckling baserad på konsumentinsikt

Energieffektivitet, snabbhet, enkelhet och individuella lösningar är några av de behov som Electrolux genom intervjuer och hembesök identifierat hos användarna av hushållsprodukter. Konsumentinsikt ligger bakom all produktutveckling inom Electrolux, och under 2010 besöktes ett stort antal hushåll över hela världen.

Alla nya produkter inom Electrolux tas fram genom koncernens process för konsumentbaserad produktutveckling, som är en holistisk process för hantering av en produkt – från vaggan till graven. Tiden från koncept till att en produkt är klar för lansering skiljer sig åt mellan olika regioner. I exempelvis Brasilien tar denna process endast cirka 18 månader. Electrolux satsar på att utveckla produkter i lönsamma segment och för marknader med stark tillväxt. Produkterna vänder sig främst till kunder i de högre prissegmenten.

Under 2010 investerades cirka 1,9 procent av koncernens omsättning i produktutveckling. Arbetet baseras på globala samarbeten och samordnade lanseringar mellan olika typer av produktkategorier. Antalet nya produkter som tas fram genom konsumentfokuserad produktutveckling har ökat snabbt under de senaste åren, vilket givit bättre produkterbjudanden och ett växande antal framgångsrika lanseringar.

Electrolux RealLife® är en diskmaskin som är anpassad till 2000-talet. Läs mer om processen bakom framtagningen av diskmaskinen och den framgångsrika lanseringen nedan.



Konsumentinsikt från marknadsundersökningarna översattes till tre grundläggande konsumentbehov:  
 – mer utrymme för att stapla disk; konsumenterna vill att maskinen ska passa till all typ av disk såsom kastruller, stora tallrikar och sköra glas  
 – perfekt rengöring, oavsett hur maskinen är fylld  
 – korgar för bestick i alla storlekar och former

Electrolux process för konsumentfokuserad produktutveckling innebär att ingen produkt tas fram innan beslut fattats om vilket konsumentbehov den nya produkten ska tillgodose och till vilket segment den vänder sig.

STRATEGISK  
MARKNADSPLAN

IDENTIFIERING  
AV KONSUMENT-  
MÖJLIGHETER

PRIMÄR-  
UTVECKLING

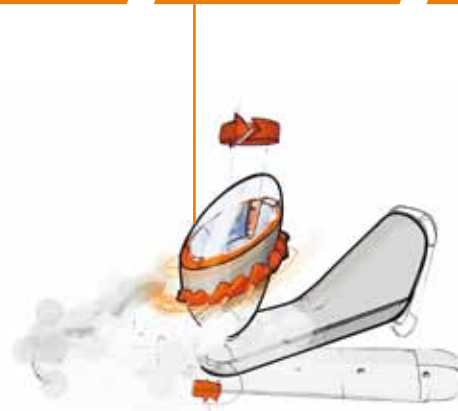
PRODUKT-  
UTVECKLING

KONCEPT-  
UTVECKLING

LANSERINGS-  
FÖRBEREDELSE



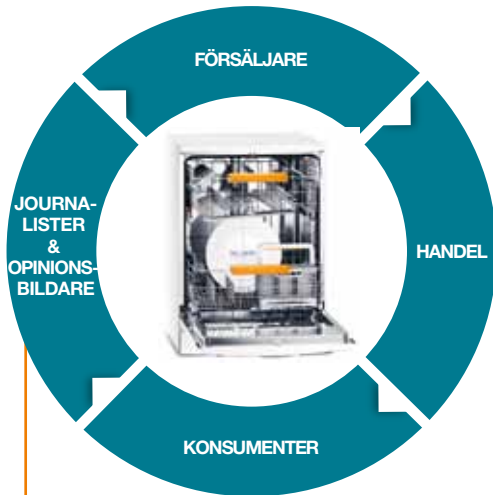
Flera konsumentundersökningar genomfördes för att få kunskap om de viktigaste faktorerna bakom köpet av en diskmaskin. En viktig slutsats av undersökningarna var att ingen laddar sin diskmaskin på samma sätt.



För att tillgodose de identifierade behoven togs olika koncept fram av ett tvärfunktionellt team och testades sedan av konsumenter.



De vinnande koncepten omvandlades sedan till egenskaper och funktioner för perfekt rengöring, såsom FlexiSpray™-arm och RealLife®-korgar för disk av alla storlekar och former.



Olika marknadsföringsinstrument har aktiverats i syftet att nå fyra viktiga målgrupper.

Diskmaskinen RealLife® är utvecklad för det "verkliga livet" i ett modernt hushåll, med konsumenter som vill att allt ska få plats i diskmaskinen och att disken blir ordentligt ren oavsett hur maskinen laddats. RealLife® lanserades i mars 2010.



All marknads kommunikation ska skapa en kraftfull bild av Electrolux, oavsett produkt eller marknad. Planerna för marknadsföring integreras tidigt i produktutvecklingen och alla aktiviteter koordineras för att få bästa genomslag.



Lanseringen av diskmaskinen RealLife® förbereddes på ett konsekvent och integrerat sätt genom flera konsumentberöringspunkter såsom försäljningsstöd till butiker, webbkampanjer, annonsering och TV.



# Innovativa produkter

*Thinking of you*  
**Electrolux**

"Thinking of you" är det centrala budskapet i koncernens marknadskommunikation. Det lyfter fram Electrolux starka konsumentfokus. Omtanken inbegriper i lika hög grad anställda, leverantörer och andra intressenter liksom miljön. Parollen "Thoughtful Design Innovator" visar på den vikt Electrolux fäster vid design med omtanke vid utvecklingen av nya produkter. Produkternas design ska öka användbarheten, och inte bara vara design för designens skull.



## High Speed Panini Grill

Electrolux High Speed Panini Grill är ett exempel på en innovativ produkt som tillgodoser behovet hos kommersiella restaurangkedjor. Den överträffar alla vanliga smörgåsgrillar genom att omvandla en kyld smörgås till en perfekt rostad, på mindre än en minut – varm inuti och med de grillmärken som ger ett aptitligt yttre. En programmerbar elektronisk kontrollpanel med fyra automatiska matlagingsprogram ger en mycket snabb och enkel process. En slät yta gör att både rengöring och underhåll förenklas.

## Celebrate Glass Blue Touch Ugn

Electrolux förändrar brasilianska kök med ugnserien Celebrate & Celebrate Glass. Med en design som möter behoven hos moderna konsumenter, som fokuserar på enkel rengöring, djärv design och teknologi, erbjuder de nya modellerna unika funktioner för matlagning, och sparar samtidigt tid. Det mest utmärkande i Celebrate & Celebrate Glass-serien är den digitala Blue Touch-panelen, som med lätt beröring möjliggör kontroll av de vanligaste egenskaperna, såsom de olika elektriska ugnsfunktionerna.

DESIGN LAB

I åttonde upplagan av Electrolux Design Lab bjöds studenter in från hela världen för att ta fram hushållsprodukter som tar hänsyn till hur människor lagar och förvarar mat, tvättar kläder och diskar på en allt mindre bostadsyta. Drygt 1 300 förslag lämnades in från studenter i över 50 länder.



#### Designpriser

Electrolux produkter erhöj ett flertal designutmärkelser 2010 för tilltalande och funktionell design.



Peter Alwin utsågs till vinnare av Electrolux Design Lab 2010. Han vann med The Snail, en portabel uppvärmnings- och matlagingsprodukt baserad på magnetisk induktionsteknik.

The Snail är tillräckligt liten för att hållas i handen, och kan fästas direkt på till exempel en kast-rull, en stekpanna eller en mugg. Det innebär att du kan laga mat nästan var som helst.

## En:V Barbecue

Electrolux En:V Barbecue är det senaste tillskottet i Electrolux serie av premiumprodukter för utomhusbruk. Den släta och moderiktiga utomhusgrillen har designats med utgångspunkt i Australiens växande kosmopolitiska syn på utomhusmatlagning. Grillen utsågs till vinnare i utomhuskategorin vid 2009-års Home Beautiful Product of the Year Awards. Tävligen uppmärksammar och belönar innovativa designade produkter av högsta klass i kategorierna hushållsprodukter, utomhusliv, möbler och textilier. Electrolux En:V Barbecue lyftes fram för sin betydelse för den australiensiska utomhuslivsstilen.



## Keyhole Hob

Electrolux Keyhole Hob är framtagen utifrån konsumentinsikt som säger att asiatisk kokkonst har behov av funktioner som gör det möjligt att steka under omrörning, att fritera samt att laga mat genom kontrollerat småkokande. Gas är perfekt för wok och induktion är perfekt för soppor som behöver sjuda. Keyhole Hob representerar den bästa av två världar. Konsumenterna uppskattar många av de olika detaljerna i den nya designen – unik och innovativ, lätt att rengöra, enkel och elegant. Spisen erhöj guldmedalj vid Singapore Design Awards 2010 såväl som två priser i Kina – Platina vid China's Most Successful Design Awards och Hong Ding, en årlig utmärkelse från Kinas myndighet för hushållsprodukter.



# Ett premiumvarumärke

Tack vare ett starkt globalt varumärke, tilltalande design och innovativa produkter kan Electrolux öka sin försäljning och ta marknadsandelar. Varumärket Electrolux är idag positionerat i det lönsamma premiumsegmentet över hela världen.

Att ta en betydande position i premiumsegmentet är avgörande i koncernens strategi för lönsam tillväxt. Bland annat innebär den snabba framväxten av en stor global medelklass att efterfrågan ökar på produkter med nyskapande design under välkända, globala varumärken. Electrolux har som en av få globala tillverkare av hushållsprodukter en klar konkurrensfördel.

## Innovativa produktlanseringar

Vid produktlanseringar arbetar Electrolux främst med hela produktserier under ett varumärke och inte med enskilda produktkategorier. De produkter som lanseras ska vara väl differentierade, förmedla en beständig upplevelse och harmonisera såväl känslö- som designmässigt. Lanseringarna av innovativa, Electrolux-märkta produkter i Europa, Nordamerika och på andra marknader i världen har stärkt koncernens position inom det globala premiumsegmentet. I Nordamerika har andelen i premiumsegmentet ökat kontinuerligt sedan lanseringen 2008. I Europa inleddes mot slutet av 2010 en omfattande lansering av nya, innovativa produkter inom det snabbväxande inbyggnadssegmentet. Köksspecialister står för en växande andel av Electrolux återförsäljarnätverk i både Europa och Asien.

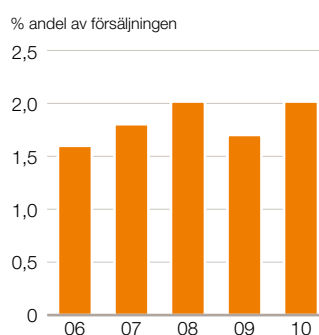
## Ökad kännedom om Electrolux

Eftersom hushållsprodukter köps sällan har konsumenter begränsad kunskap om vad som hänt på marknaden sedan det senaste inköpet. Ett starkt varumärke är därför ett viktigt säljargument. I USA har andelen konsumenter som förknippar varumärket Electrolux med vitvaror ökat från 10 till cirka 70 procent sedan 2007. Det underlättar kommande lanseringar av Electrolux-märkta produkter även inom dammsugarverksamheten och Professionella Produkter. I Brasilien, där Electrolux redan är ett välkänt och starkt varumärke inom alla produktkategorier, lanseras inte en ny produkt om inte minst 70 procent av konsumenterna i testgrupperna föredrar produkten framför liknande alternativ på marknaden.

## Professionell och skandinavisk

Electrolux är ett globalt varumärke med premiumprodukter för både konsumenter och professionella användare. Kopplingen till professionella produkter blir allt viktigare för Electrolux. Att vara ett förstahandsval hos de bästa professionella användarna av köksprodukter ger trovärdighet åt Electrolux innovationer inom konsumentprodukter.

## Investeringar i varumärket som andel av omsättning



Under 2010 ökade investeringarna i varumärkeskommunikation i samband med förberedelser inför nya, omfattande produktlanseringar.

Electrolux är ett globalt varumärke med skandinaviska värderingar, ett signum som fyller en viktig funktion vid utformningen av produkternas design och i utvecklingen av nya, gröna och ansvarsfulla produkter. Skandinaviska designvärderingar – frihet, intuition, äkthet, komfort och enkelhet – gör att produkterna syns bättre än konkurrenternas i återförsäljarnas butiker.

## Fokus på PR och Internet

Marknadsföringen samordnas globalt och mellan produktkategorier för att öka effektiviteten och genomslagskraften. Koncentrationen till varumärket Electrolux innebär att resurserna kan utnyttjas bättre. Fokus ligger i första hand på kostnadseffektiva kampanjer med stort inslag av PR och Internet.

Av de kunder som köper Electrolux produkter besöker en majoritet koncernens hemsidor under köpprocessen. Det innebär att hemsidorna är ett av de viktigaste redskapen för att övertyga kunderna. Därför tar Electrolux fram Internetlösningar som är genomtänkta, stimulerande, innovativa och som stödjer konsumenten under hela köpprocessen. Under 2010 rullade koncernen ut helt nya hemsidor över hela Europa som ska bidra till att stärka varumärket och öka försäljningen i samband med kommande produktlanseringar.

# Kampanjer som stärker varumärket

Med Internet som central kanal har Electrolux under 2010 genomfört en rad framgångsrika reklam- och PR-kampanjer som både stärkt varumärket och lett till ökad försäljning. Nedan presenteras några av de mest uppmärksammade:



I Australien genomfördes en kampanj för att stärka konsumenternas syn på Electrolux som ett innovativt premiumvarumärke inom vitvaror.  
 ► [www.electrolux.com.au](http://www.electrolux.com.au)



Kampanjen Vac from the Sea ska öka kunskapen över hela världen om att det råder brist på återvunnen plast samtidigt som plast skräpar ner världshaven.  
 ► [www.electrolux.com/vacfromthesea](http://www.electrolux.com/vacfromthesea)

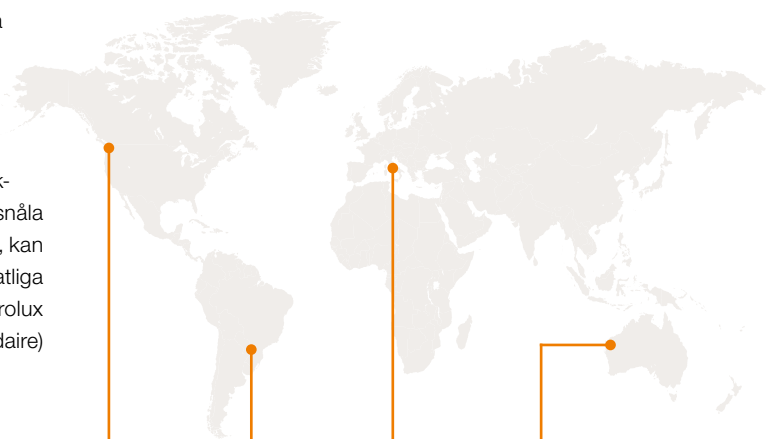


I samband med lanseringen av den nya ugnen air-o-steam Touchline genomfördes en kampanj för att lyfta fram Professionella Produkters innovativa och gröna lösningar för det professionella köket.  
 ► [www.electrolux-touchline.com](http://www.electrolux-touchline.com)

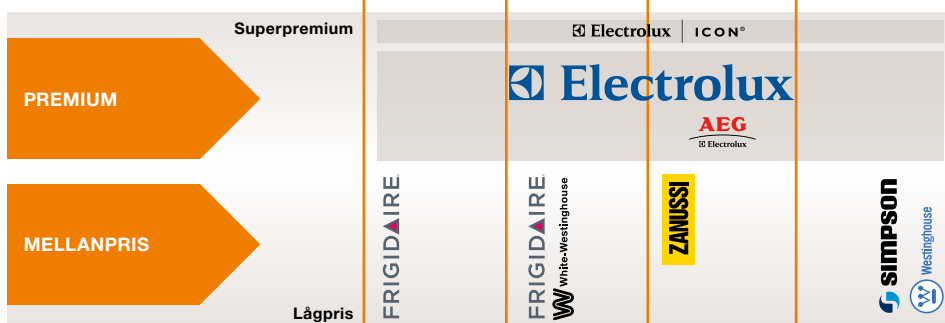


## Hållbart varumärke

Runt om i världen ökar intresset för produkter som är tillverkade på ett hållbart sätt, är energi- och vattneffektiva samt går att återvinna. Trenden är särskilt stark i länder med stora miljömässiga utmaningar, såsom Kina och Australien. Förutom att konsumenterna vill ta ett större miljöansvar bidrar även många regeringar till att stimulera efterfrågan. Under 2010 lanserades nya rabattprogram eller andra incitament för köp av energieffektiva produkter i bland annat USA, Mexiko och Tyskland. Som ett ledande varumärke för energieffektiva och vattensnåla produkter, både för konsumenter och professionella användare, kan Electrolux dra fördel av utvecklingen. I samband med det statliga rabattprogrammet Cash for Appliances i USA lanserade Electrolux egna gröna kampanjer för vitvaror såsom Paid to Upgrade (Frigidaire) och Green for Green (Electrolux).



Varumärket Electrolux är positionerat i premiumsegmentet världen över. I Latinamerika och Sydostasien säljs merparten av koncernens vitvaror och samtliga dammsugare under varumärket Electrolux. Bland de dubbelmärkta varumärkena sker satsningar på främst AEG-Electrolux, som är ett viktigt premiumvarumärke på vissa marknader i Europa. Investeringar görs även i starka regionala varumärken såsom Zanussi, Eureka och Frigidaire.



# Made by Electrolux

Ökade investeringar i produktutveckling och varumärkeskommunikation förutsätter lägre produktionskostnader och mindre kapital bundet i tillverkningen. De senaste årens omfattande omstruktureringsprogram och en större andel inköp från lågkostnadsregioner (LCA) ska ses mot bakgrund av detta. Nu ligger fokus på global optimering av verksamheten för att ytterligare minska kostnaderna och på att öka tillväxttakten.

## OPTIMERING

### Konkurrenskraftig tillverkningsstruktur

Globaliseringen och tillverkare i lågkostnadsregioner har ökat kravet på att ha en kostnadseffektiv tillverkning. Under 2011 avslutar Electrolux det omfattande omstruktureringsprogram som påbörjades 2004. När programmet är klart kommer Electrolux att ha en konkurrenskraftig produktionsstruktur med moderna och effektiva tillverkningsenheter och samma höga arbets- och miljöstandard världen över. Besparingarna från programmet beräknas uppgå till cirka 3,4 miljarder kronor med full årlig effekt från 2013. Cirka 60 procent av koncernens vitvaror kommer att tillverkas i lågkostnadsregioner, med närhet till snabbt växande marknader för hushållsprodukter. Under 2010 förvärvade Electrolux en tvättmaskinsfabrik i Ukraina och ingick preliminärt avtal om att förvärva egyptiska Olympic Group, som är en ledande tillverkare av vitvaror för marknaderna i Nordafrika och Mellanöstern.

### Program för effektivare produktion

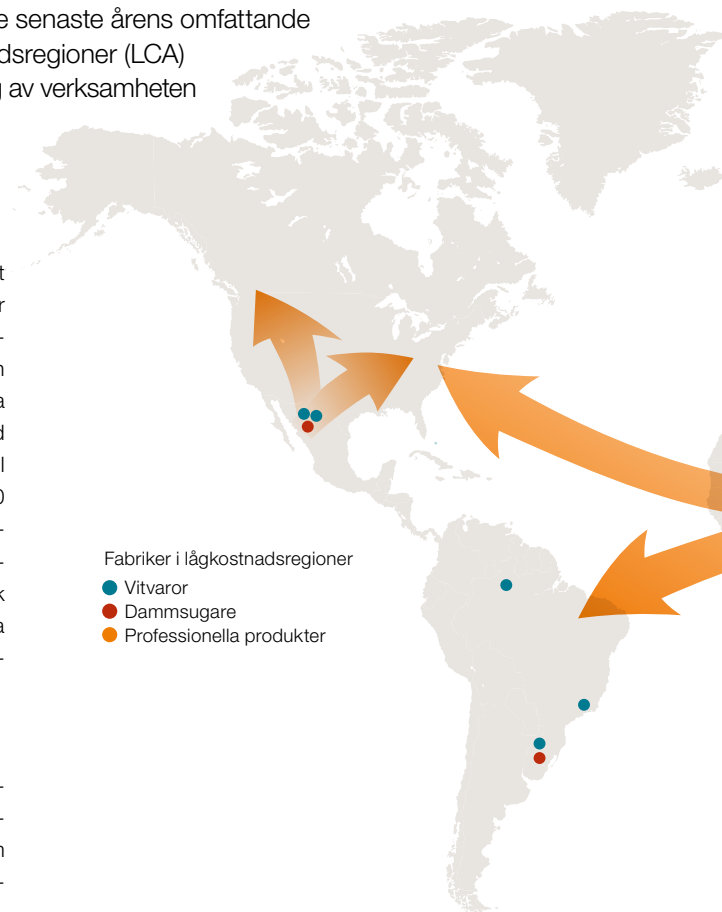
Parallellt med flytt av tillverkning till lågkostnadsregioner har koncernen infört flera program för att öka effektiviteten och kvaliteten i produkterna och produktionen. Electrolux Manufacturing System (EMS), som bygger på åtskilliga beprövade och testade förbättringsmetoder inom tillverkning, utvecklade både inom och utom koncernen, är ett program som införts med stor framgång i samtliga Electrolux fabriker. Genom kontinuerliga förbättringar fokuserar EMS på de anställdas säkerhet, produktkvalitet, kostnader samt miljöpåverkan. Framgången med EMS har lett till att programmet länkats samman med andra större satsningar och projekt i koncernen, inom bland annat inköp och produktutveckling.

Tillverkningen ska optimera kapacitetsutnyttjandet och stödja den strategiska tillväxten

60% av produktionen ska ske i LCA\*  
 17 fabriker har stängts  
 7 fabriker har dragit ned tillverkning  
 9 nya fabriker har öppnats

2011 och framåt

- Global optimering av kapaciteten
- Stödja strategisk tillväxt



Lägre kostnader och effektivare produktion har medfört att Electrolux kan visa lönsamhet trots lågt kapacitetsutnyttjande. Bara cirka 20 procent av koncernens totala kostnader är fasta över tiden, vilket ger flexibilitet att anpassa verksamheten till varierande efterfrågan.

### Ökade inköp från lågkostnadsregioner

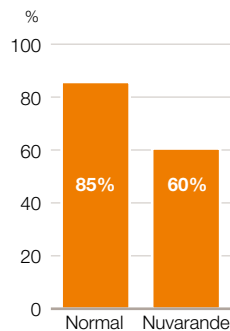
En rad aktiviteter har genomförts för att sänka materialkostnaderna, som står för drygt hälften av koncernens totala kostnader. Andelen inköp från lågkostnadsregioner har ökat från 30 procent 2004 till cirka 62 procent 2010 och förväntas nå cirka 70 procent inom ett par år. Eftersom inköpen från asiatiska leverantörer ökar har en asiatisk inköpsorganisation inrättats. Målet är att stärka koncernens globala förmåga att interagera med leverantörer, genomföra kvalitetskontroller och program för ansvarsfulla inköp samt att öka effektiviteten.

### Tillverkning kvar i högkostnadsregioner

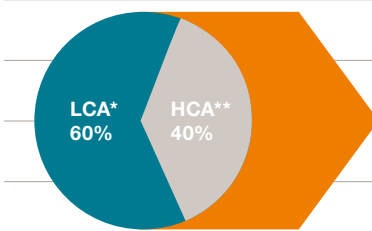
Det finns fortfarande produktion som behöver vara kvar i högkostnadsregioner (HCA). Produktionen av spisar och ugnar för inbyggnadssegmentet i Europa behöver ligga nära slutmarknaden på grund av avancerad teknologi och höga transportkostnader. Även för kylskåp är produktion nära slutmarknaden viktig för lönsamheten. Dessa produkter är skrymmande och därför dyra att transportera. Dessutom utgör arbetskostnaden en liten del av den totala produktionskostnaden. Produkter avsedda för professionella användare tillverkas alltid i anslutning till den marknad där de säljs. Mindre produkter såsom dammsugare är billiga att transportera långa sträckor och all tillverkning av koncernens dammsugare sker i lågkostnadsregioner.

Idag har Electrolux tillverkning i 16 länder. Moderna fabriker med hög produktivitet har byggts upp i Asien, Mexiko och Östeuropa. Förutom att producera innovativa produkter av hög kvalitet för marknaderna i Australien, Nordamerika och Väst-europa förser dessa fabriker även närliggande tillväxtmarknader med konkurrenskraftiga produkter. Under 2010 förvärvades en tillverkningsenhet i Ukraina.

Lönsamhet vid 60% kapacitetsutnyttjande



Framtida tillverkningsstruktur



Varför behålla tillverkning i högkostnadsregioner?

Inget diskonterat nuvärde	20%
Effektiv och lönsam fabrik	10%
Minskande segment	10%
Högkostnadsregioner	40%

\* LCA, Fabriker i lågkostnadsregioner.  
\*\* HCA, Fabriker i högkostnadsregioner.



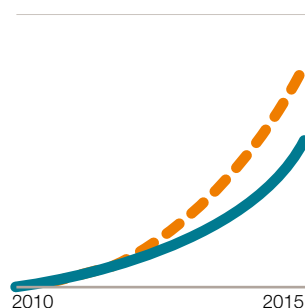
## Nästa steg – delad global styrka

Med en konkurrenskraftig produktionsstruktur, ett starkt globalt varumärke och en lönsam process för konsumentbaserad produktutveckling genomförs nu nästa steg i effektiviseringen av koncernen. Genom globala initiativ ska Electrolux ytterligare minska kostnaderna genom att dra fördel av sin globala styrka och räckvidd. Detta ska uppnås genom att koncernen tar till vara synergier, ökar modulariseringen samt optimerar tillverkningen och inköpen. Initiativen beräknas ge besparingar på cirka 2,0–2,5 miljarder kronor per år med fullt genomslag från och med 2015. De kommer även att förstärka Electrolux konkurrenskraft. Arbetet kommer därutöver att leda till ökad takt och precision i produktlanseringarna inom både premium- och mellanprissegmenten och därmed bidra till lönsam tillväxt. Kostnaderna för dessa globala satsningar beräknas till cirka 500 Mkr per år under 2011 och 2012.

### Ökade synergier inom tillverkningen

Electrolux har förutsättningar att ännu bättre kunna utnyttja stor-driftsfördelarna vid de olika produktionsenheterna världen över. Framför allt är det viktigt att minska komplexiteten genom att definiera den optimala strukturen och samordna tillverkningen av de olika produkterna. Fokus ligger också på att skapa en snabb och effektiv process för sammansättning av komponenter.

Värdeskapande från globala initiativ



— Besparing 2–2,5 Mdr kr.  
25% modularisering,  
25% tillverkning och  
50% inköp.

- **Ytterligare värdepotential**
- Snabbare framtagning av produkt
  - Mindre komplexitet
  - Mer fokuserat kvalitetsarbete
  - Högre flexibilitet
  - Ytterligare besparingar inom modularisering, tillverkning och inköp

### Utnyttjande av global styrka med konsumentfokus



### Optimerade inköp

Cirka hälften av besparingarna med de globala initiativen beräknas ske genom bättre global samordning av inköp. Genom att standardisera plattformar, produkter och komponenter behövs färre leverantörer samtidigt som större volymer av samma insatsvara kan upphandlas. Ett annat prioriterat område för ökad effektivitet är att involvera inköpsfunktionerna tidigare i processen för produktutveckling.

### Snabbare och effektivare produktutveckling

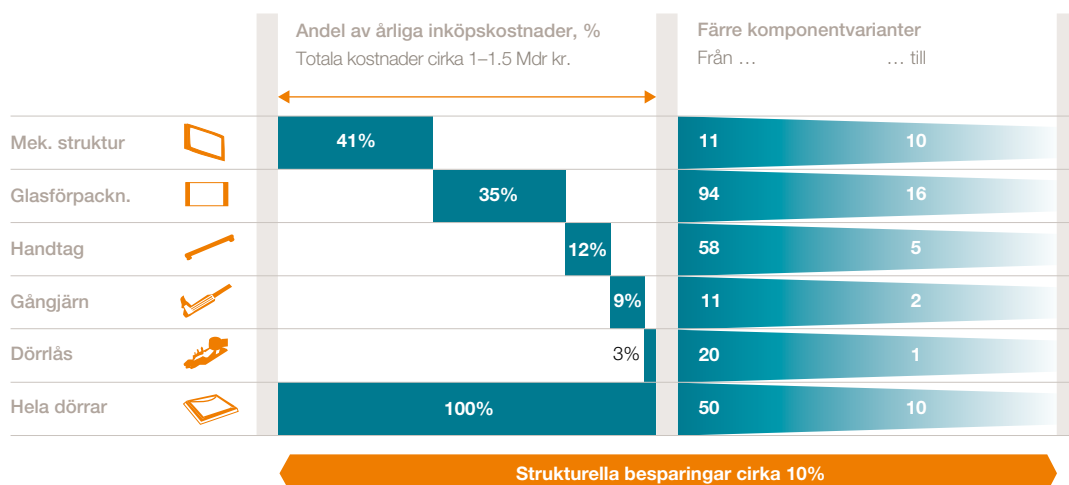
Att utveckla produkter baserade på globala behov ökar inte bara effektiviteten i produktutvecklingen och marknadsföringen utan även i tillverkningen eftersom färre produktplattformar behövs. Samarbetet mellan Electrolux globala produktråd inom vitvaror kommer att accelerera ytterligare och globala enheter för produktutveckling inom respektive produktkategorier påskyndar innovationstakten. Electrolux har idag åtta globala produktutvecklings-

centra inom vitvaror runt om i världen som bland annat fokuserar på områden såsom induction, inbyggnad och frontmatade tvättmaskiner. Målet är att ytterligare öka differentieringen vid lanseringar av nya produkter inom premiumsegmentet och samtidigt lönsamt kunna konkurrera inom mellanprissegmentet.

### Modularisering

Att standardisera och använda moduler för de delar som är gemensamma för samtliga produkter i en kategori möjliggör snabbare produktutveckling och konsumenternas behov kan därmed snabbare tillgodoses. Dessutom minskar inköpskostnaderna, vilket till exempel ger lägre produktkostnader. Inom vitvaror fortsätter arbetet med att identifiera hur många varianter som behövs av en produktkategoris olika komponenter såsom glasskivor, dörrhandtag och gångjärn. Även om designen behöver varieras beroende på konsumenternas tycke och smak ställs sällan krav på produktens insida.

### Exempel på modularisering, ugnslucka



# Finansiella mål

Electrolux finansiella mål syftar till att skapa ytterligare aktieägarvärde. Förutom att behålla och stärka koncernens ledande, globala position i branschen ska målen bidra till att ge en god totalavkastning till Electrolux aktieägare. Det omfattande förändringsarbete som genomförts inom koncernen och en förbättrad mix har lett till högre rörelsemarginal och avkastning, vilket skapar bättre förutsättningar för lönsam tillväxt under kommande år.

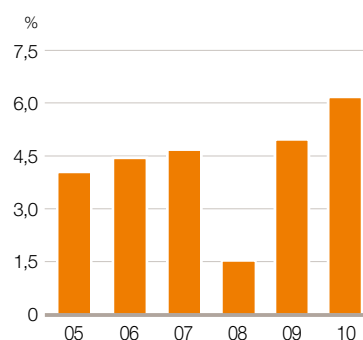
## RÖRELSEMARGINAL

### Rörelsemarginal på minst 6 procent över en konjunkturcykel

Arbetet med att omvandla Electrolux till ett innovativt, konsumentinriktat företag har givit resultat. Electrolux är idag ett av de starkaste företagen i branschen utifrån marknadsandelar, varumärkeskännetecken och lönsamhet. Under 2010 lyckades Electrolux nå en rörelsemarginal på 6,1 procent, exklusive jämförelsestörande poster, genom främst lägre kostnader och en bättre produktmix. Med bibehållet fokus på innovativa produkter, ett starkt varumärke i premiumsegmentet och en konkurrenskraftig produktion har Electrolux uppnått nuvarande lönsamhet trots svaga marknader i väst och en industri som fortsätter att karaktäriseras av överkapacitet och prispress. Det genomsnittliga kapacitetsutnyttjandet i tillverkningen under de senaste två åren har legat på cirka 60 procent mot normala cirka 85 procent.

Electrolux rörelsemarginal kommer att variera framöver beroende på det allmänna konjunkturläget och vitvarumarknadens utveckling. Electrolux mål för rörelsemarginalen är ett genomsnittligt mål i den nuvarande konjunkturcykeln.

Rörelsemarginal



Under 2010 lyckades Electrolux nå en rörelsemarginal på 6,1% trots hårdare konkurrens och högre kostnader för råmaterial.

> 6%

### Kapitalomsättningshastighet på minst 4 gånger

Electrolux strävar efter en optimal kapitalstruktur utifrån koncernens lönsamhets- och tillväxtmål. Omfattande investeringar har gjorts i nya, moderna produktionsanläggningar i lågkostnadsregioner och tillverkning har lagts ned i högkostnadsregioner.

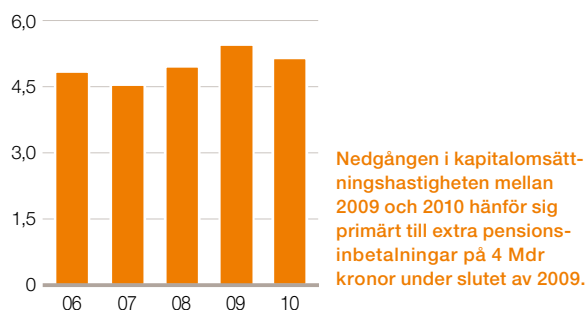
Under de senaste åren har Electrolux arbetat med att minska rörelsekapitalet intensifierats. Allt från leverantörsavtal, lagerhantering till kundfakturer har gått igenom. Detta har lett till lägre strukturellt rörelsekapital i koncernen, det vill säga den del som inte påverkas av konjunkturen, samt till att kassaflödet stärkts. När efterfrågan och försäljningen åter tar fart behövs ännu starkare fokus på att begränsa kapitalintensiteten i koncernen, bland annat genom ökad sourcing av produkter och komponenter. Genom att binda mindre kapital i verksamheten skapas förutsättningar för snabb och lönsam tillväxt.

Kapitalomsättningshastigheten uppgick till 5,1 gånger under 2010, vilket är högre än målet.

KAPITAL-  
OMSÄTTNING-  
HASTIGHET

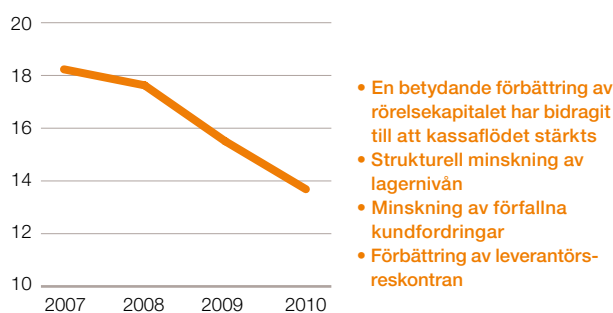
> 4

Kapitalomsättningshastighet



Förbättring av rörelsekapitalet

Rörelsekapital i % av försäljningen



AVKASTNING  
PÅ NETTO-  
TILLGÅNGAR

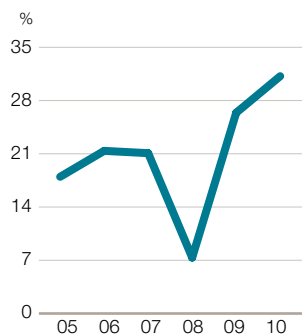
V 25%

**Avkastning på nettotillgångar på minst 25 procent**

Genom att fokusera på tillväxt med bibehållen lönsamhet och på en liten men effektiv kapitalbas kan Electrolux skapa en långsiktigt hög avkastning. Med en rörelsemarginal på över 6 procent och en kapitalomsättningshastighet på minst 4 gånger blir Electrolux avkastning på nettotillgångarna (RONA) minst 25 procent. Under 2010 noterades 31 procent, vilket är högre än målet.



Avkastning på nettotillgångar



Avkastningen på nettotillgångarna (RONA) steg till 31% under 2010, vilket är högre än målet.



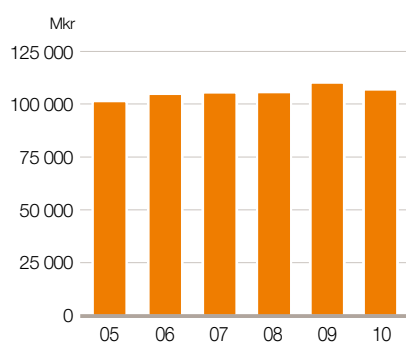
### Tillväxt på minst 4 procent i genomsnitt per år

Electrolux har genomgått en viktig och omfattande omvandling av verksamheten, vilket lett till ökad lönsamhet. Detta tillsammans med ett starkt, globalt varumärke i premiumsegmentet och en snabb och effektiv process för utveckling av innovativa produkter gör det möjligt för Electrolux att framöver fokusera mer på lönsam tillväxt.

Fortfarande gäller de långsiktiga drivkrafterna på marknaden för hushållsprodukter. Hushållen byter ut sina gamla produkter mot nya, de renoverar sina hem, bygger nya hus och penetrationen ökar,

> 4% TILLVÄXT

Försäljningstillväxt



För att kunna växa snabbare ska koncernen stärka positionen i premiumsegmentet, expandera inom lönsamma och snabbt växande produktkategorier och öka försäljningen i tillväxtregioner.

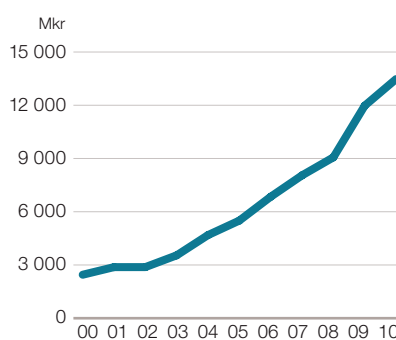
framför allt i tillväxtländerna. Sett över en konjunkturcykel handlar det om en tillväxttakt i nivå med världsekonomin, det vill säga cirka 3–4 procent.

För att kunna växa snabbare än den genomsnittliga marknaden ska Electrolux fortsätta stärka positionen i premiumsegmentet, expandera inom lönsamma och snabbt växande produktkategorier, öka försäljningen i tillväxtregioner samt utveckla verksamheten inom service och eftermarknad.

Utöver organisk tillväxt ser Electrolux möjligheter att öka genomförandetakten i tillväxtstrategin genom förvärv eller partnerskap. Det handlar då om företag med kompletterande teknologi eller geografisk täckning, med väl positionerade produkter och starka varumärken. Därigenom kan Electrolux öka marknadsandelarna i de högre prissegmenten och på tillväxtmarknader. Under 2010 förvärvade Electrolux en tvättmaskinsfabrik i Ukraina och ingick en preliminär överenskommelse om att förvärva egyptiska vitvarutillverkaren Olympic Group. Dessa förvärv kommer att stärka Electrolux position på tillväxtmarknaderna i Östeuropa, Nordafrika och Mellanöstern.

Efter de senaste händelserna i Egypten avvaktas med processen tills situationen i landet har stabiliserats.

Snabb organisk tillväxt i Brasilien



Electrolux är ett av de ledande varumärkena inom vitvaror i Brasilien, med en hög tillväxttakt och god lönsamhet.

# Externa faktorer som påverkar verksamheten

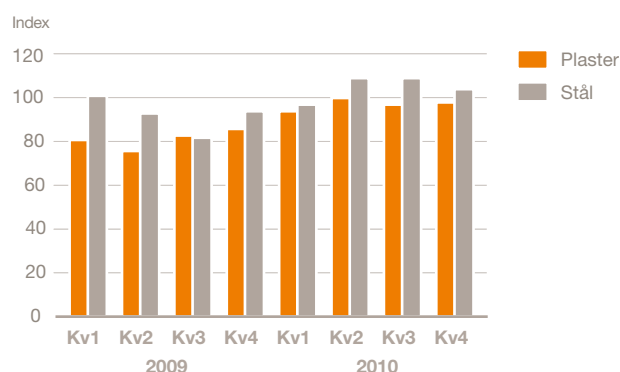
Electrolux verksamhet är utsatt för ett antal starka externa faktorer som påverkar koncernens möjligheter att öka lönsamheten och avkastningen och därmed att nå uppsatta finansiella mål.

## Råmaterialkostnader

En stor del av Electrolux kostnader hänför sig till inköp av råmaterial. Electrolux köpte under 2010 komponenter och råvaror för cirka 44 miljarder kronor, varav cirka 20 miljarder kronor avsåg råvaror. De råvaror som koncernen främst är exponerad mot är stål, plaster, koppar och aluminium. Under perioden 2004–2008 steg råvarupriserna kraftigt, vilket medförde 9 miljarder kronor i ökade råmaterialkostnader för Electrolux. Eftersom marknaden är så konkurrensutsatt komparerades de ökade råmaterialkostnaderna främst genom kostnadsbesparingar. Efter sjunkande råvarupriser under andra halvåret 2008 och början av 2009 har priserna åter stigit. Under 2010 ökade Electrolux råmaterialkostnader med 1,1 miljarder kronor och under 2011 beräknas de öka med 1,5–2,0 miljarder kronor.

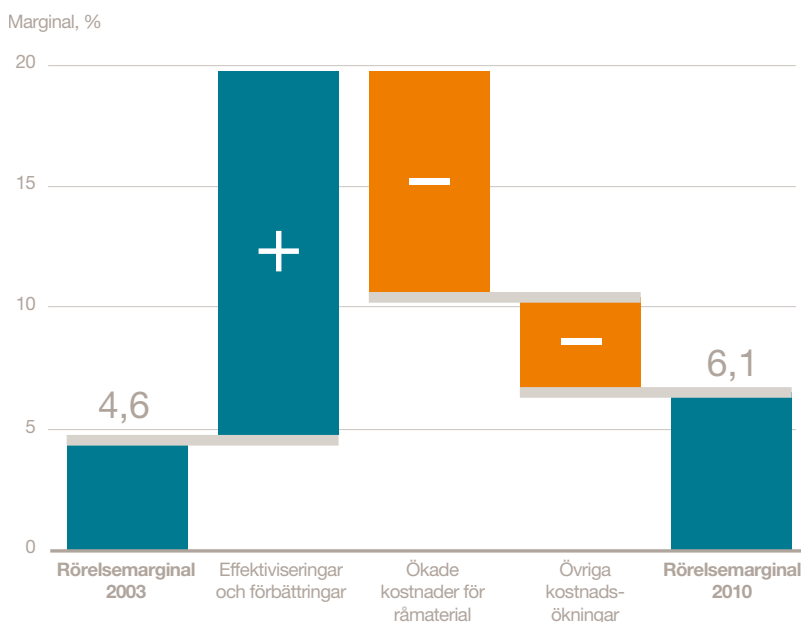
Långsiktigt stigande råmaterialkostnader kan Electrolux hantera genom besparingar, prishöjningar och en bättre produktmix. Däremot är det mer utmanande att på kort sikt anpassa verksamheten vid stora, snabba prisrörelser. Electrolux föredrar en långsiktigt stabil prisökning framför en volatil utveckling med inslag av både stora prisuppgångar och -nedgångar.

Prisutveckling för stål och plaster



Indexerad prisutveckling för Electrolux i Nordamerika och Europa (i genomsnitt).

### Högre råmaterialkostnader har komparerats med effektiviseringar



Långsiktigt stigande råmaterialkostnader har Electrolux kunnat hantera med besparingar, prishöjningar och en bättre produktmix. Sedan 2004 har råmaterialkostnaderna ökat med cirka 9 miljarder kronor samtidigt som satsningar på varumärket, marknadsföring och produktutveckling ökat. Högre råmaterialkostnader har komparerats genom effektiviseringar bland annat inom tillverkning och inköp. Rörelsemarginalen exklusive jämförelsestörande poster har ökat från 4,6% 2003 till 6,1% 2010.

## Priser och överkapacitet Utveckling av efterfrågan

De flesta av Electrolux marknader har under en längre tid utsatts för stark priskonkurrens. Priskonkurrensen har varit särskilt påtaglig i de lägre prissegmenten, i produktsegment där det finns stor överkapacitet och på marknader med en låg konsolideringsgrad. I Europa, där det under många år rått prisdeflation, kunde många tillverkare under 2009 trots svag efterfrågan och en fragmenterad marknad försvara och höja sina priser. Under 2010 tilltog prispressen igen, delvis driven av valutakursförändringar. Den omfattande flytt av produktion till lågkostnadsregioner som genomförts under det senaste decenniet har medfört att de flesta tillverkare idag har samma kostnadsläge. Därtill är kapitalintensiteten inom branschen relativt låg, vilket underlättar för tillverkarna att snabbt anpassa produktionen. Den strukturella överkapaciteten inom industrin innebär alltid en risk för kortsiktig prispress genom att tillverkare väljer att öka produktionen för att ta marknadsandelar genom lägre priser. I exempelvis Nordamerika genomförde asiatiska tillverkare under 2010 omfattande priskampanjer på tvättmaskiner, vilket ledde till prispress inom segmentet.

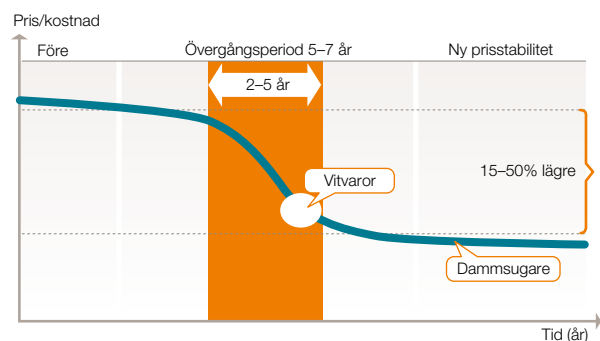
Inom dammsugarindustrin, där omvandlingen kommit längre än inom vitvaror, finns inte samma prisdeflation. Konsumenterna är beredda att betala högre priser för nya funktioner och smart design.

Electrolux har som en av få globala tillverkare av både vitvaror och dammsugare möjlighet att på global basis kunna optimera produktion och inköp, och därmed skapa utrymme för en fortsatt minskning av kostnaderna.

Efterfrågan på vitvaror påverkas i första hand av det allmänna ekonomiska läget. Eftersom Electrolux är ett konsumentvaruföretag påverkas företagets försäljning tidigt i konjunkturcykeln. Minskad efterfrågan på marknaderna kan förutom lägre försäljningsvolym medföra att efterfrågan förskjuts till produkter med lägre priser och marginaler. På kort sikt minskar också kapacitetsutnyttjandet i tillverkningen. En starkare världskonjunktur bidrog till att efterfrågan ökade under 2010 på de flesta marknader. I USA innebar statens rabattprogram för inköp av energieffektiva hushållsprodukter under andra kvartalet att många konsumenter tidigarelade sina inköp av vitvaror. Efterfrågan ökade kraftigt under första halvåret för att sedan stabiliseras under andra halvåret. På tillväxtmarknaderna i Latinamerika, Asien och Östeuropa tog efterfrågan ny fart i spåren av den snabba framväxten av en köpstark global medelklass. På de mogna marknaderna i Europa och Australien var efterfrågan däremot oförändrad eller minskade något. En hög penetration inom de flesta produktkategorier på marknaderna i väst, kombinerat med en historiskt svag efterfrågan, innebär att försäljningen blir allt mer beroende av att hushållen ersätter sina gamla produkter med nya. I USA stod ersättningsprodukter för cirka 75 procent av försäljningen av hushållsprodukter under 2010.

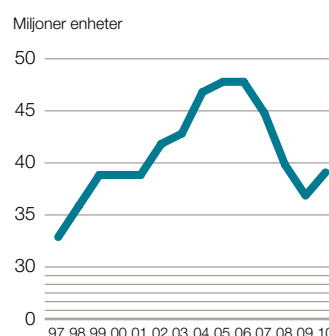
Vissa segment, såsom frostfria frysar och induktionshällar, visar en fortsatt stark tillväxt oavsett marknad. Statliga incitament för att öka konsumenternas köp av energi- och vatteneffektiva hushållsprodukter har genomförts i flera länder, däribland Brasilien, USA och Australien. Electrolux har en ledande position inom detta segment och kan dra fördel av den ökande efterfrågan.

### Industrin genomgår en snabb omvandling



Dammsugarindustrin har nått prisstabilitet. Vitvaror befinner sig i en tidigare fas i förändringsprocessen.

### Leveranser av vitvaror i USA



Marknadens efterfrågan på vitvaror i USA ökade under 2010 med 5%. Tillväxten sker från en mycket låg nivå efter mer än tre år med nedgångar. Ersättningsprodukter stod för cirka 75% av försäljningen.

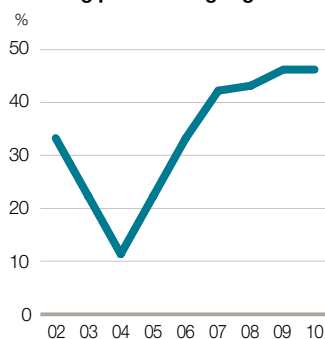
# Detta har vi uppnått

I enlighet med Electrolux strategi har kraftfulla omvandlingar av dammsugarverksamheten genomförts samt av verksamheterna i Latinamerika, Australien, Sydostasien och inom Professionella Produkter. I årsredovisningarna för åren 2006–2010 beskrivs några av omvandlingarna och vilka resultat de givit.



År 2006. Vi har omvandlat dammsugarverksamheten.

## Avkastning på nettotillgångar inom dammsugarverksamheten

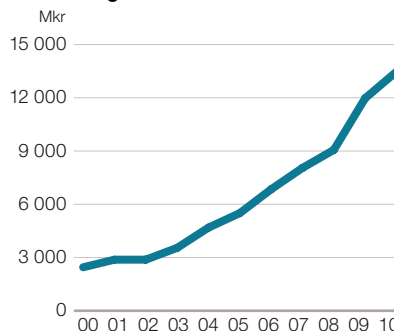


Marknaden för dammsugare genomgick en snabb omvandling i slutet av 1990-talet. Hård konkurrens och låg lönsamhet skapade behov av förändringar. En kraftfull omvandling av koncernens dammsugarverksamhet genomfördes. Verksamheten har sedan dess uppvisat en ytterst god utveckling.



År 2007. Vändningen av verksamheten i Brasilien.

## Snabb organisk tillväxt i Brasilien

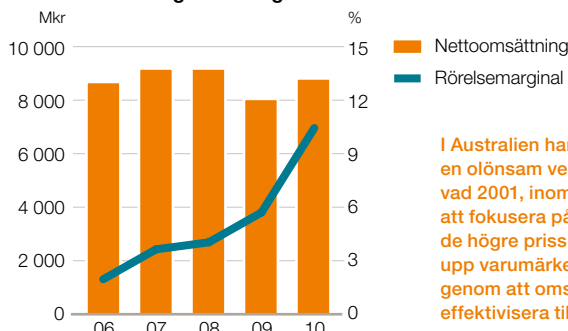


Electrolux kom in på den brasilianska marknaden 1996 genom förvärvet av Refripars, en av de största vitvarutillverkarna i landet. Refripars produkter var positionerade i lågprissegmentet och företaget hade höga produktionskostnader. Idag är Electrolux ett av de ledande varumärkena för vitvaror i Brasilien, med snabb tillväxt och hög lönsamhet.



År 2008. Framgång i Australien.

## Nettoomsättning och marginal i Asien/Stillahavsområdet

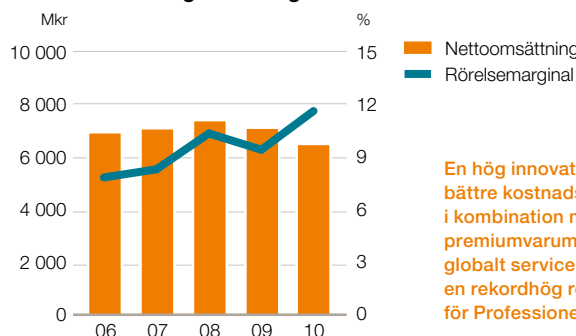


I Australien har koncernen vänt en olönsam verksamhet, förvärvad 2001, inom vitvaror genom att fokusera på nya produkter i de högre prissegmenten, bygga upp varumärket Electrolux och genom att omstrukturera och effektivisera tillverkningen.



År 2010. Omvandling av Professionella Produkter. I år innehåller årsredovisningen en beskrivning av den lönsamma omvandlingen av Professionella Produkter. Läs mer på sidorna 54-55.

## Nettoomsättning och marginal för Professionella Produkter



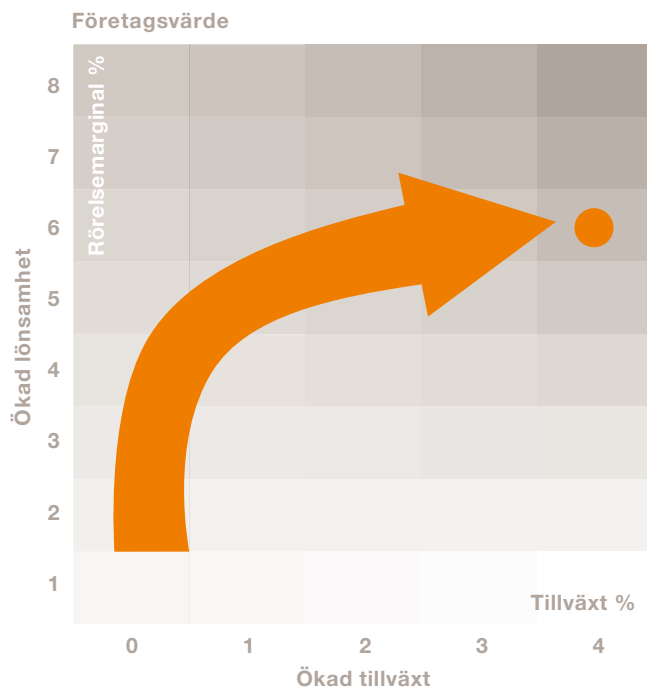
En hög innovationsnivå och bättre kostnadseffektivitet har i kombination med ett globalt premiumvarumärke och ett globalt servicenätverk lett till en rekordhög rörelsemarginal för Professionella Produkter.

# Aktiviteter för att skapa mervärde

Med innovativa produkter, ett starkt varumärke i premiumsegmentet och utnyttjande av globala stordriftsfördelar kan Electrolux öka tillväxttakten framöver. Målet är att växa snabbare än marknaden, det vill säga med minst 4 procent per år, och att göra det med bibehållen lönsamhet. Vad krävs för en sådan utveckling?

## AKTIVITETER

- Utnyttja globala initiativ för att minska kostnaderna och göra produktutvecklingen snabbare och mer precis
- Avsluta omstruktureringsprogrammet
- Fortsätta växa på tillväxtmarknaderna, organiskt och via förvärv
- Öka närvaron ytterligare inom premiumsegmentet
- Växa snabbare inom lönsamma produktkategorier
- Växa genom förvärv inom närliggande segment
- Fortsätta arbetet med att vända svaga marknader och produktsegment



Först ska rörelsemarginalen förbättras  
Sedan prioriteras tillväxt

Electrolux har genomfört en viktig och omfattande omvandling av verksamheten, vilket lett till ökad lönsamhet och förbättrad kapitalomsättning. Rörelsemarginalen har ökat till 6,1%. Att behålla en uthållig lönsamhet har prioriterats före tillväxt. Nu ska Electrolux fokusera på lönsam tillväxt.

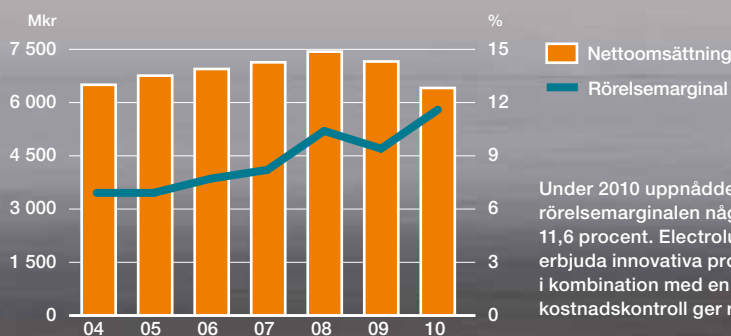


# Professionella Produkter – en lönsam omvandling

Professionella Produkter var under 1990-talet en del av dåvarande Electrolux, där även Husqvarna ingick. Verksamheten var diversifierad, olönsam och saknade en tydlig marknadsstrategi. Ett stort behov fanns av att renodla verksamheten och under åren 1999–2003 genomfördes därför en rad åtgärder. Olönsamma delar såldes av, produktportföljen koncentrerades och produktionen effektiviserades med fokus på egentillverkade produkter. En kundorienterad organisationsstruktur infördes samtidigt som antalet distributionskanaler begränsades. Antalet varumärken minskades drastiskt och resurser tillfördes produktutvecklingen i syfte att skapa innovativa och marknadsledande lösningar. Steg för steg har lönsamheten stadigt ökat, och under 2010 nåddes den högsta rörelsemarginalen någonsin – 11,6 procent.

- 1 Investeringar i produktutveckling och koncentration av produktportfölj
- 2 Ökad effektivitet inom produktion, marknadsföring och säljorganisation
- 3 Fokus på Electrolux som ett globalt varumärke
- 4 Utveckling av ett globalt servicenätverk

## En lönsam omvandling



Under 2010 uppnåddes den högsta rörelsemarginalen någonsin – 11,6 procent. Electrolux strategi att erbjuda innovativa produkter i kombination med en strikt kostnadskontroll ger resultat.



AIR-O-STEAM



Kombiugnen air-o-steam Touchline garanterar ett enkelt och intuitivt sätt att laga mat i alla former av professionella kök, från offentliga storkök till de främsta restaurangerna.

### 1 Hög innovationstakt ...

Produktportföljen har successivt koncentrerats och en relativt stor andel av omsättningen har investerats i produktutveckling i syfte att hålla en hög innovationstakt för att möta kundernas behov och behålla försprånget mot konkurrenterna. Professionella Produkter förfogar över cirka 200 exklusiva patent och har innovativa laboratorier och dedikerade designavdelningar som ser till att de produkter som tas fram överträffar kundernas förväntningar.

### 2 ... förbättrad kostnadseffektivitet ...

Produktionen har kontinuerligt effektiviserats och andelen egentillverkade produkter ökat. Marknads- och försäljningsorganisationen har anpassats till kundernas behov på de olika marknaderna.

### 3 ... fokus på Electrolux som ett globalt premiumvarumärke ...

Från att ha omfattat en rad lokala varumärken med otidliga målgrupper har verksamheten fokuserats till ett globalt varumärke med en mycket stark och tydlig identitet. Electrolux är den enda tillverkaren av professionella produkter som erbjuder kompletta lösningar för professionella kök och tvättinrättningar. Många av kockarna i Guide Michelin använder köksutrustning från Electrolux.

Thinking of you  
**Electrolux**



#### Gröna lösningar...

Hållbarhet är en viktig drivkraft för utvecklingen inom professionell matlagning och tvätt. Electrolux har tagit fram innovativa produktlösningar som medför minskad resursanvändning och lägre slitage. De mest energieffektiva produkterna säljs under benämningen Green Spirit.



#### 4 ... och ett globalt servicenätverk ...

De produkter som säljs till professionella användare utsätts för hårt slitage och stillastående är kostsamt för kunderna. Electrolux har utvecklat ett globalt servicenätverk i över 100 länder, vilket är en viktig konkurrensfördel.

#### ... har givit en rekordhög rörelsemarginal.

Renodlingen, effektiviseringarna och satsningarna på marknadsföring och produktutveckling har fått rörelsemarginalen att öka från 6,9 procent 2004 till 11,6 procent 2010. Nästa steg är att fokusera på lönsam tillväxt genom försäljning på nya marknader och till nya kundgrupper.

#### ... och innovationer ger ömsesidig nytta.

Innovationer inom Professionella Produkter har underlättat utvecklingen av nya produkter inom Konsumentprodukter. Ett starkt globalt premiumvarumärke inom Konsumentprodukter gynnar försäljningen av produkter under samma varumärke inom Professionella Produkter. Dessutom gynnas båda av starka konsumenttrender såsom behovet av mer effektiva produkter, det ökade intresset för matlagning och att allt fler önskar öppna kökslösningar.

# Hållbarhetsstrategi

En snabbt föränderlig värld: En växande medelklass. Alltmer begränsade resurser. Klimatförändring. I dessa utmaningar ser Electrolux möjligheter. Genom resurssnål tillverkning, smarta och effektiva produkter samt ett aktivt deltagande i det globala samhället integrerar koncernen hållbarhet ännu djupare i sin verksamhet.

För att vara en ledare i branschen måste Electrolux gå i bräschen inom hållbarhet. Inom koncernen intensifierades därför arbetet med hållbarhetsstrategin, som innefattar hur koncernen driver anläggningar, utvecklar och designar produkter samt hur koncernen kommunicerar med konsumenter och stärker varumärket.

Utöver detta försöker Electrolux föregå med gott exempel genom att ställa höga krav i miljöhänsen och på arbetsvillkor inom sitt program för ansvarsfulla inköp samt genom ett starkt åtagande för affärsetik med ett nyligen utvecklat etikprogram för anställda.

Att bygga upp en ledande position är ett långsiktigt åtagande och koncernen har visat att man klarar denna utmaning. Under 2010 och för fjärde året i rad blev Electrolux utnämnt som ledare i sin bransch av det prestigefyllda Dow Jones Sustainability World Index. Electrolux rankas därmed bland de 10 procent främsta av världens 2 500 största företag när det gäller miljö och socialt ansvar.

## Tredelad klimatstrategi

- 1 Utveckla och främja innovativa, effektiva produkter
- 2 Höja medvetenheten om betydelsen av energieffektiva hushållsprodukter
- 3 Minska energianvändningen i verksamheten

## Operativ effektivitet

Genom att strömlinjeforma tillverkningen och skapa säkra arbetsplatser kombinerar Electrolux minskad påverkan på miljön och människor med minskade kostnader och risker. Genom att nå sitt energibesparingsmål 2012 kommer Electrolux att spara cirka 200 Mkr årligen jämfört med 2005.

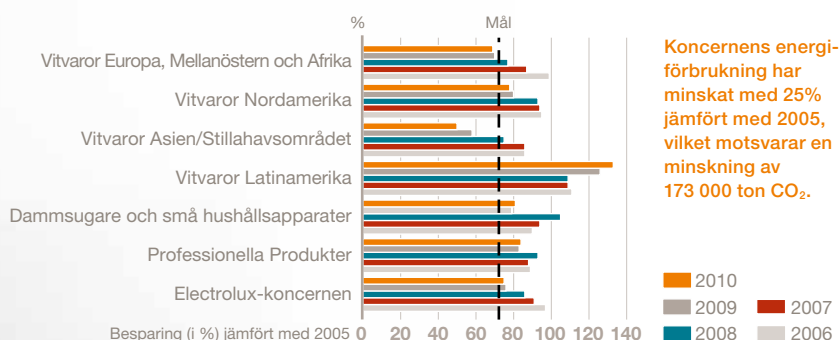
### Mål

- Minska koncernens miljöpåverkan på både kort och lång sikt, delvis genom att uppnå en absolut minskning på 28 procent av energiförbrukningen till 2012 jämfört med 2005.
- Med avseende på hälsa och säkerhet, år 2016 driva 25 procent av koncernens anläggningar enligt högsta branschstandard för tillverkande företag med visionen att uppnå olycksfria anläggningar.

### Resultat

- Minskad energianvändning med 25 procent, i linje med målet för 2012.
- Fastställt mål för minskade transportutsläpp och vatten.
- Skapat en organisation, utvecklat ett ledningssystem och fastställt globala mål för hälsa och säkerhet.

2012 Energibesparingsmål (GRI EN18)



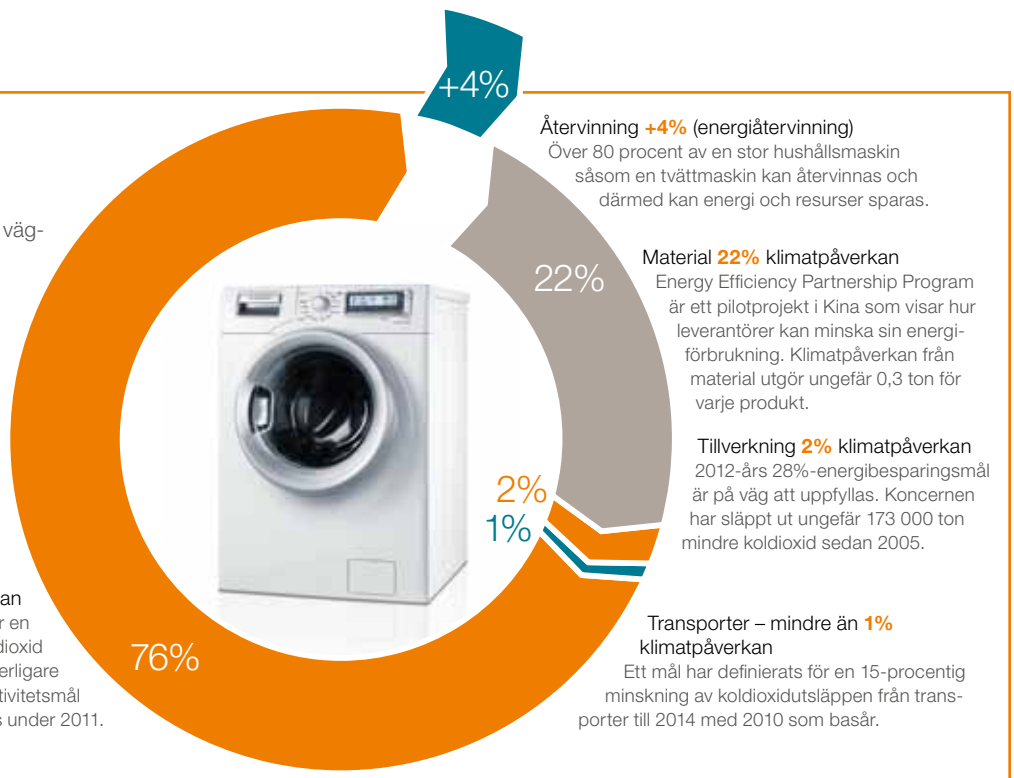


# Klimatinsats på rätt plats

Livscykelanalysen för produkterna är vägledande för koncernens arbete att minska sin klimatpåverkan. Livscykelanalysen visar på koldioxidutsläpp från råvaruutvinning, tillverkning, transport, användning och återvinning.

Källa: Öko Institute.V.'s LCA of a washing machine, 2004.

**Produkter i drift 76%** av klimatpåverkan  
Genom sin energiförbrukning släpper en tvättmaskin ut omkring ett ton koldioxid under en 10-årig livscykel. För att ytterligare minska sina utsläpp kommer effektivitetsmål för produkter att definieras under 2011.



## Utmärkta produkter

Electrolux gör det enklare för konsumenter att spara energi och vatten. Genom att tillämpa bästa tillgängliga teknik möter koncernen behoven hos en växande medelklass och framtida generationer.



### Mål

- Förbättra miljöprestanda för hushållsprodukter och definiera långsiktiga mål för energi-, vatten- och kemikalieanvändning i produkterna.

### Resultat

- Electrolux har etablerat en metodik för att ta fram och verifiera långsiktiga och kortsiktiga mål för alla produktområden på de största marknaderna.
- Försäljningen av koncernens Green Range-utbud, de mest energi- och vattneffektiva produkterna, svarade för 22 procent av sålda enheter.
- Hållbar innovation är bland de fyra främsta prioriteringarna i koncernens FoU-program.

### Green Range globalt



## Engagerat i samhället

Electrolux samarbetar med intressenter i hela värdekedjan; leverantörer, kunder, konsumenter, affärspartners samt frivilligorganisationer. Detta samarbete leder till innovativa lösningar på komplexa utmaningar såsom att driva på utvecklingen av såväl effektiva hushållsapparater som att främja hållbar konsumtion.

### Mål

- Forma framtidens marknader genom hållbara produkter och aktiv kommunikation för att höja medvetenheten.
- Skapa partnerskap och inleda samtal med intressenter.
- Bygga förtroende genom dialog, transparens och öppenhet.

### Resultat

- Engagerat leverantörer i koncernens energieffektivitetsmål som ett led i att inkludera hela värdekedjan.
- Deltagandet i utvecklingsprojektet Norra Djurgårdsstaden i Stockholm är ett exempel på koncernens inriktning på partnerskap. Electrolux bidrar med sin kompetens inom "smart grid" teknologi när det gäller utnyttjandet av hushållsprodukter på mest effektiva sätt.
- Ökat medvetenheten om de växande sopbergen av plastprodukter i världens hav samt hur återvunnen plast kan användas.

### FN:s Global Compact

Electrolux stödjer principerna i FN:s Global Compact om mänskliga rättigheter, arbetsvillkor, miljö och antikorrupcion. Electrolux etikod, uppförandekod, policy mot korrupcion och mutor samt miljöpolicy är alla i linje med dessa principer.



# Från värdelös till värdefull

I kampanjen Vac from the Sea ökar Electrolux medvetenheten om platsopor i havet – plast som i stället hade kunnat återanvändas för mer miljömässigt hållbara produkter. Genom innovativ produkt-design och via informationskampanjer skapar Electrolux engagemang kring framväxande miljöfrågor genom hela värdekedjan, från leverantör till konsument.

## Hållbara produkter får ett lyft

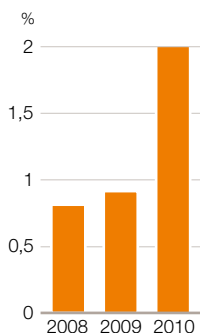
När plast blir sopor i stället för att värdesättas leder det till brist på återvunnet material. Vac from the Sea är en kampanj som belyser problematiken med platsopor i haven och bidrar till att få i gång en debatt om en fråga som är viktig för Electrolux. Sektorn Dammsugare har ett utbud av gröna produkter som idag innehåller upp till 70 procent plast från produktåtervinning. Bristen på tillgänglighet till vissa typer av högkvalitativ återvunnen plast är ett hinder för att kunna öka återvinningsandelen i fler produkter.

Det långsiktiga målet med Vac from the Sea är tredelat: Att öka och sprida uppmärksamhet för en gemensam samhällelig utmaning, att stimulera till ett större utbud av återvunnet material på marknaden samt att öka försäljningen av gröna produkter. Resultatet har överstigit förväntningarna för dessa tre målsättningar. Nettoförsäljningen av dammsugarverksamhetens Green Range produkter ökade med det dubbla under 2010.

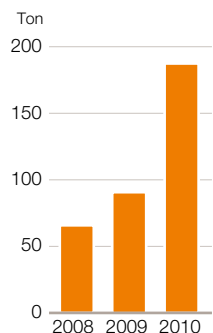


Electrolux gröna dammsugare kommer att lanseras på samtliga kontinenter under 2011. Produktutbudet innehåller högkvalitativ återvunnen plast från källor såsom bilkomponenter.

Försäljning av Green Range dammsugare 2008–2010



Volym återvunnet material i Green Range dammsugare



Försäljningen av Green Range dammsugare har ökat från 1% till 2% av den totala nettoförsäljningen av dammsugare. Volymen återvunnet material som används i affärssektorns Green Range produkter har ökat med 190% under en treårsperiod.





För att visa på möjligheten att omvandla skräp till värde designade Electrolux fem unika konceptdammsugare av plast från vart och ett av världshaven.



Stora koncentrationer av plast-sopor samlas i den stora havsvirveln i norra Stilla havet, som är den mest utforskade delen vad gäller plastnedskräpning. Havsvirvelns storlek motsvarar ungefär halva USA:s yta.  
Källa: 5Gyres.

# 135

miljoner besökare

## Bygga partnerskap

Vac from the Sea innebär en möjlighet att koppla samman län-karna i kedjan – att föra samman individer och organisationer i hela värdekedjan för att lösa en komplex hållbarhetsutmaning. Förutom att engagera leverantörer är initiativet ämnat att inspirera till system för returhantering och åtgärder för återvinning.

### Gemensamma krafter

I partnerskap med organisationer såsom de USA-baserade Algalita och 5Gyres samlar volontärer i projektet plasticsopor från marina miljöer runtom i världen. Konceptdammsugarna, som tillverkas av plast från vart och ett av de fem världshaven, illustrerar betydelsen av deras insatser.

Genom att fokusera på långlivade produkter snarare än engångsprodukter har återvunnen plast potential att gagna samhället, minska föroreningar och skapa mer miljömässigt hållbara produkter. Electrolux samarbetar med leverantörer för att öka tillgången och kvaliteten på plast från återvinning.

## Ögonöppnare

Människor känner samhörighet med haven och är engagerade i deras bevarande. Totalt har 135 miljoner människor varit engagerade via tryckt press, Internet eller sociala media. Detta inkluderar:

- 782 000 träffar på hemsidan för Vac from the Sea vid slutet av året
- Vac from the Sea är näst mest besökt av Electrolux hemsidor
- En "re-tweet" kring projektet varannan minut under lanseringen

Initiativet har vunnit ett antal PR-priser under 2010, bland annat guldmedalj i European Excellence Awards för bästa internationella kommunikation och bästa kampanj. Eurobest, det europeiska mästerskapet i marknadsföring, delade ut två silvermedaljer och en bronsmedalj till Electrolux. Vac from the Sea presenterades även på FN:s klimatkonferens COP16 i Mexiko i december 2010.

Utvecklingen av Vac from the Sea kan följas på:

- [www.electrolux.com/vacfromthesea](http://www.electrolux.com/vacfromthesea)
- <http://twitter.com/vacfromthesea>

# Att arbeta på Electrolux

Electrolux strävar efter att rekrytera, utveckla och behålla de bästa talangerna. Electrolux medarbetarvision visar vägen: att skapa en innovativ kultur med enastående medarbetare av olika bakgrund som driver förändringar och gör mer än vad som krävs för att infria koncernens strategi och mål.

"Låt oss våga göra nya upptäckter och stödja dessa med handlingar. Och låt vårt gamla sätt att tänka ersättas med ett nytt, som leder till ännu större prestationer och nya fantastiska framsteg". Axel Wenner-Gren, grundare av Electrolux.

En innovativ kultur och anställda med olika bakgrund skapar förutsättningar för att utveckla innovativa produkter, finna nya sätt att arbeta, lösa problem och prestera utöver vad som förväntas. Precis som på Axel Wenner-Grens tid finns det inom Electrolux idag ett antal utmärkelser som uppmärksammar medarbetarnas enastående prestationer. Dessa bidrar till att koncernen kan fortsätta att vara en ledande aktör inom industrin. Läs mer om några av de vinnande idéerna och teamen längst ner på detta uppslag.



Oavsett om det är en grupp på 20 eller två vill Electrolux uppmärksamma fantastiska idéer. Det kan handla om en ny produkt, strömlinjeförning av komplexa processer eller att fantastiska resultat uppnåtts vid marknadsföringen av koncernens varumärken.

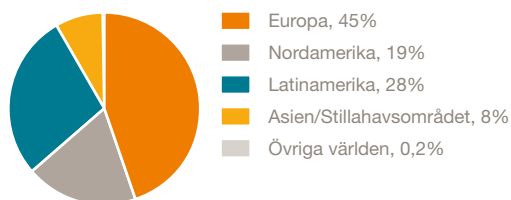


**Brand Award 2008**  
Nordamerika

**Product Award 2009**  
Brasilien

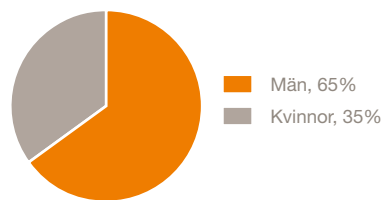


Anställda per geografiskt område (GRI LA1)



Electrolux har mer än 50 000 anställda. Oavsett var i världen koncernen bedriver verksamhet gäller likartade arbetsnormer och principer för uppförande.

Könsfördelning



Electrolux Brand Award ges årligen till det team som bäst lyckats bygga och öka kännedomen om varumärket Electrolux. Vinnare 2008 blev teamet bakom den omfattande lanseringen av nya vitvaror i premiumsegmentet i Nordamerika. Slagkraftig marknadsföring av innovativa produkter med utmärkt design har lett till en kraftigt ökad kännedom om varumärket Electrolux bland nordamerikanska konsumenter.

## Electrolux företagskultur

Electrolux företagskultur präglas av andan från grundaren Axel Wenner-Grens tid. Hans framgångar byggde på närheten till kunderna och förmågan att hitta nya affärsmöjligheter innan andra gjorde det. Electrolux företagskultur är tillsammans med starka värderingar fundamentet i koncernens verksamhet. Det är medarbetarnas passion för innovation, deras konsumentinsikt och drivkraft att uppnå resultat som är utmärkande för verksamheten. Värderingar som respekt, mångfald, integritet, etik, säkerhet och hållbarhet är grundläggande för alla anställdas förhållningssätt i kontakterna med kunder och kollegor världen över.



### Passion för innovation

Vi försöker hela tiden förnya oss och finna nya möjligheter och sätt att komma framåt, alltid med våra kunder i fokus. Vi lär oss och får inspiration av varandra, är öppna för nya idéer och är inte rädda för att ta risker.



### Konsumentinsikt

Vad våra kunder vill, önskar och tycker styr allt vi gör. Vi är vetgiriga och vill lära oss mer om våra kunders behov. Vi skaffar oss insikt och förutser kundernas framtida behov för att leverera den bästa kundupplevelsen.



### Strävan efter resultat

Vi strävar efter synbara och mätbara resultat i allt vi gör. Vi uppmärksammar och belönar resultat som bidrar till det allmännas bästa och vår övergripande strategi.

## Invention Award 2009

Europa

## EMS Best Practices Award 2009

Thailand

## Brand Award 2010

Australien

Inom koncernen finns ett antal viktiga verktyg för att kunna förverkliga Electrolux medarbetarvision:

- Ledarskapsutveckling
- Talent Management och successionsplanering
- OLM, en intern databas för lediga tjänster
- EES, en webbaserad medarbetarundersökning

Läs mer på [www.electrolux.com](http://www.electrolux.com)



Electrolux Product Award uppmärksammar produktutveckling inom koncernen och fokuserar på alla aspekter i processen, från konsumentinsikt till lansering. Vinnare i huvudkategorin 2009 blev projektet med kylskåpet Infinity i Latinamerika. Electrolux Infinity är det största kylskåpet i sin kategori i Latinamerika. Med Infinity har utvecklingsteamet skapat en helt ny typ av kylskåp, baserat på latinamerikanska hushålls behov i köket.



Invention Award, som utdelades för första gången 2009, premierar utvecklingen av en ny funktion eller teknik i nya produkter. Utmärkelsen går till den person eller det team som står bakom uppfinningen. Vinnare 2009 blev det europeiska teamet bakom en ny miljövänlig och energibesparande teknologi för torktumlare med inbyggd värmepump.



Electrolux Manufacturing System (EMS) Global Best Practices Award uppmärksammar betydande och kontinuerliga förbättringar i säkerhet, kvalitet, kostnader och leverans. Fabriken i Rayong i Thailand fick utmärkelsen 2009 för sitt projekt att förbättra effektiviteten vid tillverkningen av torktumlare. En framgångsrik lösning togs fram som har gjort att både produktionslinje och leverantörer kan hantera det kraftiga uppsving som på grund av säsongsmässiga faktorer uppstår i produktionen var sjätte månad.



Brand Award fokuserar på framgångsrikt varumärkesarbete inom koncernen. Australienverksamhetens arbete med att ompositionera Electrolux från ett ålderdomligt varumärke för dammsugare till ett modernt varumärke för vitvaror utsågs till vinnare 2010. Kampanjen, som genomfördes helt enligt varumärkesmanualen, förde ett resenemang med konsumenterna på alla plan och gav ett enastående resultat.



# Electrolux och kapitalmarknaden

Electrolux kommunikation med kapitalmarknaden ska tillhandahålla marknaden relevant, tillförlitlig, korrekt och aktuell information om koncernens utveckling och finansiella ställning.

Finansiell information lämnas kontinuerligt i årsredovisningar och kvartalsrapporter. I samband med respektive kvartalsrapport arrangeras en telefonkonferens där ledningen presenterar koncernens resultat med efterföljande analys. På koncernens hemsida lämnas kompletterande marknads- och finansiell information.

Electrolux Investor Relations-avdelning arrangerar årligen cirka 300 möten med investerare och analytiker. Ungefär en tredjedel av dessa genomförs med koncernledningen närvarande. Möten med investerare hålls på koncernens huvudkontor. Dessutom arrangeras roadshows, främst på de största finansiella marknaderna i Europa och USA. Utöver detta interagerar Electrolux dagligen med kapitalmarknaden.

## Kapitalmarknadsdag i Stockholm

För att ge marknaden fördjupad information om Electrolux arrangerades en kapitalmarknadsdag i Stockholm den 12 november. De viktigaste budskapen var:

- Electrolux är ett konsumentdrivet företag i förändring som kommer att fortsätta lansera nya produkter med stöd från investeringar i varumärken och produktutveckling.
- Electrolux har framgångsrikt omvandlats från ett tillverkningsdrivet företag till ett konsumentdrivet företag.
- Electrolux mål att generera en rörelsemarginal, exklusive jämförelsestörande poster, på minst 6 procent är hållbart över en konjunkturcykel.
- Electrolux ska genom uppköp och organisk tillväxt uppnå en tillväxt på över 4 procent.
- Electrolux program Global Operations kommer att generera 2–2,5 miljarder kronor i besparingar.



Marcus Wallenberg, styrelseordförande i Electrolux, och Hans Stråberg, tidigare VD och koncernchef i Electrolux, närvarade vid Electrolux 80 årsjubileum på Nasdaq OMX Stockholm.

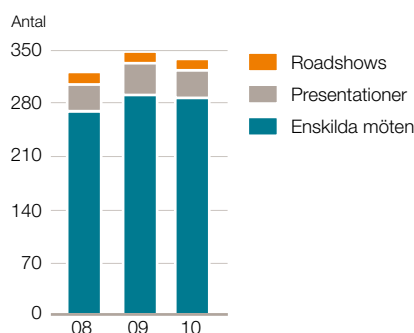
## Electrolux – 80 år på börsen

Under 2010 uppmärksammades att Electrolux-aktien varit noterad på den svenska börsen i 80 år. År 1930 redovisade Electrolux ett aktiekapital på 60 Mkr, att jämföra med dagens aktiekapital på 1 545 Mkr. Under sitt första år som noterat bolag på Stockholmsbörsen redovisade företaget en nettovinst på drygt 8 Mkr. Huvudkontoret låg då på Normalmstorg och den första fabriken låg på Lilla Essingen i Stockholm.

Från att år 1928 omsätta 70 Mkr har Electrolux vuxit till ett internationellt storföretag med en omsättning överstigande 100 miljarder kronor och med över 50 000 anställda.

Electrolux-aktien har tidigare också varit noterad på börserna i London (1928–2010), Genève (1955–1996), Oslo (1981–1991), Paris (1983–2003), Basel (1987–1996), Zürich (1987–2003) och i Nasdaq-systemet i USA (1987–2005).

## IR-aktiviteter



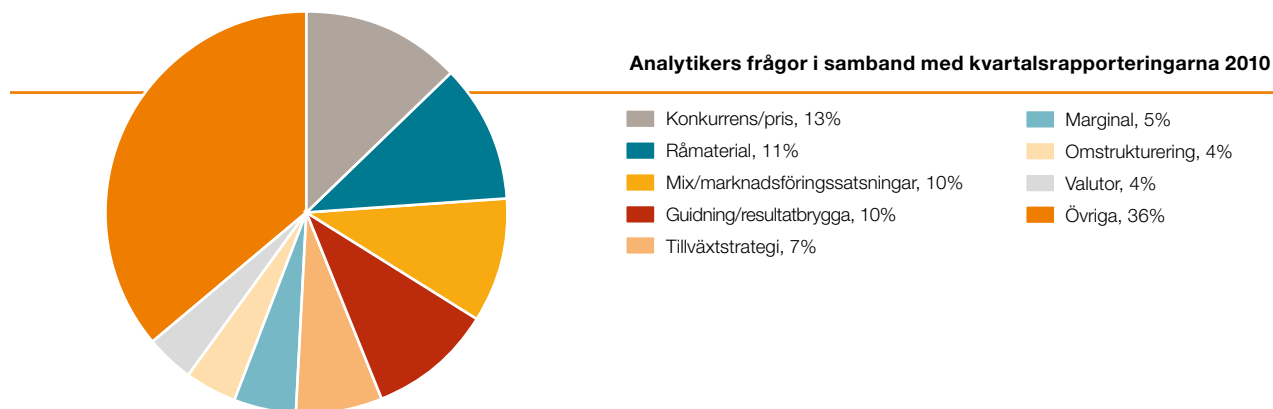
## Finansiella mål

Electrolux har finansiella mål för rörelsemarginal, avkastning, tillväxt och kapitalstruktur.

Typ av mål	Mål
Rörelsemarginal <sup>1)</sup>	>6%
Årlig genomsnittlig tillväxt	>4%
Kapitalomsättningshastighet	>4
Avkastning på nettotillgångar	>25%

1) Exklusive jämförelsestörande poster, över en konjunkturcykel.

# Vanliga frågor från analytiker



## ► Beskriv hur konkurrensbilden sett ut för Electrolux under 2010 och hur den har påverkat priserna.

Efter en strikt prisdisciplin under 2008 och 2009 påverkade sjunkande priser Electrolux negativt under 2010. I Nordamerika såg vi temporära försäljningskampanjer under andra halvåret 2010. I Europa tilltog konkurrensen under andra halvåret och prispressen var tydlig i Ryssland, Sydeuropa och Norden, delvis som ett resultat av valutaförändringar. Prispress rådde även i Australien.

## ► Hur har råmaterialpriserna påverkat Electrolux under 2010?

Electrolux köpte råvaror för 20 miljarder kronor under 2010. Den enskilt största kostnaden var inköp av stål som uppgick till nästan hälften av den totala kostnaden. Förutom högre priser på stål påverkades koncernen av högre priser på plast och basmetaller. Jämfört med 2009 var kostnaderna för råmaterial cirka 1 miljard kronor högre under 2010. Råmaterialpriser påverkar koncernen på kort sikt. På längre sikt kompenserar sig dock Electrolux för råmaterialprishöjningar genom kostnadsbesparingar, mixförbättringar och prishöjningar.

## ► Vad kan ni säga om er fortsatta positiva mixutveckling?

Att förbättra vår mix är centralt i vår strategi. Vi har under de senaste åren, trots svaga marknader, lyckats lansera nya produkter till högre försäljningspriser, vilket också förbättrat vårt resultat. Under 2010 relanserade vi merparten av vårt basutbud av produkter i Nordamerika under varumärket Frigidaire. Mot slutet av året startade vi en mycket viktig lansering av inbyggnadsprodukter i Europa. I Latinamerika har vi fortsatt att i snabb takt lansera nya produkter. Produktmixen påverkade vårt resultat positivt för 2010.

## ► Vad har ni för tillväxtstrategi?

I takt med att vi har förbättrat vår rörelsemarginal och förstärkt vår balansräkning kan vi nu även fokusera på tillväxt. Våra prioriterade expansområden är framförallt tillväxtmarknader och vissa produktområden. Vi vill växa organiskt, men kommer att stödja denna tillväxt med förvärv.

## ► Hur ser ni på den fortsatta utvecklingen för er rörelse- och bruttomarginal?

Genom nya, innovativa produkter vill vi förbättra vårt erbjudande med produkter som vi kan sälja till högre priser. De högre priserna ska förbättra vår bruttomarginal. Genom förbättrad bruttomarginal kommer vi att kunna satsa mer på produktutveckling och marknadsföring, vilket i sin tur ska förbättra bruttomarginalen. Detta är ett mycket långsiktigt arbete som ger kontinuerlig effekt över många år.

## ► Kan ni ge oss en uppdatering på ert stora omstruktureringssprogram?

För att möta den globala konkurrensen har Electrolux sedan 2004 genomfört ett stort omstruktureringssprogram. Fabriker har lagts ned i länder med höga kostnadsnivåer såsom USA, Tyskland, Australien och nya fabriker har byggts i Mexiko, Östeuropa och Thailand etc. Totalt kommer programmet att omfatta cirka 8,5 miljarder kronor i kostnader och generera cirka 3,4 miljarder kronor i årliga besparingar. Under 2011 förväntas de sista omstruktureringssbesluten inom programmet att fattas.

## ► Hur har valutorna påverkat er under 2010?

Normalt sett påverkas inte Electrolux nämnvärt av valutaväxlingar eftersom vi har såväl försäljning som produktion på global basis. Efter de stora svängningarna under 2009 och 2010 blev dock valutapåverkan påtaglig under 2010. Electrolux gynnades framförallt av fördelaktiga valutautvecklingar för AUD, BRL, USD och EUR.



## Electrolux-aktien

### Utdelning

Styrelsen föreslår för 2010 en utdelning på 6,50 kronor per aktie, motsvarande en utbetalning på totalt cirka 1 850 Mkr. Den föreslagna utdelningen motsvarar cirka 40 procent av periodens resultat exklusive jämförelsestörande poster.

Koncernens målsättning är att utdelningen ska motsvara minst 30 procent av årets resultat exklusive jämförelsestörande poster. Electrolux har under ett antal år haft en utdelningsnivå som varit betydligt högre än 30 procent.

### Electrolux-aktiens utveckling

Efter den mycket starka resultat- och kursutvecklingen under 2009 var marknads förväntningar på Electrolux resultat mycket höga i början av 2010. Trots ett starkt resultat för fjärde kvartalet 2009 sjönk aktien i samband med att resultatet presenterades. Aktien återhämtade sig sedan och under första halvåret 2010 utvecklades aktien bättre än Affärsvärldens generalindex.

Electrolux uppvisade ett relativt starkt resultat för tredje kvartalet 2010, där koncernen bekräftade att den kunde nå sitt resultatmål på en rörelsemarginal på 6 procent exklusive jämförelsestörande poster. Electrolux-aktien uppvisade dock en svagare utveckling än Affärsvärldens generalindex, främst beroende på marknads oro kring försäljningspriser och råmaterialkostnader. Mot slutet av året återhämtade sig aktien och uppnådde sin högsta slutkurs någonsin, delvis beroende på den starka uppgången på den svenska börsen.

### Avkastning

Öppningskursen för B-aktien 2010 var 167,50 kronor. Högsta stängningskurs under året, 194,70 kronor, noterades den 29 december. Lägsta stängningskurs under året, 142,50 kronor, noterades den 31 augusti. Slutkursen för B-aktien var 14 procent högre vid årsskiftet 2010/2011 än vid årsskiftet 2009/2010 och noterades till 191,00 kronor. Den totala avkastningen under året uppgick till 17 procent. Electrolux börsvärde uppgick vid utgången av 2010 till cirka 60 (48) miljarder kronor, vilket motsvarade 1,4 (1,4) procent av det totala värdet på Nasdaq OMX Stockholm.

Genomsnittlig årlig totalavkastning på en placering i Electrolux-aktier har under de senaste tio åren uppgått till 25,5 procent. Motsvarande avkastning för SIX Return Index var 10,6 procent.

### Aktiens volatilitet

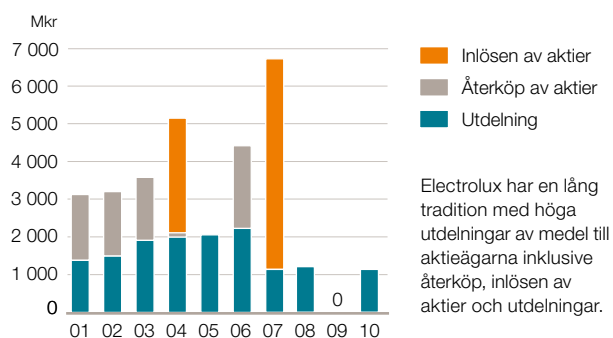
Electrolux-aktien har under den senaste treårsperioden uppvisat en volatilitet på 48 procent (dagsvärden). Detta kan jämföras med en genomsnittlig volatilitet för ett stort börsbolag på Nasdaq OMX Stockholm på 31 procent. Electrolux-aktiens betavärde över de senaste fem åren är 1,25\*. Ett betavärde större än 1 indikerar att aktien är mer känslig för marknadssvängningar än genomsnittet.

\*) Jämfört med OMX Stockholm All-Share (OMXSPI).

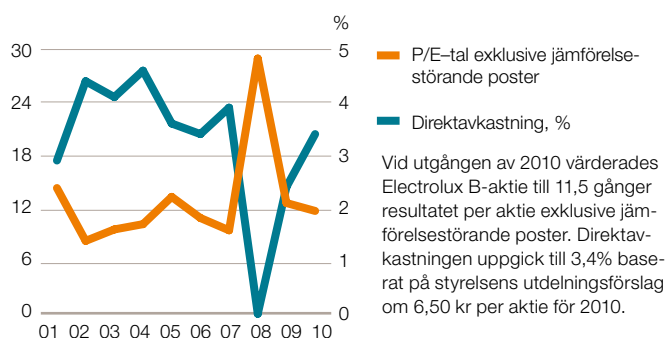
### Konvertering av aktier

I enlighet med Electrolux bolagsordning har ägare av A-aktier rätt att omvandla dessa till B-aktier. Omvandlingen innebär att totalt antal röster i bolaget minskar. I januari 2010 konverterades 439 150 A-aktier till B-aktier på uppdrag av aktieägare.

Utdelning av medel till aktieägarna



P/E-tal och direktavkastning



## Börshandel

Electrolux-aktien är noterad på Nasdaq OMX Stockholm. På grund av avregleringen av de internationella kapitalmarknaderna och det ökade utländska ägandet av aktier på Nasdaq OMX Stockholm bedömdes att Electrolux-aktien inte behövde vara noterad på Londonbörsen (LSE). Den 11 mars avnoterades Electrolux-aktien från LSE där bolagets B-aktier varit noterade sedan 1928.

Under senare tid har trenden med nya handelsplatser för aktier varit mycket tydlig. Under 2010 handlades 41 procent av Electrolux B-aktier utanför Nasdaq OMX Stockholm jämfört med 28 procent under 2009. Electrolux-aktien svarade för 3,0 (2,7) procent av aktieomsättningen på Nasdaq OMX Stockholm, som under 2010 uppgick till 3 627 (3 393) miljarder kronor.

Handel i Electrolux B-aktier	2010	2009
Antal omsatta Electrolux-aktier, miljoner	656,9	805,9
Värde, omsättning aktier, Mdr kr	110,5	90,2
Genomsnittlig dagsomsättning (antal), miljoner	2,6	3,2
Genomsnittlig dagsomsättning (värde), Mkr	436	359
Antal utfärdade/indragna depåbevis (ADR)	1 565 380	1 149 300
Antal utestående depåbevis (ADR)	646 363	1 349 731

## Marknadsandel

Nasdaq OMX Stockholm, %	59,3	72,1
Londonbörsen, %	0,3	1,0
BOAT, %	17,6	13,3
Chi-X, %	12,9	9,5
Turquoise, %	2,2	2,4
BATS Europe, %	4,3	0,5
Övriga	3,4	1,2
<b>Totalt</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>

## Genomsnittlig dagsomsättning för Electrolux-aktien på Nasdaq OMX Stockholm

1 000-tal kronor	2010	2009	2008	2007	2006
A-aktier	148	228	425	47	248
B-aktier	435 958	358 962	364 400	523 817	407 104

Under 2010 omsattes dagligen i genomsnitt 2,6 miljoner Electrolux-aktier på Nasdaq OMX Stockholm.

## DJSI World Index

Koncernens hållbarhetsresultat och strategi bidrar till att attrahera och stärka relationer med investerare. Under 2010 och för fjärde året i rad blev Electrolux utnämnt till ledare i sin bransch av det prestigefyllda Dow Jones Sustainability Index (DJSI). Electrolux rankas därmed bland de 10 procent bästa av världens 2 500 största företag för sina resultat inom miljö och socialt ansvar.



## Aktiedata

Aktienotering <sup>1)</sup>	Stockholm
Antal aktier	308 920 308
varav A-aktier <sup>2)</sup>	9 063 125
varav B-aktier <sup>2)</sup>	299 857 183
Antal aktier efter återköp	284 665 223
Kvotvärde	5 kr
Börsvärde den 31 december 2010	60 miljarder kr
GLCS-kod <sup>3)</sup>	25201040
Tickerkoder	Reuters ELUXb.ST
	Bloomberg ELUXB SS

1) Handeln i Electrolux depåbevis (ADR) överfördes från Nasdaq till OTC-marknaden den 31 mars 2005. En ADR motsvarar två B-aktier.

2) På aktieägares begäran genomfördes i januari 2010 konvertering av A-aktier till B-aktier. Se sidan 64.

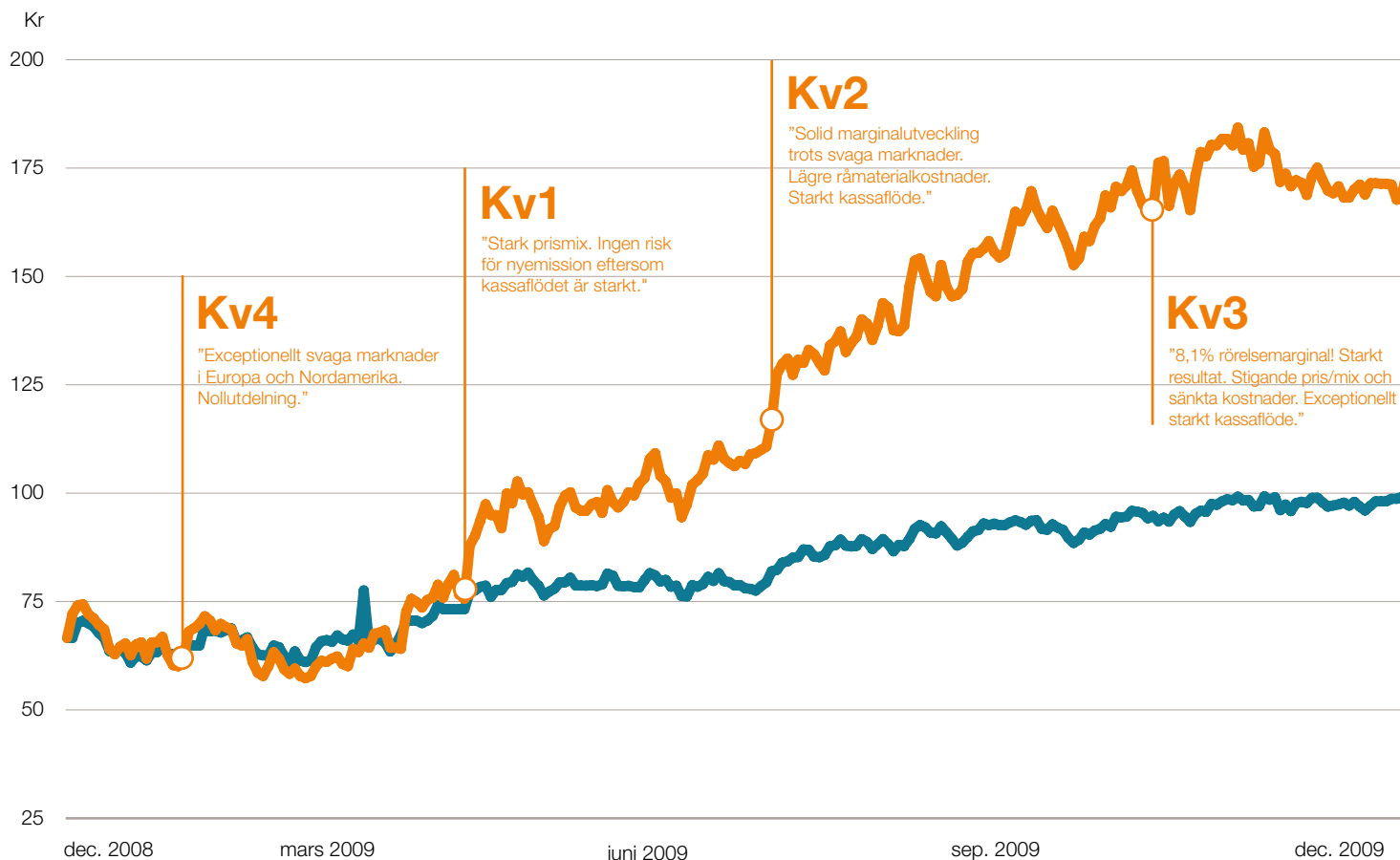
3) MSCI:s globala standard för klassificering av branscher i aktieindex.

## Totalavkastning och antal omsatta aktier för Electrolux B-aktie på Nasdaq OMX Stockholm, 2006–2010



## Electrolux B vs svenska index




Aktiekursutvecklingen för Electrolux-aktien var stark under 2009. Under 2010 var förväntningarna höga. Aktiekursen steg emellertid och nådde sin högsta slutkurs någonsin vid slutet av året. Starka resultat och stark aktiemarknadsutveckling var de huvudsakliga förklaringarna.

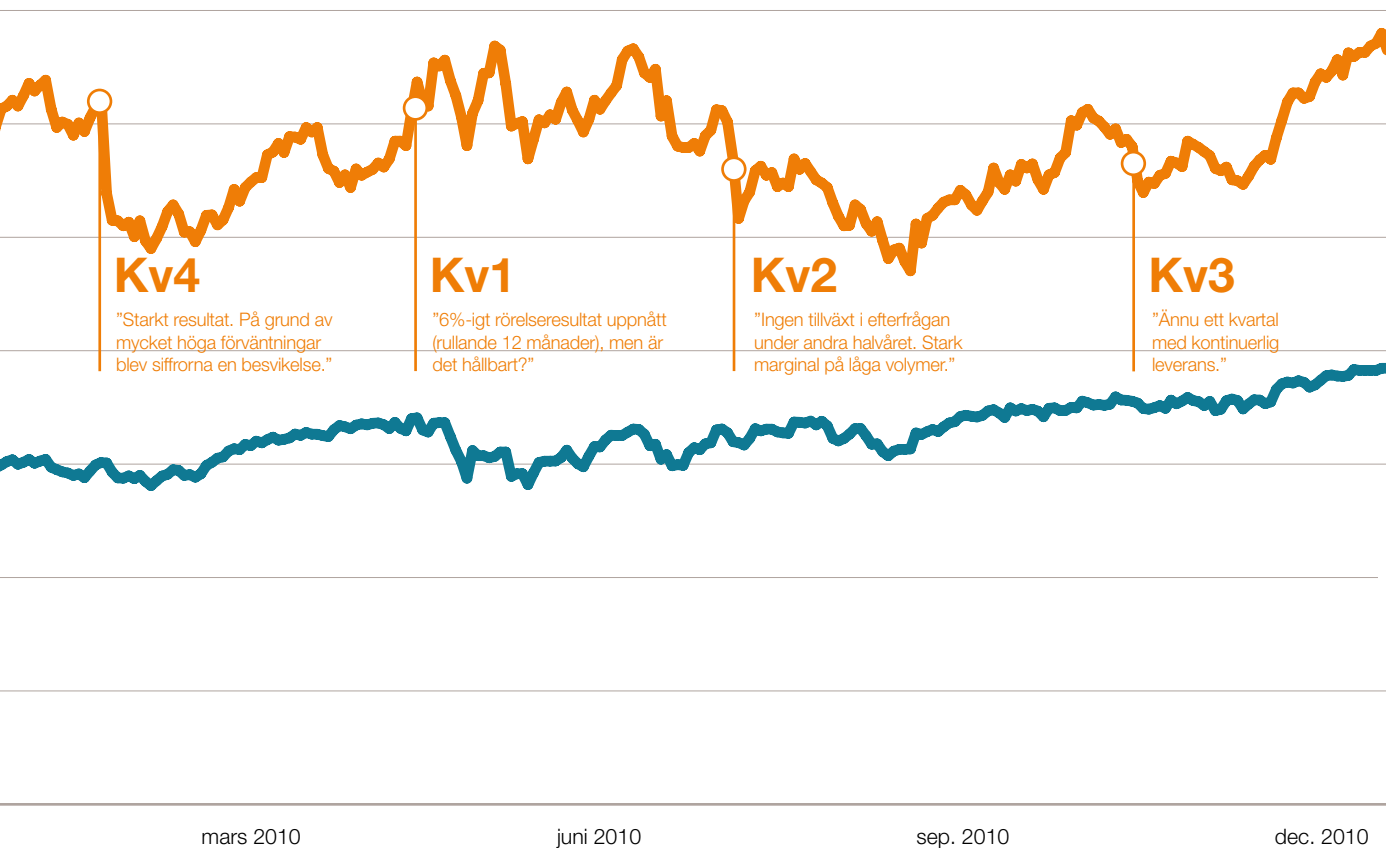


OMVÄRLDS-FAKTORER	Sjunkande marknadspriser på råmaterial. Djup nedgång i Europa och Nordamerika.	Efterfrågan i Nordamerika stabiliseras. Kraftig tillväxt i Brasilien.	Ledande återförsäljare i Europa i konkurs.

ELECTROLUX NYCKELINITIATIV	Prishöjningar i Europa i början av 2009. Strukturell förbättring av rörelsekapitalet. Beslut om nollutdelning.	Utnyttja global närvaro genom ny organisation.
	Globalt besparingsprogram – >3 000 personer sägs upp. Produktionsstopp. – anpassning av lagernivåer. Beslut att stänga fabriken i S:t Petersburg i Ryssland och effektivisera fabriken i Porcia i Italien. Beslut att stänga fabriken i Changsha i Kina.	Pensionskulden minskas. Minskad exponering mot olönsamma produktkategorier i Nordamerika.

Analytiker-rekommendationer	Efter Kv4 2008	Efter Kv1 2009	Efter Kv2 2009	Efter Kv3 2009
Köp	20%	33%	53%	47%
Behåll	27%	33%	40%	33%
Sälj	53%	33%	7%	20%

-  Kommentarer från analytiker
-  Electrolux B-aktie
-  Affärsvärldens generalindex – prisindex



**Rabattprogram i Nordamerika ökar efterfrågan.** Efterfrågan i Nordamerika minskar efter att rabattprogrammen upphört, kampanjer bedrivs för att upprätthålla efterfrågan.

Valutajusterade prissänkningar i Europa. Stigande efterfrågan i Östeuropa.

Rabattprogram i Brasilien upphör, tillväxten avtar.

Stigande marknadspriser på råmaterial.

Lansering av Frigidaire-produkter i Nordamerika. Avsiktsförklaring att förvärva Olympic Group i Egypten.

Beslut att fasa ut tillverkningen i Motala. Beslut att konsolidera spistillverkningen i Nordamerika samt minska antalet anställda i Europa.

Utdelning 4,00 kr per aktie. Lansering av AEG-inbyggnadsprodukter i Europa.

Beslut om effektiviseringar i vitvarufabriker i Forli i Italien och Revin i Frankrike. Förvärv av fabrik i Ukraina.

Ny VD och koncernchef tillkännages.

Efter Kv4 2009	Efter Kv1 2010	Efter Kv2 2010	Efter Kv3 2010
38%	45%	70%	70%
33%	35%	25%	20%
29%	20%	5%	10%

### Ägarstruktur

Av det totala aktiekapitalet per den 31 december 2010 ägdes en majoritet av svenska institutioner och aktiefonder (cirka 66 procent). Svenska privatpersoner ägde vid årets slut cirka 9 procent.

Under året minskade det utländska ägandet, som vid årets slut uppskattades till cirka 25 procent. Den utländska handeln har stor betydelse för likviditeten i aktien. Utländska investerare anges inte alltid i aktieägarregistret. Utländska banker och andra förvaltare kan registreras för en eller flera kunders aktier, och då framgår vanligen inte de faktiska innehavarna av registret.

### Incitamentsprogram

Electrolux har ett flertal långsiktiga incitamentsprogram för ledande befattningshavare. Sedan 2004 har Electrolux prestationsbaserade aktieprogram.

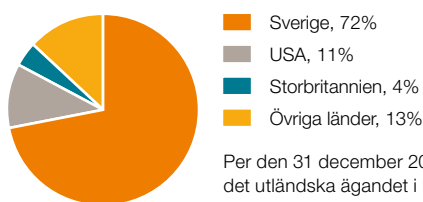
Under 2010 köpte ledande befattningshavare i Electrolux 243 756 B-aktier inom ramen för löpande optionsprogram. Inga B-aktier tilldelades enligt 2007-års prestationsbaserade aktieprogram. Incitamentsprogrammen motsvarade vid årsskiftet 2010/2011 en maximal utspädning på 0,96 procent av det totala antalet aktier eller 2 766 934 B-aktier.

### Största aktieägare

	Antal A-aktier	Antal B-aktier	Totalt antal aktier	Aktiekapital, %	Röster, %
Investor AB	8 270 771	33 895 362	42 166 133	13,6	29,9
Alecta Pensionsförsäkring	500 000	25 405 000	25 905 000	8,4	7,8
BlackRock fonder		16 951 158	16 951 158	5,5	4,3
AMF Pensionsförsäkring		14 275 000	14 275 000	4,6	3,7
Swedbank Robur fonder		11 578 980	11 578 980	3,7	3,0
Första AP-fonden		6 944 272	6 944 272	2,2	1,8
Nordea fonder		5 763 303	5 763 303	1,9	1,5
SEB fonder		5 625 159	5 625 159	1,8	1,4
Andra AP-fonden		4 478 690	4 478 690	1,4	1,1
SHB fonder		4 284 066	4 284 066	1,4	1,1
Tredje AP-fonden		3 893 901	3 893 901	1,3	1,0
Övriga aktieägare	292 354	142 507 207	142 799 561	46,3	43,4
<b>Externa aktieägare</b>	<b>9 063 125</b>	<b>275 602 098</b>	<b>284 665 223</b>	<b>92,1</b>	<b>100,0</b>
AB Electrolux		24 255 085	24 255 085	7,9	0,0
<b>Totalt</b>	<b>9 063 125</b>	<b>299 857 183</b>	<b>308 920 308</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>

Källa: SIS Ägarservice och Electrolux per den 31 december 2010. Siffrorna är avrundade. Information om ägarstruktur uppdateras varje kvartal på [www.electrolux.com/agarstruktur](http://www.electrolux.com/agarstruktur)

### Ägarfördelning per land



Källa: SIS Ägarservice per den 31 december 2010.

### Fördelning av aktieinnehav

Aktieinnehav	Ägarandel, %	Antal aktieägare	Antal aktieägare, %
1-1 000	4,3%	50 046	87,6%
1 001-10 000	5,4%	6 190	10,8%
10 001-20 000	1,4%	303	0,5%
20 001-	88,9%	621	1,1%
<b>Totalt</b>	<b>100,0%</b>	<b>57 160</b>	<b>100%</b>

Källa: SIS Ägarservice per den 31 december 2010.



## Data per aktie

	2010	2009	2008	2007 <sup>9)</sup>	2006 <sup>9)</sup>	2005	2004	2003	2002	2001
Börskurs B-aktien vid årets slut, kr <sup>1)</sup>	191,00	167,50	66,75	108,50	116,90	89,50	65,90	67,60	58,80	66,90
Börskurs B-aktien vid årets slut, kr	191,00	167,50	66,75	108,50	137,00	206,50	152,00	158,00	137,50	156,50
Högsta notering, B-aktien, kr	194,70	184,10	106,00	190,00	119,00	90,50	174,50	191,00	197,00	171,00
Lägsta notering, B-aktien, kr	142,50	57,50	53,50	102,00	78,50	62,00	125,50	125,50	119,50	92,00
Kursförändring under året, %	14	151	-38	-7	31 <sup>9)</sup>	36	-4	15	-12	28
Eget kapital per aktie, kr	72	66	58	57	47	88	81	89	87	88
Börskurs/eget kapital, %	264	253	116	191	247 <sup>1)</sup>	234	187	178	158	178
Utdelning, kr	6,50 <sup>2)</sup>	4,00	0	4,25	4,00	7,50	7,00	6,50	6,00	4,50
Vinstutdelningsandel, % <sup>3) 4)</sup>	39	29	0	36	37	47	46	39	36	41
Direktavkastning, % <sup>5)</sup>	3,4	2,4	0	3,9	3,4 <sup>1)</sup>	3,6	4,6	4,1	4,4	2,9
Resultat per aktie, kr	14,04	9,18	1,29	10,41	9,17	6,05	10,92	15,25	15,58	11,35
Resultat per aktie, kr <sup>4)</sup>	16,65	13,56	2,32	11,66	10,89	15,82	15,24	16,73	16,90	11,10
Kassaflöde, kr <sup>6)</sup>	26,98	29,16	4,22	4,54	7,53	2,45	10,81	9,15	23,14	15,55
EBIT-multipel <sup>7)</sup>	10,8	12,8	19,8	7,9	8,0 <sup>1)</sup>	16,1	9,5	6,8	5,9	10,0
EBIT-multipel <sup>4) 7)</sup>	9,1	9,1	15,2	7,3	7,1 <sup>1)</sup>	9,1	6,7	6,3	5,6	9,8
P/E-tal <sup>4) 8)</sup>	11,5	12,4	28,8	9,3	10,7 <sup>1)</sup>	13,1	10,0	9,4	8,1	14,1
P/E-tal <sup>8)</sup>	13,6	18,2	51,7	10,4	12,7 <sup>1)</sup>	34,1	13,9	10,4	8,8	13,8
Antal aktieägare	57 200	52 000	52 600	52 700	59 500	60 900	63 800	60 400	59 300	58 600

1) Justerad för utdelning av Husqvarna i juni 2006 och för inlösenprogram i januari 2007.

2) Enligt styrelsens förslag.

3) Utdelning i procent av periodens resultat.

4) Exklusive jämförelsestörande poster.

5) Utdelning per aktie dividerad med börskurs vid årets slut.

6) Kassaflöde från löpande verksamhet minus investeringar dividerat med genomsnittligt antal aktier efter återköp.

7) Börsvärde exklusive återköp plus nettoupplåning och minoritetsandel dividerat med rörelseresultat.

8) Börskurs i relation till resultat.

9) Kvarvarande verksamhet.

## Analytiker som följer Electrolux

Företag	Analytiker
ABG Sundal Collier	Christer Fredriksson
Bank of America Merrill Lynch	Ben Maslen
Carnegie	Kenneth Toll Johansson
Cheuvreux	Johan Eliason
Citigroup	Natalia Mamaeva
Credit Suisse First Boston	Andre Kukhnin
Danske Bank	Carl Holmquist, Jan Bjerkeheim
Deutsche Bank	Stefan Lycke
DnB NOR Markets	Ole-Andreas Krohn
Equita	Dino Catena
Erik Penser	Johan Dahl
Execution Limited	Nick Paton, Rob Virdee
Goldman Sachs International	Samson Edmunds

Företag	Analytiker
Handelsbanken Capital Markets	Rasmus Engberg
HSBC	Colin Gibson
JP Morgan	Andreas Willi
Nomura	Lisa Randall
Nordea	Johan Trocmé, Ann-Sofie Nordh
Redburn Partners	James Moore
SEB Enskilda	Anders Trapp, Stefan Cederberg
Standard & Poor's	Jawahar Hingorani
Swedbank	Claes Rasmuson
UBS Warburg	Olof Cederholm
Unicredit Group	James Stettler
Ålandsbanken	Fredrik Nilhov
Öhman Fondkommission	Björn Enarson

## Pressmeddelanden 2010

29 jan Omvandling av aktier

**3 feb Bokslutsrapport 2009 samt koncernchef Hans Stråbergs kommentar**

10 feb Electrolux avnoteras från Londonbörsen

22 feb Kallelse till årsstämma i AB Electrolux

2 mar Lorna Davis föreslås som ny styrelseledamot i Electrolux

5 mar Årsredovisning 2009

11 mar Electrolux avnoterat från Londonbörsen

31 mar Kommuniké från AB Electrolux årsstämma 2010

**27 apr Delårsrapport januari – mars 2010 samt koncernchef Hans Stråbergs kommentar**

12 maj Electrolux utsedd till "global superstar" av Forbes Magazine

**19 jul Delårsrapport januari – juni 2010 samt koncernchef Hans Stråbergs kommentar**

9 aug Electrolux förvärfvar fabrik i Ukraina

25 aug Anders Edholm utsedd till ny kommunikationsdirektör i Electrolux

27 aug Henrik Bergström utsedd till chef för Dammsugare och små hushållsapparater

2 sep Electrolux årsredovisning rankad som bäst i världen

7 sep Datum för publicering av finansiella rapporter från Electrolux 2011

10 sep Electrolux ingår i Dow Jones Sustainability World Index för fjärde året i rad

23 sep Hans Stråberg lämnar Electrolux och efterträds av Keith McLoughlin som VD och koncernchef

30 sep Valberedning utsedd inför Electrolux årsstämma 2011

11 okt Electrolux tecknar en avsiktsförklaring om att förvärva 52% i det egyptiska företaget Olympic Group

**27 okt Delårsrapport januari – september 2010 samt koncernchef Hans Stråbergs kommentar**

12 nov Electrolux håller Kapitalmarknadsdag

7 dec Electrolux årsredovisning vinnare i Nasdaq OMX Nordics tävling

15 dec Electrolux stänger fabrik i L'Assomption, Kanada och minskar antalet anställda i Europa

15 dec Electrolux konsoliderar spistillverkningen i Nordamerika

# Kontrollerat risktagande för att maximera avkastningen

Under 2010 stabiliserades efterfrågan på koncernens huvudmarknader. Kreditillgången har också förbättrats efter en period av turbulens på finansmarknaderna. Råmaterialpriserna uppvisade dock ett volatilt mönster och prispress rådde på koncernens huvudmarknader.

Electrolux har ett strukturerat och proaktivt sätt att följa och minska de viktigaste riskerna. Kapaciteten har tidigare justerats för att möta den svaga efterfrågan, rörelsekapitalet har strukturellt förbättrats, prisprioriteringen har ökat, inköpsprocessen av råmaterial har ytterligare förfinats. Nedan följer en beskrivning av de viktigaste riskerna samt hur koncernen arbetar för att kontrollera och begränsa dem.



Generellt finns tre typer av risker: Affärsrisker som normalt hanteras av de operativa enheterna i koncernen, finansiella risker som hanteras av koncernens centrala finansavdelning samt övriga risker.

## Affärsrisker

Electrolux förmåga att öka lönsamheten och avkastningen till aktieägarna bygger på tre grundstenar: innovativa produkter, starka varumärken och en kostnadseffektiv verksamhet. För att lyckas krävs ett effektivt och kontrollerat risktagande. De viktigaste riskerna att hantera för närvarande beskrivs nedan.

## Variationer i efterfrågan

Under 2010 stabiliserades efterfrågan på vitvaror på Electrolux huvudmarknader. Efter tre år av nedgång (2006–2009) växte den nordamerikanska marknaden med 5 procent under 2010. I Europa ökade efterfrågan i Västeuropa något (1 procent), medan Östeuropa efter en tid med djup nedgång växte med 6 procent, dock från låga nivåer. I Latinamerika avtog tillväxten i Brasilien efter att stimulanspaketet upphört, medan övriga marknader växte kraftigt. I Asien/Stillahavsområdet stabiliserades den australiensiska marknaden medan de asiatiska marknaderna fortsatte att växa starkt.

Den svaga efterfrågan under tidigare år har gjort att verksamheten i Electrolux bedrivs med ett genomsnittligt kapacitetsutnyttjande på 60 procent. Trots detta har koncernen lyckats uppnå en rörelsemarginal på över 6 procent, exklusive jämförelsestörande poster. Kraftfulla åtgärder och besparingspaket i koncernen har visat att Electrolux snabbt kan justera kostnadsnivån när efterfrågan på koncernens produkter viker.

## Priskonkurrens

På de flesta av de marknader där Electrolux är verksam råder en stark priskonkurrens. Priskonkurrensen är särskilt påtaglig i de lägre prissegmenten och i produktkategorier med stor överkapacitet.

Prispressen ökade under året på koncernens huvudmarknader. Ett statligt subventionsprogram för miljövänliga produkter ledde till en hög volatilitet i efterfrågan i Nordamerika. Subventionsprogrammet genererade ökad efterfrågan under det andra kvartalet. När subventionsprogrammet upphörde sjönk efterfrågan under det tredje kvartalet, vilket ledde till att producenters och återförsäljares lagernivåer ökade. För att upprätthålla efterfrågan och minska lagernivåerna inleddes kampanjdrivna prissänkningar. I Europa föll också priserna, främst i Ryssland, Sydeuropa och Norden. Prispress rådde även i Australien.

## Kund- och leverantörsexponering

Efter år av konjunkturnedgångar och osäkerhet på finansmarknaderna stabiliserades läget för koncernens återförsäljare och leverantörer under 2010.

Under fjärde kvartalet 2009 försattes en av koncernens stora återförsäljare, tyska Quelle, i konkurs. Detta har medfört att koncernens försäljningsvolym under så kallade private labels har minskat. Nyförsäljningen av vitvaror till IKEA i Europa har till viss del kompenserat de lägre volymerna.

Electrolux har en noggrann process för kreditbedömning och uppföljning av återförsäljarnas finansiella situation. Hanteringen av krediter samt ansvar och befogenheter för kreditbeslut regleras i koncernens kreditpolicy. Kreditförsäkringar används i vissa fall för att reducera kreditriskerna.

## Råvaror och komponenter största kostnadsposten

En stor del av Electrolux kostnader hänför sig till materialkostnader. Electrolux köpte under 2010 komponenter och råvaror för cirka 44 miljarder kronor, varav cirka 20 miljarder kronor avsåg råvaror. De råvaror som koncernen främst är exponerad mot är stål, plaster, koppar och aluminium.

Marknadspriserna på råmaterial steg under första halvåret av 2010. Under andra halvåret sjönk marknadspriserna på stål inledningsvis för att mot slutet av året åter öka. Electrolux använder sig av bilaterala avtal för att säkra prisriskerna på stål. En viss del av råvaruinköpen sker på löpande basis. Jämfört med 2009 var kostnaderna för råmaterial cirka 1 miljard kronor högre under 2010.

## Omstrukturering för konkurrenskraftig tillverkning

En stor del av Electrolux tillverkning har flyttats från högkostnadsregioner till regioner med lägre kostnadsbas. Omstruktureringsprogrammet startade 2004. Under 2011 förväntas de sista kostnaderna att tas. Totalt omfattar programmet cirka 8,5 miljarder kronor i kostnader och kommer att generera cirka 3,4 miljarder kronor i årliga besparingar jämfört med utgångsläget år 2004.

Omstruktureringen är en komplex process som kräver hantering av en rad olika aktiviteter och risker. Ökade kostnader i samband med flytt kan påverka enskilda kvartals resultatutveckling. Vid flytt av tillverkning är Electrolux även beroende av att leverantörer av komponenter och insatsvaror kan leverera på ett kostnadseffektivt sätt.

## Känslighetsanalys i bokslutet för 2010

Risk	Förändring	Påverkan på resultat före skatt, Mkr
<b>Råmaterial</b>		
Stål	10%	+/- 900
Plaster	10%	+/- 500
<b>Valutor<sup>1)</sup> och räntor</b>		
USD/SEK	-10%	+601
EUR/SEK	-10%	+319
BRL/SEK	-10%	-314
AUD/SEK	-10%	-273
GBP/SEK	-10%	-202
Räntenivå	1 procentenhet	+/- 60

1) Inklusive omräknings- och transaktionseffekter.

## Kostnadsstruktur 2010

Kostnadspost	% av total kostnad
Personal	15%
Avskrivningar	3%
<b>Fasta kostnader</b>	<b>18%</b>
Råmaterial och komponenter	43%
Transporter	6%
Produktutveckling	2%
Varumärkesinvesteringar	2%
Övrigt <sup>1)</sup>	29%
<b>Rörliga kostnader</b>	<b>82%</b>
<b>Totalt</b>	<b>100%</b>

1) Marknadsföring, IT, energi- och konsultkostnader etc.

# Electrolux valutaexponering

## Valutaexponering

Electrolux globala närvaro med tillverkning och försäljning i ett flertal länder gör att valutaeffekterna balanseras till viss del. Den viktigaste valutapåverkan kommer från så kallade transaktionsflöden; när inköp och/eller produktion görs i en valuta och försäljning sker i en annan valuta. Koncernen använder valuta-derivat för att säkra en del av den valutaexponering som uppstår. De olika affärssektorerna kan ha en säkringshorisont på mellan tre och åtta månader gällande prognosticerade flöden. För horisonter utanför dessa perioder krävs godkännande centralt från koncernens finansavdelning. I huvudsak är det affärsområden verksamma på tillväxtmarknader som använder kortare säkringshorisont. Affärssektorerna får säkra 60 till 80 procent av de prognosticerade flödena. Valutasäkringen gör att de valutärörelser som sker idag till viss del får en fördröjd påverkan. Electrolux påverkas också av omräkningseffekter när koncernens försäljning och operativa resultat omräknas till SEK. Omräkningsexponeringen är främst relaterad till de valutor där koncernens största verksamheter finns, det vill säga i EUR och USD.

## Känslighetsanalys – valutor

De viktigaste valutorna för Electrolux-koncernen är USD, EUR, AUD, BRL och GBP. I kartan visas de viktigaste valutaparen och en förklaring till hur de påverkar koncernen. Generellt gynnas Electrolux resultat av en svag USD och EUR samt av en stark AUD, BRL och GBP.

## Valutapåverkan 2010

Den totala valutaeffekten (omräkningseffekter, transaktionseffekter och nettosäkringar) uppgick till +660 Mkr. Omräkningseffekten var negativ (-130 Mkr), vilket huvudsakligen var en effekt av att SEK i genomsnitt var starkare relativt USD och EUR under 2010 än under 2009.

Transaktionseffekten var positiv (+740 Mkr), vilket huvudsakligen var en effekt av att BRL och AUD i genomsnitt var starkare relativt USD samt att EUR var svagare relativt ett flertal europeiska valutor under 2010 än under 2009.

Nettoeffekten av säkringarna uppgick till +50 Mkr.



### Nordamerika

De viktigaste valutaparen för den nordamerikanska verksamheten är USD/CAD och USD/MXN. En betydande del av produktionen sker i Mexiko och produkterna säljs sedan i USD. En svag MXN jämfört med USD är således positivt för koncernen. En stark CAD jämfört med USD är positivt för koncernen eftersom en stor del av kostnaderna för de kanadensiska produkterna tas i USD (inköps- samt produktionskostnader).

### Latinamerika

Det viktigaste valutaparet för den latinamerikanska verksamheten är USD/BRL. Inköpen av råmaterial och komponenter är till viss del prissatta i USD. Produkterna säljs sedan i BRL. En stark BRL jämfört med USD är positivt för koncernen.

**Huvudsakliga omräkningseffekter: USD/SEK, EUR/SEK**

## Viktigaste valutapar för Electrolux (transaktionseffekter)

### Europa

Den viktigaste valutan i Europa är EUR. En svag EUR är, netto, positivt för koncernens resultat eftersom verksamheten i Europa har högre kostnader i EUR än försäljningen i EUR. Majoriteten av inköp av råmaterial och komponenter sker i EUR och betydande produktionskostnader tas också i EUR.

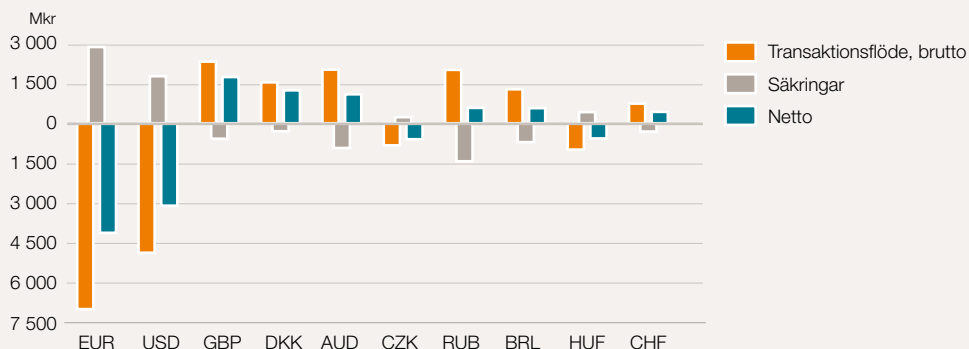
EUR/SEK  
EUR/RUB  
EUR/PLN  
EUR/HUF  
EUR/USD  
EUR/GBP  
EUR/CHF

### Asien/Stillahavsområdet

Det viktigaste valutaparet för verksamheten i Asien/Stillahavsområdet är USD/AUD. Inköpen av råmaterial och komponenter är till viss del prissatta i USD. Produkterna säljs sedan i AUD. En stark AUD jämfört med USD är positivt för koncernen.

USD/AUD

Valuta, transaktionsexponering, prognos 2011





### Finansiella risker och åtaganden

De finansiella riskerna i koncernen regleras av den finanspolicy som antagits av Electrolux styrelse. Hanteringen av dessa risker är centraliserad till koncernens finansavdelning och sker till stor del genom användande av finansiella instrument. Redovisningsprinciper, riskhantering och riskexponering beskrivs mer i detalj i Not 1, Not 2 och Not 18.

### Finansieringsrisk

Koncernens målsättning är att den långfristiga upplåningen ska ha en genomsnittlig förfallotid på minst två år, en jämn förfalloprofil och en genomsnittlig räntebindningstid på ett år. Vid utgången av 2010 uppgick upplåningen i koncernen till 12 096 Mkr, varav 9 590 Mkr avsåg långfristiga lån med en genomsnittlig löptid på 3,3 år. Lån är främst upptagna i EUR och SEK. Räntan på total upplåning var vid årsskiftet 3,2 procent. Vid årsskiftet 2010 var den genomsnittliga räntebindningstiden för långfristig upplåning 0,9 år. Under 2011 och 2012 kommer långfristiga lån uppgående till cirka 3 300 Mkr att förfalla till betalning. Per den 31 december 2010 uppgick likvida medel till 12 805 Mkr.

Koncernen har även två outnyttjade kreditfaciliteter. Den första med en löptid på 7 år uppgår till 500 MEUR och förfaller 2012. Den andra med en löptid på 7 år uppgår till 3,4 miljarder kronor och förfaller 2017. Med utgångspunkt från lånevolym och räntebindningstid under 2010 skulle en förändring av ränteläget med 1 procentenhet påverka koncernresultatet med +/- 60 Mkr. Se Not 2 och Not 18 för mer information om upplåning.

### Pensionsåtaganden

Vid utgången av 2010 hade Electrolux åtaganden för pensioner och förmåner på cirka 22 miljarder kronor.

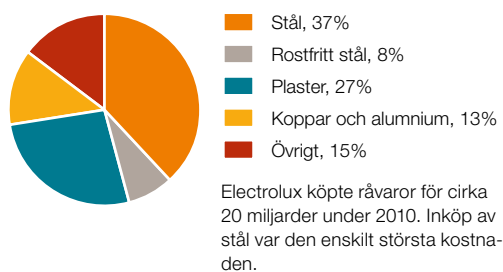
Koncernen förvaltar pensionstillgångar på cirka 19 miljarder kronor. Vid utgången av 2010 var cirka 42 procent av tillgångarna placerade i aktier, 41 procent i obligationer och 17 procent i övriga placeringar.

Nettoavsättning för ersättningar efter avslutad anställning uppgick till 957 Mkr.

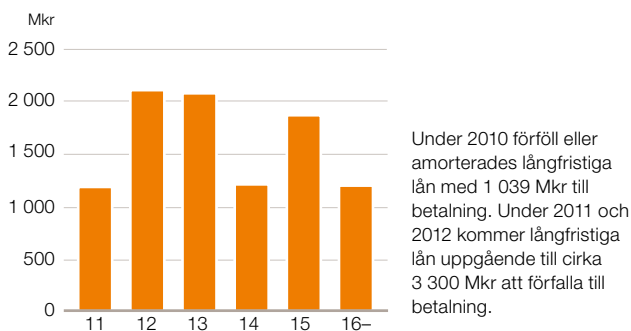
Förändringar av tillgångarnas och åtagandenas värde från år till år beror främst på hur ränte- och aktiemarknaderna utvecklas. Ändrade antaganden om den genomsnittliga livslängden och kostnader för hälsovård är exempel på andra faktorer som påverkar pensionsåtagandena.

Kostnaderna för pensioner och förmåner i resultaträkningen uppgick 2010 till 741 Mkr. För att ha en god kontroll och en kostnadseffektiv förvaltning av koncernens pensionsåtaganden är hanteringen av åtagandena centraliserad till koncernens finansavdelning. Electrolux använder räntederivat för att säkra delar av pensionsriskerna. Se Not 22 för ytterligare information.

Råvaruexponering 2010



Förfalloprofil för långfristig upplåning



SE FRAM EMOT  
MORGONEN EFTER.



Tänk dig en dammsugare som gör städningen till lite mindre av en börda. Den har topp-testad dammupptagning (den bästa dammsugaren någonsin i Råd&Röns tester), den är en av de tystaste på marknaden och den är så lätt och följsam att hantera att den gör dammsugningen till något som du kanske till och med ser fram emot.

**ultraone™**  
Gör dammsugningen till ett nöje

**Råd&Rön** JUNI-09  
**BÄST I TEST**

Bästa dammsugaren någonsin  
i Råd&Röns tester.

[electrolux.com/ultraone](http://electrolux.com/ultraone)

*Thinking of you*  
**Electrolux**

# Resultatutvecklingen 2010 i korthet

Electrolux rörelseresultat förbättrades väsentligt för 2010. För första gången uppnådde bolaget målet för rörelsemarginalen på 6%. Alla verksamheter visade förbättringar. En förbättrad produktmix och kostnadsbesparingar påverkade rörelseresultatet positivt jämfört med 2009.



**6,1%**  
Electrolux uppnådde  
marginalmålet

## Efterfrågan på marknaden ökade under 2010

Efterfrågan på marknaden i Nordamerika ökade med 5% jämfört med föregående år och efterfrågan på marknaderna i Europa stabiliserades och ökade med 2%. Marknaden i Brasilien ökade under 2010, flera andra marknader i Latinamerika visade också på tillväxt.

## Nyckeltal

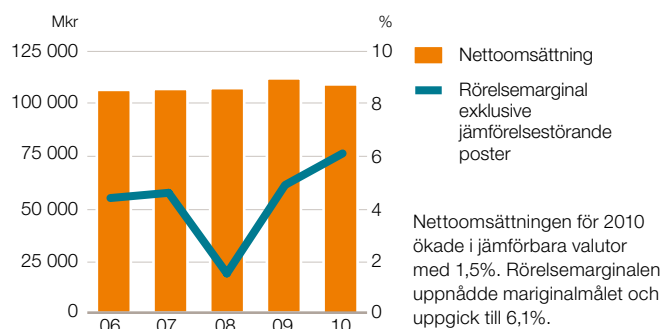
Mkr	2010	Förändring, %	2009
Nettoomsättning	106 326	-3	109 132
Rörelseresultat	5 430	44	3 761
Marginal, %	5,1		3,4
Resultat efter finansiella poster	5 306	52	3 484
Periodens resultat	3 997	53	2 607
Resultat per aktie, kr <sup>1)</sup>	14,04		9,18
Utdelning per aktie, kr	6,50 <sup>2)</sup>		4,00
Kassaflöde från den löpande verksamheten och investeringsverksamheten	7 680		5 330
Genomsnittligt antal anställda	51 544		50 633
<b>Exklusive jämförelsestörande poster</b>			
Jämförelsestörande poster	-1 064		-1 561
Rörelseresultat	6 494	22	5 322
Marginal, %	6,1		4,9
Resultat efter finansiella poster	6 370	26	5 045
Periodens resultat	4 739	23	3 851
Resultat per aktie, kr <sup>1)</sup>	16,65		13,56

1) Före utspädning.  
2) Enligt styrelsens förslag.

## Försäljningen ökade med 1,5% i jämförbara valutor

I jämförbara valutor ökade nettoomsättningen med 1,5%. Stark försäljningstillväxt i Latinamerika och Asien/Stillahavsområdet kompenserade för lägre försäljningsvolym i Europa och Nordamerika.

Nettoomsättning och rörelsemarginal



## Resultaträkning

Mkr	2010	2009
<b>Nettoomsättning</b>	<b>106 326</b>	<b>109 132</b>
Kostnad för sålda varor	-82 697	-86 980
<b>Bruttoresultat</b>	<b>23 629</b>	<b>22 152</b>
Försäljningskostnader	-11 698	-11 394
Administrationskostnader	-5 428	-5 375
Övriga rörelseintäkter/-kostnader	-9	-61
Jämförelsestörande poster	-1 064	-1 561
<b>Rörelseresultat</b>	<b>5 430</b>	<b>3 761</b>
Marginal, %	5,1	3,4
Finansiella poster, netto	-124	-277
<b>Resultat efter finansiella poster</b>	<b>5 306</b>	<b>3 484</b>
Marginal, %	5,0	3,2
Skatt	-1 309	-877
<b>Periodens resultat</b>	<b>3 997</b>	<b>2 607</b>

### Rörelseresultatet förbättrades

Rörelseresultatet för 2010 ökade till 5 430 Mkr (3 761), motsvarande 5,1% (3,4) av nettoomsättningen. Samtliga verksamheter visade förbättringar. Förbättrad produktmix, kostnadsbesparingar och valutakursförändringar hade en positiv påverkan på resultatet jämfört med 2009.

Rörelseresultatet för 2010 inkluderar kostnader för omstruktureringsprogrammet som startade 2004. Dessa kostnader uppgående till -1 064 Mkr (-1 561) redovisas som jämförelsestörande poster. Exklusive jämförelsestörande poster uppgick rörelseresultatet till 6 494 Mkr (5 322) och rörelsemarginalen till 6,1% (4,9). 2010 uppnådde Electrolux för första gången målet för rörelsemarginalen på 6%.

### Strukturåtgärder och jämförelsestörande poster

Electrolux startade 2004 ett omstruktureringsprogram för att skapa en långsiktigt konkurrenskraftig produktion. När programmet är helt genomfört år 2011 kommer mer än hälften av vitvarorna att tillverkas

i regioner med lägre kostnadsbas. Programmets totala kostnad beräknas uppgå till cirka 8,5 miljarder kronor och besparingarna beräknas uppgå till cirka 3,4 miljarder kronor per år med full effekt från 2013. Avsättningar för strukturåtgärder och nedskrivningar redovisas som jämförelsestörande poster inom rörelseresultatet.

Under 2010 initierade Electrolux ett antal strukturåtgärder. Beslut togs om att konsolidera spistillverkningen i Nordamerika, effektivisera tillverkningen i vitvarufabriker i Italien och Frankrike, fasa ut tillverkningen vid en spisfabrik i Sverige och minska antalet anställda inom tillverkningen för vitvaror i Europa.

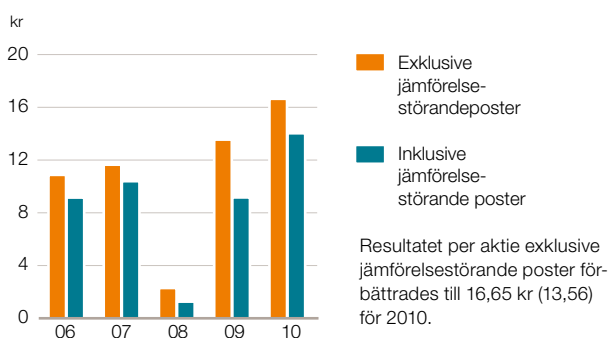
### Förvärv

Som ett led i Electrolux strategi att växa på tillväxtmarknader har beslut fattats om att expandera Electrolux verksamhet.

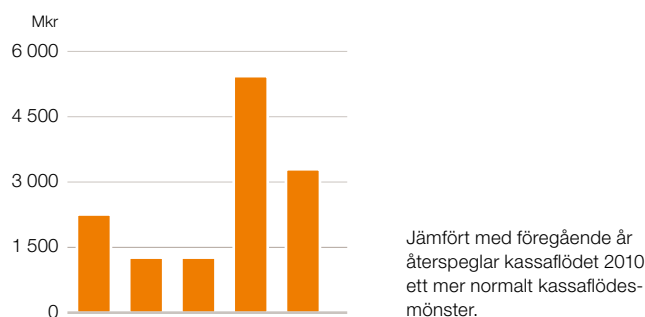
Electrolux meddelade i oktober sin avsikt att förvärva Olympic Group for Financial Investments S.A.E. Olympic Group är den största tillverkaren av hushållsprodukter i de snabbväxande Mellanöstern- och Nordafrikaregionerna. Olympic Group, som är noterat på den egyptiska börsen, har 7 300 anställda och tillverkar tvättmaskiner, kylskåp, spisar och varmvattenberedare. Under 2009 hade företaget en omsättning på 2,1 miljarder egyptiska pund (EGP), motsvarande cirka 2,5 miljarder svenska kronor. Bolagets volymandel av den egyptiska vitvarumarknaden beräknas uppgå till cirka 30%. Förvärvet förutsätter ett tillfredsställande resultat av den "due diligence"-process som har inletts, godkännande av berörda myndigheter samt att övriga gängse transaktionsöverenskommelser kan träffas. Det uppskattade skuld fria värdet på Olympic Group uppgår till cirka 2,7 miljarder EGP eller cirka 3,2 miljarder svenska kronor.

Electrolux har också tecknat avtal om att förvärva en tvättmaskinsfabrik i Ivano-Frankivsk i Ukraina. Fabriken har cirka 150 anställda. Förvärvet stärker Electrolux närvaro och tillverkningsbas på tillväxtmarknaderna i Central- och Östeuropa. Fabriken förvärvas från Antonio Merloni S.p.A och köpeskillingen uppgår till 19 miljoner EUR.

Resultat per aktie



Kassaflöde från den löpande verksamheten och investeringsverksamheten



2010  
FRAMSTEG



KONSUMENT  
PRODUKTER

Andel av försäljningen per affärsområde



32%

16%

**Marknadsöversikt**

Efterfrågan på marknaden i Nordamerika ökade med 5% jämfört med föregående år. Tillväxten sker från en mycket låg nivå efter mer än tre år med nedgångar. En bidragande orsak till uppgången under 2010 var statens rabattprogram för energieffektiva produkter under andra kvartalet. Efterfrågan på marknaderna i Europa stabiliserades under 2010 och ökade med 2% efter mer än två år av nedgångar, framförallt tack vare tillväxt i Östeuropa där efterfrågan ökade med 6%. Efterfrågan i Västeuropa stabiliserades.

Marknaden i Brasilien ökade under 2010 jämfört med föregående år. Flera andra marknader i Latinamerika visade också på tillväxt. Efterfrågan på vitvaror i Europa och Nordamerika förväntas öka något under 2011. Efterfrågan i Europa förväntas öka med ungefär 2% och efterfrågan i Nordamerika med ungefär 3% under 2011.

**Konsumentprodukter Europa, Mellanöstern och Afrika**

Koncernens försäljning av vitvaror 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 större återförsäljare, försattes i konkurs i slutet av 2009.

Rörelseresultatet förbättrades väsentligt jämfört med föregående år, framförallt tack vare en positiv mixutveckling. Tidigare personalneddragningar och kostnadsbesparingsåtgärder har fortsatt att positivt påverka rörelseresultatet.

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

**Konsumentprodukter Nordamerika**

Koncernens försäljning av vitvaror 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.

Koncernens försäljning av dammsugare sjönk som en följd av lägre försäljningsvolym och prispess på marknaden. Rörelseresultatet minskade på grund av lägre försäljningsvolym, högre kostnader för sourcade produkter samt lägre försäljningspriser på marknaden.

**Konsumentprodukter Latinamerika**

Electrolux försäljningsvolym i Latinamerika ökade under 2010, vilket lett till högre försäljning och ökade marknadsandelar i Brasilien och på flera andra marknader i Latinamerika. Rörelseresultatet för förbättrades, främst som en följd av högre volymer och 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.



38%

8%

6%



## PROFESSIONELLA PRODUKTER

### Konsumentprodukter Asien/Stillahavsområdet

Koncernens försäljning av vitvaror i Australien minskade något. Rörelseresultatet förbättrades väsentligt som en följd av valutakursförändringar och högre kostnadseffektivitet.

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

Försäljningen av storköksutrustning minskade. Det är ett resultat av att koncernen avyttrat en verksamhet för större köksprojekt i Nordamerika med för svag lönsamhet. Rörelseresultatet visade en väsentlig förbättring tack vare ökad försäljning av egentillverkade produkter, en förbättrad kundmix och kostnadseffektiviseringar.

Koncernens försäljningsvolymerna av professionell tvättutrustning minskade. Rörelseresultatet förbättrades däremot tack vare prishöjningar och ökad kostnadseffektivitet.

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

### Nettoomsättning och antal anställda

10 största länder	Mkr	Anställda
USA	29 782	8 675
Brasilien	14 231	11 004
Tyskland	5 974	1 783
Australien	5 514	1 580
Italien	4 609	6 210
Kanada	4 390	1 401
Frankrike	4 223	1 182
Schweiz	3 667	875
Sverige	3 353	2 296
Storbritannien	2 898	387
Övriga	27 685	16 151
<b>Totalt</b>	<b>106 326</b>	<b>51 544</b>

### Rörelseresultat per affärsområde

Mkr	2010	2009
Konsumentprodukter Europa, Mellanöstern och Afrika	2 703	2 349
Marginal, %	6,8	5,3
Konsumentprodukter Nordamerika	1 574	1 476
Marginal, %	4,7	4,1
Konsumentprodukter Latinamerika	1 080	878
Marginal, %	6,3	6,2
Konsumentprodukter Asien/Stillahavsområdet	928	458
Marginal, %	10,5	5,7
Professionella Produkter	743	668
Marginal, %	11,6	9,4
Koncerngemensamma kostnader etc.	-534	-507
Rörelseresultat, exklusive jämförelsestörande poster	6 494	5 322
Marginal, %	6,1	4,9

**Rörelsekapital och nettotillgångar**

Mkr	31 dec. 2010	1 % av annualise- rad netto- omsättning	31 dec. 2009	1 % av annualise- rad netto- omsättning
Varulager	11 130	10,2	10 050	8,8
Kundfordringar	19 346	17,7	20 173	17,7
Leverantörsskulder	-17 283	-15,8	-16 031	-14,1
Avsättningar	-10 009		-9 447	
Förutbetalda och upplupna intäkter och kostnader	-7 095		-7 998	
Skatt och övriga tillgångar och skulder	-1 991		-1 901	
<b>Rörelsekapital</b>	<b>-5 902</b>	<b>-5,4</b>	<b>-5 154</b>	<b>-4,5</b>
Materiella anläggningstillgångar	14 630		15 315	
Goodwill	2 295		2 274	
Övriga immateriella anläggningstillgångar	6 706		5 197	
Uppskjutna skatteskulder och tillgångar	2 175		1 874	
<b>Nettotillgångar</b>	<b>19 904</b>	<b>18,2</b>	<b>19 506</b>	<b>17,1</b>
Genomsnittliga nettotillgångar	19 545	18,4	19 411	17,8

**Finansiell ställning**

Koncernens egna kapital per den 31 december 2010 uppgick till 20 613 Mkr (18 841), vilket motsvarar 72,41 kr (66,24) per aktie. Nettouplåningen uppgick till -709 Mkr (665).

Under 2011 och 2012 kommer långfristiga lån uppgående till cirka 3 300 Mkr att förfalla till betalning. Per den 31 december 2010 uppgick likvida medel, exklusive kortsiktiga kreditfaciliteter, till cirka 12 805 Mkr (13 357).

Sedan 2005 har Electrolux en ej utnyttjad garanterad kreditfacilitet på 500 miljoner EUR som förfaller 2012, och från 2010 ytterligare en outnyttjad garanterad kreditfacilitet på 3 400 Mkr som förefaller 2017.

**Nettouplåning**

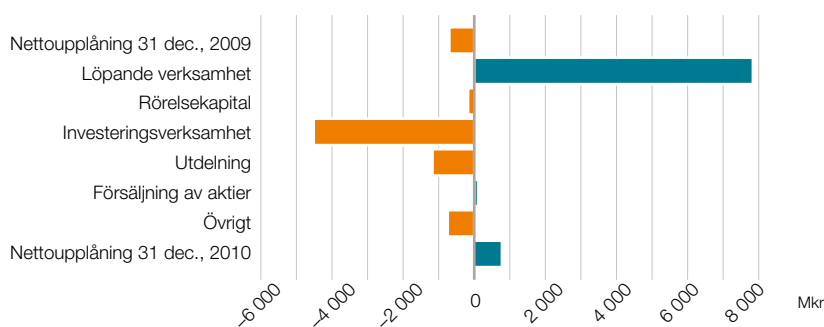
Mkr	31 dec. 2010	31 dec. 2009
Räntebärande skulder	12 096	14 022
Likvida medel	12 805	13 357
<b>Nettouplåning</b>	<b>-709</b>	<b>665</b>
Skuldsättningsgrad	-0,03	0,04
<b>Eget kapital</b>	<b>20 613</b>	<b>18 841</b>
Eget kapital per aktie, kr	72,41	66,24
Avkastning på eget kapital, %	20,6	14,9
Soliditet, %	33,9	31,8

**Kassaflöde**

Kassaflödet från den löpande verksamheten och investeringsverksamheten uppgick till 3 206 Mkr (5 330). Jämfört med föregående år återspeglar kassaflödet för 2010 ett mer normalt kassaflödesmönster med ökad produktion, uppbyggnad av lager och investeringar i nya produkter och ny kapacitet. Kassaflödet föregående år reflekterade en mer återhållsam situation med nedskärningar i produktion och lagernivåer efter en lång period med mycket svaga marknader. Därutöver, jämfört med föregående år, har högre investeringar påverkat kassaflödet negativt. Investeringarna 2010 ökade från en låg nivå föregående år.

Under 2009 betalades 3 935 Mkr till koncernens pensionsfonder. Betalningarna har reducerat koncernens nettopensionssskuld, begränsat riskexponeringen och volatiliteten i koncernens pensionsåtaganden.

Kassaflöde och förändring av nettouplåningen



### Största aktieägare

	Andel av kapital, %	Andel av röster, %
Investor AB	13,6	29,9
Alecta pensionsförsäkring	8,4	7,8
Black Rock fonder	5,5	4,3
AMF Försäkring & Fonder	4,6	3,7
Swedbank Robur fonder	3,7	3,0
Första AP-fonden	2,2	1,8
Nordea fonder	1,9	1,5
SEB fonder	1,8	1,4
Andra AP-fonden	1,4	1,1
SHB fonder	1,4	1,1
Övriga aktieägare	47,6	44,4
<b>Externa aktieägare</b>	<b>92,1</b>	<b>100,0</b>
AB Electrolux	7,9	–
<b>Totalt</b>	<b>100</b>	<b>100</b>

Källa: SIS Ägarservice och Electrolux per den 31 december 2010. Information om ägarstruktur uppdateras varje kvartal på [www.electrolux.com/corporate-governance](http://www.electrolux.com/corporate-governance)

### Föreslagen utdelning

Styrelsen föreslår för 2010 en utdelning på 6,50 kronor (4,00) per aktie, motsvarande en utbetalning på totalt cirka 1 850 Mkr (1 138) en ökning med cirka 60%. Den föreslagna utdelningen motsvarar cirka 40% av årets resultat, exklusive jämförelsestörande poster. Tisdagen den 5 april 2011 föreslås som avstämningsdag för utdelningen.

Koncernens målsättning är att utdelningen ska motsvara minst 30% av årets resultat, exklusive jämförelsestörande poster. Historiskt har Electrolux haft en utdelningsnivå som varit betydligt högre än 30%. Electrolux har en lång tradition med höga utdelningar av medel till aktieägarna inklusive återköp och inlösen av aktier samt genom utdelningar.

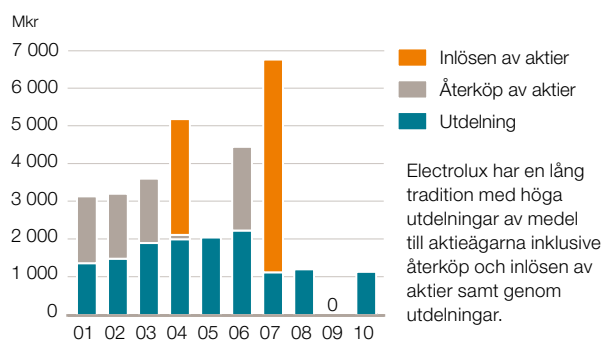
### Ägarstruktur

Investor AB är största ägare med 13,6% av aktiekapitalet och 29,9% av rösterna.

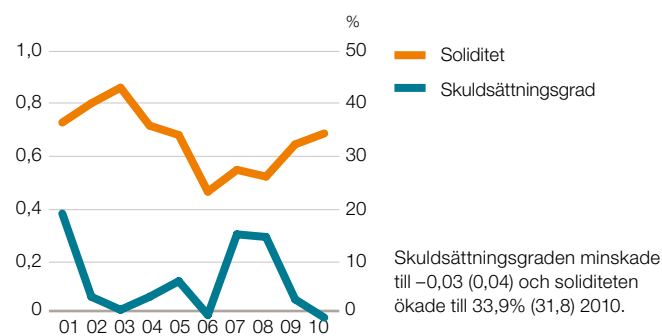
Av det totala aktiekapitalet per den 31 december 2010 ägdes cirka 66% av svenska institutioner och aktiefonder, cirka 25% av utländska placerare och cirka 9% av svenska privatpersoner.

Styrelsen föreslår en utdelning per aktie på **6,50** kr

Total utdelning av medel till aktieägarna



Skuldsättningsgrad och soliditet



# Berättelsen om Electrolux

Över 90 år har passerat sedan företaget grundades av Axel Wenner-Gren. Han var visionären som förstod att utveckla produkter för framtiden. Axel Wenner-Gren betonade Passion for Innovation (passion för innovation), Customer Obsession (fokus på kunden) och Drive for Results (strävan efter resultat). Dessa värderingar är ännu idag grunden för den verksamhet som bedrivs inom Electrolux.

## Passion för innovation

"Denna uppgift är inte lätt, men den kan göra skillnad i hem världen över", sade Axel Wenner-Gren till det team av ingenjörer och vetenskapsmän som satt framför honom. Bredvid Wenner-Gren fanns en prototyp på ett absorberingskylskåp som utvecklats av två unga ingenjörer, Baltzar von Platen och Carl Munters, såsom ett examensarbete.

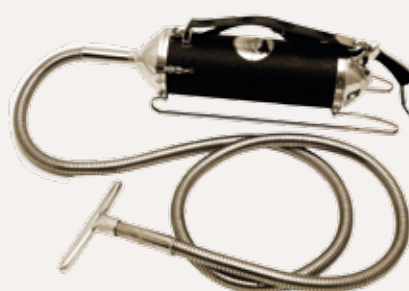


Wenner-Gren beslöt att förvärva patentet för teknologin för absorberingskylning, som använde elektricitet, gas eller fotogen för att cirkulera vatten och omvandla värme till kyla på ett säkert sätt. Detta var första steget mot en diversifiering av Electrolux och det var ett djärvt steg. Visserligen hade Electrolux säkrat sin plats som världsledande på dammsugare, men absorberingskylning var ett koncept som var långt ifrån fullt utvecklat.

"Vi vet att det går att skapa kyla genom värme med vatten", sade Wenner-Gren till ingenjörerna. "Men ett problem med denna teknologi är att alla hushåll inte har rinnande vatten och att alla hushåll – från Kina till Amerika – behöver en kylmaskin". Wenner-Gren gjorde en paus och tittade på var och en i gruppen. "Vi ska kyla med luft eftersom luft är någonting som vi alla har tillgång till".

## ELECTROLUX IDAG

Omfattande undersökningar har visat att konsumenter upplever avfrostning av frysen som ett problem. Electrolux Glacier, liksom de flesta av koncernens frysar, är frostfri. Electrolux Glacier är också den första frysen med europeiska standardmått som har inbyggd ismaskin. Användaren har alltid tillgång till isbitar utan att behöva komma ihåg att fylla på vatten i isbehållaren.



## Fokus på kunden

Axel Wenner-Gren vecklade ut den skiss som han gjort under styrelsemötet och slätade ut den så att ingenjörsteamet kunde granska den. På pappret fanns en ritning på en dammsugare. I stället för den traditionella, uppriktstående dammsugaren, hade Wenner-Gren skisserat på en liggande dammsugare med rundade hörn och sladdliknande medar fästa vid basen. "Denna ska bli vår nästa modell", förklarade Wenner-Gren.

Han hade fått idén ett par dagar innan då han fick besök på kontoret av en ung försäljare, som rapporterade att en kund hade problem med sin dammsugare. Damen hade berättat för försäljaren att hennes dammsugare såg bra, men att hon tyckte att den var för tung att lyfta och bära runt i bostaden.

I detta ögonblick beslöt Wenner-Gren att ta fram en dammsugare som var mer lättroilig.

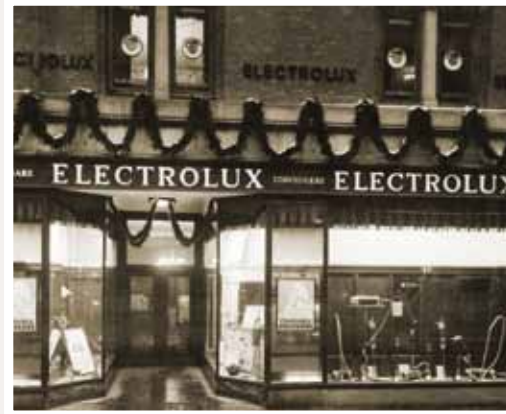
Insikt om konsumenternas behov utgör grunden för all produktutveckling i koncernen. Electrolux utvecklade Ergorapido, en sladdlös dammsugare, för dem som vill ha dammsugaren lätt tillgänglig. Lätt och med smäcker design är Ergorapido alldeles för elegant i formen för att inte stå framme.





*"Electrolux-andan innebär att inga hinder är för höga och att inga problem är för stora. Det är en kombination av entusiasm, lojalitet, aggressivitet och övertygelse, något som har inspirerats av det förtroende vi känner för vår organisation och våra produkter och av den tillit vi känner inför framtiden och inför vår framgång".*

Axel Wenner-Gren, grundare



### Strävan efter resultat

Axel Wenner-Gren noterade knappt butikerna när han vandrade längs den största shoppinggatan i Wien. Året var 1908 och Wenner-Gren var på väg till ett möte. Hans långa steg och välpressade kläder signalerade målmedvetenhet. Tills han upptäckte något som fick honom att stanna upp och som drog honom till skyltfönstret för en närmare titt.



Uppladd i skyltfönstret fanns en maskin som måste ha vägt 20 kg och med en prislapp som överskred nästan varje välbärgat hushålls besparingar. Fönstershopparna antingen flinade åt den utställda maskinen eller ignorerade den, men Wenner-Gren kunde inte ta ögonen ifrån den. I hans fantasi blev maskinen mindre, lättare, elegantare och billigare. I sitt inre såg han kvinnor glida fram i bostäderna med sina små dammsugare. Han skulle föra in bekvämlighet i hemmen världen över.

### Vikten av design

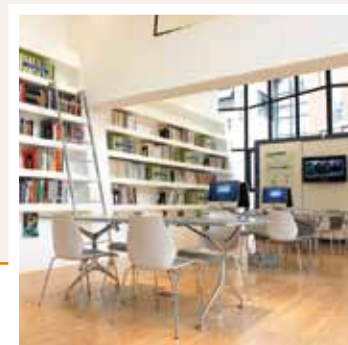
Axel Wenner-Gren hade besökt Electrolux utställningar i omkring 30 länder och alltid blivit förvånad över hur engagerade människor var även om ingenting där var till salu. Atmosfären i utställningshallen denna dag var annorlunda. Folkmassan stod stilla, talade i dämpad ton och var samlad runt det senaste bidraget till Electrolux kollektion: dammsugaren Modell XXX.

Modell XXX, som utformats av den internationellt kända industridesignern Lurelle Guild, var en av historiens första dammsugare som skapats med ett estetiskt tilltalade utseende. Bilor och tåg hade strömlinjeformats och Wenner-Gren såg värdet i att föra in en liknande elegans till hushållsprodukter. Faktum är att han personligen hade sparat upp ledande industridesigners, inte enbart för att underlätta livet för Electrolux kunder, utan också för att göra dem mer tilltalande.

Wenner-Gren tittade på dammsugaren Model XXX och sade till Guild: "Du har givit Electrolux produkter tilltalande design och fulländad form".

ELECTROLUX IDAG

Sedan Electrolux lanserade sin första dammsugare för över 90 år sedan har utmaningen varit att kombinera tre i sig svårkombinerade egenskaper i en och samma dammsugare; prestanda och luftflöde i topp, en lättmanövrerad och följsam dammsugare som dessutom är extremt tyst. Med Electrolux UltraOne har man lyckats. Dammsugaren har utsetts till bäst i test i en rad länder.



Electrolux Design Center i Shanghai i Kina invigdes 2007. Designcentret erbjuder utställningsytor, flexibla mötesutrymmen och ett funktionellt arbetskök utrustat med exklusiva vitvaror med tilltalande design från Electrolux.

Ett viktigt inslag i utställningscentret är dess designbibliotek med tusentals böcker och tidskrifter om design. Designbiblioteket är ett initiativ från det italienska förbundet för industridesigners (Italian Association of Industrial Designers, ADI). Detta bibliotek är det enda ADI-designbiblioteket som finns utanför Milano.



# Styrelse och revisorer



Marcus Wallenberg

**Ordförande**

Född 1956. B. Sc. of Foreign Service. Invald 2005. Medlem i Electrolux ersättningsutskott.

**Styrelseordförande** i SEB, Skandinaviska Enskilda Banken AB, och Saab AB. Vice ordförande i Telefonaktiebolaget LM Ericsson. Styrelseledamot i Astra-Zeneca Plc, Stora Enso Oyj, Knut och Alice Wallenbergs Stiftelse och Temasek Holdings Limited.

**Tidigare befattningar:** Verkställande direktör och koncernchef i Investor AB 1999–2005. Vice verkställande direktör i Investor AB 1993–1999.

**Innehav** i AB Electrolux: 5 000 B-aktier. Via företag: 30 000 B-aktier. Närståendes innehav: 1 000 B-aktier.



Peggy Bruzelius

**Vice ordförande**

Född 1949. Civ. ekon., Ekon.dr.hc. Invald 1996. Ordförande i Electrolux revisionsutskott.

**Styrelseordförande** i Lancelot Asset Management AB. Styrelseledamot i Axfood AB, Akzo Nobel nv, Husqvarna AB, Syngenta AG, Diageo Plc och Handelshögskoleföreningen.

**Tidigare befattningar:** Vice verkställande direktör i SEB, Skandinaviska Enskilda Banken AB 1997–1998. Verkställande direktör och koncernchef i ABB Financial Services AB 1991–1997.

**Innehav** i AB Electrolux: 6 500 B-aktier.



Lorna Davis

Född 1959. Bachelor of Social Science and Psychology. Invald 2010. Verkställande direktör i Kraft Foods i Kina sedan 2007.

**Tidigare befattningar:** Ledande befattningar inom livsmedelsindustrin, främst i Danone i Kina och Storbritannien.

**Innehav** i AB Electrolux: 0 aktier.



Hasse Johansson

Född 1949. Civ. ing. Invald 2008.

**Styrelseordförande** för Dynamate Industrial Services AB, Lindholmen Science Park AB och Alelion Batteries AB. Styrelseledamot för Fouriertransform AB och Skyllbergs Bruk AB.

**Tidigare befattningar:** Vice verkställande direktör och chef för forskning och utveckling i Scania CV AB 2001–2009. Grundare av Mecel AB (del av Delphi Corporation). Chefsbefattningar inom Delphi Corporation 1990–2001.

**Innehav** i AB Electrolux: 4 000 B-aktier.



John S. Lupo

Född 1946. B. Sc. in Marketing. Invald 2007.

**Styrelseledamot** i Citi Trends Inc. och Cobra Electronics Corp., USA.

**Tidigare befattningar:** Partner i Renaissance Partners Consultants 2000–2008. Vice verkställande direktör i Basset Furniture 1998–2000. Chief Operating Officer i Wal-Mart International 1996–1998. Senior Vice-President Merchandising i Wal-Mart Stores Inc. 1990–1996.

**Innehav** i AB Electrolux: 1 000 ADR.



Johan Molin

Född 1959. Civ. ekon. Invald 2007. Medlem i Electrolux ersättningsutskott. Verkställande direktör och koncernchef i ASSA ABLOY AB sedan 2005.

**Styrelseledamot** i ASSA ABLOY AB och Nobia AB.

**Tidigare befattningar:** Koncernchef i Nilfisk-Advance 2001–2005. Verkställande direktör i Industrial Air Division inom Atlas Copco Airpower, Belgien, 1998–2001. Chefsbefattningar inom Atlas Copco 1983–2001.

**Innehav** i AB Electrolux: 1 000 B-aktier.



Caroline Sundewall

Född 1958. Civ. ekon. Invald 2005. Medlem i Electrolux revisionsutskott. Fristående företagskonsult sedan 2001.

**Styrelseordförande** i Svolder AB och Streber Cup Stiftelsen.

**Styrelseledamot** i Ahlsell AB, Haldex AB, Lifco AB, Mertzig Asset Management, Påengruppen AB, SJ AB, TradeDoubler AB och Aktiemarknadsbolagens Förening.

**Tidigare befattningar:** Kommentator på Finanstidningen 1999–2001. Chef för näringslivsredaktionen på Sydsvenska Dagbladet 1992–1999. Business controller Ratos AB 1989–1992.

**Innehav** i AB Electrolux via företag: 2 000 B-aktier.



Torben Ballegaard Sørensen

Född 1951. M.B.A. Invald 2007. Medlem i Electrolux revisionsutskott.

**Styrelseledamot** i Egmont Fonden, LEGO A/S, Pandora Holding A/S, Systematic Software Engineering A/S, Tajco A/S, Årstiderne Architects A/S, Monberg-Thorsen A/S, Danmark, och VTI Technology OY, Finland.

**Tidigare befattningar:** Verkställande direktör och koncernchef i Bang & Olufsen a/s 2001–2008. Vice verkställande direktör i LEGO A/S 1996–2001. Verkställande direktör i Computer Composition International, CCI Europe 1988–1996. Ekonomi- och finansdirektör i Aarhus Stiftsbogtrykkerie 1981–1988.

**Innehav** i AB Electrolux: 800 B-aktier.



Barbara Milian Thoralfsson

Född 1959. M.B.A., B.A. Invald 2003. Ordförande i Electrolux ersättningsutskott. Direktör i Fleming Invest AS, Norge, sedan 2005.

**Styrelseledamot** i SCA AB, Telenor ASA, Fleming Invest AS och Norfolier AS.

**Tidigare befattningar:** Verkställande direktör i TeliaSonera Norge 2001–2005. Verkställande direktör i Midelfart & Co 1995–2001. Chefsbefattningar inom marknadsföring och försäljning 1988–1995.

**Innehav** i AB Electrolux via företag: 10 000 B-aktier.

## Arbetstagarledamöter, ordinarie



Ola Bertilsson

Född 1955. LO-representant. Invald 2006.  
**Innehav** i AB Electrolux: 0 aktier.



Gunilla Brandt

Född 1953. PTK-representant. Invald 2006.  
**Innehav** i AB Electrolux: 0 aktier.



Ulf Carlsson

Född 1958. LO-representant. Invald 2001.  
**Innehav** i AB Electrolux: 0 aktier.

## Arbetstagarledamöter, suppleanter



Gerd Almlöf

Född 1959. PTK-representant. Invald 2007.  
**Innehav** i AB Electrolux: 0 aktier.



Peter Karlsson

Född 1965. LO-representant. Invald 2006.  
**Innehav** i AB Electrolux: 0 aktier.



Viveca Brinkenfeldt Lever

Född 1960. PTK-representant. Invald 2010.  
**Innehav** i AB Electrolux: 0 aktier.

## Styrelsens sekreterare

### Cecilia Vieweg

Född 1955. Jur. kand. Chefsjurist i AB Electrolux.  
Sekreterare i Electrolux styrelse sedan 1999.  
**Innehav** i AB Electrolux: 11 972 B-aktier.

## Revisorer

Vid årsstämman 2010 omvaldes Pricewaterhouse-Coopers AB (PwC) till bolagets revisorer för en fyraårsperiod fram till årsstämman 2014.

### Anders Lundin

#### PricewaterhouseCoopers AB

Född 1956. Auktoriserad revisor. Huvudansvarig.  
**Andra revisionsuppdrag:** AarhusKarlshamn AB, AB Industrivärden, Loomis AB, Melker Schörling AB, Husqvarna AB och SCA AB.  
**Innehav** i AB Electrolux: 0 aktier.

### Björn Irlé

#### PricewaterhouseCoopers AB

Född 1965. Auktoriserad revisor.  
**Innehav** i AB Electrolux: 0 aktier.

## Förändring i AB Electrolux styrelse

Hans Stråberg, verkställande direktör och koncernchef i AB Electrolux under perioden 2002–2010 lämnade bolaget och styrelsen den 31 december 2010. Han efterträddes som verkställande direktör och koncernchef av Keith McLoughlin den 1 januari 2011.

Innehav i AB Electrolux per den 31 december 2010.  
Informationen uppdateras regelbundet på [www.electrolux.com/board-of-directors](http://www.electrolux.com/board-of-directors)

# Koncernledning



## Keith McLoughlin

**Verkställande direktör och koncernchef** fr.o.m. 1 januari 2011.  
Född 1956. B.S. Eng. I koncernledningen sedan 2003.  
Ledande befattningar inom DuPont, USA, 1981–2003. Chef för DuPont Nonwovens 2000–2003 och DuPont Corian 1997–2000. Anställd i Electrolux som chef för Vitvaror Nordamerika och vice verkställande direktör i AB Electrolux 2003. Chef även för Vitvaror Latinamerika 2004–2007. Chief Operations Officer Vitvaror 2009.  
**Styrelseledamot** i Briggs & Stratton Corp.  
**Innehav** i AB Electrolux: 30 153 B-aktier.



## Henrik Bergström

**Chef för Dammsugare och små hushållsapparater**  
Född 1972. Civ. ekon. I koncernledningen sedan 2010.  
Chefsbefattningar inom Electrolux Vitvaror Latinamerika 1997–2002. Verkställande direktör för Electrolux verksamhet i Latinamerika och Karibien 2002–2008. Chef för tre affärsområden inom Electrolux Vitvaror Nordamerika 2008–2010. Chef för Electrolux inköpsverksamhet i Asien 2009–2010. Vice verkställande direktör i AB Electrolux 2010.  
**Innehav** i AB Electrolux: 12 297 B-aktier.



## Jan Brockmann

**Chief Technology Officer** fr.o.m. 1 februari 2011.  
Född 1966. Civ. ing. MBA. I koncernledningen sedan 2011.  
Ledande befattningar inom Valeo Group 1994–1999. Projektchef i Roland Berger Strategy Consultants 2000–2001. Chefsbefattningar inom Volkswagen Group 2001–2010. Anställd i Electrolux som chef för koncernens Forskning och Utveckling inom Vitvaror 2010. Chief Technology Officer 2011.  
**Innehav** i AB Electrolux: 593 B-aktier (20 januari 2011).



## Enderson Guimarães

**Chef för Vitvaror Europa, Mellanöstern och Afrika**  
Född 1959. M.B.A. I koncernledningen sedan 2008.  
Chefsbefattningar inom varumärken och marknadsföring i Procter & Gamble, Brasilien, 1990–1991, och Johnson & Johnson, Kanada, 1991–1997. Marknadschef i Danone, Brasilien, 1997–1998. Chefsbefattningar inom Philips Electronics, Brasilien och Nederländerna, 1998–2007. Anställd i Electrolux som chef för Produkt och varumärken inom Vitvaror Europa 2008. Chef för Vitvaror Europa och vice verkställande direktör i AB Electrolux 2008.  
**Innehav** i AB Electrolux: 3 046 B-aktier.



## Carina Malmgren Heander

**Personaldirektör**  
Född 1959. Civ. ekon. I koncernledningen sedan 2007.  
Projektchef i Adtranz Signal (Bombardier) 1989–1998. Personaldirektör i ABB AB 1998–2003. Personaldirektör i Sandvik AB 2003–2007. Anställd i Electrolux som chef för koncernstab Personal och organisationsutveckling 2007.  
**Styrelseledamot** i Cardo AB och IFL vid Handelshögskolan i Stockholm.  
**Innehav** i AB Electrolux: 3 464 B-aktier.



## Ruy Hirschheimer

**Chef för Vitvaror Latinamerika**  
Född 1948. M.B.A. Doktorsprogram i företagsadministration. I koncernledningen sedan 2008.  
Vice verkställande direktör i Alcoa Aluminum, Brasilien, 1983–1986. Verkställande direktör och koncernchef i J.I. Case Brazil 1990–1994. Verkställande direktör och koncernchef i Bunge Foods 1994–1997. Senior Vice-President i Bunge International Ltd., USA, 1997–1998. Anställd i Electrolux som chef för Vitvaror i Brasilien 1998. Chef för Vitvaror Latinamerika 2002. Vice verkställande direktör i AB Electrolux 2008.  
**Innehav** i AB Electrolux: 33 621 B-aktier.



**Hans Stråberg**, verkställande direktör och koncernchef i AB Electrolux under perioden 2002–2010 lämnade Electrolux den 31 december 2010. Han efterträddes av Keith McLoughlin, Chief Operations Officer Vitvaror.

Innehav i AB Electrolux per den 31 december 2010. Informationen uppdateras regelbundet på [www.electrolux.com/group-management](http://www.electrolux.com/group-management)



## MaryKay Kopf

**Chief Marketing Officer** fr.o.m. 1 februari 2011.

Född 1965. B.S. Finance. MBA. I koncernledningen sedan 1 februari 2011.

Ledande befattningar inom marknadsföring och för produktsegment inom DuPont Nomex, Kevlar i Nordamerika 1991–1998. Chef för DuPont Nomex, Kevlar i Europa 1998–2001. Global chef och varumärkeschef för DuPont Tyvek, Sontara 2001–2003. Anställd i Electrolux som Vice President Brand Marketing, Electrolux Major Appliances North America 2003. Chief Marketing Officer 2011.

**Innehav** i AB Electrolux: 2 768 B-aktier (20 januari 2011).



## Gunilla Nordström

**Chef för Vitvaror Asien/Stillahavsområdet**

Född 1959. Civ. ing. I koncernledningen sedan 2007.

Chefsbefattningar inom Telefonaktiebolaget LM Ericsson och Sony Ericsson i Europa, Latinamerika och Asien 1983–2005. Verkställande direktör i Sony Ericsson Mobile Communications (China) Co. Ltd. och vice verkställande direktör i Sony Ericsson Mobile Communications AB 2005–2007. Anställd i Electrolux som chef för Vitvaror Asien/Stillahavsområdet och vice verkställande direktör i AB Electrolux 2007.

**Styrelseledamot** i Videocon Industries Ltd, Indien, och Atlas Copco AB.

**Innehav** i AB Electrolux: 3 530 B-aktier.



## Jonas Samuelson

**Ekonomi- och finansdirektör, Chief Operations Officer och chef för Global Operations inom Vitvaror** fr.o.m. 1 februari 2011.

Född 1968. Civ. ekon. I koncernledningen sedan 2008. Befattningar inom affärsutveckling och finans i General Motors, USA, 1996–1999. Chef inom finans, försäljning och marknadsföring i Saab Automobile AB 1999–2001. Chefsbefattningar inom controlling och finans i General Motors North America 2001–2005. Ekonomi- och finansdirektör i Munters AB 2005–2008. Anställd i Electrolux som ekonomi- och finansdirektör 2008.

**Styrelseledamot** i Polygon AB.

**Innehav** i AB Electrolux: 3 490 B-aktier.



## Kevin Scott

**Chef för Vitvaror Nordamerika**

Född 1959. Ph.D. (Kemiingenjör.). I koncernledningen sedan 2009.

Befattningar inom teknik, tillverkning, varumärken och företagsledning inom DuPont, USA, 1985–1994. Befattningar inom konstruktion, inköp och finansiering inom PepsiCo 1994–1999. Ledande befattningar inom DuPont, Schweiz, 1999–2003. Anställd i Electrolux som chef för Consumer Services Group inom Vitvaror Nordamerika 2003. Chef för Refrigeration inom Vitvaror Nordamerika 2006–2009. Chef för Vitvaror Nordamerika och vice verkställande direktör i AB Electrolux 2009.

**Innehav** i AB Electrolux: 8 849 B-aktier.



## Cecilia Vieweg

**Chefsjurist**

Född 1955. Jur. kand. I koncernledningen sedan 1999.

Advokat i Berglund & Co Advokatbyrå 1987–1990. Bolagsjurist i AB Volvo 1990–1992. Chefsjurist i Volvo Personvagnar AB 1992–1997. Advokat och delägare i Wahlén Advokatbyrå 1998. Anställd i Electrolux som chefsjurist med ansvar för rättsfrågor, immateriella rättigheter, riskhantering och säkerhet 1999.

**Styrelseledamot** i Haldex AB, Vattenfall AB, PMC Group AB och ledamot i Aktiemarknadsnämnden.

**Innehav** i AB Electrolux: 11 972 B-aktier.



## Alberto Zanata

**Chef för Professionella Produkter**

Född 1960. Universitetsexamen i Electronic Engineering med företagsekonomi.

I koncernledningen sedan 2009.

Anställd i Electrolux inom Professionella Produkter 1989. Ledande befattningar inom fabriksledning, marknadsföring, produktledning och affärsutveckling 1989–2002. Chef för Professionella Produkter i Nordamerika 2003–2008. Chef för Professionella Produkter och vice verkställande direktör i AB Electrolux 2009.

**Innehav** i AB Electrolux: 14 313 B-aktier.

# Händelser och rapporter

På Electrolux hemsida [www.electrolux.com/ir](http://www.electrolux.com/ir) finns utökad och uppdaterad information om bland annat Electrolux-aktien och bolagsstyrning. I början av 2010 lanserades en ny plattform för finansiell statistik. Plattformen möjliggör för besökaren att följa Electrolux utveckling grafiskt via diagram per kvartal eller år.



Electrolux Årsredovisning 2010 består av:

- Verksamhet och strategi
- Resultatgenomgång, Hållbarhetsrapport och Bolagsstyrningsrapport

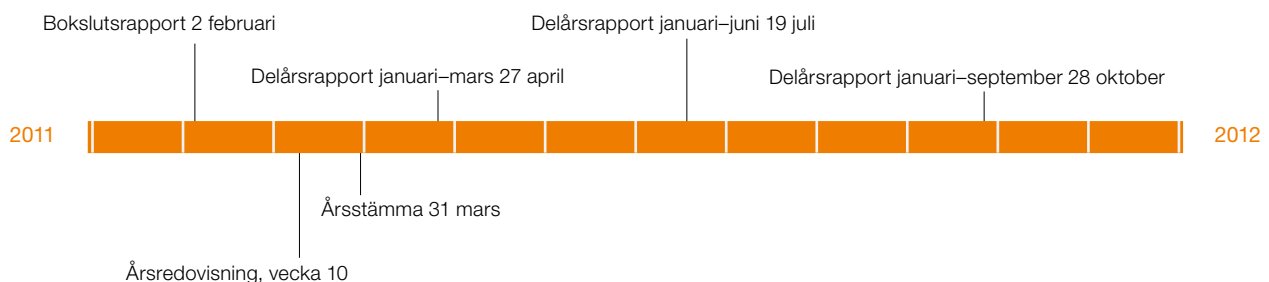
Electrolux årsredovisning finns på [www.electrolux.com/arsredovisning2010](http://www.electrolux.com/arsredovisning2010)

Electrolux delårsrapporter finns på [www.electrolux.com/ir](http://www.electrolux.com/ir)

Electrolux GRI rapporter finns på [www.electrolux.com/sustainability](http://www.electrolux.com/sustainability)



## Finansiella rapporter och viktiga händelser under 2011



Electrolux prenumerationservice finns på [www.electrolux.com/prenumerera](http://www.electrolux.com/prenumerera)



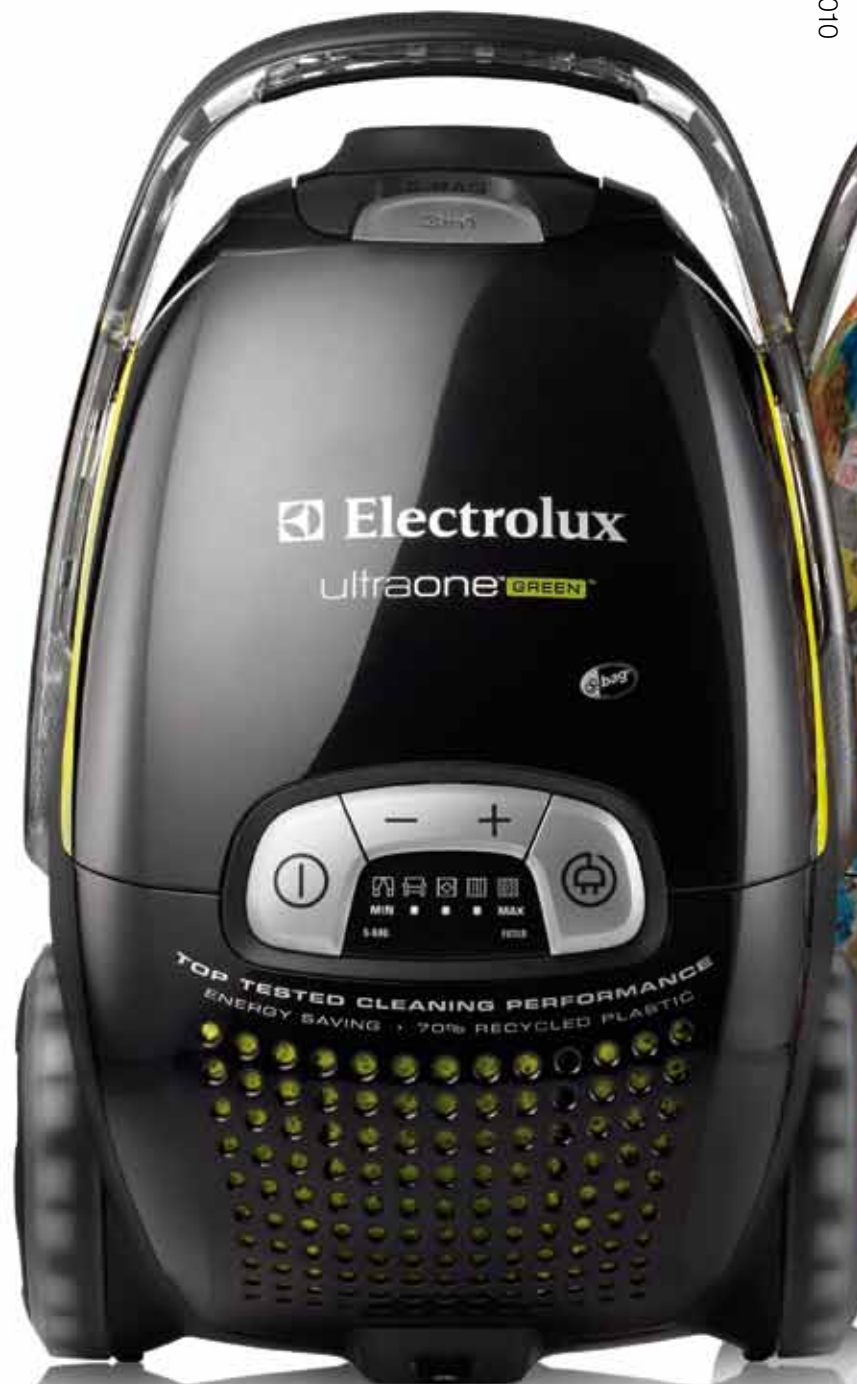
RESULTAT  
PRESTATION  
HÅLLBARHET  
BOLAGSSTYRNING

Om du saknar Del 2 av årsredovisningen kontakta  
Electrolux IR-avdelning, [ir@electrolux.se](mailto:ir@electrolux.se)



*Thinking of you*

 **Electrolux**



**AB Electrolux (publ)**

**Postadress**

105 45 Stockholm

**Besöksadress**

S:t Göransgatan 143, Stockholm

**Telefon:** 08 738 60 00

**Telefax:** 08 738 74 61

**Hemsida:** [www.electrolux.com](http://www.electrolux.com)

RESULTAT  
PRESTATION  
HÅLLBARHET  
BOLAGSSTYRNING



*Thinking of you*

 **Electrolux**

# Innehåll

<b>VD-kommentar till bokslutet</b>	<b>2</b>
<b>Förvaltningsberättelse</b>	<b>5</b>
<b>Noter</b>	<b>31</b>
Definitioner	73
Förslag till vinstdisposition	74
Revisionsberättelse	75
<b>Elva år i sammandrag</b>	<b>76</b>
<b>Kvartalsuppgifter</b>	<b>78</b>
<b>Fokusområden för hållbarhet</b>	<b>80</b>
<b>Bolagsstyrningsrapport</b>	<b>84</b>
Styrelse och revisorer	88
Koncernledning	92
Årsstämma	98
Händelser och rapporter	99

## Årsredovisning 2010

**Del 1** beskriver Electrolux verksamhet och strategi.

**Del 2** består av resultatgenomgång, hållbarhetsrapport samt bolagsstyrningsrapport.



## Kontakter

Peter Nyquist  
Chef, Investor Relations och  
Finansiell Information  
Tel. 08-738 67 63

Investor Relations  
Tel. 08-738 60 03  
Fax 08-738 74 61  
E-post [ir@electrolux.se](mailto:ir@electrolux.se)

Vi redovisar ett resultat för helåret som är Electrolux bästa någonsin. 2010 var också det år då vi lyckades nå vårt mål om en rörelsemarginal på 6 procent. Jag är mycket stolt över att alla våra verksamheter förbättrat sina resultat på en marknad som fortsätter att vara mycket konkurrensutsatt samtidigt som kostnaderna för råmaterial stigit.

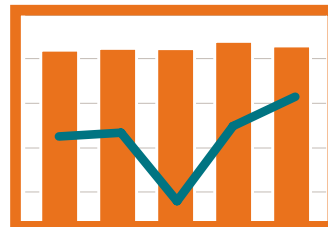
### VD-kommentar till bokslutet, sidan 2.

Rörelseresultatet förbättrades som ett resultat av förbättrad produktmix och kostnadsbesparingar trots ökade kostnader för råmaterial och prispress på marknaden.

### Förvaltningsberättelse, sidan 5.

Hållbarhetsarbetet skapar affärsmöjligheter för Electrolux. Innovativa, energisnåla produkter kan bidra till ökade marknadsandelar. Ett hållbart angreppssätt minskar exponeringen för icke-finansiella risker och stärker partnerskapet med återförsäljare.

### Fokusområden för hållbarhet, sidan 80.



## Green Range

All produktutveckling inom Electrolux bygger på en djup insikt om konsumenternas utvecklade behov. Runt om i världen ökar intresset för produkter som är tillverkade på ett hållbart sätt, förbrukar mindre energi och vatten, och som går att återvinna. Som ett ledande varumärke för energieffektiva och vattensnåla produkter, både för konsumenter och professionella användare, kan Electrolux dra fördel av denna utveckling.

Med kampanjen Vac from the Sea har Electrolux ökat människors medvetande om vilken effekt plastskräp har på världens hav samtidigt som det råder brist på återvunnen plast. Kampanjen, som är kopplad till strategin kring marknadsföringen av Electrolux Green Range av dammsugare, har stärkt koncernens ledande position inom hållbarhet.



Fem konceptdammsugare tillverkade av plastskräp från världshaven är en del av strategin kring marknadsföringen av Electrolux Green Range av dammsugare.

# Sammanfattning av 2010

- I jämförbara valutor ökade nettoomsättningen med 1,5%.
- Stark tillväxt i Latinamerika och Asien/ Stillaohavsområdet kompenserade för lägre försäljningsvolym i Europa och Nordamerika.
- Electrolux uppnådde för första gången sitt mål om en rörelsemarginal på 6%.
- Rörelseresultatet ökade till 6 494 Mkr (5 322), motsvarande en marginal på 6,1% (4,9) exklusive jämförelsestörande poster.
- Förbättringar av produktmixen och kostnadsbesparingar motverkade ökade kostnader för råmaterial och prispress på marknaden.
- Styrelsen föreslår en utdelning för 2010 på 6,50 kronor (4,00) per aktie.

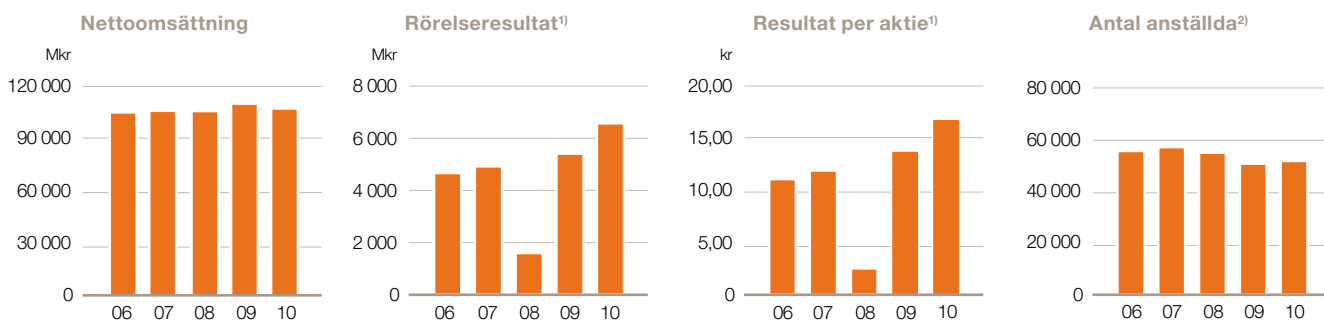
## Nyckeltal

Belopp i Mkr, MEUR, MUSD om ej annat anges	2010	2009	2010 MEUR	2010 MUSD
Nettoomsättning	106 326	109 132	11 125	14 763
Rörelseresultat	5 430	3 761	568	754
Marginal, %	5,1	3,4		
Resultat efter finansiella poster	5 306	3 484	555	737
Periodens resultat	3 997	2 607	418	555
Resultat per aktie, SEK, EUR, USD	14,04	9,18	1,47	1,95
Utdelning per aktie	6,50 <sup>1)</sup>	4,00		
Genomsnittligt antal anställda	51 544	50 633		
Skuldsättningsgrad	-0,03	0,04		
Avkastning på eget kapital, %	20,6	14,9		
Exklusive jämförelsestörande poster				
Jämförelsestörande poster	-1 064	-1 561	-111	-148
Rörelseresultat	6 494	5 322	679	902
Marginal, %	6,1	4,9		
Resultat efter finansiella poster	6 370	5 045	666	884
Periodens resultat	4 739	3 851	496	658
Resultat per aktie, kr	16,65	13,56	1,74	2,31
Avkastning på nettotillgångar, %	31,0	26,2		

## Nettoomsättning och anställda

10 största länder	Mkr	Anställda
USA	29 782	8 675
Brasilien	14 231	11 004
Tyskland	5 974	1 783
Australien	5 514	1 580
Italien	4 609	6 210
Kanada	4 390	1 401
Frankrike	4 223	1 182
Schweiz	3 667	875
Sverige	3 353	2 296
Storbritannien	2 898	387
Övriga	27 685	16 151
<b>Totalt</b>	<b>106 326</b>	<b>51 544</b>

1) Enligt styrelsens förslag.



1) Exklusive jämförelsestörande poster.  
2) Genomsnittligt antal anställda.



# Rekordresultat för 2010

Vi redovisar ett stabilt resultat för fjärde kvartalet 2010 och ett resultat för helåret som är Electrolux bästa någonsin. 2010 var också det år då vi lyckades nå vårt mål om en rörelsemarginal på 6 procent. Jag är mycket stolt över att alla våra verksamheter förbättrat sina resultat på en marknad som fortsätter att vara mycket konkurrensutsatt samtidigt som kostnaderna för råmaterial stigit.

Det goda resultatet bekräftar att vi har rätt strategi: innovativa produkter, satsningar på varumärket Electrolux och kostnads-effektiviseringar ger resultat.

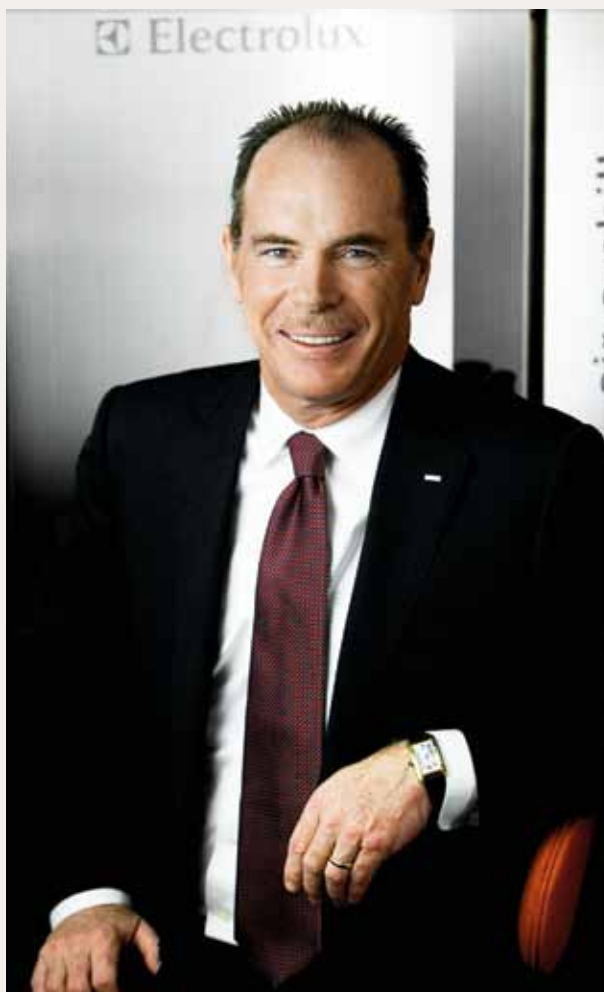
Idag presenterar vi ett bokslut för 2010 som är det bästa någonsin för Electrolux och vi har för första gången uppnått vårt mål om en rörelsemarginal på 6 procent för ett helår.

Vår produktmix i Nordamerika har förbättrats tack vare att vi framgångsrikt ökat försäljningen under våra egna varumärken. Samtidigt har vi medvetet fortsatt att avveckla produkter med lägre lönsamhet, framförallt under återförsäljarnas egna varumärken.

Även i Europa har vår produktmix förbättrats och vi har fortsatt att öka vår försäljning inom det mycket viktiga segmentet för inbyggnadsprodukter för kök. Under året lyckades vi också att ytterligare förbättra vår produktkvalitet och kostnadsbas. Under 2011 kommer vi att fortsätta att introducera nya premiumprodukter på den europeiska marknaden.

Verksamheten i Latinamerika lyckades överträffa sitt rekordresultat från 2009 tack vare ett mycket starkt fjärde kvartal. Under slutet av 2010 lanserade vi ett antal nya produkter på den latinamerikanska marknaden vilka ytterligare kommer att stärka vår ställning.

” Vi lyckades nå vårt mål om en rörelsemarginal på 6 procent för ett helår. ”



” Jag ser goda möjligheter till att vi ska kunna fortsätta generera en hög avkastning till våra aktieägare genom lönsam tillväxt. ”

Verksamheten i Asien/Stillahavsområdet fördubblade sitt resultat för 2010 jämfört med föregående år och rörelsemarginalen uppgick till mer än 10 procent. Väsentliga resultatförbättringar uppnåddes inom viktiga regioner i området såsom Oceanien, Sydostasien och de norra delarna av Asien/Stillahavsområdet.

Dammsugarverksamheten lyckades under 2010 genom framgångsrika lanseringar i alla regioner väsentligt förbättra sin produktmix och därigenom uppnå en stark rörelsemarginal för helåret.

Professionella Produkter visade ett rekordresultat för både fjärde kvartalet och helåret 2010. Det bevisar att vår strategi med ett mycket innovativt produkterbjudande i kombination med en strikt kostnadskontroll fungerar även inom detta segment.

Under 2010 fortsatte vi att minska våra kostnader för att ytterligare stärka konkurrenskraften. Under fjärde kvartalet presenterade vi ett flertal åtgärder i Nordamerika och Europa för att ytterligare förbättra vår tillverkningsstruktur. Vi har även stora förväntningar på att vi genom våra globala initiativ ”global operations” kommer att uppnå besparingar genom att utnyttja vår globala styrka och bredd. Initiativen beräknas ge besparingar på cirka 2,0–2,5 miljarder kronor per år med fullt genomslag från och med 2015. Initialt kommer kostnaderna för satsningarna att uppgå till cirka 500 miljoner kronor per år för 2011 och 2012.

Kostnaderna för våra viktigaste råvaror fortsätter att stiga. Förutom ökade kostnader för stål ser vi betydande ökningarna inom plast och basmetaller. Vi har signerat kontrakt för en större del av årets behov av råmaterial. Under 2011 förväntar vi oss att kostnaderna för råmaterial kommer att öka med mellan 1,5 och 2 miljarder kronor jämfört med föregående år, med fullt genomslag i början av året.

Under fjärde kvartalet fortsatte prispressen på vissa av våra stora marknader. För att kompensera för ökade råmaterialkostnader har vi kommunicerat en allmän prishöjning i Nordamerika. I Europa och på övriga marknader i världen kommer vi att genomföra selektiva prishöjningar för att kompensera för högre kostnader. Det kommer att ta tid att realisera prishöjningarna och vi kommer att börja se de positiva effekterna under det andra kvartalet.

Efterfrågan på våra stora marknader återhämtade sig något under 2010. Vi förväntar oss att efterfrågan på marknaderna i Nordamerika och Europa kommer att fortsätta att visa en mindre ökning under 2011 med större delen av tillväxten under det andra halvåret.

Jag tillträder min tjänst som VD och koncernchef efter att Electrolux under min företrädare Hans Stråbergs ledning lyckats leverera ett rekordresultat och det är ett utmanande utgångsläge. Men vår inriktning är klar; att utifrån konsumentinsikt utveckla innovativa produkter, starka varumärken och upprätthålla en god service som ska backas upp av effektiva globala verksamheter. Vår ambition är att fortsätta att generera betydande värden till våra kunder och aktieägare genom starka insatser från våra kompetenta och engagerade medarbetare.

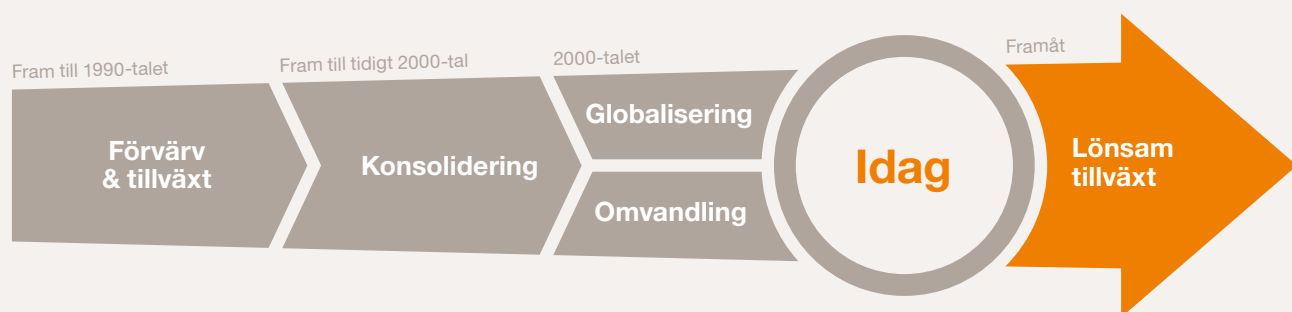
Vi har ytterligare stärkt vår balansräkning under 2010 genom att generera ett mycket starkt kassaflöde. Det har givit styrelsen möjlighet att föreslå årsstämman en betydande höjning av utdelningen. Jag ser mycket goda förutsättningar för att vi ska fortsätta generera en hög avkastning till våra aktieägare genom lönsam tillväxt i vår verksamhet såväl organiskt som genom förvärv samtidigt som vi fortsätter att generera en stark direktavkastning.

Stockholm den 2 februari 2011

Keith McLoughlin  
Verkställande direktör och koncernchef

# Electrolux strategi

Electrolux har fullgjort sin omvandling från ett produktionsinriktat industriföretag till ett innovativt, konsumentinriktat företag som bygger sin verksamhet på omfattande insikt om konsumenternas utvecklade behov. Med innovativa produkter under ett starkt varumärke i premiumsegmentet och genom att utnyttja koncernens globala styrka och räckvidd är Electrolux förutsättningar för lönsam tillväxt bättre än någonsin tidigare.



## Produkter

Alla nya produkter tas fram utifrån koncernens process för konsumentfokuserad produktutveckling. Genom omfattande intervjuer och hembesök identifierar Electrolux globala samhällstrender och behov som de nya produkterna anpassas till.

## Varumärke

Varumärket Electrolux är världen över positionerat som ett premiumvarumärke för innovativa, energieffektiva produkter med tilltalande design. Idag är Electrolux ett ledande varumärke på de flesta större marknader.



## Kostnader

Koncernen har en konkurrenskraftig produktionsstruktur där samtliga dammsugare och cirka 55 procent av vitvarorna tillverkas i lågkostnadsregioner. Genom att utnyttja koncernens globala räckvidd och styrka ska synergier tillvaratas som minskar kostnaderna ytterligare och skapar förutsättningar för snabbare tillväxt.

## 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.

- Rörelsemarginal på minst 6 procent över en konjunkturcykel.
- Kapitalomsättningshastighet på minst 4 gånger.
- Avkastning på nettotillgångar på minst 25 procent.
- Organisk tillväxt på minst 4 procent i genomsnitt per år.

> 6%

Nyckeltalen är exklusive jämförelsestörande poster.

# Förvaltningsberättelse 2010

- Nettoomsättningen uppgick till 106 326 Mkr (109 132) och periodens resultat till 3 997 Mkr (2 607), motsvarande 14,04 kronor (9,18) per aktie.
- I jämförbara valutor ökade nettoomsättningen med 1,5%.
- Stark tillväxt i Latinamerika och Asien/Stillahavsområdet kompenserade för lägre försäljningsvolym i Europa och Nordamerika.
- Rörelseresultatet ökade till 5 430 Mkr (3 761), motsvarande en marginal på 5,1% (3,4).
- Rörelsemarginalen uppgick till 6,1% (4,9), exklusive jämförelsestörande poster.
- Alla affärsområden överträffade föregående års rörelseresultat.
- Förbättringar av produktmixen och kostnadsbesparingar motverkade ökade kostnader för råmaterial och prispress på marknaden.
- Kassaflödet från den löpande verksamheten och investeringsverksamheten uppgick till 3 206 Mkr (5 330).
- Styrelsen föreslår en utdelning för 2010 på 6,50 kronor (4,00) per aktie.
- Styrelsen föreslår årsstämman ett nytt återköpsmandat av egna aktier.

Innehåll	sida
Nettoomsättning och resultat	6
Koncernens resultaträkning	7
Utveckling per affärsområde	10
Finansiell ställning	14
Koncernens balansräkning	15
Förändring av koncernens eget kapital	17
Kassaflöde	18
Koncernens kassaflödesanalys	19
Aktiekapital och ägande	20
Utdelning av medel till aktieägarna	21
Risker och osäkerhetsfaktorer	22
Anställda	23
Övrigt	25
Moderbolaget	27
Noter	31

## Nyckeltal

Mkr	2010	Förändring	2009
Nettoomsättning	106 326	-3%	109 132
Rörelseresultat	5 430	44%	3 761
Marginal, %	5,1		3,4
Resultat efter finansiella poster	5 306	52%	3 484
Periodens resultat	3 997	53%	2 607
Resultat per aktie, kr	14,04		9,18
Utdelning per aktie, kr	6,50 <sup>1)</sup>		4,00
Skuldsättningsgrad	-0,03		0,04
Avkastning på eget kapital, %	20,6		14,9
Genomsnittligt antal anställda	51 544		50 633
<b>Exklusive jämförelsestörande poster</b>			
Jämförelsestörande poster	-1 064		-1 561
Rörelseresultat	6 494	22%	5 322
Marginal, %	6,1		4,9
Resultat efter finansiella poster	6 370	26%	5 045
Periodens resultat	4 739	23%	3 851
Resultat per aktie, kr	16,65		13,56
Avkastning på nettotillgångar, %	31,0		26,2

1) Enligt styrelsens förslag.

# Nettoomsättning och resultat

## Nettoomsättning

Koncernens nettoomsättning 2010 uppgick till 106 326 Mkr jämfört med 109 132 Mkr föregående år. Förändringar av valutakurser påverkade nettoomsättningen negativt. I jämförbara valutor ökade nettoomsättningen med 1,5%. Stark tillväxt i Latinamerika och Asien/Stillahavsområdet kompenserade för lägre försäljningsvolym i Europa och Nordamerika.

### Förändring av nettoomsättning

%	2010
Förändringar i koncernens struktur	0,0
Förändringar av valutakurser	-4,1
Förändringar av volym/pris/mix	1,5
<b>Totalt</b>	<b>-2,6</b>

## Rörelseresultat

Rörelseresultatet för 2010 ökade till 5 430 Mkr (3 761), motsvarande 5,1% (3,4) av nettoomsättningen.

Samtliga verksamheter visade förbättringar. Förbättringar av mixen, kostnadsbesparingar och valutakursförändringar hade en positiv påverkan på resultatet jämfört med 2009.

### Jämförelsestörande poster

Rörelseresultatet för 2010 inkluderar kostnader för omstruktureringsprogrammet som startade 2004. För mer information, se sidan 8. Dessa kostnader uppgick till -1 064 Mkr (-1 561) och redovisas som jämförelsestörande poster. Exklusive jämförelsestörande poster uppgick rörelseresultatet till 6 494 Mkr (5 322), motsvarande en rörelsemarginal på 6,1% (4,9). Electrolux uppnådde 2010 för första gången målet om en rörelsemarginal på 6% för ett helår.

### Avskrivningar och amorteringar

Avskrivningar och amorteringar under 2010 uppgick till 3 328 Mkr (3 442).

### Finansnetto

Finansnettot förbättrades till -124 Mkr (-277). Förbättringen beror huvudsakligen på lägre räntenivå och lägre nettolåneskuld.

- Nettoomsättningen 2010 ökade med 1,5% i jämförbara valutor.
- Stark tillväxt i Asien/Stillahavsområdet och Latinamerika kompenserade för lägre försäljningsvolym i Europa och Nordamerika.
- Rörelseresultatet ökade till 5 430 Mkr (3 761).
- Electrolux uppnådde sitt mål om en rörelsemarginal på 6% exklusive jämförelsestörande poster.
- Rörelseresultatet förbättrades som ett resultat av förbättrad produktmix och kostnadsbesparingar.
- Periodens resultat uppgick till 3 997 Mkr (2 607).
- Resultatet per aktie uppgick till 14,04 kronor (9,18).

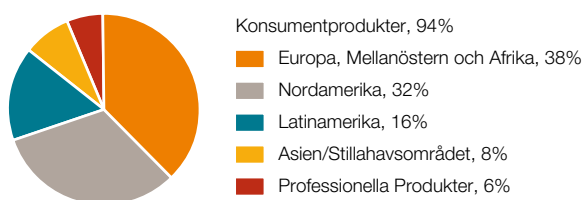
### Resultat efter finansiella poster

Resultatet efter finansiella poster ökade till 5 306 Mkr (3 484), vilket motsvarar 5,0% (3,2) av nettoomsättningen.

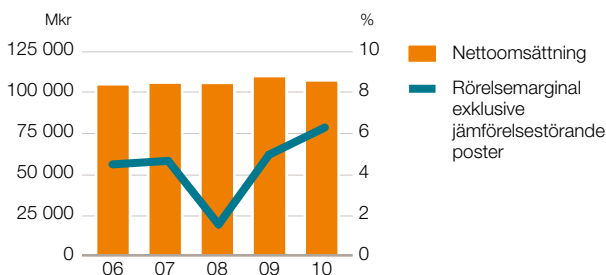
### Skatt

Den totala skatten för 2010 uppgick till -1 309 Mkr (-877), vilket motsvarar 24,7% (25,2) av resultatet efter finansiella poster.

Andel av försäljningen per affärsområde



Nettoomsättning och rörelsemarginal





# Koncernens resultaträkning

Mkr	Not	2010	2009
<b>Nettoomsättning</b>	3,4	<b>106 326</b>	<b>109 132</b>
Kostnad för sålda varor		-82 697	-86 980
<b>Bruttoresultat</b>		<b>23 629</b>	<b>22 152</b>
Försäljningskostnader		-11 698	-11 394
Administrationskostnader		-5 428	-5 375
Övriga rörelseintäkter	5	14	41
Övriga rörelsekostnader	6	-23	-102
Jämförelsestörande poster	3,7	-1 064	-1 561
<b>Rörelseresultat</b>	3,4,8	<b>5 430</b>	<b>3 761</b>
Finansiella intäkter	9	332	256
Finansiella kostnader	9	-456	-533
<b>Finansiella poster, netto</b>		<b>-124</b>	<b>-277</b>
<b>Resultat efter finansiella poster</b>		<b>5 306</b>	<b>3 484</b>
Skatt	10	-1 309	-877
<b>Periodens resultat</b>		<b>3 997</b>	<b>2 607</b>
Finansiella tillgångar tillgängliga för försäljning	11,29	77	138
Kassflödessakringar	11	-117	-112
Valutakursdifferenser	11	-1 108	-264
Inkomstskatt relaterat till övrigt totalresultat		-30	-
<b>Övriga poster i totalresultat, netto efter skatt</b>		<b>-1 178</b>	<b>-238</b>
<b>Periodens totalresultat</b>		<b>2 819</b>	<b>2 369</b>
Periodens resultat hänförligt till:			
Innehavare av aktier i moderbolaget		3 997	2 607
Minoritetsintressen		-	-
Periodens totalresultat hänförligt till:			
Innehavare av aktier i moderbolaget		2 819	2 369
Minoritetsintressen		-	-
<b>Resultat per aktie</b>	20		
Avseende resultat hänförligt till innehavare av aktier i moderbolaget			
Före utspädning, kr		14,04	9,18
Efter utspädning, kr		13,97	9,16
<b>Genomsnittligt antal aktier</b>	20		
Före utspädning, miljoner		284,6	284,0
Efter utspädning, miljoner		286,0	284,6

### Periodens resultat och resultat per aktie

Periodens resultat uppgick till 3 997 Mkr (2 607), vilket motsvarar 14,04 kronor (9,18) i resultat per aktie före utspädning.

### Påverkan av valutakursförändringar

Förändringar av valutakurser, det vill säga omräknings- och transaktionseffekter samt effekter av valutasäkringskontrakt, påverkade positivt rörelseresultatet för helåret 2010 med cirka 660 Mkr jämfört med föregående år. Effekterna av valutakursförändringarna avsåg framförallt verksamheterna i Europa, Asien/Stillhavsområdet och Latinamerika. Resultatet har påverkats positivt av att euron försvagats mot flera valutor och av att den australiensiska dollarn och brasilianska realen förstärktes mot den amerikanska dollarn.

Transaktionseffekterna uppgick till cirka 740 Mkr och effekterna av omräkning av utländska dotterbolags resultaträkningar till cirka -130 Mkr. Därutöver påverkade resultatet från avräkning av valutasäkringskontrakt rörelseresultatet positivt med cirka 50 Mkr.

För ytterligare information om påverkan av valutakursförändringar, se avsnitt Valutarisk i Not 2 på sidan 40.

### Marknadsöversikt

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

Efterfrågan på marknaderna i Europa stabiliserades under 2010 och ökade med 2% efter mer än två år av nedgångar, framförallt tack vare tillväxt i Östeuropa där efterfrågan ökade med 6%. Efterfrågan i Västeuropa stabiliserades.

Marknaden i Brasilien ökade under 2010 jämfört med föregående år. Flera andra marknader i Latinamerika visade också på tillväxt.

Efterfrågan på vitvaror i Europa och Nordamerika förväntas öka något under 2011. Efterfrågan i Europa förväntas öka med ungefär 2% och efterfrågan i Nordamerika med ungefär 3% under 2011.

### Strukturåtgärder

Electrolux startade 2004 ett omstruktureringsprogram för att skapa en långsiktigt konkurrenskraftig produktion. När programmet är helt genomfört år 2011 kommer mer än hälften av vitvarorna att tillverkas i regioner med lägre kostnadsbas. Programmet totala kostnad beräknas uppgå till cirka 8,5 miljarder kronor och besparingarna beräknas uppgå till cirka 3,4 miljarder kronor per år från 2013. Avsättningar för strukturåtgärder och nedskrivningar redovisas som jämförelsestörande poster inom rörelseresultatet.

Electrolux initierade under 2010 strukturåtgärder och förvärv. Dessa beskrivs nedan.

### December 2010

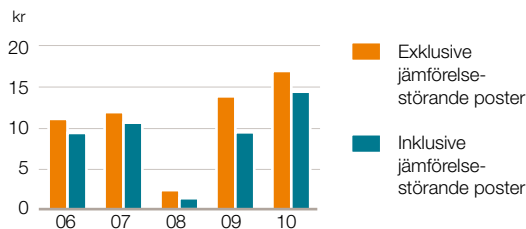
#### Electrolux konsoliderar spistillverkningen i Nordamerika

Electrolux koncentrerar sin nordamerikanska spistillverkning till delstaten Tennessee i USA genom att bygga en ny fabrik i Memphis, Tennessee. Tennessee erbjuder en optimal geografisk placering gentemot kunder och leverantörer. Electrolux har redan en spisfabrik i Springfield. Den nya fabriken kommer tillsammans med den befintliga spisfabriken i Springfield att etablera Tennessee som Electrolux spistillverkningscentrum i Nordamerika, vilket möjliggör synergier inom bland annat tillverkning, FoU och inköp.

Produktionen i den nya fabriken i Memphis beräknas starta i mitten av 2012 och vara i full drift 2013. Den nya fabriken, vilken motsvarar en investering om 190 miljoner USD, cirka 1 300 Mkr, är föremål för investeringsstöd från styrande organ på delstats-, county- och stadsnivå.

Tillverkningen vid Electrolux spisfabrik i L'Assomption, Quebec, Kanada, kommer att överföras till den nya fabriken i Memphis. Flytten av produktionen från fabriken i L'Assomption kommer att inledas i mitten av 2012 och fabriken kommer att stängas under fjärde kvartalet 2013. Fabriken har cirka 1 300 anställda. Stängningen beräknas medföra kostnader på cirka 430 Mkr, vilka belastat rörelseresultatet för fjärde kvartalet 2010 inom jämförelsestörande poster.

Resultat per aktie



Jämförelsestörande poster

Avsättningar för strukturåtgärder och nedskrivningar <sup>1)</sup>	2010	2009
Mkr		
Personalminskning inom Konsumentprodukter, Europa	-356	-
Vitvarufabriken i L'Assomption, Kanada	-426	-
Vitvarufabriken i Revin, Frankrike	-71	-
Vitvarufabriken i Forli, Italien	-136	-
Vitvarufabriken i Motala, Sverige	-95	-
Vitvarufabriken i Alcalá, Spanien	-	-440
Vitvarufabrikerna i Webster City och Jefferson, USA	-	-560
Kontorskonsolidering i USA	-	-218
Vitvarufabriken i Changsha, Kina	-	-162
Vitvarufabriken i Porcia, Italien	-	-132
Vitvarufabriken i S:t Petersburg, Ryssland	-	-105
Återföring av outnyttjad reserv för strukturåtgärder	20	56
<b>Totalt</b>	<b>-1 064</b>	<b>-1 561</b>

1) Utbrutet från kostnad för sålda varor.

### Electrolux minskar antalet anställda i Europa

Electrolux kommer att minska sin europeiska personalstyrka inom tillverkningen av vitvaror med cirka 800 anställda under 2011 och 2012. Ingen fabrik kommer att stängas. Förändringarna genomförs successivt och beräknas vara helt slutförda under fjärde kvartalet 2012. Åtgärderna kommer att medföra kostnader om cirka 360 Mkr, vilka belastat rörelseresultatet för fjärde kvartalet 2010 inom jämförelsestörande poster.

### Oktober 2010

En del i Electrolux strategi är att växa på tillväxtmarknader. Som ett led i denna strategi meddelade Electrolux i oktober sin avsikt att förvärva Olympic Group for Financial Investments S.A.E. Olympic Group är den största tillverkaren av hushållsprodukter i de snabbväxande Mellanöstern- och Nordafrikaregionerna.

Olympic Group, som är noterat på den egyptiska börsen, har 7 300 anställda och tillverkar tvättmaskiner, kylskåp, spisar och varmvattenberedare. Under 2009 hade företaget en omsättning på 2,1 miljarder egyptiska pund (EGP), motsvarande cirka 2,5 miljarder svenska kronor. Bolagets volymandel av den egyptiska vitvarumarknaden beräknas uppgå till cirka 30%.

Electrolux tecknade i oktober en avsiktsförklaring med Paradise Capital om att förvärva dess 52-procentiga majoritetspost i Olympic Group. Electrolux avser även att lägga ett publikt bud på resterande aktier i Olympic Group. Efter genomförandet av affären kommer ägarandelen i intressebolagen Namaa och B-Tech att förvärfvas av Paradise Capital.

Det uppskattade skuldfria värdet på Olympic Group exklusive de tidigare nämnda intressebolagen uppgår till cirka 2,7 miljarder EGP eller 3,2 miljarder svenska kronor. Förvärvet förutsätter ett tillfredsställande resultat av den "due diligence"-process som har inletts, godkännande av berörda myndigheter samt att övriga gängse transaktionsöverenskommelser kan träffas. Efter förvärvet kommer Olympic Group mot en managementavgift att ingå ett förvaltningsavtal med Electrolux och Paradise Capital om fortsatt teknik och förvaltningsstöd.

Electrolux utvärderar situationen mot bakgrund av den senaste tidens oroligheter i Egypten.

### Augusti 2010

#### Förvärv av tvättmaskinsfabrik i Ukraina

Electrolux har tecknat avtal om att förvärva en tvättmaskinsfabrik i Ivano-Frankivsk i Ukraina. Fabriken har cirka 150 anställda.

Förvärvet innebär att Electrolux närvaro och tillverkningsbas på tillväxtmarknaderna i Central- och Östeuropa stärks. Ukraina deltar i frihandelssamarbetet inom Oberoende staters samväldet (OSS) tillsammans med bland andra Ryssland, Kazakstan, Armenien och Azerbajdzjan.

Fabriken förvärfvas från Antonio Merloni S.p.A och köpeskillingen uppgår till 19 miljoner EUR. Förvärvet förväntas slutföras under det första kvartalet 2011 och är villkorat av godkännande av konkurrensmyndigheter.

### April 2010

#### Effektiviseringar i vitvarufabriker i Italien och Frankrike

Electrolux fortsätter omstruktureringsarbetet i Europa. Under andra kvartalet 2010 initierades arbetet för att undersöka hur effektiviteten inom tillverkningen vid tvättmaskinsfabriken i Revin i Frankrike och vid spisfabriken i Forli i Italien kan förbättras. Kostnader på cirka 210 Mkr belastade rörelseresultatet inom jämförelsestörande poster för det andra kvartalet 2010.

### Januari 2010

#### Tillverkningen vid spisfabrik i Sverige fasas ut

Beslut har tagits att fasa ut spisproduktionen i Motala i Sverige. Under första kvartalet 2011 kommer merparten av spistillverkningen att fasas ut och tillverkningen av större spismodeller och minikök att drivas vidare av extern part. Fabriken har cirka 240 anställda. Kostnaden för avvecklingen uppgående till cirka 100 Mkr har belastat rörelseresultatet inom jämförelsestörande poster för första kvartalet 2010.

Flytt av tillverkning jämförelsestörande poster omstruktureringar 2007–2013

Fabriksnedläggningar och nedskärningar			Nedläggning
Nürnberg	Tyskland	Diskmaskiner tvättmaskiner och torktumlare	(Kv1 2007)
Torsvik	Sverige	Kompakta vitvaror	(Kv1 2007)
Adelaide	Australien	Diskmaskiner	(Kv2 2007)
Fredericia	Danmark	Spisar	(Kv4 2007)
Adelaide	Australien	Tvättmaskiner	(Kv1 2008)
Spennymoor	Storbritannien	Spisar	(Kv4 2008)
Changsha	Kina	Kylskåp	(Kv1 2009)
Scandicci	Italien	Kylskåp	(Kv2 2009)
S:t Petersburg	Ryssland	Tvättmaskiner	(Kv2 2010)

Beslutade fabriksnedläggningar			Beräknad stängning
Motala	Sverige	Spisar	(Kv1 2011)
Webster City	USA	Tvättmaskiner	(Kv1 2011)
Alcalá	Spanien	Tvättmaskiner	(Kv1 2011)
L'Assomption	Kanada	Spisar	(Kv4 2013)

#### Investeringar

Porcia	Italien	Tvättmaskiner	(Kv4 2010)
Memphis	USA	Spisar	(Kv2 2012)

Omstruktureringsprogrammet som startade 2004 har som mål att skapa en långsiktigt konkurrenskraftig produktion. När programmet är helt genomfört år 2011 kommer mer än hälften av vitvarorna att tillverkas i regioner med lägre kostnadsbas. De totala kostnaderna för programmet uppskattas till cirka 8,5 Mdr kronor och besparingarna beräknas uppgå till cirka 3,4 Mdr kronor per år från 2013. Avsättningar för strukturåtgärder redovisas som jämförelsestörande poster inom rörelseresultatet. För information om avsättningar under 2010, se tabell på sidan 8.

# 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).

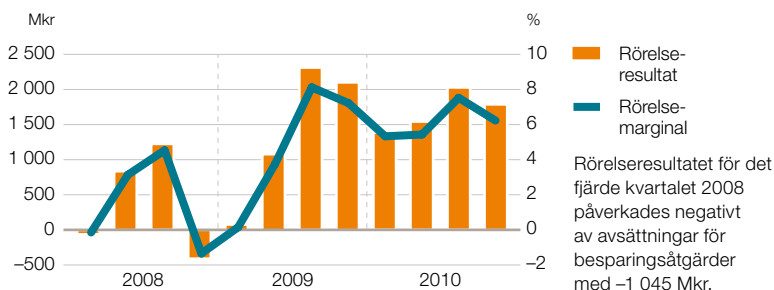
Tidigare personalneddragningar och kostnadsbesparingsåtgärder har fortsatt att positivt påverka rörelseresultatet, medan lägre volymer, prispress och högre marknadsförings- och varumärkessatningar haft en negativ påverkan.

## Dammsugare

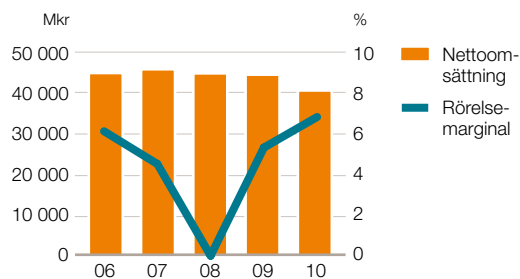
Marknadens efterfrågan på dammsugare i Europa ökade under 2010 jämfört med 2009.

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.

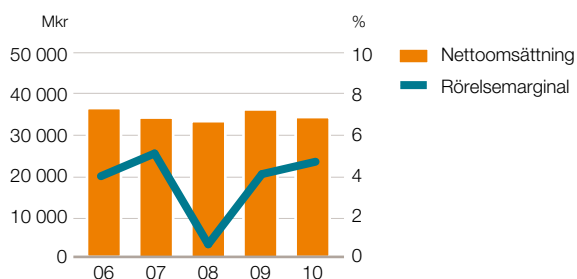
Marknadens efterfrågan på vitvaror i Brasilien ökade under 2010 jämfört med föregående år. Flera andra marknader i Latinamerika visade också på en god tillväxt.

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%.

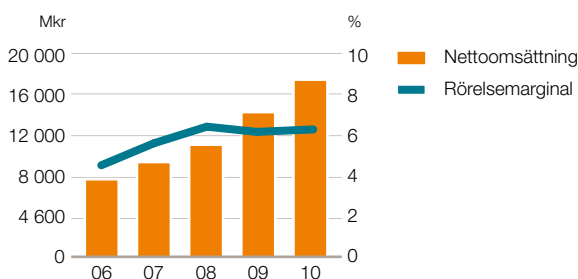
Rörelseresultatet för helåret 2010 förbättrades främst som en följd av högre volym och en förbättrad produktmix. Lanseringar av nya produkter och ökad försäljning av luftkonditioneringsutrustning under året har bidragit till en förbättrad produktmix. För tredje året i rad var rörelseresultatet det bästa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

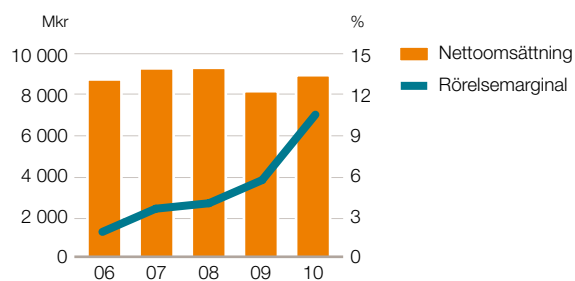
Marknadens efterfrågan på storköksutrustning stabiliserades under 2010 jämfört med föregående år. Koncernens försäljningsvolymer av egna produkter har ökat. Däremot minskade den totala försäljningen av storköksutrustning. Det är ett resultat av att koncernen under tredje kvartalet 2010 avyttrat en verksamhet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

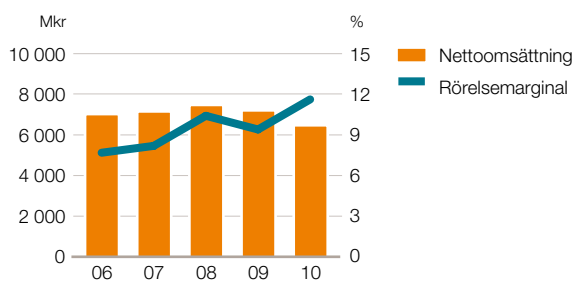
Efterfrågan på marknaden för professionell tvättutrustning bedöms ha stabiliserats under 2010. Koncernens försäljningsvolymer minskade. Rörelseresultatet förbättrades däremot tack vare prishöjningar och ökad kostnadseffektivitet.

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.

# Finansiell ställning

## Rörelsekapital och nettotillgångar

Mkr	31 dec. 2010	1 % av annualiserad nettoomsättning	31 dec. 2009	1 % av annualiserad nettoomsättning
Varulager	11 130	10,2	10 050	8,8
Kundfordringar	19 346	17,7	20 173	17,7
Leverantörsskulder	-17 283	-15,8	-16 031	-14,1
Avsättningar	-10 009		-9 447	
Förtutbetalda och upplupna intäkter och kostnader	-7 095		-7 998	
Skatt och övriga tillgångar och skulder	-1 991		-1 901	
<b>Rörelsekapital</b>	<b>-5 902</b>	<b>-5,4</b>	<b>-5 154</b>	<b>-4,5</b>
Materiella anläggningstillgångar	14 630		15 315	
Goodwill	2 295		2 274	
Övriga immateriella anläggningstillgångar	6 706		5 197	
Uppskjutna skatteskulder och -tillgångar	2 175		1 874	
<b>Nettotillgångar</b>	<b>19 904</b>	<b>18,2</b>	<b>19 506</b>	<b>17,1</b>
Genomsnittliga nettotillgångar	19 545	18,4	19 411	17,8
Avkastning på nettotillgångar, %	27,8		19,4	
Avkastning på nettotillgångar, exklusive jämförelsestörande poster, %	31,0		26,2	

## Nettotillgångar och rörelsekapital

De genomsnittliga nettotillgångarna för 2010 uppgick till 19 545 Mkr (19 411). Nettotillgångarna uppgick per den 31 december 2010 till 19 904 Mkr (19 506).

Justerat för jämförelsestörande poster ökade de genomsnittliga nettotillgångarna till 20 940 Mkr (20 320), motsvarande 19,7% (18,6) av nettoomsättningen. Jämförelsestörande poster avser avsättningar för strukturåtgärder.

Rörelsekapitalet per den 31 december 2010 uppgick till -5 902 Mkr (-5 154), motsvarande -5,4% (-4,5) av den annualiserade nettoomsättningen.

Avkastningen på nettotillgångarna var 27,8% (19,4) och 31,0% (26,2), exklusive jämförelsestörande poster.

## Nettoupplåning

Nettoupplåningen uppgick till -709 Mkr (665). Skuldsättningsgraden var -0,03 (0,04). Soliditeten uppgick till 33,9% (31,8).

- Soliditeten uppgick till 33,9% (31,8).
- Avkastningen på eget kapital var 20,6% (14,9).
- Genomsnittliga nettotillgångar, exklusive jämförelsestörande poster, uppgick till 20 940 Mkr (20 320).
- Rörelsekapitalet förbättrades till -5 902 Mkr (-5 154).
- Nettoupplåningen uppgick till -709 Mkr (665).

Under 2010 förföll 1 039 Mkr av den långfristiga upplåningen till betalning och ny långfristig upplåning togs upp med 380 Mkr. Långfristiga lån, inklusive långfristiga lån med en förfallotid inom 12 månader, uppgick per den 31 december 2010 till 9 590 Mkr med en genomsnittlig löptid på 3,3 år, jämfört med 11 153 Mkr och 3,9 år vid utgången av 2009. En betydande del av den långfristiga upplåningen har tagits upp på Eurobondmarknaden och den svenska obligationsmarknaden.

Under 2011 och 2012 kommer långfristiga lån uppgående till 3 300 Mkr att förfalla till betalning. Per den 31 december 2010 uppgick likvida medel, exklusive kortsiktiga kreditfaciliteter, till 12 805 Mkr (13 357).

Sedan 2005 har Electrolux en ej utnyttjad garanterad kreditfacilitet på 500 miljoner EUR som förfaller 2012, och från och med tredje kvartalet 2010 ytterligare en outnyttjad garanterad kreditfacilitet på 3 400 Mkr som förefaller 2017.

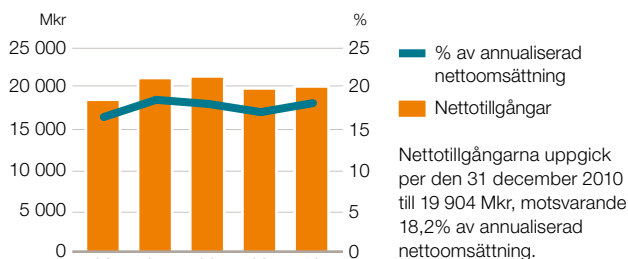
## Nettoupplåning

Mkr	31 dec. 2010	31 dec. 2009
Räntebärande skulder	12 096	14 022
Likvida medel	12 805	13 357
<b>Nettoupplåning</b>	<b>-709</b>	<b>665</b>
Skuldsättningsgrad	-0,03	0,04
<b>Eget kapital</b>	<b>20 613</b>	<b>18 841</b>
Eget kapital per aktie, kr	72,41	66,24
Avkastning på eget kapital, %	20,6	14,9
Avkastning på eget kapital, exklusive jämförelsestörande poster, %	24,4	22,0
Soliditet, %	33,9	31,8

## Förändring av nettotillgångar

Mkr	Nettotillgångar
<b>1 januari 2010</b>	<b>19 506</b>
Förändring av strukturreserv	-362
Nedskrivning av tillgångar	-275
Förändringar av valutakurser	-940
Investeringar	3 221
Avskrivningar	-3 328
Förändringar av rörelsekapital, etc.	2 082
<b>31 december 2010</b>	<b>19 904</b>

## Nettotillgångar



# Koncernens balansräkning

Mkr	Not	31 december 2010	31 december 2009
<b>TILLGÅNGAR</b>			
<b>Anläggningstillgångar</b>			
Materiella anläggningstillgångar	12	14 630	15 315
Goodwill	13	2 295	2 274
Övriga immateriella tillgångar	13	3 276	2 999
Innehav i intresseföretag	29	17	19
Uppskjutna skattefordringar	10	2 981	2 693
Finansiella anläggningstillgångar	18	577	434
Övriga anläggningstillgångar	14	2 836	1 745
<b>Summa anläggningstillgångar</b>		<b>26 612</b>	<b>25 479</b>
<b>Omsättningstillgångar</b>			
Varulager	15	11 130	10 050
Kundfordringar	17, 18	19 346	20 173
Skattefordringar		367	1 103
Derivatinstrument	18	386	377
Övriga omsättningstillgångar	16	3 569	2 947
Kortfristiga placeringar	18	1 722	3 030
Kassa och bank	18	10 389	9 537
<b>Summa omsättningstillgångar</b>		<b>46 909</b>	<b>47 217</b>
<b>Summa tillgångar</b>		<b>73 521</b>	<b>72 696</b>
<b>EGET KAPITAL OCH SKULDER</b>			
<b>Eget kapital som kan hänföras till moderbolagets aktieägare</b>			
Aktiekapital	20	1 545	1 545
Övrigt tillskjutet kapital	20	2 905	2 905
Andra reserver	20	636	1 814
Balanserade vinstmedel	20	15 527	12 577
		<b>20 613</b>	<b>18 841</b>
Minoritetsintresse		–	–
<b>Summa eget kapital</b>		<b>20 613</b>	<b>18 841</b>
<b>Långfristiga skulder</b>			
Långfristig upplåning	18	8 413	10 241
Uppskjutna skatteskulder	10	806	819
Avsättningar till pensioner och liknande förpliktelser	22	2 486	2 168
Övriga avsättningar	23	5 306	5 449
<b>Summa långfristiga skulder</b>		<b>17 011</b>	<b>18 677</b>
<b>Kortfristiga skulder</b>			
Leverantörsskulder	18	17 283	16 031
Skatteskulder		1 868	2 367
Övriga skulder	24	10 907	11 235
Kortfristig upplåning	18	3 139	3 364
Derivatinstrument	18	483	351
Övriga avsättningar	23	2 217	1 830
<b>Summa kortfristiga skulder</b>		<b>35 897</b>	<b>35 178</b>
<b>Totala skulder</b>		<b>52 908</b>	<b>53 855</b>
<b>Summa eget kapital och skulder</b>		<b>73 521</b>	<b>72 696</b>
<b>Ställda säkerheter</b>			
	19	<b>70</b>	<b>107</b>
<b>Ansvarsförbindelser</b>			
	25	<b>1 062</b>	<b>1 185</b>

Koncernens målsättning är att den långfristiga upplåningen ska ha en genomsnittlig förfallotid på minst två år, en jämn förfalloprofil och en genomsnittlig räntebindningstid på ett år. Den genomsnittliga räntebindningstiden för den långfristiga upplåningen uppgick vid årsskiftet till 0,9 år (1,0).

Den genomsnittliga räntesatsen för koncernens räntebärande lån uppgick vid årsskiftet till 3,2% (2,6).

### Likvida medel

Likvida medel vid årsskiftet uppgick till 12 805 Mkr (13 357). Likvida medel motsvarade 18,9% (16,2) av annualiserad nettoomsättning. Sedan 2005 har Electrolux en ej utnyttjad garanterad kreditfacilitet på 500 miljoner EUR som förfaller 2012, och från och med tredje kvartalet 2010 ytterligare en outnyttjad garanterad kreditfacilitet på 3 400 Mkr som förfaller 2017.

### Likviditetsprofil

Mkr	31 dec. 2010	31 dec. 2009
Likvida medel	12 805	13 357
% av annualiserad nettoomsättning <sup>1)</sup>	18,9	16,2
Nettolikviditet	9 122	9 576
Räntebindningstid, dagar	34	100
Effektiv årlig avkastning, %	2,8	2,1

1) Likvida medel inklusive en garanterad kreditfacilitet på 500 miljoner EUR och en garanterad kreditfacilitet på 3 400 Mkr i % av annualiserad nettoomsättning.

För mer information om likviditetsprofil, se Not 18 på sidan 51.

### Rating

Electrolux har så kallad Investment Grade rating från Standard & Poor's. Under 2010 uppgaderades Investment Grade-rating från BBB till BBB+.

### Rating

	Långfristig upplåning	Framtidsutsikt	Kortfristig upplåning	Kortfristig upplåning Norden
Standard & Poor's	BBB+	Stabil	A-2	K-1

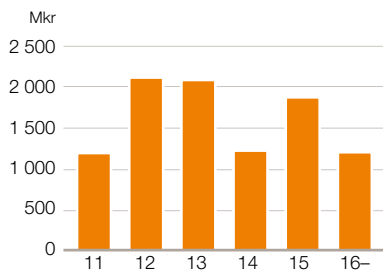
### Skuldsättningsgrad och soliditet

Skuldsättningsgraden förbättrades till -0,03 (0,04). Soliditeten ökade till 33,9% (31,8).

### Eget kapital och avkastning på eget kapital

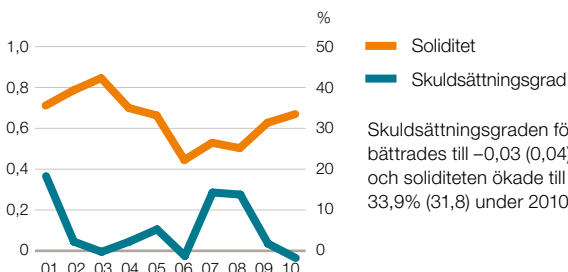
Koncernens totala egna kapital uppgick per den 31 december 2010 till 20 613 Mkr (18 841), vilket motsvarar 72,41 kronor (66,24) per aktie. Avkastningen på eget kapital under 2010 var 20,6% (14,9). Exklusive jämförelsestörande poster var avkastningen på eget kapital 24,4% (22,0).

Förfalloprofil för långfristig upplåning



Under 2011 och 2012 kommer långfristiga lån uppgående till cirka 3 300 Mkr att förfalla till betalning. För information om upplåning, se Not 18 på sidan 51.

Skuldsättningsgrad och soliditet



Skuldsättningsgraden förbättrades till -0,03 (0,04) och soliditeten ökade till 33,9% (31,8) under 2010.



# Förändring av koncernens eget kapital

Mkr	Hänförligt till moderbolagets aktieägare				Totalt	Minoritets- intresse	Summa eget kapital
	Aktiekapital	Övrigt tillskjutet kapital	Övriga reserver	Balanserade vinstmedel			
<b>Ingående balans 31 december 2009</b>	<b>1 545</b>	<b>2 905</b>	<b>2 052</b>	<b>9 883</b>	<b>16 385</b>	—	<b>16 385</b>
<b>Periodens resultat</b>	—	—	—	<b>2 607</b>	<b>2 607</b>	—	<b>2 607</b>
Finansiella tillgångar tillgängliga för försäljning	—	—	138	—	138	—	138
Kassaflödessäkringar	—	—	-112	—	-112	—	-112
Valutakursdifferenser	—	—	-264	—	-264	—	-264
Inkomstskatt relaterat till övrigt totalresultat	—	—	—	—	—	—	—
<b>Övrigt totalresultat, netto efter skatt</b>	—	—	<b>-238</b>	—	<b>-238</b>	—	<b>-238</b>
<b>Periodens totalresultat</b>	—	—	<b>-238</b>	<b>2 607</b>	<b>2 369</b>	—	<b>2 369</b>
Aktierelaterad ersättning	—	—	—	18	18	—	18
Försäljning av aktier	—	—	—	69	69	—	69
<b>Totala transaktioner med aktieägare</b>	—	—	—	<b>87</b>	<b>87</b>	—	<b>87</b>
<b>Utgående balans 31 december 2009</b>	<b>1 545</b>	<b>2 905</b>	<b>1 814</b>	<b>12 577</b>	<b>18 841</b>	—	<b>18 841</b>
<b>Periodens resultat</b>	—	—	—	<b>3 997</b>	<b>3 997</b>	—	<b>3 997</b>
Finansiella tillgångar tillgängliga för försäljning	—	—	77	—	77	—	77
Kassaflödessäkringar	—	—	-117	—	-117	—	-117
Valutakursdifferenser	—	—	-1 108	—	-1 108	—	-1 108
Inkomstskatt relaterat till övrigt totalresultat	—	—	-30	—	-30	—	-30
<b>Övrigt totalresultat, netto efter skatt</b>	—	—	<b>-1 178</b>	—	<b>-1 178</b>	—	<b>-1 178</b>
<b>Periodens totalresultat</b>	—	—	<b>-1 178</b>	<b>3 997</b>	<b>2 819</b>	—	<b>2 819</b>
Aktierelaterad ersättning	—	—	—	73	73	—	73
Försäljning av aktier	—	—	—	18	18	—	18
Utdelning 4,00 kr per aktie	—	—	—	-1 138	-1 138	—	-1 138
<b>Totala transaktioner med aktieägare</b>	—	—	—	<b>-1 047</b>	<b>-1 047</b>	—	<b>-1 047</b>
<b>Utgående balans 31 december 2010</b>	<b>1 545</b>	<b>2 905</b>	<b>636</b>	<b>15 527</b>	<b>20 613</b>	—	<b>20 613</b>

För mer information om aktiekapital, antal aktier och resultat per aktie, se Not 20 på sid 58. För ytterligare information avseende respektive post i övrigt totalresultat som ingår i Övriga reserver, se Not 11 på sid 47.

# Kassaflöde

## Operativt kassaflöde

Kassaflödet från den löpande verksamheten och investeringsverksamheten uppgick till 3 206 Mkr (5 330). Jämfört med föregående år återspeglar kassaflödet för 2010 ett mer normalt kassaflödesmönster med ökad produktion, uppbyggnad av lager och investeringar i nya produkter och ny kapacitet. Kassaflödet föregående år reflekterade en mer återhållsam situation med nedskärningar i produktionen och lagernivåer efter en lång period med mycket svaga marknader.

Därutöver, jämfört med föregående år, har högre investeringar påverkat kassaflödet negativt. Investeringarna 2010 ökade från en låg nivå föregående år.

Under fjärde kvartalet 2009 betalades 3 935 Mkr till koncernens pensionsfonder. Betalningarna har reducerat koncernens nettopensionsskuld, begränsat riskexponeringen och volatiliteten i koncernens pensionsåtaganden.

Utlägg för det pågående omstruktureringsprogrammet och kostnadsbesparingsprogrammet uppgick 2010 till cirka 770 Mkr.

### Investeringar per affärsområde

Mkr	2010	2009
<b>Konsumentprodukter</b>		
Europa, Mellanöstern och Afrika	1 454	1 187
% av nettoomsättningen	3,6	2,8
Nordamerika	742	470
% av nettoomsättningen	2,2	1,3
Latinamerika	661	311
% av nettoomsättningen	3,8	2,2
Asien/Stillahavsområdet	208	131
% av nettoomsättningen	2,4	1,3
<b>Professionella Produkter</b>	96	107
% av nettoomsättningen	1,5	1,5
Övrigt	60	17
<b>Totalt</b>	<b>3 221</b>	<b>2 223</b>
% av nettoomsättningen	3,0	2,0

- Starkt kassaflöde genererat av rörelseresultatet.
- Ökade investeringar i nya produkter.
- Investeringarna ökade till 3 221 Mkr, jämfört med 2 223 Mkr föregående år.
- Kostnaderna för forskning och utveckling ökade till 1,9% (1,8) av nettoomsättningen.

## Investeringar

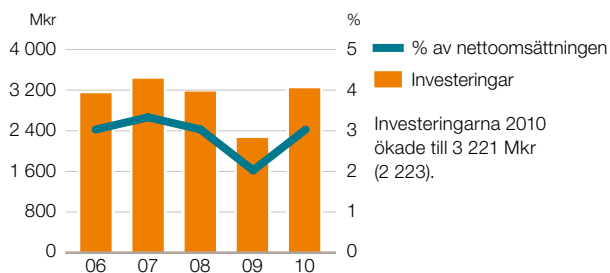
Investeringar i materiella anläggningstillgångar 2010 ökade till 3 221 Mkr (2 223). Investeringarna motsvarade 3,0% (2,0) av nettoomsättningen. Investeringarna under 2010 avsåg främst investeringar för nya produkter i Europa och Nordamerika, reinvesteringar och expansion av tillverkningskapaciteten i Brasilien.

## Kostnader för forskning och utveckling

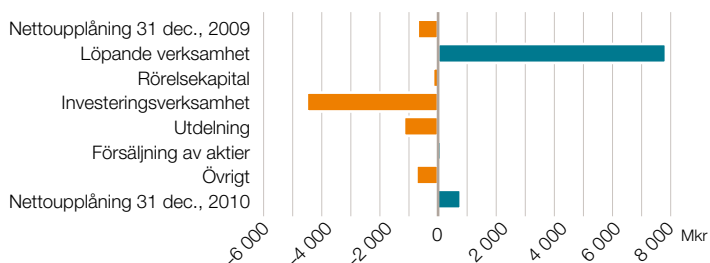
Kostnaderna för forskning och utveckling, inklusive aktiveringar på 396 Mkr (370), uppgick under året till 1 993 Mkr (1 991), motsvarande 1,9% (1,8) av nettoomsättningen. Forsknings- och utvecklingsprojekt under året avsåg främst nya produkter och designprojekt inom vitvaror i Europa, Nordamerika och Latinamerika samt inom dammsugarverksamheten.

För definitioner, se Not 30 på sidan 73.

Investeringar



Kassaflöde och förändring av nettoupplåning



# Koncernens kassaflödesanalys

Mkr	Not	2010	2009
<b>Den löpande verksamheten</b>			
Rörelseresultat		5 430	3 761
Avskrivningar		3 328	3 442
I rörelseresultatet redovisad realisationsvinst/-förlust		4	—
Omstruktureringsreserver		294	434
Aktierelaterad ersättning		73	18
Betalda finansiella poster, netto		-72	-348
Betald skatt		-1 316	-929
<b>Kassaflöde från den löpande verksamheten före förändringar av rörelsekapital</b>		<b>7 741</b>	<b>6 378</b>
<b>Förändringar av rörelsekapital</b>			
Förändring av varulager		-1 755	2 276
Förändring av kundfordringar		-216	1 209
Förändring av övriga omsättningstillgångar		-977	487
Förändring av leverantörsskulder		2 624	628
Extra inbetalningar till pensionsfonder		—	-3 935
Förändring av övriga rörelseskulder och avsättningar		263	1 254
<b>Kassaflöde från förändringar av rörelsekapital</b>		<b>-61</b>	<b>1 919</b>
<b>Kassaflöde från den löpande verksamheten</b>		<b>7 680</b>	<b>8 297</b>
<b>Investeringsverksamheten</b>			
Avyttring av verksamhet	26	7	4
Investeringar i materiella anläggningstillgångar	12	-3 221	-2 223
Aktivering av produktutveckling och mjukvaror	13	-396	-370
Övrigt		-864	-378
<b>Kassaflöde från investeringsverksamheten</b>		<b>-4 474</b>	<b>-2 967</b>
<b>Kassaflöde från den löpande verksamheten och investeringsverksamheten</b>		<b>3 206</b>	<b>5 330</b>
<b>Finansieringsverksamheten</b>			
Förändring av kortfristiga placeringar		1 306	-2 734
Förändring av kortfristiga lån		-1 768	-1 131
Långfristig nyupplåning	18	380	1 639
Amortering av långfristiga lån	18	-1 039	-1 040
Utdelning		-1 138	—
Försäljning av aktier		18	69
<b>Kassaflöde från finansieringsverksamheten</b>		<b>-2 241</b>	<b>-3 197</b>
<b>Periodens kassaflöde</b>		<b>965</b>	<b>2 133</b>
<b>Kassa och bank vid periodens början</b>		<b>9 537</b>	<b>7 305</b>
Kursdifferenser i kassa och bank		-113	99
<b>Kassa och bank vid periodens slut</b>		<b>10 389</b>	<b>9 537</b>

# Aktiekapital och ägande

## Aktiekapital och ägarstruktur

AB Electrolux aktiekapital uppgick per den 1 februari 2011 till 1 545 Mkr, motsvarande 308 920 308 aktier. Aktiekapitalet i Electrolux består av A-aktier och B-aktier. En A-aktie berättigar till en röst och en B-aktie till en tiondels röst. Samtliga aktier medför samma rätt till andel i bolagets tillgångar och vinst och berättigar till lika stor utdelning. I enlighet med den svenska aktiebolagslagen föreskriver Electrolux bolagsordning dessutom att vissa särskilda rättigheter tillkommer innehavare av aktier av olika slag om bolaget skulle ge ut nya aktier och vissa andra instrument.

I enlighet med Electrolux bolagsordning har ägare av A-aktier rätt att omvandla dessa till B-aktier. Syftet med omvandlingsklausulen är att ge innehavare av A-aktier möjlighet att uppnå förbättrad likviditet i sina aktieinnehav. Omvandlingen minskar det totala antalet röster i bolaget. Under 2010 konverterades på uppdrag av aktieägare 439 150 A-aktier till B-aktier. Totalt antal röster uppgår därefter till 39 048 843. Totalt antal aktier i bolaget uppgår till 308 920 308, av vilka 9 063 125 är A-aktier och 299 857 183 är B-aktier.

Enligt det av Euroclear Sweden AB förda ägarregistret hade Electrolux per den 31 december 2010 cirka 57 200 aktieägare. Investor AB är största ägare med 13,6% av kapitalet och 29,9% av

### Största aktieägarna

	Andel av kapital %	Andel av röster %
Investor AB	13,6	29,9
Alecta pensionsförsäkring ömsesidigt	8,4	7,8
Black Rock fonder	5,5	4,3
AMF Pensionsförsäkring	4,6	3,7
Swedbank Robur fonder	3,7	3,0
Första AP-fonden	2,2	1,8
Nordea fonder	1,9	1,5
SEB fonder	1,8	1,4
Andra AP-fonden	1,4	1,1
SHB fonder	1,4	1,1
<b>Totalt tio största ägarna</b>	<b>44,5</b>	<b>55,6</b>
Styrelse och koncernledning sammanlagt	0,06	0,05

Källa: SIS Ägarservice per den 31 december 2010 och Electrolux.

rösterna. Information om aktieägare och aktieägande uppdateras varje kvartal på koncernens hemsida [www.electrolux.com](http://www.electrolux.com).

En av koncernens pensionsstiftelser ägde per den 1 februari 2011 450 000 B-aktier i AB Electrolux.

## Electrolux har avnoterats från Londonbörsen

Electrolux avnoterades från Londonbörsen (LSE) i mars 2010. Electrolux B-aktie har varit noterad på Londonbörsen sedan 1928.

Noteringen på LSE har varit en del i en strategi för att öka det internationella ägandet i Electrolux. På grund av avregleringen av de internationella kapitalmarknaderna och det ökade utländska ägandet av aktier på Nasdaq OMX Stockholm har noteringen inte längre bedömts nödvändig. Under senare år har handeln i Electrolux-aktier på LSE varit begränsad.

Efter avnoteringen är all handel i Electrolux-aktier koncentrerad till Nasdaq OMX Nordic Market i Stockholm.

Electrolux har under de senaste åren också avnoterats från börserna i Paris, Zürich, Genève och från Nasdaq i New York.

## Bolagsordning

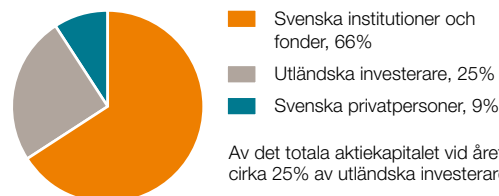
AB Electrolux bolagsordning anger att val av styrelse alltid ska äga rum på årsstämman. Frånsett detta innehåller inte bolagsordningen några bestämmelser om hur styrelseledamöter tillsätts eller avsätts eller om ändring av bolagsordningen.

En aktieägare kan rösta för det fulla antalet av honom eller henne ägda och företrädna aktierna på bolagsstämman i Electrolux. De utgivna aktierna är fritt överlåtbara, utan begränsningar, till följd av lag eller Electrolux bolagsordning. Electrolux känner inte till några avtal mellan aktieägare som kan medföra begränsningar i rätten att överlåta aktier i bolaget. Electrolux bolagsordning finns på [www.electrolux.com](http://www.electrolux.com).

## Effekter av större ägarförändringar på finansieringen

Koncernens långfristiga finansiering innehåller villkor som innebär att långgivare kan begära förtida lösen av lånen om kontrollen över bolaget förändras på ett väsentligt sätt. En sådan väsentlig kontrollförändring kan äga rum till följd av ett offentligt uppköpserbjudande.

## Ägarstruktur



## Fördelning av aktieinnehav

Innehav av aktier	Ägarandel, %	Antal aktieägare	Antal aktieägare, %
1-1 000	4,3	50 046	87,6
1 001-10 000	5,4	6 190	10,8
10 001-20 000	1,4	303	0,5
20 001-	88,9	621	1,1
<b>Totalt</b>	<b>100</b>	<b>57 160</b>	<b>100</b>

Källa: SIS Ägarservice per den 31 december 2010.

# Utdelning av medel till aktieägarna

## Förslag till utdelning

Styrelsen föreslår för 2010 en utdelning på 6,50 kronor (4,00) per aktie motsvarande en utbetalning på totalt cirka 1 850 Mkr (1 138), en ökning med cirka 60%. Den föreslagna utdelningen motsvarar cirka 40% av periodens resultat, exklusive jämförelsestörande poster. Tisdagen den 5 april 2011 föreslås som avstämningsdag för utdelningen.

Koncernens målsättning är att utdelningen ska motsvara minst 30% av årets resultat, exklusive jämförelsestörande poster. Historiskt har Electrolux utdelningsnivå varit betydligt högre än 30%. Electrolux har även en lång tradition med höga utdelningar av medel till aktieägarna inklusive återköp och inlösen av aktier.

## Återköp av egna aktier

Electrolux har tidigare förvärvat och överlåtit egna aktier, i enlighet med bemyndigande från årsstämman. Syftet med återköpsprogrammen har varit att kunna anpassa koncernens kapitalstruktur för att därmed bidra till ökat aktieägarvärde och att kunna använda återköpta aktier för att finansiera eventuella företagsförvärv samt som säkringsåtgärd för bolagets aktierelaterade incitamentsprogram.

I enlighet med styrelsens förslag beslutade årsstämman 2010 att bemyndiga styrelsen att under tiden intill årsstämman 2011 besluta om förvärv av högst så många B-aktier att bolaget efter varje förvärv innehar högst 10% av det totala antalet aktier i bolaget.

## Förslag till förnyat mandat för återköp av egna aktier

Styrelsen gör bedömningen att det allttjämt är till fördel för bolaget att kunna anpassa bolagets kapitalstruktur och därmed bidra till ökat aktieägarvärde samt att även fortsättningsvis kunna använda återköpta aktier i anledning av eventuella företagsförvärv och för bolagets aktierelaterade incitamentsprogram.

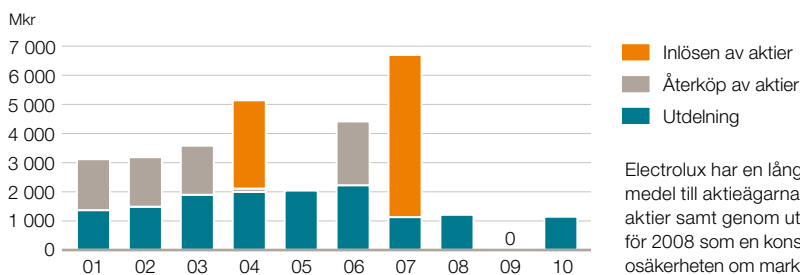
Styrelsen föreslår att årsstämman 2011 beslutar om ett förnyat återköpsmandat av aktier motsvarande det tidigare.

Den 1 februari 2011 ägde Electrolux 24 255 085 B-aktier i Electrolux, motsvarande 7,9 procent av de totalt antalet utestående aktier i bolaget.

## Antal aktier

	Utestående A-aktier	Utestående B-aktier	Aktier ägda av Electrolux	Aktier ägda av övriga aktieägare
<b>Antal aktier den 1 januari 2010</b>	<b>9 502 275</b>	<b>299 418 033</b>	<b>24 498 841</b>	<b>284 421 467</b>
Aktier sålda till ledande befattningshavare enligt reglerna i personaloptionsprogrammen	—	—	-243 756	243 756
Aktier tilldelade ledande befattningshavare enligt långsiktiga incitamentsprogram	—	—	—	—
<b>Omvandling av A-aktier till B-aktier</b>	<b>-439 150</b>	<b>439 150</b>	—	—
<b>Totalt antal aktier per den 31 december 2010</b>	<b>9 063 125</b>	<b>299 857 183</b>	<b>24 255 085</b>	<b>284 665 223</b>
<b>I % av antalet aktier</b>			<b>7,9</b>	

## Total utbetalning till aktieägarna



Electrolux har en lång tradition med höga utdelningar av medel till aktieägarna inklusive återköp och inlösen av aktier samt genom utdelningar. Ingen utdelning lämnades för 2008 som en konsekvens av det svaga resultatet och osäkerheten om marknadsutvecklingen för 2009.



# Risker och osäkerhetsfaktorer

Turbulensen på finansmarknaden och konjunkturedgången under 2008 och 2009 har inneburit att koncernens arbete med att begränsa och kontrollera risktagandet varit särskilt viktigt. Under 2010 stabiliserades situationen men det råder fortfarande stor osäkerhet på flera av koncernens marknader.

Riskerna i koncernens verksamhet kan generellt delas in i operativa risker relaterade till affärsverksamheten och risker relaterade till finansverksamheten. De operativa riskerna hanteras normalt av de operativa enheterna i koncernen medan finansiella risker hanteras av den centrala finansavdelningen.

## Risker och osäkerhetsfaktorer

Electrolux agerar på konkurrensutsatta marknader som i de flesta fall är relativt mogna. Efterfrågan på vitvaror varierar med det allmänna konjunkturläget och priskonkurrensen är hård inom flertalet produktkategorier. Electrolux förmåga att öka lönsamheten och avkastningen för aktieägarna är till stor del beroende av hur väl koncernen lyckas utveckla innovativa produkter och upprätthålla en kostnadseffektiv tillverkning. Hanteringen av prisförändringar på råmaterial och komponenter samt strukturåtgärder är väsentliga faktorer för att bibehålla och öka konkurrenskraften. Utöver dessa operativa risker är koncernen utsatt för risker relaterade till finansverksamheten som exempelvis ränterisker, finansieringsrisker, valutarisker och kreditrisker. Utvecklingen inom Electrolux påverkas starkt av ett antal omvärldsfaktorer, där de väsentligaste riskfaktorerna att hantera för närvarande är:

### Variationer i efterfrågan

Efterfrågan på vitvaror påverkas av det allmänna konjunkturläget. En försämring av konjunkturläget kan medföra förutom lägre försäljningsvolymerna också att efterfrågan förskjuts till produkter med lägre priser där marginalerna generellt är lägre. På kort sikt minskar också kapacitetsutnyttjandet i tillverkningen. Den fortsatta utvecklingen av den globala ekonomin är en osäkerhetsfaktor för resultatutvecklingen framöver.

## Priskonkurrens

På ett flertal av de marknader som Electrolux är verksamt är priskonkurrensen stark. Electrolux strategi, som är baserad på produktinnovation och varumärkesbyggande, strävar bland annat till att minimera och motverka priskonkurrens för de produkter som säljs. En fortsatt nedgång i konjunkturen ökar risken för ytterligare prispress.

## Prisförändringar på råmaterial och komponenter

De råvaror som koncernen främst är exponerad mot är stål, plaster, koppar och aluminium. Bilateral avtal används för att säkra prisriskerna på råvaror. En del av inköpen av råvaror sker på löpande basis. Det råder betydande osäkerhet om den framtida utvecklingen av priserna på råvaror.

## Tillgång till finansiering

Electrolux har en låneförfallprofil som innebär att cirka 3 300 Mkr kommer att förfalla till betalning under 2011 och 2012.

Sedan 2005 har Electrolux en ej utnyttjad garanterad kreditfacilitet på 500 miljoner EUR som förfaller 2012 och från och med tredje kvartalet 2010 ytterligare en outnyttjad garanterad kreditfacilitet på 3 400 Mkr som förfaller 2017.

För detaljerad information om

- Redovisningsprinciper för finansiella instrument, se Not 1 på sidan 32.
- Finansiell riskhantering, se Not 2 på sidan 40.
- Finansiella instrument, se Not 18 på sidan 51.

## Känslighetsanalys

Risk	Förändring		Påverkan på resultat före skatt Mkr
<b>Råmaterial</b>			
Stål	10%	+/-	900
Plaster	10%	+/-	500
<b>Valutor<sup>1)</sup> och räntor</b>			
USD/SEK	-10%	+	601
EUR/SEK	-10%	+	319
BRL/SEK	-10%	-	314
AUD/SEK	-10%	-	273
GBP/SEK	-10%	-	202
Räntenivå	1 procentenhet	+/-	60

1) Inklusive omräknings- och transaktionseffekter.

## Råvaruexponering



- Stål, 37%
- Rostfritt stål, 8%
- Plaster, 27%
- Koppar och aluminium, 13%
- Övrigt, 15%

Electrolux köpte råvaror för cirka 20 Mdr kronor under 2010. Inköp av stål var den största enskilda kostnaden.

# Anställda

## Medarbetarvision

Electrolux medarbetarvision, People Vision, syftar till att skapa en innovativ företagskultur där mångfald och enastående medarbetarprestationer driver förändringar som går utöver vad som krävs för att uppnå koncernens strategiska mål. Kulturen ska präglas av mångfald och innovation, där utveckling av innovativa produkter är en viktig del. Electrolux förmåga att konkurrera på en global marknad förutsätter mångfald. Medarbetare med varierande bakgrund skapar ökad förståelse för konsumenters behov i olika länder.

Electrolux har flera verktyg som bidrar till att medarbetarvisionen kan förverkligas, såsom ledarskapsutveckling på alla chefsnivåer, ledarskapsprogrammet Talent Management, successionplanering, den interna annonsplatsen Open Labor Market och det nätbaserade utvärderingsverktyget Employee Engagement Survey.

## Uppförandekod för arbetsplatsen

Koncernen har en uppförandekod för arbetsplatsen som definierar högt ställda krav på arbetsförhållanden för alla Electrolux-anställda i samtliga länder och affärssektorer. Koden omfattar frågor såsom barn- och tvångsarbete, hälsa och säkerhet, anställdas rättigheter samt uppfyllande av miljökrav.

## Antal anställda

Det genomsnittliga antalet anställda 2010 uppgick till 51 544 (50 633), varav 2 296 (2 445) i Sverige. Ökningen beror främst på tillväxt i Brasilien. Vid årets slut var det totala antalet anställda 50 920 (51 075).

Löner och ersättningar uppgick under året till 12 678 Mkr (13 162), varav i Sverige 1 053 Mkr (973).

## Förslag till ersättningsprinciper för koncernledningen

Styrelsen föreslår följande riktlinjer för ersättningar och andra anställningsvillkor för VD och koncernchef samt övriga medlemmar av Electrolux koncernledning till årsstämman 2011. De föreslagna riktlinjerna för 2011 är i allt väsentligt i enlighet med de riktlinjer som antogs av årsstämman 2010.

Riktlinjerna ska tillämpas på anställningsavtal som ingås efter årsstämman 2011 samt även på ändringar i gällande anställningsavtal som görs därefter.

Ersättningar till VD och koncernchef beslutas av styrelsen i AB Electrolux baserat på rekommendation av Electrolux ersättningsutskott. Ersättningar till övriga medlemmar i koncernledningen beslutas av Electrolux ersättningsutskott och rapporteras till styrelsen.

Electrolux ska sträva efter att erbjuda en total ersättning som är rimlig och konkurrenskraftig i förhållande till det som gäller i respektive koncernledningsmedlems anställningsland eller region. Ersättningsvillkoren ska betona "betalning efter prestation" och variera i förhållande till den enskildes prestationer och koncernens resultat. Den totala ersättningen till koncernledningen kan bestå av de komponenter som anges nedan.

För en detaljerad beskrivning av ersättningar till koncernledningen och därtillhörande kostnader, se Not 27 på sidan 65.

## Fast ersättning

Den årliga grundlönen ska vara konkurrenskraftig på den relevanta marknaden och avspegla det ansvar som arbetet medför. Lönenivåerna ska ses över regelbundet (vanligen årligen) för att säkerställa fortsatt konkurrenskraft och för att belöna individuella prestationer.

## Rörlig ersättning

Enligt principen "betalning efter prestation" ska den rörliga lönen utgöra en betydande del av den totala ersättningen för koncernledningen. Rörlig lön ska alltid mätas mot förutbestämda mål samt ha en maximinivå över vilken ingen ersättning utfaller.

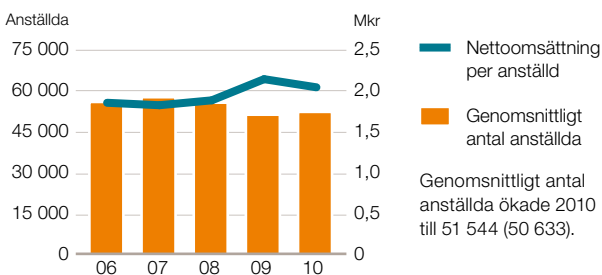
Rörlig lön ska huvudsakligen relatera till finansiella mål, såväl till kortsiktiga prestationsmål (upp till 1 år) som till långsiktiga prestationsmål (3 år eller längre).

Prestationerna kan också mätas mot icke-finansiella mål för att därigenom uppnå fokus på aktiviteter i enlighet med Electrolux strategiska planer eller för att förtydliga att en egen investering i Electrolux-aktier eller annat åtagande krävs. Målen ska vara specifika, tydliga, mätbara och tidsbundna och ska fastställas av styrelsen.

Antal anställda

<b>Genomsnittligt antal anställda 2009</b>	<b>50 633</b>
Antal anställda i avyttrade verksamheter	-139
Strukturprogram	-3 589
Övriga förändringar	4 639
<b>Genomsnittligt antal anställda 2010</b>	<b>51 544</b>

Anställda



### Kortsiktiga incitament (STI)

Medlemmar av koncernledningen ska delta i en STI-plan, enligt vilken de kan erhålla rörlig lön. Ersättningen för STI ska i huvudsak baseras på finansiella mål. Dessa ska utformas baserade på det årliga finansiella resultatet för koncernen och vad avser sektorcheferna, resultatet för den sektor för vilken han eller hon är ansvarig.

Storleken på det möjliga STI-utfallet ska vara beroende av position och får uppgå till högst 100% av grundlönen. Detta gäller även för verkställande direktören och koncernchefen. Med beaktande av rådande marknadsförhållanden får det möjliga STI-utfallet för medlemmar av koncernledningen i USA uppgå till högst 150% av grundlönen vid uppnående av maximinivån. Vid uppnående av målnivån får de vara berättigade till högst 100% av grundlönen.

### Långsiktiga incitament

Styrelsen kommer att på årlig basis utvärdera huruvida ett långsiktigt incitamentsprogram ska föreslås årsstämman eller inte. Långsiktiga incitamentsprogram ska alltid utformas med syftet att ytterligare stärka deltagarnas samt Electrolux aktieägares gemensamma intresse av en bra, långsiktig utveckling för Electrolux.

För en detaljerad beskrivning av samtliga program och därtillhörande kostnader, se Not 27 på sidan 65.

### *Förslag till ett prestationsbaserat långsiktigt aktieprogram 2011*

Styrelsen kommer att föreslå årsstämman 2011 att ett prestationsbaserat, långsiktigt aktieprogram införs för 2011. Programmet föreslås baseras på prestationsmål för koncernens genomsnittliga årliga ökning av vinst per aktie och föreslås omfatta cirka 170 ledande befattningshavare och nyckelpersoner. För att delta i programmet ska deltagarna spara pengar under 2011 för att förvärva Electrolux B-aktier. Förutom prestationsbaserade aktier kommer 2011-års aktieprogram också att ge deltagaren matchningsaktier utan kostnad för de aktier som förvärvats förutsatt att deltagaren fortfarande är anställd i bolaget den sista dagen av mätperioden och har full äganderätt till aktierna som förvärvats enligt programmet. För varje förvärvat aktie erhåller deltagaren under 2014 ytterligare en aktie utan kostnad.

Detaljerad information om programmet lämnas inför årsstämman 2011.

### Extraordinära arrangemang

Utöver STI och LTI kan ytterligare rörlig ersättning utgå vid extraordinära omständigheter, förutsatt att sådana extraordinära arrangemang utöver vad som anges ovan om mål har till syfte att rekrytera eller behålla personal, att sådana arrangemang enbart görs på individnivå, att de aldrig överstiger tre (3) gånger grundlönen och att de ska intjänas och/eller betalas ut i delbetalningar under en period om minst två (2) år.

### Försäkringsbara förmåner

Ålderspension, sjukförmåner och medicinska förmåner ska utformas så att de återspeglar regler och praxis i hemlandet. Om möjligt ska pensionsplanerna vara avgiftsbestämda. I individuella fall, beroende på de skatte- och/eller socialförsäkringslagar som gäller för personen, kan andra pensionsplaner eller pensionslösningar tillämpas.

### Andra förmåner

Andra förmåner kan tillhandahållas enskilda medlemmar eller hela koncernledningen. Dessa förmåner ska inte utgöra en väsentlig del av den totala ersättningen.

### Uppsägningstid och avgångsvederlag

Uppsägningstiden ska vara tolv månader vid uppsägning på bolaget initiativ och sex månader vid uppsägning på koncernledningsmedlemmens initiativ.

I individuella fall kan avgångsvederlag utgå utöver nämnd uppsägningstid. Avgångsvederlag kan enbart komma att betalas ut efter uppsägning från Electrolux sida eller när en medlem i koncernledningen säger upp sig på grund av en väsentlig förändring i sin arbetssituation, vilken får till följd att han eller hon inte kan utföra ett fullgott arbete. Detta kan till exempel vara fallet vid en väsentlig ägarförändring i Electrolux i kombination med förändringar i organisationen och/eller förändringar av ansvarsområde.

Avgångsvederlag kan för individen innebära en förlängning av grundlönen för en period upp till tolv månader efter anställningsavtalets upphörande; inga andra förmåner ska ingå. Sådana utbetalningar ska reduceras med ett värde motsvarande den inkomst som personen under en period av upp till tolv månader tjänar från andra inkomstkällor, antingen från anställning eller från annan fristående verksamhet.

### Avvikelse från riktlinjerna

Styrelsen ska vara berättigad att avvika från dessa riktlinjer om det i ett enskilt fall finns särskilda skäl för det.

## Förändringar i koncernledningen

För att påskynda genomförandet av koncernens strategi baserad på innovativa produkter, investeringar i Electrolux-varumärket och en konkurrenskraftig kostnadsposition, utnämndes nya medlemmar i koncernledningen från och med den 1 februari 2011. Dessa tre nya utnämningar kommer att göra det möjligt för koncernen att snabbare utveckla nya produkter och att fortsätta att dra fördel av sin samlade globala styrka.

*Jonas Samuelson har utsetts till Chief Operations Officer och chef för Global Operations inom Vitvaror*

Utöver sitt nuvarande ansvar som ekonomi- och finansdirektör efterträder Jonas Samuelson Keith McLoughlin i dennes tidigare roll som Chief Operations Officer och chef för Global Operations inom Vitvaror.

*Jan Brockmann har utsetts till Chief Technology Officer*

Jan Brockmann har utsetts till Chief Technology Officer med globalt ansvar för koncernens teknikutveckling. Jan Brockmann rapporterar till VD och ingår i koncernledningen. Han anställdes i Electrolux i mars 2010. Jan Brockmann kommer närmast från Volkswagen Group.

*MaryKay Kopf har utsetts till Chief Marketing Officer*

MaryKay Kopf, som för närvarande är ansvarig för marknadsföring inom Electrolux Vitvaror Nordamerika, kommer i sin roll som Chief Marketing Officer att ansvara för koncernens varumärken, marknadsföring och design. MaryKay Kopf rapporterar till VD och ingår i koncernledningen. Hon har arbetat i Electrolux sedan 2003.

*VD och koncernchef Hans Stråberg har lämnat Electrolux och efterträts av Keith McLoughlin*

Hans Stråberg meddelade i september 2010 Electrolux styrelse att han avsåg att lämna Electrolux efter 27 år i bolaget och nio år som VD och koncernchef. Han lämnade Electrolux den 31 december 2010. Samtidigt lämnade han sitt styrelseuppdrag i Electrolux.

Keith McLoughlin efterträdde Hans Stråberg. Keith McLoughlin var Chief Operations Officer och globalt ansvarig för forskning och utveckling, tillverkning och inköp för koncernens vitvaror. Han var tidigare chef för Vitvaror Nordamerika och började på Electrolux 2003.

*Henrik Bergström har utsetts till chef för Dammsugare och små hushållsapparater*

Henrik Bergström utsågs till ny chef för Dammsugare och små hushållsapparater i augusti 2010 efter Morten Falkenberg. Henrik Bergström har tidigare haft flera ledande befattningar inom Electrolux. Vitvaror Nordamerika och Latinamerika. Han har arbetat inom Electrolux sedan 1997.

## Globala initiativ

Som tidigare tillkännagivits i samband med koncernens kapitalmarknadsdag i november 2010, kommer Electrolux genom globala initiativ att ytterligare reducera kostnader genom att dra fördel av sin globala styrka och räckvidd. Detta ska uppnås genom att tillvarata synergier, öka modulariseringen och optimera de globala inköpen. Initiativen beräknas ge besparingar på cirka 2,0–2,5 miljarder kronor per år med fullt genomslag från och med 2015, vilket kommer att bidra till att bibehålla Electrolux konkurrenskraft. Kostnaderna för dessa globala satsningar beräknas till cirka 500 Mkr per år under 2011 och 2012.

## Asbestmål i USA

Koncernen är involverad i pågående rättsprocesser i USA avseende asbest. Nästan alla målen hänför sig till externt inköpta komponenter som använts i industriella produkter tillverkade före tidigt 1970-tal i verksamheter som inte längre ägs av Electrolux. Målen involverar käranden som framställt likartade krav mot ett flertal andra bolag som inte ingår i Electrolux-koncernen.

Per den 31 december 2010 uppgick antalet pågående mål till 2 800 (2 818) med totalt cirka 3 050 (cirka 3 120) käranden. Under 2010 tillkom 842 nya mål med 842 käranden och 860 mål med cirka 915 käranden avfördes.

Koncernen träffade 2007 ett avtal med flera av försäkringsbolagen som har utfärdat allmän ansvarsförsäkring till vissa tidigare ägda bolag som tillverkat industriella produkter varav några påstås ha innehållit asbest. Enligt avtalet ska försäkringsbolagen ersätta koncernen för en del av de historiska och framtida kostnaderna för asbestrelaterade stämningar som hänför sig till de aktuella produkterna. Avtalsperioden är inte begränsad men avtalet kan sägas upp med 60 dagars uppsägningstid. Om avtalet upphör att gälla återgår parterna till de rättigheter och skyldigheter de har under de berörda försäkringspoliserna.

Ytterligare stämningar mot Electrolux kan tillkomma i framtiden. Det är inte möjligt att förutsäga vare sig antalet framtida mål eller antalet käranden som framtida mål kan innebära. Utgången av asbestkrav är dessutom i sig osäker och alltid svår att förutse. Electrolux kan inte lämna någon försäkran om att utgången av denna typ av krav inte kan komma att ha en väsentligt negativ inverkan på verksamheten eller framtida resultat.

### **Miljöarbete**

Vid årets slut 2010 bedrev Electrolux tillverkning vid 49 anläggningar i 16 länder. Tillverkningen består huvudsakligen av montering av komponenter från underleverantörer. Övriga processer omfattar bearbetning av plåt, formning av plast, lackering och emaljering.

Kemikalier, såsom smörj- och rengöringsmedel, används som processhjälpmedel. Kemikalier som ingår i produkterna omfattar isoleringsmaterial samt färg och emalj. Miljöpåverkan från produktionsprocesserna sker via användning av energi och vatten, samt i form av utsläpp till vatten och luft, fast avfall samt buller.

Studier av den totala miljöpåverkan av koncernens produkter över livscykeln, det vill säga från produktion och användning till återvinning, visar att den största miljöpåverkan sker under användningen av produkterna. Electrolux strategi är att utveckla och aktivt medverka till att öka försäljningen av produkter med mindre miljöpåverkan.

### **Tillstånd och anmälningsplikt i Sverige och andra länder**

Electrolux driver fyra fabriker i Sverige. För dessa anläggningar, som totalt svarar för cirka 3% av det totala tillverkningsvärdet, krävs myndighetstillstånd. För tre av dem krävs anmälningsplikt. Tillstånden avser till exempel maxvärden eller gränsvärden för luft och vattenutsläpp och bullernivåer. Inga väsentliga förelägganden enligt Miljöbalken har förekommit under 2010.

Tillverkande enheter i andra länder anpassar verksamheten, ansöker om nödvändiga tillstånd och rapporterar till myndigheter i enlighet med lokal lagstiftning. Koncernen tillämpar en försiktighetspolicy när det gäller förvärv av nya fabriker och pågående verksamheter. Risker för avvikelser, tvister eller händelser som kan utgöra en materiell finansiell risk rapporteras till koncernnivå enligt koncernens policy. Dessa säkerhetsrutiner har under året inte påvisat några väsentliga händelser 2010.

Electrolux produkter påverkas av lagstiftning på olika marknader, främst i form av energiförbrukning, producentansvar för återvinning samt begränsning och hantering av farliga ämnen. Electrolux bevakar kontinuerligt förändringar i lagstiftning och produktutveckling och tillverkningen anpassas till dessa förändringar.



# Moderbolagets resultaträkning

## Resultaträkning

Mkr	Not	2010	2009
<b>Nettoomsättning</b>		<b>5 989</b>	<b>5 928</b>
Kostnad för sålda varor		-4 506	-4 368
<b>Bruttoresultat</b>		<b>1 483</b>	<b>1 560</b>
Försäljningskostnader		-923	-865
Administrationskostnader		-620	-367
Övriga rörelseintäkter	5	379	160
Övriga rörelsekostnader	6	-106	-1 083
<b>Rörelseresultat</b>		<b>213</b>	<b>-595</b>
Finansiella intäkter	9	3 251	3 989
Finansiella kostnader	9	-29	-233
<b>Finansiella poster, netto</b>		<b>3 222</b>	<b>3 756</b>
<b>Resultat efter finansiella poster</b>		<b>3 435</b>	<b>3 161</b>
Bokslutsdispositioner	21	55	20
<b>Resultat före skatt</b>		<b>3 490</b>	<b>3 181</b>
Skatt	10	-283	174
<b>Årets resultat</b>		<b>3 207</b>	<b>3 355</b>

## Rapport över totalresultat

Mkr	Not	2010	2009
<b>Årets resultat</b>		<b>3 207</b>	<b>3 355</b>
<b>Övrigt totalresultat</b>			
Finansiella tillgångar tillgängliga för försäljning		77	138
Kassaflödessäkringar		-7	-14
Koncernbidrag		198	45
Förändring i omvärderingsfond		-	-2
Inkomstskatt relaterad till övrigt totalresultat		-45	-12
<b>Övrigt totalresultat, netto efter skatt</b>		<b>223</b>	<b>155</b>
<b>Periodens totalresultat</b>		<b>3 430</b>	<b>3 510</b>

I moderbolaget ingår huvudkontorets funktioner och fem bolag som bedriver verksamhet i kommission för AB Electrolux.

Moderbolagets nettoomsättning 2010 uppgick till 5 989 Mkr (5 928), varav 3 396 Mkr (3 243) avsåg försäljning till koncernbolag och 2 593 Mkr (2 685) försäljning till utomstående kunder. Större delen av moderbolagets försäljning gick till kunder inom Europa. Efter bokslutsdispositioner på 55 Mkr (20) och skatter på -283 Mkr (174) uppgick årets resultat till 3 207 Mkr (3 355).

Fritt eget kapital i moderbolaget uppgick vid årets slut till 15 089 Mkr.

De finansiella kursdifferenserna uppgick netto till 497 Mkr (455).

I koncernen uppstår normalt ingen resultat effekt genom händelserna ovan eftersom kursdifferenserna förs mot den omräkningsdifferens, det vill säga förändring av övrigt totalresultat, som uppkommer när de utländska dotterbolagens nettotillgångar omräknas till svenska kronor till balansdagens kurs.

Koncernbidrag under 2010 uppgick till 198 Mkr (45). Koncernbidrag efter skatt uppgick till 146 Mkr (33) och redovisas i övrigt totalresultat. Se förändring i eget kapital nedan. Inkomstskatt avseende koncernbidrag ingår i övrigt totalresultat med -52 Mkr (-12). Inkomstskatt avseende kassaflödessäkringar ingår i övrigt totalresultat med 7 Mkr (0).

För uppgifter om antal anställda samt löner och ersättningar, se Not 27 på sidan 65. Beträffande koncernens innehav av aktier och andelar, se Not 29 på sidan 71.

# Moderbolagets balansräkning

Mkr	Not	31 december 2010	31 december 2009
<b>TILLGÅNGAR</b>			
<b>Anläggningstillgångar</b>			
Immateriella anläggningstillgångar	13	1 630	1 363
Materiella anläggningstillgångar	12	262	278
Uppskjutna skattefordringar		3	167
Finansiella anläggningstillgångar	14	26 622	25 093
<b>Summa anläggningstillgångar</b>		<b>28 517</b>	<b>26 901</b>
<b>Omsättningstillgångar</b>			
Varulager	15	140	102
Fordringar hos koncernföretag		11 378	12 004
Kundfordringar		404	319
Derivatinstrument inom koncernen		1 059	801
Derivatinstrument		386	376
Övriga fordringar		226	86
Förutbetalda kostnader och upplupna intäkter		87	113
Kortfristiga placeringar		998	2 934
Kassa och bank		5 266	3 869
<b>Summa omsättningstillgångar</b>		<b>19 944</b>	<b>20 604</b>
<b>Summa tillgångar</b>		<b>48 461</b>	<b>47 505</b>
<b>EGET KAPITAL OCH SKULDER</b>			
<b>Eget kapital</b>			
<b>Bundet eget kapital</b>			
Aktiekapital	20	1 545	1 545
Reservfond		3 017	3 017
		<b>4 562</b>	<b>4 562</b>
<b>Fritt eget kapital</b>			
Balanserad vinst		11 882	9 339
Årets resultat		3 207	3 355
		<b>15 089</b>	<b>12 694</b>
<b>Summa eget kapital</b>		<b>19 651</b>	<b>17 256</b>
<b>Obeskattade reserver</b>	21	<b>629</b>	<b>684</b>
<b>Avsättningar</b>			
Avsättningar för pensioner och liknande förpliktelser	22	370	374
Övriga avsättningar	23	246	210
<b>Summa avsättningar</b>		<b>616</b>	<b>584</b>
<b>Långfristiga skulder</b>			
Obligationslån		4 686	5 803
Övriga långfristiga lån		3 150	3 709
<b>Summa långfristiga skulder</b>		<b>7 836</b>	<b>9 512</b>
<b>Kortfristiga skulder</b>			
Skulder till koncernföretag		16 044	16 328
Leverantörsskulder		502	321
Skatteskuld		160	—
Övriga skulder		79	75
Kortfristig upplåning		960	926
Derivatinstrument inom koncernen		444	535
Derivatinstrument		458	341
Upplupna kostnader och förutbetalda intäkter	24	1 082	943
<b>Summa kortfristiga skulder</b>		<b>19 729</b>	<b>19 469</b>
<b>Summa skulder och avsättningar</b>		<b>28 181</b>	<b>29 565</b>
<b>Summa eget kapital och skulder</b>		<b>48 461</b>	<b>47 505</b>
<b>Ställda säkerheter</b>	19	<b>5</b>	<b>4</b>
<b>Ansvarsförbindelser</b>	25	<b>1 608</b>	<b>1 818</b>

# Moderbolagets förändring av eget kapital

Mkr	Bundet eget kapital		Fritt eget kapital		Totalt eget kapital
	Aktiekapital	Reservfond	Fond för verkligt värde	Balanserade vinstmedel	
<b>Ingående balans 1 januari 2009</b>	<b>1 545</b>	<b>3 017</b>	<b>-104</b>	<b>9 214</b>	<b>13 672</b>
<b>Periodens resultat</b>	—	—	—	<b>3 355</b>	<b>3 355</b>
Finansiella tillgångar tillgängliga för försäljning	—	—	138	—	138
Förändring i omvärderingsfond	—	—	—	-2	-2
Kassaflödessäkringar	—	—	-14	—	-14
Koncernbidrag	—	—	—	45	45
Inkomstskatt relaterat till övrigt totalresultat	—	—	—	-12	-12
<b>Övrigt totalresultat, netto efter skatt</b>	—	—	<b>124</b>	<b>31</b>	<b>155</b>
<b>Periodens totalresultat</b>	—	—	<b>124</b>	<b>3 386</b>	<b>3 510</b>
Aktierelaterad ersättning	—	—	—	5	5
Försäljning av aktier	—	—	—	69	69
<b>Totala transaktioner med aktieägare</b>	—	—	—	<b>74</b>	<b>74</b>
<b>Utgående balans 31 december 2009</b>	<b>1 545</b>	<b>3 017</b>	<b>20</b>	<b>12 674</b>	<b>17 256</b>
<b>Periodens resultat</b>	—	—	—	<b>3 207</b>	<b>3 207</b>
Finansiella tillgångar tillgängliga för försäljning	—	—	77	—	77
Kassaflödessäkringar	—	—	-7	—	-7
Koncernbidrag	—	—	—	198	198
Inkomstskatt relaterat till övrigt totalresultat	—	—	7	-52	-45
<b>Övrigt totalresultat, netto efter skatt</b>	—	—	<b>77</b>	<b>146</b>	<b>223</b>
<b>Periodens totalresultat</b>	—	—	<b>77</b>	<b>3 353</b>	<b>3 430</b>
Aktierelaterad ersättning	—	—	—	85	85
Försäljning av aktier	—	—	—	18	18
Utdelning 4,00 kr per aktie	—	—	—	-1 138	-1 138
<b>Totala transaktioner med aktieägare</b>	—	—	—	<b>-1 035</b>	<b>-1 035</b>
<b>Utgående balans 31 december 2010</b>	<b>1 545</b>	<b>3 017</b>	<b>97</b>	<b>14 992</b>	<b>19 651</b>

# Moderbolagets kassaflödesanalys

Mkr	2010	2009
<b>Den löpande verksamheten</b>		
Resultat efter finansiella poster	3 435	3 161
Avskrivningar	255	222
I rörelseresultatet redovisad realisationsvinst/-förlust	66	926
Betald skatt	-5	-4
<b>Kassaflöde från den löpande verksamheten före förändring av rörelsekapital</b>	<b>3 751</b>	<b>4 305</b>
<b>Förändringar av rörelsekapital</b>		
Förändring av varulager	-38	135
Förändring av kundfordringar	-85	52
Förändring av koncernfordringar	1 059	386
Förändring av övriga omsättningstillgångar	-124	991
Förändring av övriga rörelseskulder och avsättningar	473	-237
<b>Kassaflöde från förändringar av rörelsekapital</b>	<b>1 285</b>	<b>1 327</b>
<b>Kassaflöde från den löpande verksamheten</b>	<b>5 036</b>	<b>5 632</b>
<b>Investeringsverksamheten</b>		
Förändring av aktier och andelar	-1 441	-1 037
Investeringar i immateriella anläggningstillgångar	-448	-394
Investeringar i materiella anläggningstillgångar	-114	-21
Övrigt	-21	201
<b>Kassaflöde från investeringsverksamheten</b>	<b>-2 024</b>	<b>-1 251</b>
<b>Kassaflöde från den löpande verksamheten och investeringsverksamheten</b>	<b>3 012</b>	<b>4 381</b>
<b>Finansieringsverksamheten</b>		
Förändring av kortfristiga investeringar	1 936	-2 718
Förändring av kortfristiga lån	-628	123
Förändring av koncerninterna lån	-868	-2 110
Nya långfristiga lån	-	1 531
Amortering av långfristiga lån	-1 014	-1 441
Utdelning	-1 138	-
Försäljning av aktier	97	58
<b>Kassaflöde från finansieringsverksamheten</b>	<b>-1 615</b>	<b>-4 557</b>
<b>Årets kassaflöde</b>	<b>1 397</b>	<b>-176</b>
<b>Likvida medel vid årets början</b>	<b>3 869</b>	<b>4 045</b>
<b>Likvida medel vid årets slut</b>	<b>5 266</b>	<b>3 869</b>

# Noter

<b>Not</b>		<b>Sida</b>
<b>Not 1</b>	Redovisnings- och värderingsprinciper	32
<b>Not 2</b>	Finansiell riskhantering	40
<b>Not 3</b>	Redovisning per segment	43
<b>Not 4</b>	Nettoomsättning och rörelseresultat	44
<b>Not 5</b>	Övriga rörelseintäkter	44
<b>Not 6</b>	Övriga rörelsekostnader	44
<b>Not 7</b>	Jämförelsestörande poster	45
<b>Not 8</b>	Leasing	45
<b>Not 9</b>	Finansiella intäkter och finansiella kostnader	45
<b>Not 10</b>	Skatt	46
<b>Not 11</b>	Övrigt totalresultat	47
<b>Not 12</b>	Materiella anläggningstillgångar	47
<b>Not 13</b>	Goodwill och övriga immateriella anläggningstillgångar	48
<b>Not 14</b>	Övriga anläggningstillgångar	50
<b>Not 15</b>	Varulager	50
<b>Not 16</b>	Övriga tillgångar	50
<b>Not 17</b>	Kundfordringar	50
<b>Not 18</b>	Finansiella instrument	51
<b>Not 19</b>	Ställda säkerheter för skulder till kreditinstitut	58
<b>Not 20</b>	Aktiekapital, antal aktier och vinst per aktie	58
<b>Not 21</b>	Obeskattade reserver, moderbolaget	59
<b>Not 22</b>	Ersättningar efter avslutad anställning	59
<b>Not 23</b>	Övriga avsättningar	63
<b>Not 24</b>	Övriga skulder	64
<b>Not 25</b>	Ansvarsförbindelser	64
<b>Not 26</b>	Köpta och sålda verksamheter	64
<b>Not 27</b>	Anställda och ersättningar	65
<b>Not 28</b>	Arvoden till revisorer	70
<b>Not 29</b>	Aktier och andelar i intressebolag	71
<b>Not 30</b>	Definitioner	73
	Förslag till vinstdisposition	74
	Revisionsberättelse	75



# Noter

## NOT 1 Redovisnings- och värderingsprinciper

### Grunder för upprättande av redovisningen

Koncernredovisningen upprättas med tillämpning av International Financial Reporting Standards (IFRS) sådana de antagits av EU. Koncernredovisningen har upprättats enligt anskaffningsvärde-metoden förutom vad beträffar omvärderingen av finansiella tillgångar som kan säljas samt finansiella tillgångar och skulder (inklusive derivatinstrument) värderade till verkligt värde via resultaträkningen. Vissa ytterligare tilläggsupplysningar lämnas i enlighet med Rådet för finansiell rapporterings rekommendation RFR 1 samt Årsredovisningslagen. I enlighet med IAS 1 tillämpar Electrolux-koncernens bolag enhetliga redovisningsprinciper, oavsett lokal lagstiftning. De beskrivs i Electrolux redovisningsmanual, som i alla avseenden uppfyller IFRS krav. Nedanstående principer har genomgående tillämpats för samtliga år som årsredovisningen omfattar med undantag för vid nya redovisningsstandarder där tillämpningen följer reglerna i respektive standard. För mer information om nya standarder, se avsnittet om nya eller ändrade redovisningsstandarder på sidan 37.

Moderbolagets redovisning är upprättad enligt samma redovisningsprinciper som för koncernen med undantag för vad som beskrivs i avsnittet Moderbolagets redovisningsprinciper.

Årsredovisningen godkändes för utfärdande av styrelsen den 1 februari 2011. Balansräkningarna och resultaträkningarna kommer att fastställas av årsstämman den 31 mars 2011.

### Koncernredovisning

Koncernredovisningen är upprättad med tillämpning av förvärvs-metoden. Metoden innebär att de tillgångar och skulder samt eventualförpliktelser som förvärvade bolag äger vid förvärvstillfället värderas för att fastställa deras koncernmässiga anskaffningsvärde.

Anskaffningskostnaden för ett förvärv utgörs av verkligt värde på tillgångar som lämnats som ersättning, emitterade egetkapitalinstrument och uppkomna eller övertagna skulder per överlåtelse-dagen.

Förvärvslikviden inkluderar verkligt värde av tillgångar eller skulder till följd av avtal om tilläggsköpeskilling. Utgifter direkt hänförliga till förvärvet kostnadsförs löpande. Minoritetsintressen i det förvärvade bolaget redovisas antingen till verkligt värde eller som minoritetens proportionerliga andel av det förvärvade bolagets nettotillgångar. Metoden för redovisning av minoriteten väljs förvärv för förvärv.

Om förvärvskostnaden och värdet av minoritetsintresset samt verkligt värde vid förvärvstidpunkten av tidigare ägd andel överstiger verkligt värde på de förvärvade nettotillgångarna redovisas skillnaden som goodwill.

Om verkligt värde på de förvärvade nettotillgångarna överstiger förvärvskostnaden ska förvärvaren på nytt identifiera och värdera de förvärvade tillgångarna. Eventuellt kvarstående överskott vid en omvärdering ska omedelbart resultatföras.

Koncernens konsoliderade finansiella rapporter inkluderar de finansiella rapporterna för moderbolaget och dess direkt eller indirekt ägda dotterbolag efter:

- eliminering av koncerninterna transaktioner och orealiserade koncerninterna vinster i lager och
- avskrivning av förvärvade övervärden.

### Definition av koncernbolag

Koncernens finansiella rapporter omfattar AB Electrolux och samtliga bolag där moderbolaget har rätt att utforma bolagets finansiella och operativa strategier, vilket normalt innebär att moderbolaget äger mer än 50% av röstetalet för samtliga aktier och andelar. När koncernen upphör att ha kontroll eller bestämmande inflytande över en enhet värderas resterande innehav till verkligt värde och förändringen i värdet redovisas i resultaträkningen.

Vad avser bolag som tillkommit eller avyttrats under året gäller följande:

- Bolag som förvärvats under året har medtagits i koncernens resultaträkning från och med att kontroll erhållits.
- Bolag som avyttrats under året ingår i koncernens resultaträkning fram till dess att Electrolux kontroll upphört.

Antalet rörelsedrivande enheter i koncernen uppgick vid årsskiftet till 230 (244). Det totala antalet bolag vid samma tidpunkt var 149 (155).

### Intressebolag

Alla bolag där koncernen har betydande inflytande, men som inte kontrolleras av koncernen, i allmänhet sådana bolag där koncernen äger mellan 20% och 50% av röstetalet, betraktas som intressebolag och redovisas enligt kapitalandelsmetoden. Metoden innebär att koncernens andel av intressebolagets resultat efter skatt redovisas såsom en del av koncernens resultat. Koncernens andel i intressebolagets övriga totalresultat redovisas såsom en del av koncernens övriga totalresultat. Investeringar i intressebolag upptas initialt till anskaffningskostnad och därefter ökat eller minskat med koncernens andel i intressebolagets resultat efter förvärvsdagen. Om koncernens andel av förlusten i ett intressebolag motsvarar eller överstiger andelen i intressebolaget redovisas ytterligare förluster i koncernredovisningen endast i den mån koncernen har åtaganden för intressebolaget, eller har gjort utbetalningar för intressebolagets räkning. Eventuell vinst eller förlust vid transaktioner med intressebolag redovisas i den mån utomstående investerare har intressen i bolaget.

## Transaktioner med närstående

Alla transaktioner med närstående sker till marknadspriser.

## Omräkning av utländsk valuta

Transaktioner i utländsk valuta har omräknats till funktionell valuta till transaktionsdagens kurs.

Finansiella tillgångar och skulder denominerade i utländsk valuta värderas till balansdagens kurs. Kursdifferenser som uppstår redovisas i periodens resultat, förutom den del som utgör en effektiv säkring av nettoinvesteringar, där redovisning sker mot övrigt totalresultat.

Koncernredovisningen är upprättad i svenska kronor (SEK), som är moderbolagets funktionella valuta och presentationsvaluta.

Balansräkningarna i utländska dotterbolag har omräknats till SEK till balansdagens kurs. Resultaträkningarna har omräknats till årets genomsnittskurs. Den omräkningsdifferens som uppkommer i samband med valutaomräkningen förs till övrigt totalresultat.

Koncernen använder terminskontrakt och lån i utländska valutor för att säkra vissa utländska nettoinvesteringar. Kursdifferenser som uppstår på dessa förs till koncernens övriga totalresultat till den del de motsvaras av omräkningsdifferenser.

Vid avyttring, helt eller delvis, av en utlandsverksamhet redovisas valutakursdifferenser, som tidigare förts till övrigt totalresultat, i periodens resultat som en del av vinst eller förlust på avyttringen.

Goodwill och justeringar till verkligt värde som uppstår vid förvärv av ett utländskt bolag behandlas som tillgångar och skulder i det utländska bolaget och omräknas till balansdagens kurs.

## Segementsrapportering

Koncernen har fem rörelsesegment. Segmenten är identifierade utifrån koncernens två huvudsakliga affärsområden, Konsumentprodukter och Professionella Produkter. Konsumentprodukter är indelade i fyra regioner som alla är separata rörelsesegment. För professionella produkter har två segment slagits samman till ett rörelsesegment i enlighet med reglerna för sammanslagning. Segmenten följs regelbundet upp av verkställande direktör och koncernchef som är koncernens högsta verkställande beslutsfattare.

Segmenten ansvarar för rörelseresultat och de nettotillgångar som används i deras verksamheter, medan finansnetto och skatter liksom nettoupplåning och eget kapital inte rapporteras per segment. Rörelseresultat och nettotillgångar för segmenten konsolideras enligt samma principer som för koncernen totalt. Segmenten består av separata bolag och divisioner inom bolag med flera segment. I de senare sker viss allokering av kostnader och nettotillgångar. Rörelsekostnader som inte ingår i segmenten redovisas under posten Koncerngemensamma kostnader och omfattar koncerngemensamma funktioner inklusive koncernledning och centrala staber.

Försäljning mellan segment sker på marknadsmässiga villkor och till marknadspriser.

## Intäktsredovisning

Försäljningsintäkter redovisas med avdrag för mervärdesskatt, särskilda varuskatter, returer och rabatter. Intäkter härrör från försäljning av färdiga produkter och service. Försäljningsintäkter

redovisas när de väsentliga riskerna och förmånerna som medföljer äganderätten till varan övergått till köparen och när koncernen inte längre är i besittning av eller har kontroll över varan och intäkten kan mätas på ett tillförlitligt sätt. Detta innebär att intäkterna redovisas när varan ställts till kundens förfogande i enlighet med överenskomna leveransvillkor. Intäkter från utförda tjänster, såsom installation eller reparation av produkter, redovisas när tjänsterna utförts. Intäkter från försäljning av förlängda garantier redovisas linjärt över kontraktperioden.

## Jämförelsestörande poster

Under denna rubrik redovisas händelser och transaktioner, vilkas resultat effekter är viktiga att uppmärksamma när periodens finansiella resultat jämförs med tidigare perioder, bland annat:

- Realisationsvinster och -förluster vid avyttringar av produktgrupper eller större enheter
- Nedläggningar av eller väsentlig nedskärning vid större enheter och verksamheter
- Omstruktureringar med åtgärdsplaner i syfte att omforma en större struktur eller process
- Väsentliga nedskrivningar
- Övriga väsentliga ej återkommande kostnader och intäkter

## Låneutgifter

Låneutgifter som är direkt hänförliga till inköp, uppförande eller produktion av en kvalificerad tillgång aktiveras som en del av den tillgångens anskaffningsvärde. Övriga låneutgifter belastas resultatet som kostnad för den period till vilken de hänförs sig.

## Skatter

Uppskjutna skatt redovisas i sin helhet, enligt balansräkningsmetoden, på alla temporära skillnader som uppkommer mellan det skattemässiga värdet på tillgångar och skulder och dessas redovisade värden i koncernredovisningen. Den uppskjutna skatten redovisas emellertid inte om den uppstår som en följd av en transaktion som utgör den första redovisningen av en tillgång eller skuld som inte är ett rörelseförvärv och som, vid tidpunkten för transaktionen, varken påverkar redovisat eller skattemässigt resultat. Uppskjutna skatter beräknas enligt beslutade eller i praktiken beslutade skattesatser på balansdagen. Electrolux skattebelastning påverkas av de bokslutsdispositioner och andra skattemässiga dispositioner som görs i de enskilda bolagen. Här till kommer utnyttjandet av tidigare uppkomna eller i förvärvade bolag ingående skattemässiga underskott. Uppskjutna skattefordringar på underskottsavdrag och temporära skillnader redovisas som tillgång i den mån det är sannolikt att de kommer att kunna utnyttjas i framtiden. Uppskjutna skattefordringar och uppskjutna skatteskulder netto redovisas när de är hänförliga till samma skattemyndighet och när ett bolag eller en grupp av bolag, genom till exempel koncernbidrag, har en legal rätt att kvitta skattefordringar mot skatteskulder.

Uppskjutna skatter beräknas på temporära skillnader som uppkommer på andelar i dotterföretag och intresseföretag, förutom där tidpunkten för återföringen av den temporära skillnaden kan styras av Electrolux och det är sannolikt att den temporära skillnaden inte kommer att återföras inom överskådlig framtid.

forts. Not 1

## Immateriella anläggningstillgångar

### Goodwill

Goodwill redovisas som en immateriell anläggningstillgång med obestämd nyttjandeperiod till anskaffningsvärde med avdrag för ackumulerad nedskrivning.

### Varumärken

Varumärken redovisas till anskaffningskostnad med avdrag för avskrivningar och nedskrivningar. Rättigheten att i Nordamerika använda varumärket Electrolux, som förvärvades i maj 2000, anses ha en obestämd nyttjandeperiod och avskrivs inte. En av koncernens nyckelstrategier är att utveckla Electrolux till ett ledande varumärke för de produktkategorier där företaget är verksam. Detta förvärv har givit Electrolux rätten att använda varumärket Electrolux världen över. Rätten att använda varumärket gällde tidigare endast utanför Nordamerika. Övriga varumärken skrivs av över nyttjandeperioden, som beräknas vara 10 år, enligt den linjära metoden.

### Utvecklingskostnader

Electrolux aktiverar kostnader för vissa egenutvecklade nya produkter, under förutsättning att sannolikheten för framtida ekonomisk nytta och ekonomisk livslängd bedöms som hög. En immateriell tillgång redovisas endast i den mån produkten kan säljas på befintliga marknader och resurser finns för att fullfölja utvecklingen. Endast de kostnader som är direkt hänförliga till utvecklingen av den nya produkten aktiveras. Aktiverade utvecklingskostnader skrivs av över nyttjandeperioden, som bedöms vara mellan 3 och 5 år, enligt den linjära metoden.

### Programvaror

Förvärvade programvarulicenser aktiveras med utgångspunkt från förvärvs- och implementeringsutgifter. Utgiften skrivs av över nyttjandeperioden, som bedöms vara mellan 3 och 5 år, enligt den linjära metoden, med undantag för utvecklingskostnaderna för koncernens gemensamma affärssystem där avskrivningen baseras på nyttjande och idrifttagande för respektive dotterbolag. Den tillämpade principen ger en ungefärlig avskrivningstid för systemet på 10 år.

### Materiella anläggningstillgångar

Materiella anläggningstillgångar redovisas till historiskt anskaffningsvärde med avdrag för linjära, ackumulerade avskrivningar och eventuella nedskrivningar. Historiskt anskaffningsvärde omfattar kostnader som är direkt hänförliga till förvärvet inklusive kvalificerande upplåningskostnader. Kostnader som uppstår efter förvärvet inkluderas i det redovisade värdet på tillgången endast i den mån det är troligt att koncernen får väsentlig framtida ekonomisk nytta av tillgången och att beloppen är väsentliga. Varje del av en materiell anläggningstillgång med ett anskaffningsvärde som är betydande i relation till tillgångens sammanlagda anskaffningsvärde, skrivs av separat. Detta omfattar huvudsakligen komponenter för maskinutrustning. Övriga reparationer och underhåll belastas resultaträkningen när kostnaden uppstår. Mark är inte föremål för avskrivning, eftersom den bedöms ha obegränsad ekonomisk livslängd, men i

övrigt beräknas avskrivningarna enligt den linjära metoden och grundar sig på följande förväntade nyttjandeperioder:

Byggnader och markanläggningar	10–40 år
Maskiner och tekniska anläggningar	3–15 år
Övrig utrustning	3–10 år

### Nedskrivning av anläggningstillgångar

Koncernen bedömer per varje balansdag om det finns någon indikation på att en anläggningstillgång har minskat i värde. Om så är fallet gör koncernen en bedömning av tillgångens återvinningsvärde. Med återvinningsvärde avses det högsta av en tillgångs verkliga värde, med avdrag för försäljningskostnader, och dess nyttjandevärde. Tillgången skrivs ned med det belopp till vilket tillgångens redovisade värde överstiger återvinningsvärdet. Diskonteringsräntorna speglar kapitalkostnaden och andra finansiella parametrar i det land eller den region där tillgången nyttjas. För att kunna fastställa nedskrivningsbehovet grupperas tillgångarna i kassagenererande enheter, som är den minsta grupp av tillgångar som ger upphov till kassaflöden som i allt väsentligt är oberoende av kassaflöden från andra tillgångar eller grupper av tillgångar. Goodwill och övriga immateriella anläggningstillgångar med obestämd nyttjandeperiod följs löpande och prövas årligen med avseende på nedskrivningsbehov, eller oftare om det finns indikationer på att tillgången kan ha minskat i värde. Goodwill fördelas på de kassagenererande enheter som förväntas ha nytta av förvärvet. Vid varje balansdag prövas nedskrivna icke-finansiella/kortfristiga tillgångar för eventuell uppskrivning.

### Klassificering av finansiella tillgångar

Finansiella tillgångar i koncernen indelas i följande kategorier:

Finansiella tillgångar värderade till verkligt värde via resultaträkningen  
Lånefordringar och kundfordringar  
Investeringar som hålls till förfall  
Finansiella tillgångar som kan säljas

Syftet med förvärvet av det finansiella instrumentet ligger till grund för klassificeringen. Klassificeringen görs av företagsledningen vid första redovisningstillfället. Se även Not 18 på sidan 51 där verkligt värde samt bokfört värde av finansiella tillgångar och skulder listas utefter klassificering.

### Finansiella tillgångar värderade till verkligt värde via resultaträkningen

Denna kategori indelas i två underkategorier: finansiella tillgångar som innehas för handel och sådana som vid förvärvstillfället klassificeras som finansiella tillgångar värderade till verkligt värde via resultaträkningen. En finansiell tillgång förs till denna kategori om den förvärvats med huvudsyfte att säljas på kort sikt eller klassificerats som sådan av företagsledningen. Även derivat klassificeras som att de innehas för handel och redovisas som derivat i balansräkningen, förutsatt att de inte definieras som säkringar. Tillgångar som faller under denna kategori klassificeras som omsättningstillgångar om de innehas för handel eller förväntas bli realiserade inom 12 månader från balansdagen.

### Lånefordringar och kundfordringar

Lånefordringar och kundfordringar är finansiella tillgångar som inte betecknas som derivat och som har fastställda eller fastställbara betalningar och som inte noteras på en aktiv marknad. Fordringarna redovisas i omsättningstillgångar med undantag för fordringar med förfalldag senare än 12 månader efter balansdagen, vilka klassificeras som anläggningstillgångar. Lånefordringar och kundfordringar omfattar kundfordringar och övriga fordringar samt kassa och bank.

### Investeringar som hålls till förfall

Investeringar som hålls till förfall är finansiella tillgångar som inte är derivat med fastställda eller fastställbara betalningar och fastställd löptid som företagsledningen har för avsikt och förmåga att hålla till förfall. Under 2010 och 2009 har inga investeringar som faller inom denna kategori förekommit i koncernen.

### Finansiella tillgångar som kan säljas

Finansiella tillgångar som kan säljas är sådana tillgångar som inte är derivat där tillgångarna klassificeras i denna kategori eller inte klassificeras i någon av de övriga kategorierna. Tillgångarna inkluderar i anläggningstillgångar om inte företagsledningen avser att avyttra investeringen inom 12 månader från balansdagen.

### Redovisning och värdering av finansiella tillgångar

Löpande förvärv och avyttringar av finansiella tillgångar redovisas per transaktionsdagen, det vill säga samma dag som koncernen har ett bindande åtagande att köpa eller sälja tillgången. Alla finansiella tillgångar som inte redovisas till verkligt värde via resultaträkningen redovisas vid första redovisningstillfället till verkligt värde plus transaktionskostnader. En finansiell tillgång tas bort från balansräkningen när rätten att erhålla kassaflöden från tillgången har upphört eller överförs och samtliga risker och fördelar som är förknippade med ägandet har överförts från koncernen. Finansiella tillgångar som kan säljas och finansiella tillgångar värderade till verkligt värde via resultaträkningen redovisas löpande till verkligt värde. Lånefordringar och kundfordringar, liksom investeringar som hålls till förfall, redovisas till upplupet anskaffningsvärde enligt effektivräntemetoden. Realiserade och orealiserade vinster och förluster som uppkommer på grund av förändringar i verkligt värde i kategorin "finansiella tillgångar värderade till verkligt värde via resultaträkningen" redovisas i resultaträkningen när de uppstår. Orealiserade vinster och förluster som uppkommer på grund av förändringar i verkligt värde på finansiella tillgångar som klassificeras som tillgångar som kan säljas redovisas i övrigt totalresultat. Vid försäljning eller nedskrivning av värdepapper som klassificerats som tillgångar som kan säljas, inkluderar ackumulerade justeringar av verkligt värde i periodens resultat som vinster eller förluster på investeringar i värdepapper.

Verkligt värde på investeringar med ett noterat marknadspris baseras på gällande köpkurser. I avsaknad av en aktiv marknad för en investering tillämpar koncernen olika värderingstekniker för att fastställa det verkliga värdet, bland annat med utgångspunkt från aktuella marknadspriser eller andra i allt väsentligt likvärdiga transaktioner, beräkning av nuvärdet enligt kassaflödesmodeller och optionsvärderingsmodeller som anpassats för att avspegla särskilda förhållanden hos utfärdaren.

Koncernen bedömer per varje balansdag om det föreligger någon objektiv indikation på värdenedgång av en finansiell tillgång eller en grupp finansiella tillgångar. Om det finns en sådan indikation i kategorin finansiella tillgångar som kan säljas redovisas den ackumulerade förlusten i resultaträkningen. Nedskrivningar som redovisats i resultaträkningen återförs inte via resultaträkningen.

### Leasing

Med finansiell leasing avses ett leasingavtal vari de ekonomiska risker och fördelar som förknippas med ägandet av en tillgång i allt väsentligt överförs från leasegivaren till leasetagaren. Äganderätten kan, men behöver inte, slutligen övergå till leasetagaren. Med operationell leasing avses all annan leasing än finansiell leasing. Tillgångar som innehas enligt finansiella leasingavtal redovisas i balansräkningen och framtida leasingavgifter redovisas som lån. Periodens kostnader utgörs av avskrivningar för den leasade tillgången och räntekostnader för lånet. Koncernen har inga betydande åtaganden som leasegivare.

Koncernen äger normalt sina produktionsanläggningar. Koncernen hyr en del lager- och kontorsfastigheter liksom en del kontorsutrustning. De flesta hyresavtal i koncernen är operationella leasingavtal och kostnaderna redovisas direkt i resultaträkningen under respektive period. När finansiella leasingavtal ingås redovisas de till det lägsta av den hyrda fastighetens marknadsvärde och nuvärdet av minimileasingavgifterna.

Tillgångar som innehas enligt leasingavtal skrivs av över nyttjandeperioden. Om det inte med rimlig grad av säkerhet kan fastställas att äganderätten övergår till leasetagaren vid slutet av hyresperioden skrivs tillgången av i dess helhet över den kortare av hyresperioden och återstående nyttjandeperiod.

### Varulager

Varulager och pågående arbeten värderas till det lägsta av anskaffningsvärde, vid normalt kapacitetsutnyttjande, och nettoförsäljningsvärde. Med nettoförsäljningsvärde avses beräknat försäljningsvärde vid normala affärstransaktioner med avdrag för beräknad kostnad för färdigställande och beräknad kostnad för försäljning till marknadsvärde. Anskaffningsvärde för varulager och pågående arbete inkluderar utvecklingskostnad, direkt material, direkt lön, verktygskostnad, övrig direkt kostnad samt relaterad tillverkningsomkostnad. Anskaffningskostnaden beräknas enligt metoden vägda genomsnittspriser. Utgift för varulager som kostnadsförts ingår i posten kostnad för sålda varor. Reserv för inkurans ingår i värdet för varulager.

### Kundfordringar

Kundfordringar redovisas vid första redovisningstillfället till verkligt värde och därefter till upplupet anskaffningsvärde med tillämpning av effektivräntemetoden med avdrag för avsättning för värdenedgång. Avsättning för värdenedgång görs när det är uppenbart att koncernen inte kommer att kunna inkassera det totala utestående beloppet enligt ursprungliga villkor. Avsättningens storlek motsvarar skillnaden mellan tillgångens redovisade värde och nuvärdet av beräknade framtida kassaflöden diskonterat till effektivräntan. Förändring i avsättningen redovisas via resultaträkningen i försäljningskostnader.

forts. Not 1

### Kassa och bank

Kassa och bank består av kontanta medel, banktillgodohavanden och övriga kortfristiga placeringar med hög likviditet och med en löptid om högst 3 månader.

### Avsättningar

Avsättningar redovisas när koncernen har ett åtagande som en följd av en inträffad händelse och det är troligt att ett utflöde av resurser kommer att krävas för att reglera åtagandet samt att en tillförlitlig uppskattning av beloppet kan göras. Det belopp som redovisas som avsättning är det belopp som enligt bästa bedömning beräknas utgå för att reglera åtagandet per balansdagen. I det fall pengars tidsvärde är av betydelse har beloppet redovisats till nuvärdet av beräknade utgifter.

Garantireserver redovisas vid tidpunkten för försäljningen av de produkter som garantin avser och beräknas på historik för motsvarande åtaganden.

Omstruktureringsreserver redovisas när koncernen både har beslutat om en detaljerad omstruktureringsplan och genomförandet påbörjats eller huvuddragen har tillkännagivits berörda parter.

### Ersättningar efter avslutad anställning

Ersättningar efter avslutad anställning klassificeras antingen som avgiftsbestämda eller förmånsbestämda planer.

För avgiftsbestämda planer betalar företaget en bestämd avgift till en separat juridisk enhet och har ingen rättslig skyldighet att betala ytterligare avgifter om denna enhet inte har tillräckliga tillgångar för att betala alla förmåner. Avgifterna kostnadsförs när de förfaller till betalning.

Alla andra typer av ersättningar efter avslutad anställning är förmånsbestämda planer. Företaget använder den så kallade Projected Unit Credit Method för att fastställa nuvärdet av sina förpliktelser och kostnader. Beräkningar görs årligen och baseras på aktuariella antaganden som fastställs i anslutning till balansdagen. Förändringar i förpliktelsernas nuvärde som beror på ändrade aktuariella antaganden behandlas som aktuariella vinster eller förluster och fördelas över de anställdas genomsnittliga återstående anställningstid enligt den så kallade korridormetoden. Skillnader mellan förväntad och verklig avkastning på planens tillgångar behandlas som aktuariella vinster eller förluster. Den del av ackumulerade aktuariella vinster och förluster i respektive plan som överstiger 10% av det högsta av förpliktelser eller förvaltningstillgångar redovisas i resultatet och fördelas över den förväntade genomsnittliga kvarvarande anställningstiden för de anställda som omfattas av planerna.

Den nettoskuld för ersättningar efter avslutad anställning som redovisas i balansräkningen utgörs av nuvärdet av koncernens förpliktelser på balansdagen med avdrag för förvaltningstillgångarnas marknadsvärde, oredovisade aktuariella vinster eller förluster och oredovisade förmåner för tidigare tjänstgöring.

Kostnader avseende tjänstgöring under tidigare perioder redovisas direkt i resultaträkningen, om inte förändringarna i pensionsplanen är villkorade av att de anställda kvarstår i tjänst under en angiven period (intjänandeperiod). I sådana fall fördelas kostnaden avseende tjänstgöring under tidigare perioder linjärt över intjänandeperioden.

### Lån

Lån redovisas vid första redovisningstillfället till verkligt värde av de medel som inlutit efter avdrag för transaktionskostnader. Efter anskaffningstidpunkten värderas lånen till upplupet anskaffningsvärde med tillämpning av effektivräntemetoden.

### Leverantörsskulder

Leverantörsskulder redovisas vid första redovisningstillfället till verkligt värde. Efter anskaffningstidpunkten värderas leverantörsskulder till upplupet anskaffningsvärde med tillämpning av effektivräntemetoden.

### Derivatinstrument och säkringsåtgärder

Derivatinstrument redovisas vid första redovisningstillfället till verkligt värde vid tidpunkten för kontraktets ingående och värderas därefter till verkligt värde. Metoden för redovisning av vinst eller förlust är beroende av om derivatinstrumentet klassificeras som ett säkringsinstrument och i så fall av den säkrade postens karaktär. I koncernen klassificeras derivat antingen som säkring av verkligt värde på redovisade tillgångar eller skulder eller av ett bindande åtagande (säkring av verkligt värde), som säkring av prognostiserade transaktioner (kassaflödessäkring) eller som säkring av nettoinvesteringar i utlandsverksamheter.

När säkringen ingås dokumenteras i koncernen förhållandet mellan säkringsinstrument och säkrade poster samt företagens mål för riskhantering och riskhanteringsstrategi för säkringen. Koncernen dokumenterar även, såväl när säkringen ingås som fortlöpande, sin bedömning av huruvida de derivat som används vid säkringstransaktioner förväntas vara mycket effektiva i att uppnå motverkande förändringar i verkligt värde eller kassaflöden som är hänförliga till den säkrade risken. Förändringar i säkringsreserveringen redovisas inom övrigt totalresultat i koncernens resultaträkning.

### Säkring av verkligt värde

Förändringar i verkligt värde av derivat som klassificeras som säkring av verkligt värde redovisas som finansiella poster i resultaträkningen, liksom förändringar i verkligt värde av den tillgång eller skuld som är hänförlig till den säkrade risken. I koncernen tillämpas säkringsredovisning till verkligt värde endast för säkring av ränterisker i lån till fast ränta. Vinsten eller förlusten som hänförs till förändringar i verkligt värde av en ränteswap för säkring av lån till fast ränta redovisas i resultaträkningen som en finansiell kostnad. Förändringar i verkligt värde av säkring av lån till fast ränta som hänförs till ränterisken redovisas i resultaträkningen som en finansiell kostnad.

Om säkringen inte längre uppfyller kriterierna för säkringsredovisning eller omklassificeras, periodiseras justeringen av det redovisade värdet på den säkrade posten i resultaträkningen över kvarvarande löptid enligt effektivräntemetoden.

### Kassaflödessäkring

Den del av förändringar i verkligt värde av derivat som klassificeras som en effektiv kassaflödessäkring redovisas i övrigt totalresultat. Den ineffektiva delen av vinsten eller förlusten redovisas direkt i periodens resultat som finansiella poster.



Belopp som rapporterats i övrigt totalresultat återförs och redovisas i periodens resultat när den säkrade posten påverkar resultatet till exempel när en säkrad prognostiserad försäljning inträffar. Om resultatet av en säkrad prognostiserad transaktion redovisas som en icke-finansiell tillgång, till exempel som lager eller som en skuld, överförs dock uppskjuten vinst eller förlust som tidigare redovisats i övrigt totalresultat och inräknas i den ursprungliga anskaffningskostnaden för tillgången eller skulden.

När ett säkringsinstrumentet förfaller eller säljs, avvecklas eller löses in, eller när säkringen inte längre uppfyller kriterierna för säkringsredovisning, behålls den ackumulerade vinsten eller förlusten i övrigt totalresultat tills den säkrade posten slutligen redovisas i periodens resultat. När den prognostiserade transaktionen inte längre bedöms inträffa, redovisas den ackumulerade vinsten eller förlusten, som tidigare redovisats i övrigt totalresultat, omedelbart i periodens resultat under finansiella poster eller i kostnad för sålda varor beroende på avsikten med transaktionen.

### Säkring av nettoinvesteringar

Säkring av nettoinvesteringar i utlandsverksamheter redovisas på liknande sätt som kassaflödessäkringar. Den vinst eller förlust som är hänförlig till den effektiva delen av säkringen redovisas i övrigt totalresultat. Vinst eller förlust hänförlig till den ineffektiva delen av säkringen redovisas direkt i periodens resultat som en finansiell post.

Ackumulerad vinst eller förlust inom övrigt totalresultat redovisas i periodens resultat när utlandsverksamheten, eller del av verksamheten, avyttras.

### Derivat som inte säkringsredovisas

Vissa derivatinstrument kvalificerar ej för säkringsredovisning. Förändringar i verkligt värde av ett derivatinstrument som inte säkringsredovisas redovisas direkt i resultaträkningen bland finansiella poster eller som kostnad för sålda varor beroende på avsikten med transaktionen.

### Aktierelaterade ersättningar

Instrument som utfärdas under koncernens aktierelaterade ersättningsprogram utgörs av aktieoptioner eller aktier, beroende på ersättningsprogram. Den beräknade kostnaden för utfärdade instrument som baseras på instrumentens verkliga värde vid tilldelningstillfället och det beräknade antalet tilldelade instrument redovisas i resultaträkningen fördelat över intjänandeperioden. Det verkliga värdet av aktieoptioner beräknas med hjälp av en värderingsmetod som överensstämmer med allmänt accepterade värderingsmetoder för prissättning av finansiella instrument och faktorer som skulle beaktas av en initierad intressent på marknaden. Aktiernas verkliga värde utgörs av marknadspriset vid tilldelningstillfället med justering för diskonterat värde av framtida utdelningar som anställda inte kommer att ta del av. Electrolux klassificerar de aktierelaterade ersättningsprogrammen som transaktioner reglerade med egetkapitalinstrument och instrumentens verkliga värde vid tilldelningstidpunkten redovisas över intjänandeperioden på 3 år. Vid varje bokslut revideras det förväntade antalet tilldelade aktier. Resultateffekten av en eventuell förändring av tidigare estimat påverkar då resultaträkningen med en motsvarande justering av eget kapital.

Utöver detta gör koncernen avsättningar för beräknade sociala kostnader för de aktierelaterade ersättningsprogrammen. Dessa kostnader redovisas i resultaträkningen över intjänandeperioden. Avsättningarna omvärderas regelbundet baserat på instrumentens verkliga värde per varje balansdag.

### Statliga stöd

Statliga stöd avser ekonomiska bidrag från stater, myndigheter och liknande lokala, nationella eller internationella organ. Dessa redovisas till verkligt värde när det föreligger rimlig säkerhet att koncernen kommer att uppfylla de villkor som är förknippade med bidragen och att bidragen kommer att erhållas. Statliga stöd redovisas i balansräkningen som förutbetalda intäkter och intäktförs så att de möter kostnaden som stödet avser.

### Nya eller ändrade redovisningsstandarder 2010

Följande standarder eller ändringar som utgivits av The International Accounting Standards Board (IASB) har tillämpats med början den 1 januari 2010. Ingen av de nya standarderna har haft någon materiell inverkan på Electrolux resultat eller finansiella ställning.

**IFRS 2** Aktierelaterade ersättningar (Ändring). Ändringen påverkar mätning och rapportering av aktiebaserade betalningar inom en grupp av företag (koncern). Efter införandet visar Electrolux kostnaden för aktiebaserade betalningar till anställda i dotterbolag som en skuld till moderbolaget. Detta har inte någon effekt på koncernens finansiella räkningar.

**IFRS 3** Rörelseförvärv (Ändring). Ändringen gäller framåtriktat för förvärv efter tidpunkten för ikraftträdandet. Tillämpningen kommer att innebära en förändring av hur framtida förvärv redovisas, bland annat avseende redovisning av transaktionskostnader, eventuella villkorade köpeskillningar och successiva förvärv. Enligt den ändrade standarden kommer förvärvsmetoden att fortsatt användas men med några avgörande skillnader mot tidigare IFRS 3. Bland annat kommer förvärvslikviden att bokas till verkligt värde med tilläggsköpeskillning klassad som skuld med följande omvärdering redovisad i resultaträkningen. Förvärvande företag kan välja att redovisa minoritetsintresse i förvärvat bolag antingen till verkligt värde eller som minoritetens proportionerliga andel av de förvärvade nettotillgångarna. Kostnader i samband med förvärvet kostnadsförs löpande. Ändringen av standarden kommer inte att innebära någon effekt på tidigare gjorda förvärv.

**IAS 27** Koncernredovisning och separata finansiella rapporter (Ändring). Ändringen innebär bland annat att resultat hänförligt till minoritetsaktieägare alltid ska redovisas även om det innebär att minoritetsandelen är negativ, att transaktioner med minoritetsaktieägare alltid ska redovisas i eget kapital, samt att i de fall ett moderföretag mister det bestämmande inflytandet ska den eventuella kvarvarande andelen omvärderas till verkligt värde. Ändringen av standarden kommer att påverka redovisningen av framtida transaktioner.

**IAS 39** Finansiella instrument: Redovisning och värdering (Ändring). Ändringen klargör hur de befintliga principerna i IAS 39 som underliggör säkringsredovisning ska appliceras i följande specifika situationer; (a) designering av en ensidig risk i en säkrad post



forts. Not 1

och (b) designering av inflation som den säkrade risken i en finansiellt säkrad post. Ändringen har ingen påverkan på Electrolux.

#### Nya eller ändrade redovisningsstandarder efter 2010

Följande standarder eller ändringar har utgivits av IASB men är ej tillämpliga för räkenskapsåret som börjar den 1 januari 2011 och kommer inte att förtidstillämpas. Ingen materiell inverkan på Electrolux resultat eller finansiella ställning förväntas vid den slutliga tillämpningen.

**IFRS 7** Finansiella instrument: Upplysningar – transferering av finansiella tillgångar (Ändring). Ändringen kommer att resultera i mer information om företags exponering för risker i transfererade finansiella tillgångar, särskilt för värdepapperiserade tillgångar. Standarden förväntas inte ha någon inverkan på Electrolux resultat eller finansiella ställning. Standarden avser perioder som börjar den 1 juli 2011 eller senare.

**IFRS 9** Finansiella instrument 1). Standarden hanterar klassificering och mätning av finansiella instrument och kommer troligen att påverka Electrolux redovisning av finansiella tillgångar och skulder. Electrolux har ännu ej utrett den fullständiga påverkan av IFRS 9. Standarden avser perioder som börjar den 1 januari 2013 eller senare.

#### Nya tolkningar av redovisningsstandarder

Ingen av de tolkningar som utgivits av International Financial Reporting Standards Committee (IFRIC) och som är tillämpliga för Electrolux har eller förväntas ha någon materiell inverkan på koncernens resultat eller finansiella ställning.

Följande tolkning trädde ikraft under 2010:

**IFRIC 17**, Distributions of Non-cash Assets to Owners. IFRIC 17 ger vägledning om att en skuld avseende sakutdelning ska redovisas då företaget har ett åtagande gentemot sina aktieägare och att skulden ska värderas till verkligt värde. IFRIC 17 anger även att IFRS 5, Anläggningar som innehas för försäljning och avvecklade verksamheter, är tillämplig för anläggningstillgångar som är tillgängliga för utdelning.

1) Denna ändring eller nya standard är ännu ej antagen av EU.

#### Viktiga redovisningsprinciper och osäkerhetsfaktorer vid uppskattade värden

##### Användning av uppskattade värden

Vid upprättandet av årsredovisningen enligt IFRS har koncernledningen använt uppskattningar och antaganden i redovisningen av tillgångar och skulder, liksom i upplysningar avseende eventualitytillgångar och eventualitytillgångar och eventualitytillgångar och eventualitytillgångar. Verkligt utfall kan avvika från dessa uppskattningar.

Redogörelser för koncernens resultat och ställning baseras på koncernredovisningen, som är upprättad i enlighet med IFRS sådana de antagits av EU. Vid upprättandet av redovisningen ska vissa redovisningsmetoder och principer användas, vilkas tillämpning kan vara baserad på svåra, komplexa och subjektiva bedömningar från företagsledningens sida, eller på tidigare erfarenheter och antaganden som med hänsyn till omständigheterna bedöms som

rimliga och realistiska. Användningen av sådana uppskattningar och antaganden påverkar redovisade belopp för tillgångar och skulder, liksom upplysningar avseende eventualitytillgångar och eventualitytillgångar per balansdagen och redovisad nettoomsättning och kostnader under perioden. Verkligt utfall kan med andra antaganden och under andra omständigheter avvika från dessa uppskattningar. Nedan följer en sammanfattning av de redovisningsprinciper som vid sin tillämpning kräver mer omfattande subjektiva bedömningar från företagsledningens sida vad gäller uppskattningar och antaganden i frågor som till sin natur är svårbedömbara.

#### Nedskrivning av tillgångar

Anläggningstillgångar liksom goodwill prövas varje år med avseende på behovet av eventuell nedskrivning eller när händelser och förändringar inträffar som tyder på att det redovisade värdet av en tillgång inte kan återvinnas. En tillgång som minskat i värde skrivs ned till marknadsvärdet baserat på bästa tillgängliga information. Olika bedömningsgrunder har använts beroende på tillgången till information. Om ett marknadsvärde kan fastställas har detta använts och nedskrivningsbeloppet redovisats när indikation finns att det redovisade värdet på en tillgång inte kan återvinnas. I de flesta fall har marknadsvärdet dock inte kunnat fastställas och en uppskattning av verkligt värde har gjorts med tillämpning av nuvärdesberäkning av kassaflöden baserad på förväntat framtida utfall. Skillnader i uppskattningen av förväntat framtida utfall och de diskonteringsräntor som använts kan resultera i avvikelser vid värderingen av tillgångarna.

Materiella anläggningstillgångar avskrivs linjärt över beräknad livslängd. Nyttjandeperioden för materiella tillgångar beräknas för byggnader och markanläggningar till 10–40 år, för maskiner, tekniska installationer och övrig utrustning till 3–15 år. Värde enligt balansräkningen den 31 december 2010 för materiella tillgångar uppgick till 14 630 Mkr. Värde enligt balansräkningen den 31 december 2010 för goodwill uppgick till 2 295 Mkr. Företagsledningen gör regelbundet en omvärdering av nyttjandeperioden för alla tillgångar av väsentlig betydelse. Det är företagsledningens uppfattning att rimliga förändringar av de faktorer som utgör grunden för uppskattningen av tillgångarnas återvinningsvärde inte skulle medföra att det redovisade värdet överstiger återvinningsvärdet.

#### Uppskjutna skatter

Vid upprättandet av de finansiella rapporterna gör Electrolux en beräkning av inkomstskatten för varje skattejurisdiktion där koncernen är verksam, liksom av uppskjutna skatter hänförliga till temporära skillnader. Uppskjutna skattefordringar som huvudsakligen är hänförliga till förlustavdrag, energiskattekrediter och temporära skillnader redovisas om skattefordringarna kan förväntas återvinnas genom framtida beskattningsbara intäkter. Förändringar i antaganden om prognostiserade framtida beskattningsbara intäkter, liksom förändringar av skattesatser, kan resultera i betydande skillnader i värderingen av uppskjutna skatter.

Electrolux redovisar per den 31 december 2010 uppskjutna skattefordringar överstigande uppskjutna skatteskulder till ett nettobelopp om 2 175 Mkr. Koncernen hade per den 31 december 2010 förlustavdrag och andra avdragsgilla temporära skillnader uppgående till 4 461 Mkr, som inte beaktats vid beräkningen av uppskjuten skattefordran.

## Inkomstskatter

Electrolux avsättningar för osäkra utfall gällande skatterevisoner och skatteprocesser är baserade på ledningens bedömningar och redovisade i balansräkningen. Dessa uppskattningar kan skilja sig från det verkliga utfallet och det går normalt sett inte att beräkna när Electrolux kassaflöde kommer att påverkas.

Under senare år har skattemyndigheter intensifierat fokus på internprissättningsfrågor. Internprissättningsfrågor är normalt sett mycket komplexa, omfattar stora belopp och kan ta flera år att lösa.

Totala avsättningar relaterade till internprissättningsfrågor som är föremål för tvist, redovisade som skatteskulder, uppgick till 100 Mkr (400) vid utgången av 2010. Under senare delen av 2009 gjordes en uppgörelse beträffande en omfattande revision inom interprissättningsområdet. Betalningen har påverkat Electrolux kassaflöde negativt under 2010 med 340 Mkr.

## Kundfordringar

Fordringar redovisas netto efter reservering för osäkra fordringar. Nettovärdet speglar de belopp som förväntas kunna inkasseras baserat på omständigheter som är kända på balansdagen. Ändrade förhållanden, till exempel att uteblivna betalningar ökar i omfattning eller att förändringar inträffar i en betydande kunds ekonomiska ställning, kan medföra väsentliga avvikelser i värderingen. Vid 2010 års slut uppgick kundfordringarna netto, efter reserveringar för osäkra fordringar, till 19 346 Mkr. Reserveringar för osäkra fordringar uppgick vid årets slut till 783 Mkr.

## Ersättningar efter avslutad anställning

Electrolux har förmånsbestämda pensionsplaner för en del anställda i vissa länder. Beräkningen av pensionskostnaden grundas på antaganden om förväntad avkastning på förvaltningstillgångar, diskonteringsränta, dödlighet och framtida löneökningar. Ändrade antaganden har direkt inverkan på nuvärdet av den förmånsbestämda förpliktelsen, kostnader för tjänstgöring under innevarande period, räntekostnader och förväntad avkastning på förvaltningstillgångar. Vinst eller förlust, som uppstår när verklig avkastning på förvaltningstillgångar avviker från den förväntade och aktuariellt beräknade förpliktelsen justeras på grund av att antagandena erfarenhetsmässigt ändras, periodiseras över de anställdas förväntade genomsnittliga återstående arbetsliv enligt den så kallade korridormetoden. Förväntad avkastning på förvaltningstillgångar uppgick 2010 i genomsnitt till 6,8% baserad på historiskt utfall. Diskonteringsräntan som tillämpats vid uppskattningen av förpliktelserna vid utgången av 2009 och kostnadsberäkningen för 2010 var i genomsnitt 5,2%.

## Omstruktureringskostnader

I omstruktureringskostnader ingår erforderlig nedskrivning av tillgångar och övriga poster som inte påverkar kassaflödet, liksom beräknade kostnader för uppsägning av personal samt övriga direkta kostnader relaterade till avslutande av verksamheter. Kostnadsberäkningen baseras på detaljerade åtgärdsplaner som förväntas förbättra koncernens kostnadsstruktur och produktivitet. För att minimera osäkerhetsfaktorn ligger normalt historiskt utfall

från liknande händelser i tidigare åtgärdsplaner till grund för beräkningen. Omstruktureringsåtgärder som tillkännagivits under 2010 har belastat rörelseresultatet med netto 1 064 Mkr.

## Garantier

Som brukligt i den bransch där Electrolux är verksamt omfattas många produkter av en garanti som ingår i priset och som gäller under en i förväg fastställd period. Avsättningar för garantier beräknas på grundval av historiska uppgifter om omfattningen av åtgärder, reparationskostnader och liknande. Därutöver görs avsättningar för garantier av goodwillkaraktär och utökade garantier. Även om förändringar i antaganden kan resultera i andra värderingar är det osannolikt att detta skulle väsentligt påverka koncernens resultat eller ekonomiska ställning. Electrolux avsättning för garantiåtaganden uppgick per den 31 december 2010 till 1 555 Mkr. Intäkter från utökade garantier redovisas linjärt över avtalsperioden om det inte finns indikationer på att andra metoder bättre motsvarar fullgörandet.

## Upplypna kostnader – Långsiktiga incitamentsprogram

Electrolux redovisar en reservering för förväntade sociala avgifter som uppstår vid tilldelning av aktier enligt 2008–2010 års aktierelaterade incitamentsprogram. De sociala avgifterna beräknas baserat på värdet av de förmåner de anställda erhåller vid tilldelning av aktier. För reserveringen krävs en beräkning av värdet av de anställdas förväntade framtida förmån. Electrolux beräknar förmånsvärdet enligt en värderingsmodell, innebärande att antaganden måste göras i frågor som till sin natur är svårbedömbara. Osäkerhetsfaktorn utgörs av att priset för aktien när aktier enligt incitamentsprogrammen tilldelas inte är känt. Åtagandet är ett marknadsvärderat åtagande och en omvärdering görs därför per varje balansdag.

## Tvister

Electrolux är inblandat i tvister i den normala affärsverksamheten. Tvisterna rör bland annat produktansvar, påstådda fel i leveranser av varor och tjänster, patent- och andra rättigheter och övriga frågor om rättigheter och skyldigheter i anslutning till Electrolux verksamhet. Sådana tvister kan visa sig kostsamma och tidskrävande och kan störa den normala verksamheten. Resultaten av komplicerade tvister är dessutom svårt att förutse. Det kan inte uteslutas att en ofördelaktig utgång i en tvist kan visa sig ha en väsentlig negativ inverkan på koncernens resultat och finansiella ställning.

## Redovisningsprinciper för moderbolaget

Moderbolagets årsredovisning är upprättad enligt Årsredovisningslagen (1995:1554) och Rådet för finansiell rapporteringsrekommendation RFR 2, Redovisning för juridisk person. RFR 2 innebär att moderbolaget ska tillämpa samtliga av EU godkända IFRS och uttalanden så långt detta är möjligt inom ramen för årsredovisningslagen och med hänsyn till sambandet mellan redovisning och beskattning. Rekommendationen anger vilka undantag från IFRS och tillägg som ska göras. Moderbolaget redovisar periodens totalresultat för första gången 2010. Finansiella instrument redovisas i moderbolaget enligt IAS 39, Financial Instruments.

forts. Not 1

### Andelar i dotterbolag

Andelar i dotterbolag redovisas enligt anskaffningsvärdeметoden. Prövning av värdet på andelarna görs när indikationer finns att värdet minskat.

### Anteciperad utdelning

Utdelningar från koncernföretag redovisas i resultaträkningen efter att beslut om utdelning fattats på respektive dotterbolags årsstämma. Anteciperad utdelning redovisas i de fall moderbolaget ensidigt har rätt att besluta om storleken på utdelningen samt att moderbolaget har beslutat om utdelningens storlek innan moderbolaget har publicerat årsredovisning eller kvartalsrapporter.

### Skatter

Moderbolaget redovisar obeskattade reserver inklusive uppskjuten skatt i förekommande fall. I koncernredovisningen däremot delas obeskattade reserver upp på uppskjuten skatteskuld och eget kapital.

### Koncernbidrag och aktieägartillskott

Koncernbidrag som har lämnats eller mottagits av moderbolaget, i syfte att minimera koncernens totala skatt, redovisas mot övrigt totalresultat efter avdrag för dess aktuella skatteeffekt. Av moderbolaget lämnade aktieägartillskott redovisas i aktier och andelar och prövas för nedskrivning enligt ovanstående.

### Pensioner

Moderbolaget redovisar pensioner i enlighet med FAR 4, Redovisning av pensionsskuld och pensionskostnad, från Föreningen Auktoriserade Revisorer. Enligt RFR 2 ska upplysningar lämnas avseende tillämpliga delar av reglerna i IAS 19.

### Immateriella anläggningstillgångar

Moderbolaget skriver av varumärken i enlighet med RFR 2. Electrolux-varumärket i Nordamerika skrivs av linjärt över 40 år. Alla övriga varumärken skrivs av linjärt över nyttjandeperioden som är estimerad till 10 år.

Den centrala utvecklingskostnaden för koncernens gemensamma affärssystem är aktiverad i moderbolaget. Avskrivningen baseras på nyttjande och idrifttagande för respektive dotterbolag som estimerats till 5 år per bolag med linjär avskrivning. Den tillämpade principen ger en ungefärlig total avskrivningstid för systemet på 10 år.

### Materiella anläggningstillgångar

Moderbolaget redovisar de ytterligare avskrivningar som tillåts enligt svensk skattelagstiftning som bokslutsdispositioner i resultaträkningen. I balansräkningen inkluderas de i obeskattade reserver.

### Presentation i årsredovisningen

Resultat- och balansräkningarna i moderbolagets årsredovisning har uppställts i enlighet med Årsredovisningslagen (1995:1554) och Rådet för finansiell rapporteringens rekommendation RFR 2.

## NOT 2 Finansiell riskhantering

### Finansiell riskhantering

Koncernen är utsatt för risker relaterade till likvida medel, kundfordringar, kundfinansiering, leverantörsskulder, lån, råvaror och derivatinstrument. Riskerna är främst:

- Ränterisker avseende likvida medel och lån
- Finansieringsrisker avseende koncernens kapitalbehov
- Valutarisker på kommersiella flöden och nettoinvesteringar i utländska dotterbolag
- Råvaruprisrisker som påverkar kostnaden för råvaror och insatskomponenter i tillverkade produkter
- Kreditrisker hänförliga till finansiella och kommersiella aktiviteter

Styrelsen i Electrolux har antagit en finanspolicy och en kreditpolicy för hela koncernen, som reglerar hur dessa risker ska hanteras och kontrolleras. Varje affärssektor har särskilda finansiella riktlinjer som antagits av respektive sektorstyrelse (samtliga riktlinjer benämns i fortsättningen finanspolicy). Riskhanteringen utförs bland annat med hjälp av derivatinstrument i enlighet med fastställda limiter i finanspolicyen. Av finanspolicyen framgår även hur riskhanteringen av pensionsstiftelsernas tillgångar ska ske.

Den finansiella riskhanteringen har i huvudsak centraliserats till koncernens finansavdelning i Stockholm (Group Treasury). Finansiella aktiviteter på nationell nivå hanteras av tre regionala finansenheter i Singapore, Nordamerika och Latinamerika. En särskild riskkontrollfunktion inom Group Treasury bedömer dagligen finansförvaltningens riskexponering. Metoden som används för riskmätning är parametrisk Value-at-Risk (VaR). Metoden visar maximal förlust som kan uppstå under en dag med en sannolikhet på 97,5%. Metoden baseras på statistik över valuta- och ränterörelser under de senaste 150 arbetsdagarna. För att understryka betydelsen av närliggande kursrörelser, minskar kursernas vikt ju längre ifrån värderingsdagen som kurserna hämtas. Genom att använda VaR, kan Group Treasury kontrollera och följa upp koncernens risker på olika marknader. Den huvudsakliga svagheten med metoden är att det som inte finns med i statistiken inte heller vägs in i risken. Ytterligare en svaghet är att det på grund av konfidensnivån är 2,5% sannolikhet att förlusten kan bli större än vad VaR-siffran visar. I koncernens policy finns vidare riktlinjer för hur operativa risker förknippade med hanteringen av finansiella instrument ska hanteras, till exempel genom en tydlig ansvars- och uppgiftsfördelning samt tilldelning av fullmakter.

Handel i valutor, råvaror och räntebärande instrument är tillåten inom ramen för finanspolicyen. Denna handel syftar främst till att erhålla kvalitativ marknadsinformation och upprätthålla en hög marknadskunskap, vilket krävs för en aktiv hantering av koncernens finansiella risker.

### Ränterisker avseende likvida medel och upplåning

Ränterisk hänför sig till risken att koncernens exponering för förändringar i marknadsräntan kan påverka nettoresultatet negativt. Räntebindningstiden är en av de mer betydande faktorerna som inverkar på ränterisken.

## Likvida medel

Likvida medel enligt koncernens definition består av kontanta medel, förutbetalda räntekostnader, upplupna ränteintäkter och övriga kortfristiga placeringar. För Electrolux är målsättningen att likvida medel plus garanterade kreditfaciliteter ska uppgå till minst 2,5% av nettoomsättningen. Vidare ska koncernens nettolikviditet, det vill säga likvida medel med avdrag för kortfristig upplåning, överstiga 0 med beaktande av att svängningar kan förekomma beroende på förvärv, avyttringar och säsongsvariationer. I enlighet med finanspolicyn sker placeringar av likvida medel huvudsakligen i räntebärande instrument med hög likviditet och som utges av emittenter med en kreditvärdering om minst A-, enligt Standard & Poor's eller liknande institut.

## Ränterisker avseende likvida medel

Group Treasury hanterar ränterisken i dessa placeringar i enlighet med den placeringsnorm som definieras som ett endagsinnehav. Avvikelse från denna norm är begränsade genom ett riskmandat. Derivatinstrument såsom terminer och Forward Rate Agreements (FRA) används för att hantera ränterisken. Placeringarna är till största delen kortfristiga. Löptiden för huvuddelen av placeringarna ligger på mellan 0 och 3 månader. En förändring nedåt i avkastningskurvan med en procentenhet skulle minska koncernens ränteresultat med cirka 110 Mkr (90). Se Not 18 på sid 51 för närmare information.

## Upplåning

Koncernens skuldhäntering hanteras av Group Treasury för att säkerställa effektivitet och riskkontroll. Lån upptas huvudsakligen på moderbolagsnivå och överförs till dotterbolag i form av interna lån eller kapitaltillskott. Olika derivatinstrument används i denna process för att omvandla medlen till lämplig valuta. Kortfristig finansiering sker även lokalt i dotterbolag i länder med kapitalrestriktioner. Koncernens upplåning innehåller inte några särskilda villkor, så kallade covenants, vad gäller förtida lösen på grund av ändrad kreditvärdering. Se Not 18 på sid 51 för närmare information.

## Ränterisk avseende upplåning

Electrolux jämförelsenorm för den långfristiga skuldportföljens genomsnittliga räntebindningsperiod är 12 månader. Med stöd av ett riskmandat från styrelsen kan Group Treasury välja att avvika från denna jämförelsenorm. Dock ska den maximala genomsnittliga räntebindningsperioden vara högst 3 år. Derivatinstrument som till exempel ränteswapkontrakt används för att hantera ränterisken, varvid räntan kan förändras från bunden till rörlig och vice versa. Med utgångspunkt från 2010 års volymer och räntebindningstid på 0,9 år (1,0) för den långfristiga upplåningen skulle en förändring av marknadsräntan med 1 procentenhet påverka koncernens resultat år 2011 med cirka +/-60 Mkr (60). Denna beräkning baseras på ett antagande om att en simultan parallellförskjutning med 1 procentenhet sker av samtliga räntekurvor. Beräkningen är approximativ och tar inte hänsyn till att räntesatserna för olika löptider och att räntor i olika valutor kan ändras på olika sätt.

## Kapital och kreditrating

Kapital definieras i Electrolux som eget kapital inklusive minoritetsandel i enlighet med vad som visas i balansräkningen. Det innebär att kapitalet per den 31 december 2010 uppgick till 20 613 Mkr (18 841). Electrolux målsättning är att ha en kapitalstruktur som resulterar i en effektiv, vägd kapitalkostnad och en kreditvärdighet där hänsyn till verksamhetens behov samt framtida förvärv säkerställs.

För att uppnå och upprätthålla en effektiv kapitalstruktur framgår det i finanspolicyn att Electrolux målsättning ska vara att med marginal bibehålla en långsiktig rating motsvarande så kallad Investment Grade rating från Standard & Poor's. I november 2010 höjde Standard & Poor's Electrolux rating för långfristig upplåning från BBB till BBB+.

## Rating

	Långfristig upplåning	Framtids-utsikter	Kortfristig upplåning	Kortfristig upplåning, Nordisk
Standard & Poor's	BBB+	Stabil	A-2	K-1

Vid uppföljning av kapitalstrukturen använder Electrolux nyckeltal framtagna med samma metoder som ratinginstitut och banker använder. Electrolux ser över kapitalstrukturen och gör ändringar när ekonomiska förutsättningar förändras. För att bibehålla eller ändra kapitalstrukturen kan Electrolux justera utdelningsnivån till aktieägarna, göra en extra utdelning, en aktieemission eller sälja tillgångar för att minska skulden.

## Finansieringsrisk

Med finansieringsrisk avses risken att finansieringen av koncernens kapitalbehov samt refinansieringen av utestående lån försvåras eller fördröjas. Genom att hålla en jämn förfalloprofil för upplåningen samt genom att undvika att den kortfristiga upplåningen överstiger likviditetsgränserna kan finansieringsrisken minskas. Oaktat säsongsvariationer ska nettoupplåningen, summan av räntebärande skulder med avdrag för likvida medel, enligt finanspolicyn vara långfristig. Electrolux har som målsättning att långfristiga skulders genomsnittliga tid till förfall inte ska understiga två år samt ha en jämnt fördelat förfalloprofil. Högst 25% av upplåningen får i normalfallet ha kortare förfallotid än 12 månader. Undantag görs när Electrolux nettoupplåningsposition är låg. Se Not 18 på sid 51 för närmare information.

## Valutarisk

Electrolux är exponerad för valutarisker på grund av att ogynnsamma förändringar i valutakurser kan påverka resultat och eget kapital negativt. I syfte att hantera dessa effekter säkrar Electrolux valutariskerna inom ramen för finanspolicyn. Electrolux övergripande valutariskexponering hanteras centralt.

## Transaktionsexponering från kommersiella flöden

Enligt Electrolux finansiella riktlinjer ska säkring av prognostiserad framtida försäljning ske i utländsk valuta. Med hänsyn tagen till prisbindningsperioder, affärsmässiga förhållanden och konkurrenssituation, kan de olika affärssektorerna ha en säkringshorisont på 3 eller 8 månader gällande prognostiserade flöden. För

forts. Not 2

säkringshorisonter utanför dessa perioder krävs ett godkännande från Group Treasury. Det är i huvudsak affärssektorer verksamma inom tillväxtmarknader som har en säkringshorisont på 3 månader. Affärssektorerna får säkra fakturerade flöden från 75% till 100% och prognostiserade flöden från 60% till 80%. Den maximala säkringshorisonten är 18 månader. Dotterbolagen täcker riskexponeringen i de kommersiella valutaflödena med hjälp av koncernens finansenheter. Group Treasury övertar därmed valutarisken och täcker riskerna externt genom valutaderivat.

Den geografiskt utspridda tillverkningen minskar effekterna av valutafluktuationer. Resterande transaktionsexponering är till största delen relaterad till intern försäljning från produktionsbolag till säljbolag. En mindre del är extern exponering vid inköp av komponenter och produktionsmaterial som betalas i utländsk valuta. Dessa externa importörer är till stor del prissatta i USD. Electrolux globala närvaro leder dock till att signifikant netta bort transaktionsexponeringen. För närmare information om valutaexponering och säkring, se Not 18 på sid 51.

### Omräkningsexponering vid konsolidering av enheter utanför Sverige

Valutakursförändringar påverkar även Electrolux resultat i samband med omräkningen av resultaträkningar i utländska dotterbolag till SEK. Electrolux säkrar inte denna risk och följaktligen är omräkningsdifferensen som uppstår vid omräkning av utländska dotterbolags resultaträkningar medräknad i den känslighetsanalys som redovisas nedan.

### Valutakänslighet i transaktions- och omräkningsexponering

Electrolux största exponeringar är i valutorna USD, EUR, BRL samt AUD. Andra större valutaexponeringar är till exempel i RUB, GBP, THB och CHF. Dessa valutor representerar tillsammans en majoritet av Electrolux exponering, men den nettas till stor del bort då olika valutor representerar nettoinflöden och -utflöden. Till exempel skulle vid en samtidig 10-procentig förändring uppåt eller nedåt av värdet på varje valuta påverka koncernens resultat på ett år med cirka +/-550 Mkr (490), allt annat lika. Kalkylen bygger på intäkter och kostnader i bokslutet för 2010 och tar inte hänsyn till dynamiska effekter såsom ändrade konkurrensmönster eller konsumentbeteenden, vilka kan uppkomma till följd av valutakursförändringar.

#### Känslighetsanalys för större valutor

Risk	Förändring	Resultatpåverkan, 2010	Resultatpåverkan, 2009
Valuta			
BRL/SEK	-10%	-314	-254
AUD/SEK	-10%	-273	-246
GBP/SEK	-10%	-202	-224
RUB/SEK	-10%	-164	-119
CHF/SEK	-10%	-134	-159
CAD/SEK	-10%	-97	-106
CZK/SEK	-10%	-74	-79
THB/SEK	-10%	82	37
EUR/SEK	-10%	319	529
USD/SEK	-10%	601	385

### Exponering i nettoinvesteringar (omräkningsexponering i balansräkningen)

De utländska dotterbolagens tillgångar med avdrag för skulderna utgör en nettoinvestering i utländsk valuta, som vid konsolideringen ger upphov till en omräkningsdifferens. För att begränsa effekterna av omräkningsdifferenser på Electrolux eget kapital, och därigenom koncernens kapitalstruktur, sker säkring genom lån och valutaderivatkontrakt i enlighet med finanspolicyn. Finanspolicyn anger i vilken utsträckning säkring kan ske av nettoinvesteringarna, liksom även riktlinjer för riskbedömningen. Riktlinjen för säkring av nettoinvesteringar är att endast nettoinvesteringar med ett eget kapital överstigande 60% säkras om inte exponeringen anses för hög. Effekten av detta innebär att endast ett begränsat antal valutor löpande kommer att säkras. Group Treasury kan med stöd av ett särskilt utfärdat riskmandat göra avvikelser från angivna riktlinjer. Säkring av Electrolux nettoinvesteringar sker i det svenska moderbolaget.

En samtidig 10-procentig förändring uppåt eller nedåt av värdet på respektive valuta gentemot den svenska kronan skulle påverka koncernens egna kapital med cirka +/- 2 740 Mkr (2 640), allt annat lika. De finansiella derivat som används för säkring skulle med samma värdeförändring påverka koncernens egna kapital med cirka +/- 570 Mkr (450).

Från den 1 januari 2011 har säkringspolicyn ändrats med innebörden att nettoinvesteringar i utländsk valuta inte ska säkras förutom i följande fall; för att skydda nyckeltal viktiga för koncernens kreditrating och finansiella klausuler (om sådana finns) och för att skydda nettoinvesteringar motsvarande finansiella investeringar såsom överskottslikviditet.

### Råvaruprisrisk

Råvaruprisrisk avser risken för att kostnaderna för direkta och indirekta material stiger när underliggande råvarupriser stiger på världsmarknaden. Electrolux påverkas av förändringar i råvarupriser på grund av ingångna leveransavtal, där priserna är kopplade till råvarupriset på världsmarknaden. Riskexponeringen kan delas upp i direkt råvaruprisrisk, som innebär full exponering, och indirekt råvaruprisrisk, som innebär en exponering som avser råvaruprisrisken inbäddad i en insatskomponent. Råvaruprisrisk hanteras i huvudsak genom avtal med leverantörerna. En förändring med 10% på stålpriset påverkar koncernens resultat med cirka +/- 900 Mkr (900) och på plaster med cirka +/- 500 Mkr (400) baserat på volymerna under 2010.

### Kreditrisk

#### Kreditrisk i finansiell verksamhet

Kreditriskexponering uppstår vid placering av likvida medel, men även som en motpartsrisk hänförlig till handel med derivatinstrument. För att begränsa kreditriskerna har en motpartslista upprättats som fastställer maximal exponering gentemot varje enskild godkänd motpart. Electrolux strävar efter att ingå ramavtal om nettning (ISDA) med sina motparter för transaktioner i derivatinstrument och har även upprättat ISDA-avtal med de flesta motparterna, det vill säga att om en motpart går i konkurs nettas fordringar och skulder. För att minska motpartsrisken vid betalning av



valutaaffärer gjorda med banker implementerade Group Treasury Continuous Linked Settlement (CLS) under 2010. CLS eliminerar temporär motpartsrisk då båda benen i en valutatransaktion regleras samtidigt.

### Kreditrisk i kundfordringar

Electrolux säljer till ett stort antal kunder, till exempel större återförsäljare, inköpsgrupper, oberoende butiker, samt till yrkesmässiga och professionella slutanvändare. För försäljningen gäller normala leverans- och betalningsvillkor. Electrolux kreditpolicy definierar hur kreditprocessen ska ske för att uppnå en konkurrenskraftig och professionell kreditförsäljning, minska kreditförlusterna, förbättra kassaflödet och optimera vinsten. På mer detaljerad nivå anges även en miniminivå för utvärdering av kund- och kreditrisker, klargörande av ansvarsområden och ramverk för kreditbeslut. Beslutsprocessen kombinerar parametrarna risk/ersättning, betalningsvillkor/säkerheter för att säkerställa en så hög betald försäljning som möjligt. På vissa marknader använder Electrolux kreditförsäkringar som skydd. Kreditlimiter över 300 Mkr beslutas av styrelsen.

Electrolux har under många år använt Electrolux Rating Model (ERM) för en enhetlig och objektiv bedömning av kreditrisker. ERM-modellen medför en mer standardiserad och systematisk kreditutvärdering för att minimera inkonsekvens i besluten. ERM är baserat på risk/ersättning och är basen för utvärdering av kunder. Modellen består av tre delar; kund- och marknadsinformation, varningssignaler och kreditriskklassificering. Risken på en kund bestäms av den kreditriskklassificering som kunden tilldelas.

Det föreligger en viss koncentration av kreditriskexponering till ett mindre antal kunder, huvudsakligen i USA, Latinamerika och Europa. Se Not 17 på sid 50 för närmare information.

## NOT 3 Redovisning per segment

### Rörelsesegment – Affärsområden

Koncernen har fem rörelsesegment. Konsumentprodukter, som omfattar vitvaror och dammsugare, rapporteras i fyra rörelsesegment, det vill säga Europa, Nordamerika, Latinamerika och Asien/Stillahavsområdet. Vitvaruverksamheten avser främst kylskåp, frysar, spisar, torktumlare, tvättmaskiner, diskmaskiner, utrustning för luftkonditionering och mikrovågsugnar. Professionella Produkter rapporteras i ett eget rörelsesegment. Från och med det första kvartalet 2010 rapporteras verksamheterna inom Övriga världen, det vill säga Mellanöstern och Afrika, inom affärsområde Konsumentprodukter Europa. Dessa ingick tidigare i affärsområde Asien/Stillahavsområdet och Övriga världen. Den finansiella informationen för 2009 för de berörda segmenten har omräknats.

	Nettoomsättning		Rörelseresultat	
	2010	2009	2010	2009
<b>Konsumentprodukter</b>				
Europa	40 038	44 073	2 703	2 349
Nordamerika	33 776	35 726	1 574	1 476
Latinamerika	17 276	14 165	1 080	878
Asien/Stillahavsområdet	8 836	8 033	928	458
<b>Professionella Produkter</b>	<b>6 389</b>	<b>7 129</b>	<b>743</b>	<b>668</b>
	<b>106 315</b>	<b>109 126</b>	<b>7 028</b>	<b>5 829</b>
Koncerngemensamma poster	11	6	-534	-507
Jämförelsestörande poster	—	—	-1 064	-1 561
<b>Totalt</b>	<b>106 326</b>	<b>109 132</b>	<b>5 430</b>	<b>3 761</b>
Finansiella poster, netto	—	—	-124	-277
<b>Resultat efter finansiella poster</b>	<b>—</b>	<b>—</b>	<b>5 306</b>	<b>3 484</b>

Jämförelsestörande poster inkluderas inte i rörelsesegmenten i den interna rapporteringen och har därför inte fördelats. Tabellen visar till vilka segment de hänförs.

### Jämförelsestörande poster

	Nedskrivningar/ omstruktureringar	
	2010	2009
<b>Konsumentprodukter</b>		
Europa	-658	-620
Nordamerika	-406	-779
Latinamerika	—	—
Asien/Stillahavsområdet	—	-162
<b>Professionella Produkter</b>	<b>—</b>	<b>—</b>
<b>Totalt</b>	<b>-1 064</b>	<b>-1 561</b>

Försäljning mellan segment förekommer med följande fördelning:

	2010	2009
<b>Konsumentprodukter</b>		
Europa	578	1 378
Nordamerika	1 173	892
Latinamerika	—	2
Asien/Stillahavsområdet	94	92
<b>Elimineringar</b>	<b>1 845</b>	<b>2 364</b>

Segmenten ansvarar för förvaltningen av de operativa tillgångarna och deras resultat beräknas på denna nivå, medan Group Treasury ansvarar för finansieringen på koncern- och landnivå. Följaktligen fördelas inte likvida medel, räntebärande fordringar, räntebärande skulder och eget kapital till segmenten.



forts. Not 3

	Tillgångar 31 december		Skulder och eget kapital 31 december		Nettotillgångar 31 december	
	2010	2009	2010	2009	2010	2009
<b>Konsument- produkter</b>						
Europa	29 845	34 164	22 478	26 373	7 367	7 791
Nordamerika	10 019	8 336	2 320	438	7 699	7 898
Latinamerika	7 713	5 854	4 180	2 664	3 533	3 190
Asien/Stillhavso- mrådet	4 181	3 030	2 066	1 088	2 115	1 942
<b>Professionella Produkter</b>	2 492	2 413	1 618	1 345	874	1 068
Övrigt <sup>1)</sup>	6 462	5 738	6 507	6 685	-45	-947
Jämförelse- störande poster	4	-196	1 643	1 240	-1 639	-1 436
	<b>60 716</b>	<b>59 339</b>	<b>40 812</b>	<b>39 833</b>	<b>19 904</b>	<b>19 506</b>
Likvida medel	12 805	13 357	—	—	—	—
Räntebärande fordringar	—	—	—	—	—	—
Räntebärande skulder	—	—	12 096	14 022	—	—
Eget kapital	—	—	20 613	18 841	—	—
<b>Totalt</b>	<b>73 521</b>	<b>72 696</b>	<b>73 521</b>	<b>72 696</b>	<b>—</b>	<b>—</b>

1) Omfattar koncerngemensamma funktioner.

	Avskrivningar		Investeringar i anläggnings- tillgångar		Kassaflöde <sup>1)</sup>	
	2010	2009	2010	2009	2010	2009
<b>Konsument- produkter</b>						
Europa	1 478	1 621	1 454	1 187	2 194	1 680
Nordamerika	1 112	1 157	742	470	1 483	1 804
Latinamerika	276	214	661	311	810	2 318
Asien/Stillhavso- mrådet	193	197	208	131	909	1 116
<b>Professionella Produkter</b>	116	123	96	107	863	818
Övrigt <sup>2)</sup>	153	130	60	17	-1 290	-716
Jämförelse- störande poster	—	—	—	—	-375	-413
Finansiella poster	—	—	—	—	-72	-348
Betald skatt	—	—	—	—	-1 316	-929
<b>Totalt</b>	<b>3 328</b>	<b>3 442</b>	<b>3 221</b>	<b>2 223</b>	<b>3 206</b>	<b>5 330</b>

1) Kassaflöde från den löpande verksamheten och investeringsverksamheten.

2) Koncerngemensamma funktioner

#### Geografisk information

	Nettoförsäljning <sup>1)</sup>	
	2010	2009
USA	29 782	31 725
Brasilien	14 231	11 688
Tyskland	5 974	7 435
Australien	5 514	5 290
Italien	4 609	5 044
Kanada	4 390	4 379
Frankrike	4 223	5 119
Schweiz	3 667	3 266
Sverige (koncernens hemland)	3 353	3 399
Storbritannien	2 898	3 259
Övriga	27 685	28 528
<b>Totalt</b>	<b>106 326</b>	<b>109 132</b>

1) Nettoomsättningen per land är baserad på kundens landstillhörighet.

Värdet av koncernens anläggningstillgångar och immateriella tillgångar i Sverige, som är koncernens hemland, uppgick till 2 093 Mkr (1 814). Värdet av koncernens anläggningstillgångar och immateriella tillgångar utanför Sverige uppgick till 18 107 Mkr (18 774). Enskilda länder med störst värde av anläggningstillgångar och immateriella tillgångar är Italien med 2 877 Mkr (3 208), USA med 2 836 Mkr (3 025) och Mexiko med 2 098 Mkr (2 048).

#### NOT 4 Nettoomsättning och rörelseresultat

Koncernens nettoomsättning i Sverige uppgick till 3 353 Mkr (3 399). Exporten från Sverige uppgick under året till 4 379 Mkr (4 009), varav 3 664 Mkr (3 295) till egna dotterbolag. Försäljning av produkter stod för den övervägande delen av koncernens intäkter. Koncernens intäkter från serviceverksamhet uppgick till 1 247 Mkr (1 338).

Koncernens rörelseresultat inkluderar kursdifferenser som netto uppgick till 71 Mkr (-208). De svenska fabriker svarade för 2,4% (2,6) av det totala tillverkningsvärdet. Koncernens kostnader för forskning och utveckling uppgick till 1 597 Mkr (1 621) och redovisas under kostnad för sålda varor.

Årets avskrivningar uppgick till 3 328 Mkr (3 442). Löner, ersättningar och sociala avgifter uppgick till 16 375 Mkr (17 201) och kostnad för ersättningar efter avslutad anställning uppgick till 741 Mkr (877).

Statliga stöd hänförliga till kostnader har redovisas i resultaträkningen som en minskning av motsvarande kostnader med 96 Mkr (100). Statliga stöd som ingår i balansräkningen redovisas som förutbetalda intäkter och kommer att intäktsredovisas över tillgångens nyttjandeperiod. Sådana stöd uppgick 2010 till 220 Mkr (214).

#### NOT 5 Övriga rörelseintäkter

	Koncernen		Moderbolaget	
	2010	2009	2010	2009
<b>Vinst vid försäljning</b>				
Materiella anläggningstillgångar	14	41	—	—
Verksamheter och aktier	—	—	—	160
Övrigt	—	—	379	—
<b>Totalt</b>	<b>14</b>	<b>41</b>	<b>379</b>	<b>160</b>

#### NOT 6 Övriga rörelsekostnader

	Koncernen		Moderbolaget	
	2010	2009	2010	2009
<b>Förlust vid försäljning</b>				
Materiella anläggningstillgångar	-23	-102	-1	-26
Verksamheter och aktier	—	—	-10	-1 057
Övrigt	—	—	-95	—
<b>Totalt</b>	<b>-23</b>	<b>-102</b>	<b>-106</b>	<b>-1 083</b>

## NOT 7 Jämförelsestörande poster

	Koncernen	
	2010	2009
<b>Omstruktureringar och nedskrivningar</b>		
Vitvarufabriken i L'Assomption, Kanada	-426	—
Personalneddragningar inom Vitvaror, Europa	-356	—
Vitvarufabriken i Revin, Frankrike	-71	—
Vitvarufabriken i Forli, Italien	-136	—
Vitvarufabriken i Motala, Sverige	-95	—
Vitvarufabriken i Alcalá, Spanien	—	-440
Vitvarufabrikerna i Webster City och Jefferson, USA	—	-560
Kontorskonsolidering i USA	—	-218
Vitvarufabriken i Changsha, Kina	—	-162
Vitvarufabriken i Porcia, Italien	—	-132
Vitvarufabriken i S:t Petersburg, Ryssland	—	-105
Återföring av outnyttjad reserv för strukturåtgärder	20	56
<b>Totalt</b>	<b>-1 064</b>	<b>-1 561</b>

### Klassificering per funktion i resultaträkningen

	Koncernen	
	2010	2009
Kostnad för sålda varor	-1 062	-1 356
Försäljningskostnader	—	-40
Administrationskostnader	-2	-165
Övriga rörelseintäkter och övriga rörelsekostnader	—	—
<b>Totalt</b>	<b>-1 064</b>	<b>-1 561</b>

Jämförelsestörande poster 2010 avser utfasningen av spistillverkning i Motala-fabriken i Sverige och neddragningar i ett flertal övriga anläggningar inom Vitvaror Europa. I kostnaderna för 2010 ingår också stängningen av anläggningen för spistillverkning i L'Assomption i Kanada, som aviserades i december 2010.

Jämförelsestörande poster 2009 avser stängning av kylskåpsfabriken i Changsha i Kina, tvättmaskinsfabrikerna i S:t Petersburg i Ryssland och i Alcalá i Spanien samt i Webster City i USA. I samband med stängningen i Webster City kommer även tillverkningen vid satellitfabriken i Jefferson att upphöra. I jämförelsestörande poster har även kostnaderna för neddragningen av verksamheten vid tvättmaskinsfabriken i Porcia i Italien och konsolideringen av kontor i USA till ett regionalt huvudkontor medtagits.

## NOT 8 Leasing

### Finansiell leasing

Koncernens finansiella leasingavtal per den 31 december 2010, redovisade som anläggningstillgångar, uppgick till 149 Mkr (4) och inkluderar leasen avseende det nordamerikanska huvudkontoret i Charlotte. Framtida minimileasavgifter i koncernen uppgår till 166 Mkr.

### Operationell leasing

Framtida minimileasavgifter i koncernen fördelar sig enligt följande:

	Operationell leasing
2011	727
2012–2015	1 456
2016–	610
<b>Totalt</b>	<b>2 793</b>

Leasingkostnaderna för 2010 (minimileasavgifter) uppgick till 807 Mkr (903). I koncernens operationella leasingavtal finns inga variabla avgifter av materiellt värde. Inga restriktioner finns i avtalen.

## NOT 9 Finansiella intäkter och finansiella kostnader

	Koncernen		Moderbolaget	
	2010	2009	2010	2009
<b>Finansiella intäkter</b>				
Ränteintäkter				
från dotterbolag	—	—	641	727
från övriga	329	255	48	83
Utdelning från dotterbolag	—	—	2 560	3 178
Övriga finansiella intäkter	3	1	2	1
<b>Totalt</b>	<b>332</b>	<b>256</b>	<b>3 251</b>	<b>3 989</b>
<b>Finansiella kostnader</b>				
Räntekostnader				
till dotterbolag	—	—	-233	-244
till övriga	-404	-544	-275	-432
Valutakursdifferenser				
på lån och derivatkontrakt avsedda för säkring av dotterbolagens eget kapital	—	—	218	-75
på övriga lån och derivat	-16	41	279	530
Övriga finansiella kostnader	-36	-30	-18	-12
<b>Totalt</b>	<b>-456</b>	<b>-533</b>	<b>-29</b>	<b>-233</b>

Ränteintäkter från övriga, för koncern och moderbolag, inkluderar vinster och förluster på finansiella instrument till verkligt värde via resultaträkningen. Räntekostnader till övriga, för koncern och moderbolag, inkluderar vinster och förluster på derivat som använts för att justera räntebindningen samt premier på terminskontrakt för skydd av dotterbolagens eget kapital, vilka har resultatförts som ränta med -109 Mkr (-108). Se Not 18 på sid 51 för information om finansiella instrument.

NOT **10** Skatt

	Koncernen		Moderbolaget	
	2010	2009	2010	2009
Aktuell skatt	-1 779	-515	-113	7
Uppskjuten skatt	470	-362	-170	167
<b>Skatt inkluderat i periodens resultat</b>	<b>-1 309</b>	<b>-877</b>	<b>-283</b>	<b>174</b>
Aktuell skatt relaterat till övrigt totalresultat	—	—	-52	-12
Uppskjuten skatt relaterat till övrigt totalresultat	-30	—	7	—
<b>Skatt inkluderat i periodens totalresultat</b>	<b>-1 339</b>	<b>-877</b>	<b>-328</b>	<b>162</b>

Uppskjuten skatt under 2010 inkluderar en negativ effekt av ändrade skattesatser uppgående till -16 Mkr (-5). Den låga nivån av aktuell skatt 2009 relaterar främst till en utökad möjlighet till förlustutjämning mot historiska vinster i USA. Som ett resultat av förändrad lagstiftning har en återbetalning, uppgående till 370 Mkr, av tidigare betald skatt skett under första kvartalet 2010. Koncernbokslutet innehåller 165 Mkr (205) i uppskjutna skatteskulder hänförliga till obeskatade reserver i moderbolaget.

**Avstämning av effektiv skattesats**

%	2010	2009
Teoretisk skattesats	31,3	31,2
Outnyttjade förlustavdrag	2,1	11,2
locke-skattepliktiga/ej avdragsgilla resultatposter, netto	2,6	1,0
Förändringar i estimat relaterade till uppskjuten skatt	-4,6	-1,5
Utnyttjade förlustavdrag	-6,7	-12,6
Kupongskatt	1,0	0,4
Ändrade estimat avseende skattecrediter i USA	-6,6	2,9
Övrigt	5,6	-7,4
<b>Effektiv skattesats</b>	<b>24,7</b>	<b>25,2</b>

Koncernens teoretiska skattesats beräknas utifrån en viktning av koncernens totala nettoomsättning per land multiplicerat med lokal bolagsskattesats. Den effektiva skattesatsen för 2010 är positivt påverkad av aktivering av amerikanska skattecrediter. Den effektiva skattesatsen för 2009 var positivt påverkad av återföring av skatteavsättningar till följd av en skatteuppgörelse i ett europeiskt land.

**Ej aktiverade avdragsgilla temporära skillnader**

Koncernen hade per den 31 december 2010 förlustavdrag och andra avdragsgilla temporära skillnader uppgående till 4 461 Mkr (6 720), som inte beaktats vid beräkning av uppskjuten skattefordran. De ej aktiverade avdragsgilla temporära skillnaderna förfaller enligt följande:

	31 december 2010
2011	363
2012	350
2013	227
2014	227
2015	152
Och senare	1 389
Utan tidsbegränsning	1 753
<b>Totalt</b>	<b>4 461</b>

**Förändringar i uppskjutna skattefordringar och skatteskulder**

Tabellen visar uppskjutna skattefordringar och -skulder netto. Uppskjutna skattetilgångar och uppskjutna skatteskulder summerar till netto uppskjutna skattefordringar och skatteskulder i balansräkningen.

**Uppskjutna skattefordringar och skatteskulder**

	Överavskrivningar	Avsättning för garantier	Avsättning för pensioner	Avsättning för omstrukturering	Inkuransavdrag	Orealiserade internvinster i lager	Skattedel i förlustavdrag	Övrigt	Totalt uppskjutna skattefordringar och skulder	Kvittning av skatt	Netto uppskjutna skattefordringar och skulder
<b>Ingående balans 1 januari 2009</b>	<b>-748</b>	<b>266</b>	<b>1 017</b>	<b>57</b>	<b>95</b>	<b>49</b>	<b>341</b>	<b>1 263</b>	<b>2 340</b>	<b>—</b>	<b>2 340</b>
Redovisat i periodens totalresultat	44	1	-575	183	14	—	-11	-18	-362	—	-362
Sålda verksamheter	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—
Valutakursdifferenser	28	7	-38	-12	-2	-2	-15	-70	-104	—	-104
<b>Utgående balans 31 december 2009</b>	<b>-676</b>	<b>274</b>	<b>404</b>	<b>228</b>	<b>107</b>	<b>47</b>	<b>315</b>	<b>1 175</b>	<b>1 874</b>	<b>—</b>	<b>1 874</b>
Varav uppskjutna skattefordringar	4	299	631	228	120	50	315	2 085	3 732	-1 039	2 693
Varav uppskjutna skatteskulder	-680	-25	-227	—	-13	-3	—	-910	-1 858	1 039	-819
<b>Ingående balans 1 januari 2010</b>	<b>-676</b>	<b>274</b>	<b>404</b>	<b>228</b>	<b>107</b>	<b>47</b>	<b>315</b>	<b>1 175</b>	<b>1 874</b>	<b>—</b>	<b>1 874</b>
Redovisat i periodens totalresultat	200	-30	-155	259	-16	3	-73	252	440	—	440
Sålda verksamheter	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—
Valutakursdifferenser	37	-12	-19	-25	-5	-7	-9	-99	-139	—	-139
<b>Utgående balans 31 december 2010</b>	<b>-439</b>	<b>232</b>	<b>230</b>	<b>462</b>	<b>86</b>	<b>43</b>	<b>233</b>	<b>1 328</b>	<b>2 175</b>	<b>—</b>	<b>2 175</b>
Varav uppskjutna skattefordringar	82	258	535	462	95	43	233	2 173	3 881	-900	2 981
Varav uppskjutna skatteskulder	-521	-26	-305	—	-9	—	—	-845	-1 706	900	-806

I posten övriga uppskjutna skattefordringar ingår skattecrediter relaterade till produktion av energieffektiva produkter med 1 036 Mkr (753).

NOT **11** Övrigt totalresultat

	2010	2009
<b>Finansiella tillgångar tillgängliga för försäljning</b>		
<b>Ingående balans 1 januari</b>	37	-101
Vinst/förlust till övrigt totalresultat	77	138
Överförd till resultatet	—	—
<b>Utgående balans 31 december</b>	<b>114</b>	<b>37</b>
<b>Kassaflödessäkringar</b>		
<b>Ingående balans 1 januari</b>	-30	82
Vinst/förlust till övrigt totalresultat	-147	-30
Överförd till resultatet	30	-82
<b>Utgående balans 31 december</b>	<b>-147</b>	<b>-30</b>
<b>Valutakursdifferenser</b>		
<b>Ingående balans 1 januari</b>	1 807	2 071
Säkring av nettoinvesteringar	218	-75
Valutakursdifferenser	-1 326	-189
<b>Utgående balans 31 december</b>	<b>699</b>	<b>1 807</b>
Inkomstskatt	-30	—
<b>Övrigt totalresultat, netto efter skatt</b>	<b>-1 178</b>	<b>-238</b>

Inkomstskatter avseende övrigt totalresultat uppgick till 29 Mkr (0) för finansiella instrument för kassaflödessäkringar och -59 Mkr (0) för finansiella instrument för försäkring av omräkningsexponering på aktier i utländska dotterbolag.

NOT **12** Materiella anläggningstillgångar

Koncernen	Mark och markanlägg- ningar	Byggnader	Maskiner och andra tekniska anläggningar	Inventarier	Pågående nyanlägg- ningar och förskott	Totalt
<b>Anskaffningskostnader</b>						
<b>Ingående balans 1 januari 2009</b>	<b>1 151</b>	<b>9 097</b>	<b>32 859</b>	<b>2 063</b>	<b>1 317</b>	<b>46 487</b>
Årets anskaffningar	2	108	1 095	138	880	2 223
Överföring av pågående arbeten och förskott	1	86	1 147	1	-1 235	—
Försäljningar, utrangeringar m m	-46	-283	-3 070	-177	-32	-3 608
Kursdifferenser	-35	-294	-900	-53	-30	-1 312
<b>Utgående balans 31 december 2009</b>	<b>1 073</b>	<b>8 714</b>	<b>31 131</b>	<b>1 972</b>	<b>900</b>	<b>43 790</b>
Årets anskaffningar	25	320	1 294	284	1 451	3 374
Överföring av pågående arbeten och förskott	0	79	832	1	-912	—
Försäljningar, utrangeringar m m	-10	-64	-871	-337	-56	-1 338
Kursdifferenser	-87	-689	-2 285	-133	-132	-3 326
<b>Utgående balans 31 december 2010</b>	<b>1 001</b>	<b>8 360</b>	<b>30 101</b>	<b>1 787</b>	<b>1 251</b>	<b>42 500</b>
<b>Akkumulerade avskrivningar</b>						
<b>Ingående balans 1 januari 2009</b>	<b>206</b>	<b>4 259</b>	<b>23 430</b>	<b>1 559</b>	<b>-2</b>	<b>29 452</b>
Årets avskrivningar	11	296	2 386	155	—	2 848
Överföring av pågående arbeten och förskott	—	-1	-8	8	1	—
Försäljningar, utrangeringar m m	-34	-263	-2 915	-165	-1	-3 378
Nedskrivningar	31	123	306	2	—	462
Kursdifferenser	-12	-168	-684	-45	—	-909
<b>Utgående balans 31 december 2009</b>	<b>202</b>	<b>4 246</b>	<b>22 515</b>	<b>1 514</b>	<b>-2</b>	<b>28 475</b>
Årets avskrivningar	10	235	2 268	160	—	2 673
Överföring av pågående arbeten och förskott	-2	-40	46	-6	2	—
Försäljningar, utrangeringar m m	-10	-48	-867	-334	—	-1 259
Nedskrivningar	7	41	148	—	—	196
Kursdifferenser	-16	-353	-1 741	-105	—	-2 215
<b>Utgående balans 31 december 2010</b>	<b>191</b>	<b>4 081</b>	<b>22 369</b>	<b>1 229</b>	<b>—</b>	<b>27 870</b>
<b>Värde enligt balansräkningen 31 december 2009</b>	<b>871</b>	<b>4 468</b>	<b>8 616</b>	<b>458</b>	<b>902</b>	<b>15 315</b>
<b>Värde enligt balansräkningen 31 december 2010</b>	<b>810</b>	<b>4 279</b>	<b>7 732</b>	<b>558</b>	<b>1 251</b>	<b>14 630</b>

forts. Not 12

Årets anskaffningar inkluderar 153 Mkr för den finansiella leasen av huvudkontoret i Nordamerika. Materiella anläggningstillgångar skrevs ned i verksamheten inom Konsumentprodukter Europa och Nordamerika under 2010. Totala nedskrivningar för byggnader och mark uppgick vid årets slut till 236 Mkr (258) för maskiner och övriga inventarier till 386 Mkr (459), varav 192 Mkr (450) är

relaterade till omstruktureringskostnader för anläggningarna i Motala (Sverige), Forlì (Italien) och L'Assomption (Kanada). Bokfört värde för mark uppgick till 693 Mkr (746). Taxeringsvärde för svenska koncernbolag uppgick till 158 Mkr (158) för byggnader och till 29 Mkr (29) för mark. Motsvarande bokförda värden uppgick till 30 Mkr (32) för byggnader och till 9 Mkr (9) för mark. Electrolux kapitaliserade inga upplåningskostnader under 2010 eller 2009.

#### Materiella anläggningstillgångar

	Mark och markanläggningar	Byggnader	Maskiner och andra tekniska anläggningar	Inventarier	Pågående nyanläggningar och förskott	Totalt
<b>Moderbolaget</b>						
<b>Anskaffningskostnader</b>						
<b>Ingående balans 1 januari 2009</b>	<b>6</b>	<b>57</b>	<b>1 133</b>	<b>362</b>	<b>17</b>	<b>1 575</b>
Årets anskaffningar	—	—	20	—	1	21
Överföring av pågående arbeten och förskott	—	—	10	1	-11	—
Försäljningar, utrangeringar m m	-2	—	-289	—	—	-291
<b>Utgående balans 31 december 2009</b>	<b>4</b>	<b>57</b>	<b>874</b>	<b>363</b>	<b>7</b>	<b>1 305</b>
Årets anskaffningar	—	—	44	10	60	114
Överföring av pågående arbeten och förskott	—	—	1	—	-1	—
Försäljningar, utrangeringar m m	—	—	-1	-93	—	-94
<b>Utgående balans 31 december 2010</b>	<b>4</b>	<b>57</b>	<b>918</b>	<b>280</b>	<b>66</b>	<b>1 325</b>
<b>Akkumulerade avskrivningar</b>						
<b>Ingående balans 1 januari 2009</b>	<b>2</b>	<b>53</b>	<b>859</b>	<b>287</b>	<b>—</b>	<b>1 201</b>
Årets avskrivningar	—	1	65	22	—	88
Försäljningar, utrangeringar m m	—	—	-258	-4	—	-262
<b>Utgående balans 31 december 2009</b>	<b>2</b>	<b>54</b>	<b>666</b>	<b>305</b>	<b>—</b>	<b>1 027</b>
Årets avskrivningar	—	—	56	18	—	74
Försäljningar, utrangeringar m m	—	—	56	-94	—	-38
<b>Utgående balans 31 december 2010</b>	<b>2</b>	<b>54</b>	<b>778</b>	<b>229</b>	<b>—</b>	<b>1 063</b>
<b>Värde enligt balansräkningen 31 december 2009</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>208</b>	<b>58</b>	<b>7</b>	<b>278</b>
<b>Värde enligt balansräkningen 31 december 2010</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>140</b>	<b>51</b>	<b>66</b>	<b>262</b>

Taxeringsvärde för byggnader i moderbolaget uppgick till 116 Mkr (116) och till 18 Mkr (18) för mark. Motsvarande bokförda

värden uppgick till 3 Mkr (3) för byggnader och till 2 Mkr (2) för mark.

## NOT 13 Goodwill och övriga immateriella anläggningstillgångar

### Immateriella tillgångar med obestämd livslängd

Goodwill per den 31 december 2010 uppgick till ett bokfört värde av 2 295 Mkr. Vidare har rättigheten att i Nordamerika använda varumärket Electrolux, förvärvat i maj 2000, åsatts en obestämd livslängd. Rättigheten ingår i posten Övrigt på nästa sida med ett bokfört värde på 410 Mkr. Fördelningen mellan kassaflödesgenererande enheter med betydande belopp visas i nedanstående tabell. Det bokförda värdet på goodwill, allokerat till Konsumentprodukter Nordamerika, Europa och Asien/Stillahavsområdet, är betydande i jämförelse med det totala bokförda goodwillvärdet.

Alla immateriella tillgångar med obestämd livslängd testas minst varje år mot att värdet inte avviker negativt från aktuellt bokfört värde. Enskilda tillgångar kan testas oftare om det finns indikationer på en värdeminskning. Återvinningsvärdet av de kassaflödesgenererande enheterna har bestämts med hjälp av nyttjandevärdet.

Nyttjandevärdet har beräknats med hjälp av diskonterade kassaflöden och baseras på treårsprognoser gjorda av koncernledningen. Prognoserna har byggts upp från estimat i respektive bolag i affärsområdena för respektive kassaflödesgenererande enhet under den kommande treårsperioden. När prognosen utarbetas

läggs ett antal huvudantaganden avseende till exempel volym, pris och produktmix som bas för framtida tillväxt och bruttomarginal. Dessa siffror sätts i relation till historiska siffror samt externa rapporter angående marknadens tillväxt. Kassaflödet för det tredje året används för det fjärde och de därpå följande åren med tillägg för en förväntad nominell evig tillväxt på 2%. Kalkylräntan som används baseras bland annat på de ingående ländernas inflationstakt, räntenivåer samt landsrisk. Kalkylräntan före skatt som använts under 2010 varierade till huvuddelen mellan 8,5% och 19,4%. Företagsledningen anser inte att det bokförda värdet kan påverkas av någon rimligen möjlig förändring i de antaganden på vilka de kassagenererande enheternas återvinningsvärde baseras, så att det överstiger dess återvinningsvärde.

### Goodwill, värde av varumärke samt diskonteringsränta

	Goodwill	Varumärket Electrolux	Kalkylränta %
Europa	368	—	9,9
Nordamerika	379	410	10,1
Asien/Stillahavsområdet	1 468	—	10,8
Övrigt	80	—	8,5–19,4
<b>Totalt</b>	<b>2 295</b>	<b>410</b>	<b>8,5–19,4</b>

## Goodwill och övriga immateriella anläggningstillgångar

	Koncernen				Totalt övriga immateriella anläggningstillgångar	Moderbolaget
	Övriga immateriella anläggningstillgångar					
	Goodwill	Produktutveckling	Programvaror	Övrigt		Varumärken, programvara, m m
<b>Anskaffningskostnader</b>						
<b>Ingående balans 1 januari 2009</b>	<b>2 095</b>	<b>2 891</b>	<b>1 050</b>	<b>1 042</b>	<b>4 983</b>	<b>1 465</b>
Årets anskaffningar	—	—	171	10	181	8
Intern utveckling	—	370	339	—	709	386
Omklassificering	—	-1	1	—	—	—
Årets försäljningar	—	—	—	-67	-67	—
Fullt avskrivna	—	—	-3	-5	-8	—
Nedskrivningar	—	-22	-1	—	-23	—
Kursdifferenser	179	-139	-24	39	-124	—
<b>Utgående balans 31 december 2009</b>	<b>2 274</b>	<b>3 099</b>	<b>1 533</b>	<b>1 019</b>	<b>5 651</b>	<b>1 859</b>
Årets anskaffningar	—	—	107	2	109	—
Intern utveckling	—	396	581	—	977	448
Omklassificering	—	—	-2	2	—	—
Årets försäljningar	—	—	—	—	—	—
Fullt avskrivna	—	-775	—	—	-775	-24
Nedskrivningar	—	-1	—	—	-1	—
Kursdifferenser	21	-276	-63	-11	-350	—
<b>Utgående balans 31 december 2010</b>	<b>2 295</b>	<b>2 443</b>	<b>2 156</b>	<b>1 012</b>	<b>5 611</b>	<b>2 283</b>
<b>Akkumulerade avskrivningar</b>						
<b>Ingående balans 1 januari 2009</b>	<b>—</b>	<b>1 414</b>	<b>284</b>	<b>462</b>	<b>2 160</b>	<b>362</b>
Årets avskrivningar	—	405	142	47	594	134
Årets förvärv och försäljningar	—	—	—	-56	-56	—
Fullt avskrivna	—	—	-3	-5	-8	—
Nedskrivningar (+)/återföring av nedskrivningar (-)	—	—	—	20	20	—
Kursdifferenser	—	-83	-14	39	-58	—
<b>Utgående balans 31 december 2009</b>	<b>—</b>	<b>1 736</b>	<b>409</b>	<b>507</b>	<b>2 652</b>	<b>496</b>
Årets avskrivningar	—	434	191	30	655	181
Årets förvärv och försäljningar	—	—	—	—	—	—
Fullt avskrivna	—	-775	—	—	-775	-24
Nedskrivningar (+)/återföring av nedskrivningar (-)	—	—	—	—	—	—
Kursdifferenser	—	-158	-29	-10	-197	—
<b>Utgående balans 31 december 2010</b>	<b>—</b>	<b>1 237</b>	<b>571</b>	<b>527</b>	<b>2 335</b>	<b>653</b>
<b>Värde enligt balansräkningen 31 december 2009</b>	<b>2 274</b>	<b>1 363</b>	<b>1 124</b>	<b>512</b>	<b>2 999</b>	<b>1 363</b>
<b>Värde enligt balansräkningen 31 december 2010</b>	<b>2 295</b>	<b>1 206</b>	<b>1 585</b>	<b>485</b>	<b>3 276</b>	<b>1 630</b>

I posten Övrigt ingår varumärken med 473 Mkr (489) och patent, licenser med mera med 12 Mkr (23). Avskrivningar på immateriella tillgångar är i resultaträkningen inkluderade i posten Kostnad för

sålda varor med 439 Mkr (459), i posten Administrationskostnader med 184 Mkr (133) samt i posten Försäljningskostnader med 32 Mkr (2). Electrolux kapitaliserade inga uppläningskostnader under 2010.



**NOT 14** Övriga anläggningstillgångar

	Koncernen 31 december		Moderbolaget 31 december	
	2010	2009	2010	2009
Aktier i dotterbolag	—	—	23 256	21 901
Andelar i övriga bolag	—	—	293	217
Långfristiga fordringar i dotterbolag	—	—	3 057	2 962
Övriga fordringar	1 307	1 235	16	13
Pensionstillgångar	1 529	510	—	—
<b>Totalt</b>	<b>2 836</b>	<b>1 745</b>	<b>26 622</b>	<b>25 093</b>

**NOT 15** Varulager

	Koncernen 31 december		Moderbolaget 31 december	
	2010	2009	2010	2009
Råmaterial	2 453	2 185	57	49
Produkter i arbete	231	104	2	2
Färdiga varor	8 406	7 689	81	51
Förskott till leverantörer	40	72	—	—
<b>Totalt</b>	<b>11 130</b>	<b>10 050</b>	<b>140</b>	<b>102</b>

Den utgift för varulagret som kostnadsförts ingår i posten Kostnad för sålda varor och uppgick till 73 603 Mkr (76 656) för koncernen.

Reserv för inkurans ingår i varulagrets värde. Nedskrivningsbeloppet under året uppgick till 148 Mkr och återfört belopp från tidigare år uppgick till 234 Mkr för koncernen. Beloppen ingår i resultaträkningen inom Kostnad för sålda varor.

**NOT 16** Övriga tillgångar

	Koncernen 31 december	
	2010	2009
Övriga fordringar	2 512	1 864
Avsättningar för osäkra fordringar	-29	-34
Förutbetalda kostnader och upplupna intäkter	778	704
Förutbetalda räntekostnader och upplupna ränt-intäkter	308	413
<b>Totalt</b>	<b>3 569</b>	<b>2 947</b>

I posten Övriga fordringar ingår mervärdesskatt samt övrigt.

**NOT 17** Kundfordringar

	2010	2009
Kundfordringar	20 129	21 042
Avsättningar för osäkra fordringar	-783	-869
<b>Kundfordringar, netto</b>	<b>19 346</b>	<b>20 173</b>
Avsättningar i förhållande till kundfordringar, %	3,9	4,1

Per den 31 december 2010 uppgick koncernens avsättning för osäkra fordringar till 783 Mkr (869). Koncernens policy är att reservera 50% av kundfordringar som är förfallna med mer än 6 månader men mindre är 12 månader och att reservera 100% av kundfordringar som är förfallna med 12 månader eller mer. Om avsättningarna anses otillräckliga beroende på individuella omständigheter som konkurs, känd insolvens eller dylikt, utökas avsättningarna till att täcka de bedömda förlusterna.

**Avsättningar för osäkra kundfordringar**

	2010	2009
<b>Avsättningar 1 januari</b>	<b>-869</b>	<b>-692</b>
Nya avsättningar	-143	-303
Kundförluster	147	118
Valutakursdifferenser och övriga förändringar	82	8
<b>Avsättningar 31 december</b>	<b>-783</b>	<b>-869</b>

Det bokförda värdet på fordringarna är lika med det verkliga värdet, eftersom effekten av diskontering inte är väsentlig. Det verkliga värdet på fordringarna utgör maximal exponering för beräknad risk för kundförluster. Electrolux har en väsentlig koncentrationsexponering visavi ett fåtal större kunder, huvudsakligen i USA, Latinamerika och Europa. Fordringar på kunder med utestående krediter överstigande 300 Mkr och däröver utgör 36,9% (35,0) av totala kundfordringar. Avsättningar och ianspråktagande av reserven för osäkra kundfordringar har tagits över resultaträkningen och är inkluderade i försäljningskostnaderna.

**Tidsanalys av förfallna kundfordringar**

	2010	2009
Kundfordringar som inte förfallit	18 393	18 414
Upp till 2 månader förfallna	625	1 257
2 – 6 månader förfallna	216	390
6 – 12 månader förfallna	112	112
Mer än 1 år förfallna	—	—
Förfallna kundfordringar, ej nedskrivna	953	1 759
Nedskrivna kundfordringar	783	869
<b>Kundfordringar totalt</b>	<b>20 129</b>	<b>21 042</b>
Andel förfallna kundfordringar, inklusive nedskrivna, %	8,6	12,5

Tilläggsinformation återfinns i följande noter till årsredovisningen: I Not 1, Redovisnings- och värderingsprinciper, anges de fastställda redovisnings- och värderingsprinciperna. I Not 2, Finansiell riskhantering, redovisas koncernens risk- och finanspolicy generellt och mer detaljerat med avseende på Electrolux viktigaste finansiella instrument.

I Not 17 beskrivs kundfordringar och kreditrisker förknippade med dessa. I denna not beskrivs koncernens viktigaste finansiella instrument med avseende på huvudsakliga villkor, där så anses relevant, liksom riskexponering och verkligt värde vid årets slut.

### Nettoupplåning

Vid slutet av 2010 uppgick koncernens nettoupplåning till –709 Mkr (665). Tabellen nedan visar hur Electrolux beräknar nettoupplåning.

#### Nettoupplåning

	31 december	
	2010	2009
Kortfristiga lån	894	582
Kortfristig del av långfristiga lån	1 177	912
Kundfordringar med regressrätt	1 068	1 870
<b>Kortfristiga lån</b>	<b>3 139</b>	<b>3 364</b>
Derivat till verkligt värde	476	343
Upplupna räntekostnader/förutbetalda ränteintäkter	68	74
<b>Kortfristiga lån totalt</b>	<b>3 683</b>	<b>3 781</b>
<b>Långfristiga lån</b>	<b>8 413</b>	<b>10 241</b>
<b>Total upplåning</b>	<b>12 096</b>	<b>14 022</b>
Placeringar med löptid upp till 3 månader	10 389	9 537
Placeringar med mer än 3 månaders löptid	1 722	3 030
Derivat till verkligt värde	386	377
Förutbetalad räntekostnad/upplupen ränteintäkt	308	413
<b>Likvida medel</b>	<b>12 805</b>	<b>13 357</b>
<b>Nettoupplåning</b>	<b>–709</b>	<b>665</b>
Kreditfacilitet (500 MEUR, 3 400 Mkr) <sup>1)</sup>	7 907	5 163

1) Kreditfaciliteterna är inte inkluderade i nettoupplåningen. Kreditfaciliteterna kan dock användas för kort- och långfristig upplåning.

### Likvida medel

Likvida medel, såsom definierat i Electrolux, består av kontanta medel, derivat till verkligt värde, förutbetalda räntekostnader, upplupna ränteintäkter och övriga kortfristiga placeringar med hög likviditet. Av nedanstående tabell framgår nyckeltal avseende likvida medel. Det bokförda värdet av likvida medel motsvarar ungefär verkligt värde.

### Likviditetsprofil

	31 december	
	2010	2009
Placeringar med löptid upp till 3 månader	10 389	9 537
Placeringar med mer än 3 månaders löptid	1 722	3 030
Derivat till verkligt värde	386	377
Förutbetalad räntekostnad/upplupen ränteintäkt	308	413
<b>Likvida medel</b>	<b>12 805</b>	<b>13 357</b>
% av annualiserad nettoomsättning <sup>1)</sup>	18,9	16,2
<b>Nettolikviditet</b>	<b>9 122</b>	<b>9 576</b>
Fast räntebindningstid, dagar	34	100
Effektiv ränta, % (årsgenomsnitt)	2,8	2,1

1) Likvida medel plus den outnyttjade kreditfaciliteten på 500 MEUR och 3 400 Mkr dividerat med omsättningen på årsbasis.

Under 2010 uppgick likvida medel, inklusive en garanterad kreditfacilitet på 500 MEUR och 3 400 Mkr, till 18,9% (16,2) av omsättningen på årsbasis. Nettolikviditet, i tabellen ovan, definieras som likvida medel minus kortfristig lån.

### Räntebärande skulder

Under 2010 förföll eller amorterades långfristiga lån med 1 039 Mkr till betalning. Förfallen har inte refinansierats.

Per den 31 december 2010 uppgick koncernens totala räntebärande skulder till 10 484 Mkr (11 735), varav 9 590 Mkr (11 153) avser långfristig upplåning inklusive förfall under de kommande 12 månaderna. Långfristig upplåning med förfall inom ett år uppgår till 1 177 Mkr (912). Huvuddelen av den utestående långfristiga upplåningen har skett via det svenska och det europeiska Medium-Term Note-programmet samt via bilaterala lån. Majoriteten av den långfristiga upplåningen, 8 796 Mkr (10 425), har skett på moderbolagsnivå. Electrolux har sedan 2005 en garanterad kreditfacilitet på 500 MEUR med förfall 2012 och sedan tredje kvartalet 2010 ytterligare en garanterad kreditfacilitet på 3 400 Mkr med förfall 2017. Dessa två faciliteter kan användas som kort- och långfristig upplåning. Electrolux förväntas dock fylla eventuella framtida behov av kortfristig upplåning genom bilaterala bankkrediter och kapitalmarknadsprogram, till exempel certifikatprogram.

Vid årsskiftet 2010 var den genomsnittliga räntebindningstiden för långfristig upplåning 0,9 år (1,0). I beräkningen av genomsnittlig räntebindningstid ingår de effekter som härrör från räntederivatinstrument som utnyttjas för att hantera ränterisken i upplåningsportföljen. Räntan på total upplåning var vid årsskiftet 3,2% (2,6).

Verkligt värde på räntebärande lån var 11 716 Mkr. Verkligt värde på räntebärande lån, inklusive swaptransaktioner för att hantera räntebindningen, uppgick till 11 676 Mkr. Lån och ränteswapar har marknadsvärderats för att verkligt värde ska kunna redovisas. Electrolux kredit-rating har tagits i beaktande vid värdering av lån.

Av följande tabell framgår bokförda värden på koncernens räntebärande skulder.

forts. Not 18

**Upplåning**

Emitterat/löptid	Typ av lån	Räntesats, %	Valuta	Nominellt värde (i valuta)	Bokfört värde totalt 31 december	
					2010	2009
<b>Obligationslån<sup>1)</sup></b>						
2007–2011	SEK MTN Program	5,250	SEK	250	—	264
2007–2012	SEK MTN Program	4,500	SEK	2 000	2 057	2 114
2008–2013	Euro MTN Program	Rörlig	EUR	85	762	873
2008–2014	Euro MTN Program	Rörlig	USD	42	286	302
2008–2016	Euro MTN Program	Rörlig	USD	100	680	719
2009–2011	SEK MTN Program	4,250	SEK	500	—	499
2009–2014	Euro MTN Program	Rörlig	EUR	100	901	1 033
<b>Obligationslån totalt</b>					<b>4 686</b>	<b>5 804</b>
<b>Övriga långfristiga lån<sup>1)</sup></b>						
1996–2036	Lån till fast ränta i Tyskland	7,870	EUR	42	362	420
2007–2013	Långfristigt banklån i Sverige	Rörlig	SEK	300	300	300
2008–2011	Lån till fast ränta i Thailand	6,290	THB	965	—	208
2008–2011	Långfristigt banklån i Sverige	Rörlig	USD	45	—	324
2008–2013	Långfristigt banklån i Sverige	Rörlig	SEK	1 000	1 000	1 000
2008–2015	Långfristigt banklån i Sverige	Rörlig	EUR	120	1 082	1 239
2008–2015	Långfristigt banklån i Sverige	Rörlig	PLN	338	768	847
2010–2021	Lån till fast ränta i USA	6,000	USD	22	150	—
Övriga långfristiga lån					65	99
<b>Övriga långfristiga lån totalt</b>					<b>3 727</b>	<b>4 437</b>
<b>Långfristiga lån totalt</b>					<b>8 413</b>	<b>10 241</b>
<b>Kortfristig del av långfristiga lån<sup>2)</sup></b>						
2005–2010	SEK MTN Program	3,650	SEK	500	—	501
2005–2010	Långfristigt banklån i Sverige	Rörlig	EUR	20	—	211
2007–2010	Långfristigt banklån i Sverige	Rörlig	SEK	200	—	200
2007–2011	SEK MTN Program	5,250	SEK	250	255	—
2008–2011	Lån till fast ränta i Thailand	6,290	THB	965	217	—
2008–2011	Långfristigt banklån i Sverige	Rörlig	USD	45	306	—
2009–2011	SEK MTN Program	4,250	SEK	399	399	—
<b>Kortfristig del av långfristiga lån totalt</b>					<b>1 177</b>	<b>912</b>
<b>Övriga kortfristiga lån</b>						
	Certifikatprogram	Rörlig	SEK	—	—	—
	Kortfristiga lån i USA	Rörlig	USD	51	345	—
	Övriga kortfristiga lån				549	582
<b>Övriga kortfristiga lån totalt</b>					<b>894</b>	<b>582</b>
<b>Kundfordringar med regressrätt</b>					<b>1 068</b>	<b>1 870</b>
<b>Kortfristiga lån totalt</b>					<b>3 139</b>	<b>3 364</b>
<b>Derivat till verkligt värde, skuld</b>					<b>476</b>	<b>343</b>
<b>Upplupna räntekostnader och förutbetalda ränteintäkter</b>					<b>68</b>	<b>74</b>
<b>Total upplåning</b>					<b>12 096</b>	<b>14 022</b>

1) Räntebindningsstrukturen för lån har justerats med ränteswapar.

2) Långfristiga lån med förfallotid inom 12 månader har tagits upp som kortfristiga lån i koncernbalansräkningen.

Kortfristiga lån avser huvudsakligen länder med kapitalrestriktioner. Den genomsnittliga löptiden för koncernens långfristiga upplåning, inklusive långfristiga lån med förfall inom 12 månader, upp-

gick till 3,3 år (3,9) vid slutet av 2010. Av nedanstående tabell framgår återbetalningsplanen för den långfristiga upplåningen.

#### Återbetalningsplan för långfristig upplåning per den 31 december

	2011	2012	2013	2014	2015	2016–	Totalt
Förlags- och obligationslån	—	2 057	762	1 187	—	680	4 686
Banklån och andra lån	—	36	1 309	15	1 855	512	3 727
Kortfristig del av långfristiga lån	1 177	—	—	—	—	—	1 177
<b>Totalt</b>	<b>1 177</b>	<b>2 093</b>	<b>2 071</b>	<b>1 202</b>	<b>1 855</b>	<b>1 192</b>	<b>9 590</b>

#### Övriga räntebärande placeringar

Räntebärande fordringar avseende kundfinansieringar till ett belopp om 82 Mkr (103) ingår i posten Övriga fordringar i koncernbalansräkningen. Koncernens kundfinansieringsverksamhet bedrivs som säljstöd och riktar sig huvudsakligen till oberoende återförsäljare i Skandinavien. Större delen av finansieringen sker för löptider kortare än 12 månader. Det finns ingen väsentlig koncentration av kreditrisker inom kundfinansieringen. Säkerheter och rätt att återta lager minskar också kreditrisken i denna finansieringsverksamhet. En viss ränterisk föreligger vad avser intäkterna från kundfinansieringen. Denna risk är dock inte av väsentlig betydelse för koncernen.

#### Transaktionsexponering

Tabellen nedan visar prognostiserat transaktionsflöde, import och export, på helårsbasis för 2011 liksom ingångna säkringar vid bokslutet 2010.

Säkrade belopp är beroende av säkringspolicyn för varje enskilt flöde med beaktande av riskexponeringen. Marknadsvärdet på säkringar med förfall överstigande 12 månader uppgick per 31 december 2010 till –14 Mkr. Säkringseffekten på rörelsens intäkter uppgick 2010 till –489 Mkr (–535). I årsbokslutet uppgick de icke-realiserade valutakursförlusterna på terminskontrakt som bokats mot övrigt totalresultat till –122 Mkr (–13).

#### Prognostiserat transaktionsflöde och säkringar

	GBP	AUD	RUB	DKK	BRL	CHF	CZK	HUF	USD	EUR	Övrigt	Totalt
Valutainflöde, lång position	2 510	2 040	2 230	1 540	1 320	740	3 580	350	10 330	1 370	9 950	35 960
Valutautflöde, kort position	–190	–20	–220	—	–40	—	–4 410	–1 340	–15 200	–8 360	–6 180	–35 960
Transaktionsflöde, brutto	2 320	2 020	2 010	1 540	1 280	740	–830	–990	–4 870	–6 990	3 770	—
Säkring	–580	–930	–1 430	–300	–710	–310	230	420	1 770	2 870	–1 030	—
<b>Transaktionsflöde, netto</b>	<b>1 740</b>	<b>1 090</b>	<b>580</b>	<b>1 240</b>	<b>570</b>	<b>430</b>	<b>–600</b>	<b>–570</b>	<b>–3 100</b>	<b>–4 120</b>	<b>2 740</b>	<b>—</b>

#### Verkligt värdeestimat

Marknadsvärdering av finansiella instrument har utförts med ledning av de mest tillförlitliga marknadspriser som finns att tillgå. Detta innebär att alla instrument som är marknadsnoterade, till exempel på de största obligations- och ränteterminsmarknaderna är marknadsvärderade med aktuella avistakurser. Därefter har konvertering av marknadsvärdet till SEK skett till avistakurs. När det gäller instrument där ett tillförlitligt pris inte finns tillgängligt på marknaden har kassaflöden diskonterats med hjälp av deposit/swapkurvan för kassaflödesvalutan. I det fall det inte finns någon riktig kassaflödesplan, vilket till exempel är fallet med Forward-Rateavtal, har underliggande plan använts för värderingen. I den mån optionsinstrument förekommer har värderingen gjorts enligt Black & Scholes formel.

Bokfört värde minskat med nedskrivningar utgör ett approximativt verkligt värde för kundfordringar och leverantörsskulder. Verkligt värde för skulder, i noterna, är beräknat genom att framtida kassaflöden har diskonterats med aktuella marknadsräntor

för liknande finansiella instrument. Koncernens finansiella tillgångar och skulder är värderade till verkligt värde i enlighet med följande verkligt värde-hierarki.

Nivå 1: Noterade priser på en aktiv marknad för identiska tillgångar eller skulder.

Nivå 2: Andra observerbara data för tillgången eller skulden än noterade priser inkluderade i nivå 1, antingen direkt, dvs som prisnoteringar eller indirekt, dvs erhållna från prisnoteringar.

Nivå 3: Data för tillgången eller skulden som inte i sin helhet baseras på observerbara marknadsdata.

Under 2010 omklassificerades investeringen i Videocon Industries Ltd, klassificerad som finansiell tillgång som kan säljas, från Nivå 3 till Nivå 1. Före 2010 inkluderade värderingsmetoden en reducering av verkligt värde beroende på en restriktion för Electrolux att sälja aktierna. Den restriktionen upphörde att gälla 2010 och därför är det verkliga värdet per den 31 december 2010 baserat på noterade priser.

forts. Not 18

Tabellen nedan visar koncernens tillgångar och skulder värderade till verkligt värde enligt verkligt värde-hierarkin.

**Verkligt värde-hierarki**

	2010				2009			
	Nivå 1	Nivå 2	Nivå 3	Totalt	Nivå 1	Nivå 2	Nivå 3	Totalt
<b>Finansiella tillgångar</b>								
<b>Finansiella tillgångar</b>	<b>577</b>	<b>—</b>	<b>—</b>	<b>577</b>	<b>217</b>	<b>—</b>	<b>217</b>	<b>434</b>
Finansiella tillgångar till verkligt värde via resultaträkningen	284	—	—	284	217	—	—	217
Finansiella tillgångar som kan säljas	293	—	—	293	—	—	217	217
<b>Derivatinstrument</b>	<b>—</b>	<b>386</b>	<b>—</b>	<b>386</b>	<b>—</b>	<b>377</b>	<b>—</b>	<b>377</b>
Derivat då säkringsredovisning ej är tillämpbar, dvs innehav för handel	—	118	—	118	—	92	—	92
Derivat då säkringsredovisning tillämpas	—	268	—	268	—	285	—	285
<b>Kortfristiga investeringar och kassa och bank</b>	<b>2 411</b>	<b>—</b>	<b>—</b>	<b>2 411</b>	<b>4 311</b>	<b>—</b>	<b>—</b>	<b>4 311</b>
Finansiella tillgångar till verkligt värde via resultaträkningen	2 411	—	—	2 411	4 311	—	—	4 311
<b>Finansiella tillgångar totalt</b>	<b>2 988</b>	<b>386</b>	<b>—</b>	<b>3 374</b>	<b>4 528</b>	<b>377</b>	<b>217</b>	<b>5 122</b>
<b>Finansiella skulder</b>								
<b>Derivatinstrument</b>	<b>—</b>	<b>483</b>	<b>—</b>	<b>483</b>	<b>—</b>	<b>351</b>	<b>—</b>	<b>351</b>
Derivat då säkringsredovisning ej är tillämpbar, dvs innehav för handel	—	57	—	57	—	81	—	81
Derivat då säkringsredovisning tillämpas	—	426	—	426	—	270	—	270
<b>Finansiella skulder totalt</b>	<b>—</b>	<b>483</b>	<b>—</b>	<b>483</b>	<b>—</b>	<b>351</b>	<b>—</b>	<b>351</b>

**Förändringar inom Nivå 3**

	2010	2009
	Finansiella tillgångar som kan säljas	Finansiella tillgångar som kan säljas
<b>Finansiella tillgångar</b>		
<b>Ingående balans</b>	<b>217</b>	<b>78</b>
Vinst/förlust till periodens resultat	—	1
Vinst/förlust till övrigt totalresultat	29	138
Omklassificerat till Nivå 1	246	—
<b>Utgående balans</b>	<b>—</b>	<b>217</b>
Summa periodens vinst/förlust till resultatet	—	1
Summa periodens vinst/förlust till resultatet för tillgångar som innehas vid utgången av perioden	—	1

## Finansiella derivatinstrument

Tabellerna nedan visar verkligt värde på koncernens finansiella derivatinstrument för hantering av finansiella risker och handel för egen räkning.

### Derivatinstrument till verkligt värde

	31 december 2010		31 december 2009	
	Tillgångar	Skulder	Tillgångar	Skulder
<b>Ränteswapar</b>	<b>88</b>	<b>63</b>	<b>169</b>	<b>53</b>
Kassaflödessäkringar	5	51	1	39
Säkringar av verkligt värde	75	—	157	—
Innehav för handel	8	12	11	14
<b>Valutaränteswapar</b>	<b>—</b>	<b>—</b>	<b>—</b>	<b>—</b>
Kassaflödessäkringar	—	—	—	—
Säkringar av verkligt värde	—	—	—	—
Innehav för handel	—	—	—	—
<b>FRA och ränteterminer</b>	<b>22</b>	<b>21</b>	<b>2</b>	<b>3</b>
Kassaflödessäkringar	—	—	—	—
Säkringar av verkligt värde	—	—	—	—
Innehav för handel	22	21	2	3
<b>Valutaderivat (terminer och optioner)</b>	<b>274</b>	<b>399</b>	<b>204</b>	<b>295</b>
Kassaflödessäkringar	86	331	104	147
Säkringar av nettoinvesteringar	102	44	23	84
Innehav för handel	86	24	77	64
<b>Råvaruderivat</b>	<b>2</b>	<b>—</b>	<b>2</b>	<b>—</b>
Kassaflödessäkringar	—	—	—	—
Säkringar av verkligt värde	—	—	—	—
Innehav för handel	2	—	2	—
<b>Totalt</b>	<b>386</b>	<b>483</b>	<b>377</b>	<b>351</b>

### Löptidsprofil över finansiella skulder och derivat

I tabellen nedan återfinns de odiskonterade kassaflöden som kommer av koncernens skulder i form av finansiella instrument, baserat på de vid årsbokslutet kontrakterade återstående löptiderna. Rörliga ränteflöden med framtida räntesättningsdagar

estimeras med marknadens vid årsskiftet förväntade ränteläge för varje affärs- respektive räntesättningsdag. Alla kassaflöden i utländsk valuta är konverterade till SEK med vid årsbokslutet gällande avistakurs.

### Löptidsprofil över finansiella skulder och derivat – odiskonterade kassaflöden

	Upp till 1 år	1 - 2 år	2 - 5 år	5 år -	Totalt
Lån	-2 454	-2 283	-5 494	-1 206	-11 437
Nettoreglerade derivat	29	18	-18	—	29
Bruttoreglerade derivat	-151	-26	—	—	-177
varav utflöde	-29 644	-265	—	—	-29 909
varav inflöde	29 493	239	—	—	29 732
Leverantörsskulder	-17 283	—	—	—	-17 283
Finansiella garantier	-1 062	—	—	—	-1 062
<b>Totalt</b>	<b>-20 921</b>	<b>-2 291</b>	<b>-5 512</b>	<b>-1 206</b>	<b>-29 930</b>

### Nettovinst/-förlust, verkligt värde samt bokfört värde för finansiella instrument

Tabellerna nedan visar nettovinst/-förlust, effekten i resultat och eget kapital, samt verkligt värde och bokförda värden för finansiella instrument. Nettovinst/-förlust kan inkludera både valutakursdifferenser och vinst/förlust hänförliga till förändring av räntnivåer.

### Specifikation av vinster och förluster från säkringar av verkligt värde

	2010	2009
Säkringar av verkligt värde, netto	—	6
varav räntederivat	-69	-6
varav justering av verkligt värde på lån	69	12



forts. Not 18

**Vinst/förlust, intäkter och kostnader på finansiella instrument**

	2010				2009			
	Vinst/ förlust i resultat- räkningen	Vinst/ förlust i övrigt total- resultat	Ränte- intäkter	Ränte- kostnader	Vinst/ förlust i resultat- räkningen	Vinst/ förlust i övrigt total- resultat	Ränte- intäkter	Ränte- kostnader
<b>Rapporterat i rörelseresultatet</b>								
<b>Finansiella tillgångar och skulder till verkligt värde via resultaträkningen</b>	<b>-487</b>	<b>—</b>	<b>—</b>	<b>—</b>	<b>-515</b>	<b>—</b>	<b>—</b>	<b>—</b>
Derivat där säkringsredovisning ej är tillämpbar, dvs innehav för handel	2	—	—	—	20	—	—	—
Valutaderivat relaterade till kommersiella flöden där säkringsredovisning tillämpas, dvs kassaflödessäkringar	-489	—	—	—	-535	—	—	—
<b>Lånefordringar och kundfordringar</b>	<b>559</b>	<b>—</b>	<b>—</b>	<b>—</b>	<b>327</b>	<b>—</b>	<b>—</b>	<b>—</b>
Kundfordringar/leverantörsskulder	559	—	—	—	327	—	—	—
<b>Finansiella tillgångar som kan säljas</b>	<b>2</b>	<b>77</b>	<b>—</b>	<b>—</b>	<b>1</b>	<b>138</b>	<b>—</b>	<b>—</b>
Övriga aktier och andelar	2	77	—	—	1	138	—	—
<b>Nettovinst/-förlust, intäkter och kostnader</b>	<b>74</b>	<b>77</b>	<b>—</b>	<b>—</b>	<b>-187</b>	<b>138</b>	<b>—</b>	<b>—</b>
<b>Rapporterat i finansnettot</b>								
<b>Finansiella tillgångar och skulder till verkligt värde via resultaträkningen</b>	<b>-675</b>	<b>101</b>	<b>53</b>	<b>-57</b>	<b>-385</b>	<b>-187</b>	<b>86</b>	<b>-55</b>
Derivat där säkringsredovisning ej är tillämpbar, dvs innehav för handel	-465	—	—	—	-311	—	—	—
Ränterelaterade derivat där säkringsredovisning av verkligt värde tillämpas	-69	—	—	81	-6	—	—	75
Ränterelaterade derivat där säkringsredovisning av kassaflöden tillämpas	—	-7	—	-29	—	-14	—	-22
Valutaderivat relaterade till kommersiella flöden där säkringsredovisning tillämpas, dvs kassaflödessäkringar	-10	-110	—	—	13	-98	—	—
Säkring av nettoinvesteringar där säkringsredovisning tillämpas	—	218	—	-109	—	-75	—	-108
Övriga finansiella tillgångar till verkligt värde	-131	—	53	—	-81	—	86	—
<b>Lånefordringar och kundfordringar</b>	<b>52</b>	<b>—</b>	<b>293</b>	<b>—</b>	<b>33</b>	<b>—</b>	<b>194</b>	<b>—</b>
<b>Övriga finansiella skulder</b>	<b>640</b>	<b>—</b>	<b>—</b>	<b>-430</b>	<b>369</b>	<b>—</b>	<b>—</b>	<b>-519</b>
Övriga finansiella skulder där säkringsredovisning ej är tillämpbar	291	—	—	-222	357	—	—	-390
Övriga finansiella skulder där säkringsredovisning är tillämpbar	349	—	—	-208	12	—	—	-129
<b>Nettovinst/-förlust, intäkter och kostnader</b>	<b>17</b>	<b>101</b>	<b>346</b>	<b>-487</b>	<b>17</b>	<b>-187</b>	<b>280</b>	<b>-574</b>

**Verkligt värde och bokfört värde på finansiella tillgångar och skulder**

	2010 <sup>1)</sup>		2009 <sup>1)</sup>	
	Verkligt värde	Bokfört värde	Verkligt värde	Bokfört värde
<b>Finansiella tillgångar</b>				
<b>Finansiella tillgångar</b>	<b>577</b>	<b>577</b>	<b>434</b>	<b>434</b>
Finansiella tillgångar till verkligt värde via resultaträkningen	284	284	217	217
Finansiella tillgångar som kan säljas	293	293	217	217
<b>Kundfordringar</b>	<b>19 346</b>	<b>19 346</b>	<b>20 173</b>	<b>20 173</b>
Lånefordringar och kundfordringar	19 346	19 346	20 173	20 173
<b>Derivatinstrument</b>	<b>386</b>	<b>386</b>	<b>377</b>	<b>377</b>
Finansiella tillgångar till verkligt värde via resultaträkningen:				
Derivat där säkringsredovisning ej är tillämpbar, dvs innehav för handel	118	118	92	92
Ränterelaterade derivat där säkringsredovisning av verkligt värde tillämpas	75	75	157	157
Ränterelaterade derivat där säkringsredovisning av kassaflöden tillämpas	5	5	1	1
Valutaderivat relaterade till kommersiella flöden där säkringsredovisning tillämpas, dvs kassaflödessäkringar	86	86	104	104
Säkring av nettoinvesteringar där säkringsredovisning tillämpas	102	102	23	23
<b>Kortfristiga investeringar</b>	<b>1 722</b>	<b>1 722</b>	<b>3 030</b>	<b>3 030</b>
Finansiella tillgångar till verkligt värde via resultaträkningen	1 089	1 089	3 030	3 030
Lånefordringar och kundfordringar	633	633	—	—
<b>Kassa och bank</b>	<b>10 389</b>	<b>10 389</b>	<b>9 537</b>	<b>9 537</b>
Finansiella tillgångar till verkligt värde via resultaträkningen	1 322	1 322	1 281	1 281
Lånefordringar och kundfordringar	5 529	5 529	2 639	2 639
Kassa	3 538	3 538	5 617	5 617
<b>Finansiella tillgångar totalt</b>	<b>32 420</b>	<b>32 420</b>	<b>33 551</b>	<b>33 551</b>
<b>Finansiella skulder</b>				
<b>Långfristig upplåning</b>	<b>8 455</b>	<b>8 413</b>	<b>10 331</b>	<b>10 241</b>
Finansiella skulder värderade till upplupet anskaffningsvärde	6 157	6 101	7 650	7 562
Finansiella skulder värderade till upplupet anskaffningsvärde där säkringsredovisning av verkligt värde tillämpas	2 298	2 312	2 681	2 679
<b>Leverantörsskulder</b>	<b>17 283</b>	<b>17 283</b>	<b>16 031</b>	<b>16 031</b>
Finansiella skulder värderade till upplupet anskaffningsvärde	17 283	17 283	16 031	16 031
<b>Kortfristig upplåning</b>	<b>3 261</b>	<b>3 139</b>	<b>3 381</b>	<b>3 364</b>
Finansiella skulder värderade till upplupet anskaffningsvärde	3 261	3 139	3 381	3 364
<b>Derivatinstrument</b>	<b>483</b>	<b>483</b>	<b>351</b>	<b>351</b>
Finansiella skulder till verkligt värde via resultaträkningen:				
Derivat där säkringsredovisning ej är tillämpbar, dvs innehav för handel	57	57	81	81
Ränterelaterade derivat där säkringsredovisning av verkligt värde tillämpas	—	—	—	—
Ränterelaterade derivat där säkringsredovisning av kassaflöden tillämpas	51	51	39	39
Valutaderivat relaterade till kommersiella flöden där säkringsredovisning tillämpas, dvs kassaflödessäkringar	331	331	147	147
Säkring av nettoinvesteringar där säkringsredovisning tillämpas	44	44	84	84
<b>Finansiella skulder totalt</b>	<b>29 482</b>	<b>29 318</b>	<b>30 094</b>	<b>29 987</b>

	2010 <sup>1)</sup>		2009 <sup>1)</sup>	
	Verkligt värde	Bokfört värde	Verkligt värde	Bokfört värde
<b>Per kategori</b>				
Finansiella tillgångar till verkligt värde via resultaträkningen	3 081	3 081	4 905	4 905
Finansiella tillgångar som kan säljas	293	293	217	217
Lånefordringar och kundfordringar	25 508	25 508	22 812	22 812
Kassa	3 538	3 538	5 617	5 617
<b>Finansiella tillgångar totalt</b>	<b>32 420</b>	<b>32 420</b>	<b>33 551</b>	<b>33 551</b>
Finansiella skulder till verkligt värde via resultaträkningen	483	483	351	351
Finansiella skulder värderade till upplupet anskaffningsvärde	28 999	28 835	29 743	29 636
<b>Finansiella skulder totalt</b>	<b>29 482</b>	<b>29 318</b>	<b>30 094</b>	<b>29 987</b>

1) Inga omklassificeringar mellan kategorier har skett.

**NOT 19** Ställda säkerheter för skulder till kreditinstitut

	Koncernen 31 december		Moderbolaget 31 december	
	2010	2009	2010	2009
Fastighetsinteckningar	60	97	—	—
Övrigt	10	10	5	4
<b>Totalt</b>	<b>70</b>	<b>107</b>	<b>5</b>	<b>4</b>

Huvuddelen av fastighetsinteckningarna avser Brasilien. I processen att fastställa slutlig beskattning intecknas ibland fastigheter

som säkerhet för beräknade skulder till den brasilianska skattemyndigheten.

**NOT 20** Aktiekapital, antal aktier och resultat per aktie

Aktiekapitalet som är hänförligt till moderbolagets aktieägare fördelar sig på följande sätt:

**Aktiekapital**

AB Electrolux aktiekapital består av 9 063 125 A-aktier och 299 857 183 B-aktier med ett kvotvärde på 5 kr per aktie. Alla aktier är fullt betalda. A-aktien har en röst och B-aktien en tiondels röst. Samtliga aktier berättigar innehavaren till samma proportion av tillgångar och intäkter och ger lika rätt till utdelning. Under 2010 konverterades 439 150 A-aktier till B-aktier på uppdrag av aktieägare.

**Aktiekapital**

	Kvotvärde
<b>Aktiekapital 31 december 2010</b>	
9 063 125 A-aktier, med kvotvärde 5 kr	46
299 857 183 B-aktier, med kvotvärde 5 kr	1 499
<b>Totalt</b>	<b>1 545</b>
<b>Aktiekapital 31 december 2009</b>	
9 502 275 A-aktier, med kvotvärde 5 kr	48
299 418 033 B-aktier, med kvotvärde 5 kr	1 497
<b>Totalt</b>	<b>1 545</b>

**Antal aktier**

	Ägda av bolaget	Ägda av andra aktieägare	Totalt
<b>Aktier 31 december 2009</b>			
A-aktier	—	9 502 275	9 502 275
B-aktier	24 498 841	274 919 192	299 418 033
<b>Omvandling av A-aktier till B-aktier</b>			
A-aktier	—	-439 150	-439 150
B-aktier	—	439 150	439 150
<b>Sålda aktier</b>			
A-aktier	—	—	—
B-aktier	-243 756	243 756	—
<b>Aktier 31 december 2010</b>			
A-aktier	—	9 063 125	9 063 125
B-aktier	24 255 085	275 602 098	299 857 183

**Övrigt tillskjutet kapital**

Övrigt tillskjutet kapital avser kapital tillskjutet från ägare och inkluderar betalda överkurser i samband med emissioner.

**Övriga reserver**

Övriga reserver inkluderar följande poster: Finansiella tillgångar tillgängliga för försäljning vilka avser förändringar av verkligt värde för Electrolux aktieinnehav i Videocon Industries Ltd., Indien, kassaflödesåkringar vilka avser värdeförändringar av valutasäkringskontrakt för framtida valutatransaktioner, valutakursdifferenser vilka avser effekter av valutakursförändringar vid omräkning av nettoinvesteringar i utländska dotterbolag till svenska kronor. Beloppet redovisas netto efter avräkning för säkringskontrakt. Slutligen innehåller övriga reserver skatt relaterad till ovanstående poster.

**Balanserade vinstmedel**

Balanserade vinstmedel inklusive periodens resultat inkluderar resultatet för moderbolaget och dess del av resultat i dotterbolag och intressebolag. Balanserade vinstmedel inkluderar även reversering av kostnad för aktiebaserade betalningar som redovisats i resultaträkningen, resultat från försäljning av egna aktier samt belopp för aktieutdelning.

**Resultat per aktie**

	2010	2009
Periodens resultat	3 997	2 607
<b>Resultat per aktie, kr</b>		
Före utspädning	14,04	9,18
Efter utspädning	13,97	9,16
<b>Genomsnittligt antal aktier, miljoner</b>		
Före utspädning	284,6	284,0
Efter utspädning	286,0	284,6

Resultat per aktie före utspädning är beräknat genom att dividera periodens resultat med genomsnittligt antal aktier. Genomsnittligt antal aktier är vägt antal utestående aktier under året efter återköp av egna aktier.

Resultat per aktie efter utspädning är beräknat genom att justera genomsnittligt antal aktier till att omfatta all potentiell utspädning av aktier. För aktieoptioner görs en beräkning för att

bestämna antal aktier som varit möjligt att anskaffa till verkligt värde baserat på monetärt värde på teckningsrätt till aktier hänförliga till utestående aktieoptioner. Aktieprogram inkluderas i beräkningen av utspädningen från och med starten av varje program. Utspädningen från Electrolux incitamentsprogram är hänförlig till 2009 och 2010 års aktieprogram.

Per den 31 december 2010 hade Electrolux sålt och levererat 243 756 (839 963) B-aktier till ett sammanlagt nominellt belopp om 1 Mkr (4) till deltagare i Electrolux långsiktiga incitamentsprogram. Genomsnittligt antal aktier uppgick under året till 284 598 306 (284 023 234) och efter utspädning till 286 017 584 (284 611 284).

## NOT 21 Obeskattade reserver, moderbolaget

	31 december 2010	Bokslutsdis- positioner	31 december 2009
<b>Akkumulerade avskrivningar utöver plan</b>			
Varumärken	419	-41	460
Licenser	82	22	60
Maskiner och inventarier	88	-59	147
Byggnader	2	-1	3
Övrigt	38	24	14
<b>Totalt</b>	<b>629</b>	<b>-55</b>	<b>684</b>

## NOT 22 Ersättningar efter avslutad anställning

### Ersättningar efter avslutad anställning

Koncernen finansierar pensionsplaner i många av de länder där den har verksamheter av betydelse. Pensionsplanerna kan vara avgiftsbestämda eller förmånsbestämda eller en kombination av båda. Förmånsbestämda planer innebär att bolaget har en pensionsförpliktelse som grundar sig på en eller flera faktorer där utfallet i nuläget är okänt. Till exempel kan ersättningar vara beroende av slutlön, genomsnittlig lön eller ett fast belopp per år av anställning. Avgiftsbestämda pensionsplaner innebär att bolaget gör periodiska inbetalningar till separata myndigheter eller fonder och ersättningsnivån är beroende av den uppnådda avkastningen på dessa investeringar. Vissa planer kombinerar löften om att göra periodiska inbetalningar med ett löfte om garanterad minimi-avkastning på investeringarna. Även denna typ av planer definieras som förmånsbestämda.

I vissa länder gör bolagen avsättningar för obligatoriska ersättningar efter avslutad anställning. Dessa avsättningar täcker koncernens förpliktelse att betala avgångsvederlag till anställda som slutar sin anställning på grund av uppnådd pensionsålder, avskedande eller egen uppsägning. Dessa planer är specificerade nedan i posten Övriga ersättningar efter avslutad anställning.

Utöver pensionsförmåner och obligatoriska ersättningar täcker koncernen sjukvårdsförmåner för en del av sina anställda i vissa länder, huvudsakligen i USA.

Koncernens väsentligaste förmånsbestämda planer avser anställda i USA, Storbritannien, Schweiz, Tyskland, Frankrike, Italien och Sverige. De italienska och franska planerna är ofonderade, medan resterande planer är fonderade. Ett fåtal av koncernens anställda i Sverige omfattas av en förmånsbestämd plan som omfattar flera arbetsgivare och förvaltas av Alecta. Det har inte varit möjligt att få den information som krävs för att redovisa denna som en förmånsbestämd plan och redovisningen har därför skett som för en avgiftsbestämd plan.

Av tabellerna nedan framgår förpliktelserna i Electrolux-koncernens planer, de antaganden som ligger till grund för beräkningarna av dessa förpliktelser, förvaltningstillgångar relaterade till de förmånsbestämda planerna samt de belopp som redovisats i resultaträkningen och balansräkningen. Tabellerna inkluderar även en avstämning av förändringen av nettoavsättningar, en avstämning av förändringen av nuvärdet av förpliktelserna under året samt en avstämning av förändringen av värdet på förvaltningstillgångarna.

Avsättningar för ersättningar efter avslutad anställning uppgick till 957 Mkr (1 658). Den huvudsakliga förklaringen är att den förmånsbestämda pensionsförpliktelserna minskade med 676 Mkr på grund av kurseffekter. De oredovisade aktuariella förlusterna i planerna för ersättning efter avslutad anställning minskade med 405 Mkr till 1 333 Mkr (1 738). Minskningen i förluster beror främst på en god avkastning på förvaltningstillgångarna.

forts. Not 22

**Redovisning i balansräkningen**

	31 december 2010				31 december 2009			
	Pensions- förmåner	Sjukvårds- förmåner	Övriga ersättningar efter avslutad anställning	Totalt	Pensions- förmåner	Sjukvårds- förmåner	Övriga ersättningar efter avslutad anställning	Totalt
Nuvärde av fonderade förpliktelse	18 332	2 068	—	20 400	19 008	2 055	—	21 063
Förvaltningstillgångarnas verkliga värde	-18 069	-1 340	—	-19 409	-17 749	-1 259	—	-19 008
<b>Överskott/underskott</b>	<b>263</b>	<b>728</b>	<b>—</b>	<b>991</b>	<b>1 259</b>	<b>796</b>	<b>—</b>	<b>2 055</b>
Nuvärde av ofonderade förpliktelse	666	—	657	1 323	601	—	735	1 336
Oredovisade aktuariella vinster och förluster	-1 532	232	-33	-1 333	-2 081	352	-9	-1 738
Oredovisade kostnader avseende tjänstgöring under tidigare år	-1	1	-24	-24	-6	11	-15	-10
Effekt av begränsningar i förvaltningskostnader	—	—	—	—	15	—	—	15
<b>Avsättningar för ersättningar efter avslutad anställning</b>	<b>-604</b>	<b>961</b>	<b>600</b>	<b>957</b>	<b>-212</b>	<b>1 159</b>	<b>711</b>	<b>1 658</b>
varav redovisad som								
Förtbetalda pensionskostnader i övriga anläggningstillgångar <sup>1)</sup>	1 529	—	—	1 529	510	—	—	510
Avsättningar för ersättningar efter avslutad anställning	925	961	600	2 486	298	1 159	711	2 168

1) Pensionstillgångar är hänförliga till Kanada, Sverige, Schweiz och Storbritannien.

**Förändring i nettoavsättningar för ersättningar efter avslutad anställning**

	Pensions- förmåner	Sjukvårds- förmåner	Övriga ersättningar efter avslutad anställning	Totalt
<b>Nettoavsättning för ersättningar efter avslutad anställning 1 januari 2009</b>	<b>2 911</b>	<b>2 709</b>	<b>828</b>	<b>6 448</b>
Kostnad för förmånsbestämda ersättningar efter avslutad anställning	365	79	57	501
Inbetalningar av arbetsgivaren	-3 418	-1 545	-131	-5 094
Valutakursdifferenser	-70	-84	-43	-197
<b>Nettoavsättning för ersättningar efter avslutad anställning 31 december 2009</b>	<b>-212</b>	<b>1 159</b>	<b>711</b>	<b>1 658</b>
Kostnad för förmånsbestämda ersättningar efter avslutad anställning	226	37	51	314
Inbetalningar av arbetsgivaren	-626	-192	-72	-890
Valutakursdifferenser och övriga förändringar	8	-43	-90	-125
<b>Nettoavsättning för ersättningar efter avslutad anställning 31 december 2010</b>	<b>-604</b>	<b>961</b>	<b>600</b>	<b>957</b>

**Redovisning i resultaträkningen**

	31 december 2010				31 december 2009			
	Pensions- förmåner	Sjukvårds- förmåner	Övriga ersättningar efter avslutad anställning	Totalt	Pensions- förmåner	Sjukvårds- förmåner	Övriga ersättningar efter avslutad anställning	Totalt
Kostnad för tjänstgöring under innevarande år	312	1	4	317	248	1	4	253
Räntekostnad	957	114	35	1 106	990	134	43	1 167
Förväntad avkastning på förvaltningstillgångar	-1 140	-90	—	-1 230	-935	—	—	-935
Periodisering av aktuariella vinster eller förluster	92	-10	—	82	91	-11	—	80
Periodisering av kostnad för tjänstgöring under tidigare år	5	-6	2	1	-14	-14	2	-26
Effekt av eventuella reduceringar och regleringar	15	28	10	53	-30	-31	8	-53
Effekt av begränsning i förvaltningstillgångar	-15	—	—	-15	15	—	—	15
<b>Kostnad för förmånsbestämda ersättningar efter avslutad anställning</b>	<b>226</b>	<b>37</b>	<b>51</b>	<b>314</b>	<b>365</b>	<b>79</b>	<b>57</b>	<b>501</b>
Kostnad för avgiftsbestämda planer	—	—	—	427	—	—	—	376
<b>Kostnad för ersättningar efter avslutad anställning</b>	<b>—</b>	<b>—</b>	<b>—</b>	<b>741</b>	<b>—</b>	<b>—</b>	<b>—</b>	<b>877</b>
Verklig avkastning på förvaltningstillgångar	-1 864	—	—	-1 864	-2 065	—	—	-2 065

Den totala kostnaden för pensioner, sjukvårdsförmåner och övriga ersättningar efter avslutad anställning redovisas i koncernen som rörelsekostnad och klassificeras som kostnad för sålda

varor, försäljnings- eller administrationskostnad, beroende på de anställdas arbetsuppgifter. I moderbolaget har en liknande klassificering skett.

## Avstämning av förändring i nuvärdet av förmånsbestämd förpliktelse avseende fonderade och ofonderade förpliktelser

	2010				2009			
	Pensions-förmåner	Sjukvårds-förmåner	Övriga ersättningar efter avslutad anställning	Totalt	Pensions-förmåner	Sjukvårds-förmåner	Övriga ersättningar efter avslutad anställning	Totalt
<b>Ingående balans 1 januari</b>	<b>19 610</b>	<b>2 055</b>	<b>734</b>	<b>22 399</b>	<b>19 934</b>	<b>2 369</b>	<b>882</b>	<b>23 185</b>
Kostnad för tjänstgöring under innevarande år	312	1	4	317	248	1	4	253
Räntekostnad	957	114	35	1 106	990	134	43	1 167
Inbetalningar av deltagare i planen	41	21	—	62	44	25	—	69
Aktuariella förluster/vinster	222	150	26	398	341	-90	-25	226
Periodisering av kostnad för tjänstgöring under tidigare år	—	—	15	15	-20	-13	—	-33
Effekt av reduceringar	10	32	12	54	-69	—	-1	-70
Effekt av regleringar	-2	—	-3	-5	-4	—	7	3
Valutakursdifferenser	-1 054	-117	-94	-1 265	-690	-148	-45	-883
Utbetalda förmåner	-1 098	-199	-72	-1 369	-1 164	-236	-131	-1 531
Övrigt	—	11	—	11	—	13	—	13
<b>Utgående balans 31 december</b>	<b>18 998</b>	<b>2 068</b>	<b>657</b>	<b>21 723</b>	<b>19 610</b>	<b>2 055</b>	<b>734</b>	<b>22 399</b>

## Avstämning av förändring i verkligt värde av förvaltningstillgångar

	2010				2009			
	Pensions-förmåner	Sjukvårds-förmåner	Övriga ersättningar efter avslutad anställning	Totalt	Pensions-förmåner	Sjukvårds-förmåner	Övriga ersättningar efter avslutad anställning	Totalt
<b>Ingående balans 1 januari</b>	<b>17 749</b>	<b>1 259</b>	<b>—</b>	<b>19 008</b>	<b>13 987</b>	<b>2</b>	<b>—</b>	<b>13 989</b>
Förväntad avkastning på förvaltningstillgångar	1 140	90	—	1 230	935	—	—	935
Aktuariella vinster/förluster	581	53	—	634	1 130	—	—	1 130
Regleringar	—	—	—	—	-4	—	—	-4
Inbetalningar av arbetsgivaren	626	192	72	890	3 418	1 545	131	5 094
Inbetalningar av deltagare i pensionsplaner	41	21	—	62	44	25	—	69
Valutakursdifferenser	-974	-76	—	-1 050	-597	-77	—	-674
Utbetalda förmåner	-1 098	-199	-72	-1 369	-1 164	-236	-131	-1 531
Övrigt	4	—	—	4	—	—	—	—
<b>Utgående balans 31 december</b>	<b>18 069</b>	<b>1 340</b>	<b>—</b>	<b>19 409</b>	<b>17 749</b>	<b>1 259</b>	<b>—</b>	<b>19 008</b>

Förvaltningstillgångarna innehåller aktier utgivna av AB Electrolux till ett verkligt värde av 86 Mkr (75). Under 2011 beräknar koncernen att göra inbetalningar till stiftelserna och utbetalningar av för-

måner direkt till de anställda om sammanlagt 667 Mkr. Under 2010 uppgick inbetalningarna till 890 Mkr, varav 579 Mkr avsåg inbetalningar till koncernens pensionsstiftelser.

### Specifikation av förvaltningstillgångar i procent av totala förvaltningstillgångar

%	31 december	
	2010	2009
Europeiska aktier	16	10
Nordamerikanska aktier	16	18
Övriga aktier	10	11
Europeiska obligationer	19	21
Nordamerikanska obligationer	22	23
Alternativa investeringar <sup>1)</sup>	13	9
Fastigheter	3	4
Kassa och bank	1	4
<b>Totalt</b>	<b>100</b>	<b>100</b>

1) Inkluderar hedgefonder och investeringar i infrastruktur.

### Aktuariella antaganden uttryckta som vägt genomsnitt

%	31 december	
	2010	2009
Diskonteringsränta	5,2	5,2
Förväntad långsiktig avkastning på förvaltningstillgångar	6,8	6,9
Förväntade löneökningar	3,8	3,8
Årlig ökning av sjukvårdskostnader, innevarande år	8,0	8,5



forts. Not 22

- För att bestämma diskonteringsräntan använder koncernen AA-klassificerade företagsobligationer som motsvarar längden av pensionsförpliktelsen. Om det inte finns några företagsobligationer används istället statsobligationer som grund för att bestämma diskonteringsräntan. I Sverige används bostadsobligationer för att bestämma diskonteringsräntan.
- Förväntad långsiktig avkastning på förvaltningstillgångar beräknas genom att anta att innehav av fasträntebärande obligationer beräknas ha likartad avkastning som tioåriga företagsobligationer. Aktieinnehav antas avkasta en riskpremie på 5% över nivån

för 10-åriga statsobligationer. Hedge-fonder beräknas årligen avkasta 4% mer än tremånaders statsskuldväxlar. För att beräkna förväntad avkastning på förvaltningstillgångarna används ett benchmark då detta avser en långsiktig allokering.

- Förväntade löneökningar baseras på lokala förhållanden i respektive land.
- Den förväntade framtida utvecklingen av sjukvårdskostnader har en signifikant påverkan på beloppen redovisade i resultaträkningen. En förändring med 1 %-enhet avseende öknings-takten av framtida sjukvårdskostnader skulle ha följande effekt:

#### Sjukvårdskostnader – Känslighetsanalys

	2010		2009	
	Ökning med 1%-enhet	Minskning med 1%-enhet	Ökning med 1%-enhet	Minskning med 1%-enhet
Effekt på kostnad för tjänstgöring och räntekostnad	11	-9	12	-10
Effekt på den förmånsbestämda förpliktelsen	210	-181	202	-174

#### Sammandrag för perioderna

	31 december				
	2010	2009	2008	2007	2006
Förmånsbestämd förpliktelse	-21 723	-22 399	-23 185	-20 597	-21 883
Verkligt värde av förvaltningstillgångarna	19 409	19 008	13 989	14 008	14 010
Överskott/underskott	-2 314	-3 391	-9 196	-6 589	-7 873
Förändringar av pensionsförpliktelsen baserade på erfarenhet	425	222	217	-221	221
Förändringar av förvaltningstillgångarna baserade på erfarenhet	634	1 130	-1 665	-38	121

#### Moderbolaget

I enlighet med svenska redovisningsprinciper som tillämpas i moderbolaget är beräkningarna för förmånsbaserade skulder baserade på officiellt tillhandahållna förutsättningar, vilka skiljer sig från de förutsättningar som använts i enlighet med IFRS. Förmånerna säkras genom inbetalning till en separat pensionsstiftelse eller redovisas som en skuld i balansräkningen. Redovisningsprinciperna som tillämpas i moderbolagets resultat- och balansräkning skiljer sig från IFRS främst avseende:

- Beräkningen av pensionsskulden enligt svenska redovisningsprinciper tar inte hänsyn till framtida löneökningar.
- Diskonteringsräntan för den svenska skuldberäkningen bestäms av PRI och var för 2010 4,0% (4,0) och är densamma för alla svenska företag.
- Förändringar i diskonteringsräntan eller övriga aktuariella antaganden redovisas direkt i resultat- och balansräkningen.
- Underskott måste antingen återställas genom inbetalningar eller redovisas som skuld i balansräkningen.
- Överskott kan inte redovisas som tillgång men kan i vissa fall gottgöras företaget för att minska pensionskostnaderna.

#### Förändring av kapitalvärdet av förmånsbestämda pensionsförpliktelser för fonderade och ofonderade förpliktelser

	Fonderat	Ofonderat	Totalt
<b>Ingående balans 1 januari 2009</b>	<b>1 179</b>	<b>356</b>	<b>1 535</b>
Kostnader för tjänstgöring innevarande år	9	21	30
Räntekostnad	51	16	67
Övrig förändring av kapitalvärdet	25	28	53
Utbetalda förmåner	-47	-47	-94
<b>Utgående balans 31 december 2009</b>	<b>1 217</b>	<b>374</b>	<b>1 591</b>
Kostnader för tjänstgöring innevarande år	31	13	44
Räntekostnad	62	19	81
Övrig förändring av kapitalvärdet	—	—	—
Utbetalda förmåner	-44	-36	-80
<b>Utgående balans 31 december 2010</b>	<b>1 266</b>	<b>370</b>	<b>1 636</b>

#### Förändring av verkligt värde på förvaltningstillgångarna

	Fonderat
<b>Ingående balans 1 januari 2009</b>	<b>1 257</b>
Verklig avkastning på förvaltningstillgångarna	269
Inbetalningar till stiftelsen	61
<b>Utgående balans 31 december 2009</b>	<b>1 587</b>
Verklig avkastning på förvaltningstillgångarna	110
Inbetalningar till stiftelsen	61
<b>Utgående balans 31 december 2010</b>	<b>1 758</b>

## Redovisning i balansräkningen

	31 december	
	2010	2009
Kapitalvärde av pensionsförpliktelser	-1 636	-1 591
Verkligt värde av förvaltningstillgångar	1 758	1 587
<b>Överskott/underskott</b>	<b>122</b>	<b>-4</b>
Begränsning av tillgångsvärdet i enlighet med svenska redovisningsprinciper	-492	-370
<b>Nettoavsättning för pensionsförpliktelser</b>	<b>-370</b>	<b>-374</b>
varav redovisat som avsättning för pensioner	-370	-374

## Electrolux svenska pensionsstiftelse

Sedan 1998 har pensionsskulderna för koncernens moderbolag och svenska dotterbolag avseende PRI-pension tryggats genom en pensionsstiftelse. Marknadsvärdet på stiftelsens tillgångar uppgick per den 31 december 2010 till 2 086 Mkr (1 882) och skulderna till 1 505 Mkr (1 447). I de svenska bolagen redovisades per den 31 december 2010 sammanlagt 58 Mkr (73) som skuld till pensionsstiftelsen. Inbetalningar till stiftelsen uppgick under 2010 till 73 Mkr (74) avseende pensionsskuld per den 31 december 2008. Ingen gottgörelse erhöles under 2010 liksom under 2008 och 2009 från stiftelsen.

## Redovisning i resultaträkningen

	2010	2009
Kostnad för tjänstgöring innevarande år	44	30
Räntekostnad	81	67
<b>Kostnad för förmånsbestämda pensionsplaner</b>	<b>125</b>	<b>97</b>
Försäkringspremier	74	21
<b>Kostnad för avgiftsbestämda pensionsplaner</b>	<b>74</b>	<b>21</b>
Särskild löneskatt/avkastningsskatt	46	39
Försäkringskostnad FPG	1	2
<b>Pensionskostnad</b>	<b>246</b>	<b>159</b>
Gottgörelse från stiftelsen	—	—
<b>Redovisad pensionskostnad</b>	<b>246</b>	<b>159</b>

## NOT 23 Övriga avsättningar

	Koncernen					Moderbolaget			
	Omstrukturering	Garantiåtaganden	Ersättningar	Övriga	Totalt	Omstrukturering	Garantiåtaganden	Övriga	Totalt
<b>Ingående balans 1 januari 2009</b>	<b>1 738</b>	<b>1 790</b>	<b>1 102</b>	<b>2 035</b>	<b>6 665</b>	<b>55</b>	<b>150</b>	<b>57</b>	<b>262</b>
Gjorda avsättningar	1 069	906	222	987	3 184	22	—	2	24
lanspråktaga avsättningar	-939	-869	-246	-198	-2 252	-28	-10	-18	-56
Återförda outnyttjade belopp	-89	-32	—	-168	-289	-20	—	—	-20
Valutakursdifferenser	-95	1	-62	127	-29	—	—	—	—
<b>Utgående balans 31 december 2009</b>	<b>1 684</b>	<b>1 796</b>	<b>1 016</b>	<b>2 783</b>	<b>7 279</b>	<b>29</b>	<b>140</b>	<b>41</b>	<b>210</b>
varav kortfristiga avsättningar	819	676	—	335	1 830	23	20	4	47
varav långfristiga avsättningar	865	1 120	1 016	2 448	5 449	6	120	37	163
<b>Ingående balans 1 januari 2010</b>	<b>1 684</b>	<b>1 796</b>	<b>1 016</b>	<b>2 783</b>	<b>7 279</b>	<b>29</b>	<b>140</b>	<b>41</b>	<b>210</b>
Gjorda avsättningar	878	852	223	1 178	3 131	44	—	19	63
lanspråktaga avsättningar	-588	-921	-211	-538	-2 258	-15	-8	-4	-27
Återförda outnyttjade belopp	-22	-65	—	-71	-158	—	—	—	—
Valutakursdifferenser	-161	-107	-46	-157	-471	—	—	—	—
<b>Utgående balans 31 december 2010</b>	<b>1 791</b>	<b>1 555</b>	<b>982</b>	<b>3 195</b>	<b>7 523</b>	<b>58</b>	<b>132</b>	<b>56</b>	<b>246</b>
varav kortfristiga avsättningar	1 044	739	—	434	2 217	55	17	—	72
varav långfristiga avsättningar	747	816	982	2 761	5 306	3	115	56	174

Avsättningar för omstrukturering omfattar de kostnader som beräknas uppstå under de kommande åren som en följd av koncernens beslut att stänga vissa fabriker, rationalisera produktionen samt minska personal, både i enheter som nyligen förvärvats och i enheter som ingår i koncernen sedan tidigare. Avsättningar för omstrukturering görs först när Electrolux per balansdagen har en detaljerad formell plan för omstruktureringen och även har informerat de berörda om planens innehåll. Beloppen har beräknats utifrån företagsledningens bästa uppskattningar och justeras när ändringar av dessa uppskattningar sker. Huvuddelen av omstrukturingsavsättningarna förväntas vara utnyttjade under 2011 och första halvåret av 2012.

Avsättningar för garantiåtaganden redovisas på grund av koncernens policy att bära kostnaderna för att reparera felaktiga produkter. Garantier lämnas vanligen för ett eller två år efter försäljningen.

Avsättningar för ersättningar avser koncernens försäkringsbolag. Övriga avsättningar omfattar huvudsakligen avsättningar för indirekt skatt, miljöåtaganden, ersättningskrav relaterade till asbestexponering samt andra åtaganden av vilka ingen avsättning är av materiell storlek för koncernen. Tidpunkten för kassaflyden relaterade till avsättningarna för ersättningskrav och övriga avsättningar är osäker.

**NOT 24** Övriga skulder

	Koncernen 31 december		Moderbolaget 31 december	
	2010	2009	2010	2009
Semesterlöneskuld	812	884	153	145
Övriga upplupna personal kostnader	1 390	1 697	229	222
Upplupna räntekostnader	68	74	52	73
Förutbetalda intäkter	286	260	—	—
Övriga upplupna kostnader	5 385	5 860	648	503
Övriga skulder	2 966	2 460	—	—
<b>Totalt</b>	<b>10 907</b>	<b>11 235</b>	<b>1 082</b>	<b>943</b>

Under posten Övriga upplupna kostnader ingår upplupna kostnader för avgifter, annonsering och sales promotion, bonus, förlängda garantier samt övrigt. I posten Övriga skulder ingår mervärdesskatt samt övrigt.

**NOT 25** Ansvarsförbindelser

	Koncernen 31 december		Moderbolaget 31 december	
	2010	2009	2010	2009
Kundfordringar med regressrätt	—	—	—	—
<b>Borgens- och övriga ansvarsförbindelser</b>				
till förmån för dotterbolag	—	—	1 448	1 641
till förmån för externa mot- parter	1 062	1 185	154	171
Kapitalvärde av pensionsåtaganden utöver skuldfört belopp	—	—	6	6
<b>Totalt</b>	<b>1 062</b>	<b>1 185</b>	<b>1 608</b>	<b>1 818</b>

Av totala borgens- och övriga ansvarsförbindelser till förmån för externa motparter återfinns den största delen i ett åtagande i samband med försäljning till amerikanska återförsäljare via ett externt finansieringsprogram med en reglerad återtagandeklausul av Electrolux produkter i händelse av återförsäljares konkurs.

Utöver ovan angivna ansvarsförbindelser förekommer som ett led i koncernens normala affärsverksamhet garantier för fullgörande av olika kontraktensliga åtaganden. Ingen indikation fanns vid årsskiftet att lämnade kontraktsgarantier kommer att medföra någon utbetalning.

**Asbestmål i USA**

Koncernen är involverad i pågående rättsprocesser i USA avseende asbest. Nästan alla målen hänför sig till externt inköpta komponenter som använts i industriella produkter tillverkade före tidigt 1970-tal i verksamheter som inte längre ägs av Electrolux. Vissa av målen har ett stort antal käranden som framställt likartade krav mot ett flertal andra bolag som inte ingår i Electrolux-koncernen.

Per den 31 december 2010 uppgick antalet pågående mål till 2 800 (2 818) med totalt cirka 3 050 (cirka 3 120) käranden. Under 2010 tillkom 842 nya mål med cirka 842 käranden och 860 mål med cirka 915 käranden avfördes.

Koncernen slutförde ett avtal under 2007 med flera av försäkringsbolagen som har utfärdat allmän ansvarsförsäkring till vissa tidigare ägda bolag som tillverkat industriella produkter, varav några påstås ha innehållit asbest. Enligt avtalet ska försäkringsbolagen ersätta koncernen för en del av de historiska och framtida kostnaderna för asbestrelaterade stämningar som hänför sig till de aktuella produkterna. Avtalsperioden är inte begränsad men avtalet kan sägas upp med 60 dagars uppsägningstid. Om avtalet upphör att gälla återgår parterna till de rättigheter och skyldigheter de har under de berörda försäkringarna.

Ytterligare stämningar mot Electrolux kan tillkomma i framtiden. Det är inte möjligt att förutsäga vare sig antalet framtida mål eller antalet käranden som framtida mål kan innebära. Utgången av asbestkrav är dessutom i sig osäker och alltid svår att förutse. Electrolux kan inte lämna någon försäkran om att utgången av denna typ av krav inte kan komma att ha en väsentligt negativ påverkan på verksamheten eller framtida resultat.

**NOT 26** Köpta och sålda verksamheter

	Avyttringar	
	2010	2009
Anläggningstillgångar	3	4
Varulager	—	—
Kundfordringar	31	—
Övriga omsättningstillgångar	11	17
Likvida medel	—	5
Lån	—	—
Övriga skulder och avsättningar	-19	-17
<b>Nettotillgångar</b>	<b>26</b>	<b>9</b>
Utbetald köpeskilling	7	9
Nettoupplåning i förvärd/såld verksamhet	—	-5
<b>Påverkan på koncernens likvida medel</b>	<b>7</b>	<b>4</b>

Den 9 september 2010 slöts avtal om att avyttra Baring Industries Division i USA som ingått i Professionella Produkter. Försäljningen genomfördes nära bokfört värde. Ytterligare 14 Mkr kommer att erhållas som köpeskilling under 2011. Den 1 augusti 2009 avyttrades samtliga aktier i Distriparts Deutschland GmbH i Tyskland. Försäljningen genomfördes till bokfört värde.

## NOT 27 Anställda och ersättningar

### Anställda och ersättningar

Genomsnittligt antal anställda under 2010 uppgick till 51 544 (50 633) personer. Av dessa var 33 748 (32 955) män och 17 796 (17 678) kvinnor.

En detaljerad specifikation över antalet anställda per land har sänts till Bolagsverket och kan beställas från AB Electrolux, Investor Relations och Finansiell Information. Den finns även tillgänglig på koncernens hemsida [www.electrolux.com/ir](http://www.electrolux.com/ir), Company overview.

### Genomsnittligt antal anställda per geografiskt område

	Koncernen	
	2010	2009
Europa	23 030	25 292
Nordamerika	10 076	10 384
Övriga världen	18 438	14 957
<b>Totalt</b>	<b>51 544</b>	<b>50 633</b>

### Löner, andra ersättningar och sociala kostnader

	2010			2009		
	Löner och ersättningar	Sociala kostnader	Totalt	Löner och ersättningar	Sociala kostnader	Totalt
Moderbolaget	831	575	1 406	764	562	1 326
(varav pensionskostnader)	—	(246) <sup>1)</sup>	(246) <sup>1)</sup>	—	(159) <sup>1)</sup>	(159) <sup>1)</sup>
Dotterbolag	11 847	3 122	14 969	12 398	3 477	15 875
(varav pensionskostnader)	—	(495)	(495)	—	(718)	(718)
<b>Koncernen totalt</b>	<b>12 678</b>	<b>3 697</b>	<b>16 375</b>	<b>13 162</b>	<b>4 039</b>	<b>17 201</b>
(varav pensionskostnader)	—	(741)	(741)	—	(877)	(877)

1) Inkluderar kostnader med 12 Mkr (14) avseende nuvarande och tidigare verkställande direktörer.

### Löner och andra ersättningar till styrelse, ledande befattningshavare och övriga anställda per geografiskt område

	2010			2009		
	Styrelseledamöter och ledande befattningshavare	Övriga anställda	Totalt	Styrelseledamöter och ledande befattningshavare	Övriga anställda	Totalt
<b>Sverige</b>						
Moderbolaget	44	787	831	48	716	764
Övriga	8	214	222	8	201	209
<b>Sverige totalt</b>	<b>52</b>	<b>1 001</b>	<b>1 053</b>	<b>56</b>	<b>917</b>	<b>973</b>
EU exklusive Sverige	75	5 057	5 132	99	5 797	5 896
Övriga Europa	26	766	792	10	768	778
Nordamerika	21	3 084	3 105	18	3 360	3 378
Latinamerika	46	1 442	1 488	35	1 094	1 129
Asien	17	375	392	14	326	340
Stillaohavsområdet	4	689	693	4	641	645
Afrika	1	22	23	2	21	23
<b>Utlandet totalt</b>	<b>190</b>	<b>11 435</b>	<b>11 625</b>	<b>182</b>	<b>12 007</b>	<b>12 189</b>
<b>Koncernen totalt</b>	<b>242</b>	<b>12 436</b>	<b>12 678</b>	<b>238</b>	<b>12 924</b>	<b>13 162</b>

Av styrelsemedlemmar i koncernen var 83 män och 16 kvinnor, varav 7 män och 5 kvinnor i moderbolaget. Ledande befattningshavare i koncernen utgjordes av 82 män och 23 kvinnor, varav 9

män och 3 kvinnor i moderbolaget. Koncernens totala pensionskostnader för styrelsemedlemmar och ledande befattningshavare uppgick för 2010 till 33 Mkr (37).

forts. Not 27

### Sjukfrånvaro

%	2010		2009	
	Anställda i moderbolaget	Samtliga anställda i Sverige	Anställda i moderbolaget	Samtliga anställda i Sverige
<b>Sjukfrånvaro i % av sammanlagd ordinarie arbetstid</b>	<b>4,8</b>	<b>4,2</b>	<b>5,2</b>	<b>4,9</b>
varav 60 dagar eller mer	45,3	44,8	52,5	52,2
<b>Sjukfrånvaro per kategori<sup>1)</sup></b>				
Kvinnor	6,6	6,1	7,7	7,0
Män	3,3	3,1	3,7	3,8
29 år och yngre	1,8	1,9	2,4	2,3
30–49 år	4,5	4,1	5,3	5,0
50 år och äldre	5,5	5,0	5,8	5,4

1) % av sammanlagd ordinarie arbetstid för respektive kategori.

I enlighet med Årsredovisningslagens bestämmelser, som trädde i kraft den 1 juli 2003, redovisas sjukfrånvaron bland moderbolagets och koncernens anställda i Sverige i tabellen ovan. Moderbolaget omfattar koncernens huvudkontor samt ett antal enheter och fabriker och svarar för omkring 75% av koncernens anställda i Sverige.

### Ersättning till styrelsen

Årsstämman fattar beslut om den totala ersättningen till styrelsen för en period av ett år fram till nästa årsstämma. Ersättningen fördelas mellan ordförande, vice ordförande, övriga styrelseledamöter samt ersättning för utskottsarbete. Styrelsen beslutar om hur mycket av arvodet som ska avsättas för utskottsarbete. Arvodet utbetalas i förskott varje kvartal. Därmed avser utbetalt arvode för 2010 1/4 av beslutat arvode vid årsstämman 2009 och 3/4 av beslutat arvode vid årsstämman 2010. Totalt kontant utbetalda ersättningar under 2010 uppgick till 4 617 Tkr, varav 4 017 Tkr avsåg ordinarie ersättning och 600 Tkr ersättning för utskottsarbete. Styrelsemedlemmen Hasse Johansson har erhållit ett arvode om 15 000 kr för konsulttjänster avseende koncernens modulariseringsarbete.

### Ersättning till styrelsen 2010

Tkr	Ordinarie ersättning	Ersättning för utskottsarbete	Ersättning totalt
Marcus Wallenberg, ordförande	1 600	55	1 655
Peggy Bruzelius, vice ordförande	550	200	750
Lorna Davis (fr o m årsstämman 2010)	356	—	356
Hasse Johansson	475	—	475
John S. Lupo	475	—	475
Johan Molin	475	55	530
Hans Stråberg, VD	—	—	—
Caroline Sundewall	475	85	560
Torben Ballegaard Sorensen	475	85	560
Barbara Milian Thoralfsson	475	120	595
Ola Bertilsson	—	—	—
Gunilla Brandt	—	—	—
Ulf Carlsson	—	—	—
<b>Total ersättning 2010</b>	<b>5 356</b>	<b>600</b>	<b>5 956</b>
Omvärdering av syntetiska aktier från föregående styrelseperiod	849	—	849
<b>Total ersättningskostnad 2010 inklusive omvärdering av syntetiska aktier</b>	<b>6 205</b>	<b>600</b>	<b>6 805</b>

### Syntetiska aktier

Årsstämman 2010 beslutade att en del av arvodet till styrelsen skulle kunna utgå i form av så kallade syntetiska aktier. En syntetisk aktie ger rätt att i framtiden få betalning motsvarande börsvärdet vid utbetalningstillfället av en B-aktie i Electrolux. Den beslutade arvodesmodellen innebär att styrelseledamöterna för mandatperioden 2010/2011 har kunnat välja mellan att få 25% eller 50% av arvodet för styrelseuppdraget i syntetiska aktier. Resterande del av arvodet utbetalas kontant. Utländska styrelseledamöter har dock kunnat välja att få 100% av arvodet kontant. De syntetiska aktierna medför rätt att under år 2015 få betalning i ett kontant belopp per syntetisk aktie som motsvarar aktiekursen för Electrolux B-aktie vid respektive utbetalningstidpunkt. Om ledamotens styrelseuppdrag upphört senast fyra år efter tilldelningstillfället kan kontantavräkning i stället ske under året efter det att uppdraget upphört. Electrolux styrelseledamöters val innebär att i genomsnitt 25% av arvodet för 2010/2011 tilldelas i form av totalt 7 374 syntetiska aktier. Vid utgången av 2010 fanns 34 465 (26 519) syntetiska aktier utestående till ett sammanlagt värde av 6,6 Mkr (4,4). Det upplupna värdet av de utestående syntetiska aktierna är beräknat som produkten av antalet syntetiska aktier gånger det volymvägda genomsnittspriset av en Electrolux B-aktie per den 31 december 2010. Kostnaden från omräkning av syntetiska aktier under 2010 var 0,8 Mkr. Inga aktier kontantavräknades under 2010.

### Ersättningsutskottet

Styrelsens arbetsordning föreskriver att ersättningen till VD ska föreslås av ersättningsutskottet. Utskottet består av styrelsens ordförande och ytterligare två ledamöter. Under 2010 bestod utskottet av Barbara Milian Thoralfsson (ordförande), Marcus Wallenberg och Johan Molin.

Ersättningsutskottet lämnar förslag till årsstämman på principer för ersättning till VD och andra medlemmar i koncernledningen. Ersättningsutskottet lämnar därvid förslag till styrelsen avseende VD:s ersättning omfattande mål för rörlig lön, förhållandet mellan fast och rörlig lön, förändring i fast och rörlig lön, grunder för beräkning av rörlig lön, pensionsvillkor och andra förmåner. Ersättningsutskottet beslutar avseende ovanstående frågor rörande koncernledningen på förslag av VD.

Minst två möten hålls per år men ytterligare möten kan hållas vid behov. Under 2010 sammanträdde utskottet åtta gånger.

### Allmänna principer för ersättning till koncernledningen

Årsstämman 2010 godkände de föreslagna principerna för ersättning. Dessa principer och ersättning till medlemmarna i koncernledningen under 2010 beskrivs nedan.

Electrolux övergripande principer för ersättning lägger stor vikt vid befattningen, den individuella prestationen, gruppens prestation och att ersättningen ska vara konkurrenskraftig i anställningslandet eller regionen.

Det sammanlagda ersättningspaketet till högre chefer består av fast lön, rörlig lön baserat på årliga prestationsmål, långsiktiga aktierelaterade program samt pensions- och försäkringsförmåner.

Electrolux strävar efter att erbjuda en skälig och konkurrenskraftig sammanlagd ersättningsnivå med tyngdpunkt på "betalning efter prestation". Den rörliga ersättningen utgör därmed en betydande andel av den sammanlagda ersättningen till ledande befattningshavare. Den sammanlagda ersättningen blir lägre när målen inte nås.

Koncernen har en enhetlig modell för rörlig lön till chefer och andra befattningshavare. Rörlig lön är baserad på finansiella mål och kan inkludera icke-finansiella mål för vissa positioner. För varje befattning har det fastställts en miniminivå och en maxnivå för rörlig lön. Den maximala nivån kan inte överskridas.

Under 2004 införde Electrolux ett prestationsbaserat, långsiktigt aktieprogram som ersättning för de tidigare optionsprogrammen. Programmet omfattar nästan 160 ledande befattningshavare inom koncernen. 2003-års optionsprogram förföll under året. För mer information, se sidan 69.

### Ersättning till och anställningsvillkor för verkställande direktören

Den sammanlagda ersättningen till VD utgörs av fast lön, rörlig lön baserat på årliga mål, långsiktiga aktierelaterade program samt pensions- och försäkringsförmåner.

För den nya verkställande direktören sattes grundlönen för 2011 till 9 870 000 kr (fast belopp om 1 450 000 USD). Grundlönen kommer inte att revideras före den 1 januari 2013.

Den rörliga lönen baseras på årliga finansiella mål för koncernen. För varje år sätts finansiella mål med ett spann från miniminivå till maxnivå. Om utfallet understiger miniminivån för ett år utgår ingen rörlig lön. Om utfallet överstiger maxnivån är den rörliga lönen maximalt 100% av den årliga grundlönen. Om utfallet är mellan miniminivå och maxnivå beräknas betalningen linjärt i intervallet.

VD omfattas av koncernens långsiktiga aktierelaterade program. För mer information om programmen, se nedan.

Uppsägningstiden från bolagets sida är 12 månader och från VD:s sida 6 månader. VD är berättigad till 12 månaders avgångsvederlag baserat på fast lön vid uppsägning. Avgångsvederlag är tillämpligt om anställningen avslutas av företaget. Det är även tillämpligt om anställningen avslutas av VD vid allvarligt avtalsbrott från företagets sida eller om det har skett en större ändring i ägarstrukturen kombinerat med ändringar i ledningen och individuellt

ansvar. VD är anställd enligt amerikanskt anställningskontrakt och tjänstgör i Sverige. VD omfattas av ett speciellt förmånspaket enligt koncernens policy för internationella uppdrag som bland annat inkluderar flyttstöd, deklarationshjälp såväl som diverse övriga förmåner som omfattar utlandsanställda i koncernen.

### Pensionsvillkor för verkställande direktör

VD omfattas av pensionsplaner enligt anställningen i USA som omfattar ersättning för ålderspension, sjukpension samt efterlevandepension. Pensionsåldern för VD är 65 år. VD är berättigad till en årlig inbetalning om 5 445 000 kr (fast belopp om 800 000 USD) till arbetsgivarens avgiftsbestämda pensionsplaner (401(k), excess 401(k) samt Supplemental Defined Contribution Plan).

Det sammanlagda kapitalvärdet av pensionsåtaganden för nuvarande VD, tidigare verkställande direktörer och deras efterlevande uppgår till 155 Mkr (148).

### Ersättningar till och anställningsvillkor för övriga medlemmar i koncernledningen

Den sammanlagda ersättningen till övriga medlemmar i koncernledningen består, i likhet med ersättningen till VD, av fast lön, rörlig lön baserad på årliga mål, långsiktiga aktierelaterade program samt pensions- och försäkringsförmåner.

Grundlönen revideras årligen per den 1 januari. Den genomsnittliga löneökningen för övriga medlemmar i koncernledningen 2010 var 3,5% (0).

Sektorchefernas rörliga lön under 2010 baserades på finansiella mål på sektor- och koncernnivå. Rörlig lön för sektorchefer varierar mellan minimum som är 0% och ett maximum på 100% (maximal utbetalning 100%) av den årliga grundlönen. För cheferna i USA är målet för den rörliga lönen 100% och maximum 150% (maximal utbetalning 150%) av den årliga grundlönen.

Koncernens stabschefer har en rörlig lön som varierar mellan minimum som är 0% och ett maximum uppgående till 80% av grundlönen.

Under 2010 slutbetalades rörliga rekryteringskompensationsavtal för perioden 2007 till 2009 och 2008 till 2010 då målen som var grund för avtalen uppnåddes. Sammanlagt har 20,6 Mkr utbetalats. Det finns inga ytterligare extraordinära arrangemang för inläsning eller rekrytering.

Övriga medlemmar i koncernledningen omfattas av koncernens långsiktiga aktierelaterade program, som består av det prestationsbaserade aktieprogrammet som lanserades 2004 och tidigare optionsprogram. För mer information om programmen, se nedan. Några medlemmar i koncernledningen är berättigade till 12 månaders avgångsvederlag baserat på fast lön vid uppsägning. Avgångsvederlag är tillämpligt om anställningen avslutas av företaget. Det är även tillämpligt om anställningen avslutas av den anställda vid allvarligt avtalsbrott från företagets sida eller om det har skett en större förändring i ägarstrukturen kombinerat med förändringar i ledningen och i individuellt ansvar. De svenska medlemmarna i koncernledningen är inte berättigade till några förmåner såsom bil. För medlemmar i koncernledningen som är anställda utanför Sverige kan olika förmåner och villkor förekomma beroende på anställningsland.



forts. Not 27

### Pensionsvillkor för övriga medlemmar i koncernledningen

Den lägsta pensionsåldern för övriga medlemmar i koncernledningen är 60 år.

Medlemmar i koncernledningen anställda i Sverige omfattas av den alternativa ITP-planen samt en tilläggsplan.

Den alternativa ITP-planen är en avgiftsbestämd pensionsplan där avgiften ökar med stigande ålder. Avgiften varierar mellan 20% och 35% av den pensionsgrundande lönen mellan 7,5 och 30 inkomstbasbelopp. Förutsatt att medlemmen är i tjänst till 60 års ålder slutbetalar företaget utestående avgifter i den alternativa ITP-planen. Avgiften till tilläggsplanen uppgår till 35% av pensionsgrundande lön överstigande 20 inkomstbasbelopp.

Några svenska medlemmar omfattas av en stängd avgiftsbestämd tilläggsplan där avgiften uppgår till 35% av pensionsgrundande lön. Därutöver har de en individuell tilläggsavgift.

Electrolux tillhandahåller sjukpension uppgående till 70% av pensionsgrundande lön inkluderande andra sjukpensionsförmåner.

Electrolux tillhandahåller även efterlevandepension. Efterlevandepensionen motsvarar det ackumulerade ålderspensionskapitalet, dock minst 250 inkomstbasbelopp. Pensionsgrundande lön beräknas som innevarande års fasta lön inklusive semesterersättning plus genomsnittet för de tre senaste årens rörliga lön. Intjänad pension uppräknas årligen med en realränta om 3,5%.

För medlemmar i koncernledningen som är anställda i utlandet gäller olika pensionsvillkor beroende på anställningsland.

### Betald ersättning till koncernledningen

Tkr	2010				2009					
	Fast lön <sup>1)</sup>	Rörlig lön betald 2010 <sup>2)</sup>	Total lön	Långsiktiga aktieprogram	Andra ersättningar <sup>3)</sup>	Fast lön <sup>1)</sup>	Rörlig lön betald 2009 <sup>2)</sup>	Total lön	Långsiktiga aktieprogram	Andra ersättningar <sup>3)</sup>
Verkställande direktör	9 593	9 460	<b>19 053</b>	—	—	9 081	1 204	<b>10 285</b>	—	—
Övriga medlemmar i koncernledningen <sup>4)</sup>	49 928	47 694	<b>97 622</b>	—	22 901	44 711	15 015	<b>59 726</b>	—	12 731
<b>Totalt</b>	<b>59 521</b>	<b>57 154</b>	<b>116 675</b>	—	<b>22 901</b>	<b>53 792</b>	<b>16 219</b>	<b>70 011</b>	—	<b>12 731</b>

1) Beloppet inkluderar semesterlön, betalda semesterdagar samt reseersättning.

2) Utbetalad rörlig lön ett år avser föregående års utfall av rörlig kompensation.

3) Beloppet inkluderar villkorlig rörlig kompensation, avgångsvederlag och ytterligare förmåner såsom bostad och bil.

4) 2010 uppgick övriga medlemmar i koncernledningen till 11 personer. Övriga medlemmar i koncernledningen uppgick till 10 personer under 2009 med undantag för perioden 1 maj till 12 juni då tjänsten som chef för Professionella Produkter vara vakant, samt 11 personer från 4 augusti då tjänsten som Chief Operations Officer för konsumentprodukter tillsattes.

### Intjänad ersättning till koncernledningen

Tkr	2010						2009					
	Fast lön	Rörlig lön intjänad 2010 men betalas 2011	Långsiktiga aktieprogram <sup>1)</sup>	Andra ersättningar <sup>2)</sup>	Total pensionskostnad <sup>3)</sup>	Sociala kostnader	Fast lön	Rörlig lön intjänad 2009 men betalas 2010	Långsiktiga aktieprogram <sup>1)</sup>	Andra ersättningar <sup>2)</sup>	Total pensionskostnad	Sociala kostnader
Verkställande direktör	9 593	9 680	-891	—	5 795	6 014	9 081	9 460	891	—	7 650	5 034
Övriga medlemmar i koncernledningen	50 144	52 425	11 781	—	66 820	10 586	44 711	49 408	3 046	7 625	22 582	8 969
<b>Totalt</b>	<b>59 737</b>	<b>62 105</b>	<b>10 890</b>	—	<b>72 615</b>	<b>16 600</b>	<b>53 792</b>	<b>58 868</b>	<b>3 937</b>	<b>7 625</b>	<b>30 232</b>	<b>14 003</b>

1) Kostnaden för långsiktiga aktieprogram beräknas i enlighet med IFRS 2 Aktierelaterade ersättningar. Om den förväntade kostnaden avseende ett program reduceras, återförs tidigare bokade kostnader och visas som en intäkt i resultaträkningen. Kostnaden inkluderar sociala kostnader för programmet.

2) Beloppet inkluderar villkorlig rörlig kompensation och ytterligare förmåner såsom bostad och bil.

3) Beloppet inkluderar 45 Mkr i engångspensionsinsättning för Keith McLoughlin avseende hans tjänst som Chief Operations Officer Vitvaror och tidigare chef för Vitvaror Nordamerika. Inbetalningen är ett resultat av ändrade ersättningsvillkor avseende Keith McLoughlins tjänst före tillträdet som verkställande direktör.

## Aktierelaterade ersättningar

Electrolux har flera långsiktiga incitamentsprogram som erbjudits ledande befattningshavare. Målsättningen är att kunna erbjuda förmåner i form av långsiktiga incitament kopplade till bolagets aktiekurs för att attrahera, motivera och behålla chefer. Programmen är utformade så att chefernas incitament överensstämmer med aktieägarnas intressen. Alla program regleras med eget kapitalinstrument.

## Optionsprogram 2003

Under 2003 tilldelades knappt 200 ledande befattningshavare ett personaloptionsprogram. Optionerna kunde användas för att köpa Electrolux B-aktier till ett lösenpris som var 10% högre än den genomsnittliga slutkursen på Electrolux B-aktie på Nasdaq OMX Stockholm under en begränsad period före tilldelningen. Optionerna tilldelades utan kostnad för deltagarna i programmet. Programmet förföll den 8 maj 2010.

### Förändring i antal optioner per program

Program	Antal optioner 2009				Antal optioner 2010				
	1 januari 2009	Inlösta	Annullerade <sup>1)</sup>	Förfallna <sup>1)</sup>	31 december 2009	Inlösta <sup>2)</sup>	Annullerade <sup>1)</sup>	Förfallna <sup>1)</sup>	31 december 2010
2003	301 890	189 549	—	—	112 341	112 331	—	10	—

1) Optioner annulleras om de inte löses in. Det kan bero på att de upphört att gälla vid löptidens slut eller vid en tidpunkt innan löptidens slut, normalt på grund av att anställningen upphört. Annullering sker enligt bestämmelserna i optionsprogrammet.

2) Det viktade genomsnittliga aktiepriset för inlösta optioner var 181,76 kr.

### Optioner tilldelade koncernledningen

	Antal optioner			
	Början av 2010	Annullerade	Inlösta	Slutet av 2010
Verkställande direktör	30 000	—	30 000	—
Övriga medlemmar i koncernledningen	9 390	—	9 390	—
<b>Totalt</b>	<b>39 390</b>	<b>—</b>	<b>39 390</b>	<b>—</b>

### Långsiktiga incitamentsprogram 2008, 2009 och 2010

Årsstämman godkände ett långsiktigt incitamentsprogram för 2010. Aktieprogrammet är i linje med Electrolux principer om ersättning efter prestation och utgör en integrerad del av det totala ersättningspaketet för koncernledningen och andra ledande befattningshavare. Programmen är till nytta för bolagets aktieägare samt bidrar till att underlätta rekrytering och att motivera och behålla kompetenta medarbetare. Programmen förenar ledningens intressen med aktieägarnas eftersom deltagarna investerar i Electrolux B-aktier.

Tilldelningen av aktier i 2010-års program är kopplad till två huvudfaktorer. Den första är att deltagaren ska investera i Electrolux B-aktier genom inköp på den öppna marknaden. Den personliga investeringen ska motsvara ett värde om 10% till 15% av det maximala programvärdet. Varje inköpt aktie kommer att matchas med en aktie från företaget i slutet av programmet. Den andra faktorn är att tilldelningen bestäms utifrån den genomsnittliga tillväxten i vinst per aktie under programmets löptid. Om miniminivån nås kommer 25% av det maximala antalet aktier att tilldelas. Nås max-

nivån tilldelas 100% av antalet aktier. Hamnar den genomsnittliga vinsttillväxten mellan minimi- och maxnivåerna sker en proportionerlig tilldelning. Tilldelningen sker vederlagsfritt efter tre år.

Deltagarna kan sälja aktier i samband med tilldelning för att täcka den förmånsbeskattning som uppstår. För programmen 2008 och 2009 måste resterande aktier behållas i två år. Den restriktionen gäller inte för 2010-års program.

Om en programdeltagare lämnar sin anställning inom Electrolux under programmets treåriga prestationsperiod kommer rätten att erhålla en allokering av aktier, enligt huvudregeln, att förfalla per det datum anställningen upphör. Planen tillåter dock en reducerad allokering om anställningens upphörande härrörs till deltagares bortgång eller försäljning av den anställdas enhet samt vid tjänstledighet.

Programmen omfattar omkring 160 ledande befattningshavare och nyckelpersoner i cirka 20 länder. Deltagarna i programmen delas in i fem grupper: verkställande direktören, övriga medlemmar i koncernledningen samt tre grupper av övriga ledande befattningshavare och nyckelpersoner. Programmen avser B-aktier.

forts. Not 27

**Antal potentiella aktier per kategori och år**

	2010 Max antal B-aktier <sup>1)</sup>	2009 Max antal B-aktier <sup>1)</sup>	2008 Max antal B-aktier <sup>1)</sup>	2010 Maxvärde, kr <sup>2) 3)</sup>	2009 Maxvärde, kr <sup>2) 3)</sup>	2008 Maxvärde, kr <sup>2) 3)</sup>
Verkställande direktör	29 654	54 235	58 552	5 000 000	5 000 000	5 000 000
Övriga medlemmar i koncernledningen	10 676	19 525	21 079	1 800 000	1 800 000	1 800 000
Övriga chefer, kat. C	8 007	14 644	15 809	1 350 000	1 350 000	1 350 000
Övriga chefer, kat. B	5 338	9 763	10 540	900 000	900 000	900 000
Övriga chefer, kat. A	4 004	7 322	7 905	675 000	675 000	675 000

- 1) Varje maxvärde har räknats om till ett antal aktier. Antal aktier baseras på ett pris per aktie om 85,39 kr för 2008, 92,19 kr för 2009 samt 168,62 kr för 2010, beräknat som den genomsnittliga sista betalkursen på Electrolux B-aktie på Nasdaq OMX Stockholm under en period av tio handelsdagar före den dag erbjudande lämnas om deltagande i programmet reducerat med nuvärdet av förväntad utdelning under perioden innan aktier tilldelas. Det viktade genomsnittliga tilldelningsvärdet för alla program är 105,28 kr. En medlem i koncernledningen har rätt till en kontantreglerat aktieprogram i stället för det egetkapitalreglerade programmet 2010. Värdet av programmet är likvärdigt med programmet för övriga medlemmar i koncernledningen och den huvudsakliga skillnaden är att programmet regleras med kontanter i stället för Electrolux-aktier. Detta beror på juridiska restriktioner i utländskt aktieäggande i bosättningslandet för individen i fråga.
- 2) Det sammanlagda maxvärdet för samtliga deltagare vid tilldelning är 146 Mkr för 2008- och 2009-års program och 168 Mkr för 2010-års program.
- 3) 2008-års program nådde inte de finansiella målen och inga aktier delades ut. 2009-års program förväntas nå upp till maxnivån. Nuvarande förväntning är att utfallet för 2010-års program kommer att vara mitt emellan minimi- och maxnivå.

Kostnaden för 2010-års program under en treårsperiod beräknas vid ett resultat mellan minimum och maximum uppgå till cirka 130 Mkr, inklusive sociala avgifter. Om den maximala nivån uppnås beräknas kostnaden maximalt uppgå till 222 Mkr. Tilldelning av aktier enligt programmet kommer att medföra en maximal ökning av antalet utestående aktier på högst 0,5%.

För 2010 medförde de långsiktiga incitamentsprogrammen en kostnad i resultaträkningen på 85 Mkr (inklusive 25 Mkr i sociala kostnader), jämfört med en kostnad på 28 Mkr för år 2009 (inklusive 8 Mkr i sociala kostnader). Totala reserven för sociala kostnader i balansräkningen uppgår till 37 Mkr (8).

**Återköpta aktier till långsiktiga incitamentsprogram**

För att uppfylla bolagets åtaganden i enlighet med optionsprogrammen och aktieprogrammet använder bolaget återköpta B-aktier. Aktierna säljs till de optionsinnehavare som vill lösa in sina rättigheter enligt optionsavtalen samt tilldelas deltagarna i aktieprogrammet om prestationsmålen uppnås. För att täcka betalningen av sociala kostnader har Electrolux för avsikt att sälja ytterligare aktier på marknaden.

**Tilldelning inom 2007-års aktieprogram**

Resultatet för 2007-års aktieprogram nådde inte miniminivån och inga aktier tilldelades.

**NOT 28 Arvoden till revisorer**

PricewaterhouseCoopers (PwC) är valda revisorer för perioden fram till årsstämman 2014.

	Koncernen		Moderbolaget	
	2010	2009	2010	2009
<b>PwC</b>				
Revisionsarvoden <sup>1)</sup>	46	51	8	9
Arvoden för revisionsnära konsulttjänster <sup>2)</sup>	1	3	1	—
Arvoden för skattekonsultationer <sup>3)</sup>	6	3	1	—
Alla övriga arvoden	22	5	19	4
<b>Totala arvoden till PwC</b>	<b>75</b>	<b>62</b>	<b>29</b>	<b>13</b>
Revisionsarvoden till övriga revisionsfirmor	1	1	—	—
<b>Totala arvoden till revisorer</b>	<b>76</b>	<b>63</b>	<b>29</b>	<b>13</b>

- 1) Revisionsarvoden består av arvoden för det årliga revisionsuppdraget och andra revisionstjänster som är av den karaktären att de enbart kan utföras av den årsstämmovalde revisorn, inkluderandes granskning av koncernredovisningen, lagstadgad revision av moder- och dotterbolag, revisorsintyganden samt attestuppdrag.
- 2) Arvoden för revisionsnära konsulttjänster består av arvoden för utlåtanden och andra uppdrag som är i relativt hög grad förknippade med revisionen av koncernens och bolagens årsredovisningar och bokföring och som traditionellt utförs av externrevisorn, inkluderandes konsultationer beträffande redovisnings- och rapporteringskrav, granskning av internkontroll samt revision av pensionsplaner. I arvoden för revisionsnära konsulttjänster ingår granskning av delårsrapport.
- 3) Arvoden för skattekonsultationer består av debiterande för skattetjänster, inkluderandes upprättande av deklarationer, skattekonsultationer, skatterådgivning i samband med företagsförvärv och fusioner, transferprissättning, begäran om förhandsbesked eller andra utlåtanden från skattemyndigheter, skatteplanering samt skattetjänster relaterade till utlandspersonal.

**Innehav i intressebolag**

	2010	2009
<b>Ingående balans 1 januari</b>	<b>19</b>	<b>27</b>
Förvärv	—	—
Rörelseresultat	—	1
Utdelningar	—	—
Skatt	—	—
Avyttringar	—	-8
Övrigt	-2	-1
Kursdifferenser	—	—
<b>Utgående balans 31 december</b>	<b>17</b>	<b>19</b>

**Bolag klassificerade som innehav tillgängliga för försäljning**

	Innehav, %	Bokfört värde
Videocon Industries Ltd., Indien	2,9	293

I posten Intressebolag är goodwill inkluderad med 2 Mkr (2) per den 31 december 2010.

Koncernens andel av och relation till intressebolagen, vilka samtliga är onoterade, var per den 31 december 2010 enligt nedan:

**Intressebolag**

	2010									
	Innehav, %	Bokfört värde	Relationer till Electrolux <sup>1)</sup>				Resultaträkning		Balansräkning	
			Fordringar	Skulder	Försäljning	Inköp	Intäkter	Nettoresultat	Totala tillgångar	Totala skulder
Sidème, Frankrike	39,3	13	44	—	241	3	525	-1	182	151
European Recycling Platform, ERP, Frankrike	24,5	4	—	51	—	83	23	3	246	232
<b>Totalt</b>	<b>—</b>	<b>17</b>	<b>44</b>	<b>51</b>	<b>241</b>	<b>86</b>	<b>548</b>	<b>2</b>	<b>428</b>	<b>383</b>

1) Ur Electrolux synvinkel.

Koncernens andel av och relation till intressebolagen, vilka samtliga är onoterade, var per den 31 december 2009 enligt nedan:

	2009									
	Innehav, %	Bokfört värde	Relationer till Electrolux <sup>1)</sup>				Resultaträkning		Balansräkning	
			Fordringar	Skulder	Försäljning	Inköp	Intäkter	Nettoresultat	Totala tillgångar	Totala skulder
Sidème, Frankrike	39,3	16	85	—	336	—	711	1	210	176
European Recycling Platform, ERP, Frankrike	24,5	3	—	56	—	93	164	3	273	258
<b>Totalt</b>	<b>—</b>	<b>19</b>	<b>85</b>	<b>56</b>	<b>336</b>	<b>93</b>	<b>875</b>	<b>4</b>	<b>483</b>	<b>434</b>

1) Ur Electrolux synvinkel.

forts. Not 29

<b>Dotterbolag</b>		Innehav, %
<b>Större bolag som ingår i koncernen</b>		
Australien	Electrolux Home Products Pty. Ltd	100
Belgien	Electrolux Home Products Corporation N.V.	100
	Electrolux Belgium N.V.	100
Brasilien	Electrolux do Brasil S.A.	100
Danmark	Electrolux Home Products Denmark A/S	100
Finland	Oy Electrolux Ab	100
Frankrike	Electrolux France SAS	100
	Electrolux Home Products France SAS	100
	Electrolux Professionnel SAS	100
Italien	Electrolux Appliances S.p.A.	100
	Electrolux Professional S.p.A.	100
	Electrolux Italia S.p.A.	100
Kanada	Electrolux Canada Corp.	100
Kina	Electrolux (Hangzhou) Domestic Appliances Co. Ltd	100
	Electrolux (China) Home Appliance Co. Ltd	100
Luxemburg	Electrolux Luxembourg S.à r.l.	100
Mexiko	Electrolux de Mexico, S.A. de CV	100
Nederländerna	Electrolux Associated Company B.V.	100
	Electrolux Home Products (Nederland) B.V.	100
Norge	Electrolux Home Products Norway AS	100
Polen	Electrolux Poland Spolka Z.o.o.	100
Spanien	Electrolux Home Products España S.A.	100
	Electrolux Home Products Operations España S.L.	100
Sverige	Electrolux Laundry Systems Sweden AB	100
	Electrolux HemProdukter AB	100
	Electrolux Professional AB	100
	Electrolux Floor Care and Small Appliances AB	100
Schweiz	Electrolux AG	100
Storbritannien	Electrolux Plc	100
	Electrolux Professional Ltd	100
Tyskland	Electrolux Deutschland GmbH	100
	Electrolux Rothenburg GmbH Factory and Development Germany	100
Ungern	Electrolux Lehel Hűtőgépgyár Kft	100
USA	Electrolux Home Products Inc.	100
	Electrolux North America, Inc.	100
	Electrolux Professional Inc.	100
Österrike	Electrolux Hausgeräte G.m.b.H.	100
	Electrolux CEE G.m.b.H.	100

En detaljerad specifikation över bolag inom koncernen har sänts till Bolagsverket och kan beställas från AB Electrolux, Investor Relations och Finansiell Information.

### Kapitalbegrepp

#### Annualiserad nettoomsättning

Vid beräkning av nyckeltal där kapitalbegrepp sätts i förhållande till nettoomsättning används en annualiserad nettoomsättning omräknad till balansdagskurs som justeras för förvärv och avyttringar av verksamheter.

#### Nettotillgångar

Summa nettotillgångar exklusive likvida medel och räntebärande finansiella fordringar minskat med rörelseskulder och ej räntebärande avsättningar.

#### Rörelsekapital

Omsättningstillgångar exklusive likvida medel och räntebärande finansiella fordringar minskat med rörelseskulder och ej räntebärande avsättningar.

#### Likvida medel

Likvida medel består av kontanta medel, derivat till verkligt värde, förutbetalda räntekostnader och upplupna ränteintäkter och övriga kortfristiga placeringar med hög likviditet. Löptiden för huvuddelen är tre månader eller kortare.

#### Räntebärande skulder

Räntebärande skulder består av kort- och långfristiga lån.

#### Total upplåning

Total upplåning består av räntebärande skulder, derivat till verkligt värde, upplupna räntekostnader och förutbetalda ränteintäkter samt kundfordringar med regressrätt.

#### Nettolikviditet

Likvida medel minskat med kortfristiga lån, derivat till verkligt värde, upplupna räntekostnader och förutbetalda ränteintäkter samt kundfordringar med regressrätt.

#### Nettoupplåning

Total upplåning minskat med likvida medel.

#### Skuldsättningsgrad

Nettoupplåning i förhållande till eget kapital.

#### Soliditet

Eget kapital i procent av totala tillgångar minus likvida medel.

### Resultat per aktie

#### Resultat per aktie

Periodens resultat dividerat med genomsnittligt antal aktier efter återköp.

### Övriga nyckeltal

#### Organisk tillväxt

Försäljningstillväxt justerad för förvärv, avyttringar och valutakurs-effekter.

#### EBITDA-marginal

Rörelseresultat före avskrivningar och nedskrivningar i procent av nettoomsättning.

#### Operativt kassaflöde

Totalt kassaflöde från den löpande verksamheten och investeringsverksamheten exklusive förvärv och avyttringar av verksamheter.

#### Rörelsemarginal

Rörelseresultat i procent av nettoomsättning.

#### Avkastning på eget kapital

Periodens resultat i procent av genomsnittligt eget kapital.

#### Avkastning på nettotillgångar

Rörelseresultat i procent av genomsnittliga nettotillgångar.

#### Räntetäckningsgrad

Rörelseresultat plus finansiella intäkter i relation till totala räntekostnader.

#### Kapitalomsättningshastighet

Nettoomsättning dividerad med genomsnittliga nettotillgångar.

#### Värdeskapande

Värdeskapande är koncernens främsta finansiella mått för att mäta och utvärdera lönsamhet. Modellen sammanlänkar rörelseresultat och kapitalbindning med kapitalkostnaden för verksamheten. Modellen används för att mäta lönsamheten per region, affärsområde, produktlinje eller enhet.

Värdeskapande mäts exklusive jämförelsestörande poster och definieras som rörelseresultat minskat med en vägd genomsnittlig kapitalkostnad (WACC) beräknad på genomsnittliga nettotillgångar under en given period. Kapitalkostnaden varierar mellan olika länder och affärsområden beroende på landspecifika faktorer såsom räntenivåer, riskpremier och skattesatser.

En högre avkastning på nettotillgångarna än den sammanvägda kapitalkostnaden visar att koncernen eller enheten skapar värde.

#### Electrolux modell för värdeskapande

Nettoomsättning

– Kostnad för sålda varor

– Försäljnings- och administrationskostnader

+/- Övriga rörelseintäkter och rörelsekostnader

= Rörelseresultat, EBIT<sup>1)</sup>

– WACC x Genomsnittliga nettotillgångar<sup>1)</sup>

= Värdeskapande

EBIT = Rörelseresultat före räntor och skatt exklusive jämförelsestörande poster.

WACC = Sammanvägd genomsnittlig kapitalkostnad. WACC före skatt har beräknats till 13% för 2010 och 12% för 2009.

1) Exklusive jämförelsestörande poster.



# Förslag till vinstdisposition

	Tusen kronor
Styrelsen föreslår att årets vinst jämte balanserade vinstmedel disponeras som följer:	15 089 102
Till aktieägarna utdelas 6.50 per aktie <sup>1)</sup>	<b>1 850 324</b>
I ny räkning överföres	13 238 778
<b>Totalt</b>	<b>15 089 102</b>

1) Beräknat på antal utestående aktier per den 1 februari 2011. Som avstämningsdag för rätt till kontantutdelning föreslås den 5 april 2011.

Styrelsen har föreslagit att årsstämman 2011 beslutar om utdelning med 6,50 kronor per aktie. Med anledning av förslaget får styrelsen härmed avge följande yttrande enligt 18 kap. 4 § aktiebolagslagen.

Styrelsen finner att full täckning finns för bolagets bundna egna kapital efter föreslagen utdelning.

Enligt styrelsens bedömning kommer bolagets och koncernens egna kapital efter föreslagen utdelning att vara tillräckligt stort i förhållande till verksamhetens art, omfattning och risker. Styrelsen har i detta beaktat bland annat bolagets och koncernens historiska utveckling, budgeterad utveckling och konjunkturen. Eget kapital i bolaget hade varit 577 204 tusen kronor lägre om finansiella instrument som värderats till verkligt värde enligt 4 kap. 14 § a årsredovisningslagen i stället värderats efter lägsta värdets princip, inklusive kumulativ omvärdering av externt aktieinnehav.

Bolagets och koncernens soliditet bedöms även efter den föreslagna utdelningen vara god i förhållande till den bransch koncernen är verksam inom. Utdelningen kommer inte att påverka bolagets och koncernens förmåga att infria sina betalningsförpliktelser.

Styrelsen bedömer att bolaget och koncernen har god beredskap att hantera såväl förändringar med avseende på likviditeten som oväntade händelser.

Styrelsen anser att bolaget och koncernen har förutsättningar att ta framtida affärsrisker och även tåla eventuella förluster. Föreslagen utdelning kommer inte att negativt påverka bolagets och koncernens förmåga att göra ytterligare affärsmässigt motiverade investeringar i enlighet med styrelsens planer.

Styrelsen försäkrar att koncernredovisningen har upprättats i enlighet med internationella redovisningsstandarder IFRS sådana de antagits av EU och ger en rättvisande bild av koncernens ställning och resultat. Årsredovisningen har upprättats i enlighet med god redovisningssed och ger en rättvisande bild av moderbolagets ställning och resultat.

Förvaltningsberättelsen för koncernen och moderbolaget ger en rättvisande översikt över utvecklingen av koncernens och moderbolagets verksamhet, ställning och resultat samt beskriver väsentliga risker och osäkerhetsfaktorer som moderbolaget och de företag som ingår i koncernen står inför.

Stockholm den 1 februari 2011

Marcus Wallenberg  
Styrelsens ordförande

Peggy Bruzelius  
Vice ordförande

Lorna Davis  
Styrelseledamot

Hasse Johansson  
Styrelseledamot

John S. Lupo  
Styrelseledamot

Johan Molin  
Styrelseledamot

Caroline Sundewall  
Styrelseledamot

Torben Ballegaard Sørensen  
Styrelseledamot

Barbara Milian Thoralfsson  
Styrelseledamot

Ola Bertilsson  
Styrelseledamot,  
arbetstagarrepresentant

Gunilla Brandt  
Styrelseledamot,  
arbetstagarrepresentant

Ulf Carlsson  
Styrelseledamot,  
arbetstagarrepresentant

Keith McLoughlin

Verkställande direktör och koncernchef från och med den 1 januari 2011

# Revisionsberättelse

Till årsstämman i

**AB Electrolux (publ)**

**Organisationsnummer 556009-4178**

Vi har granskat årsredovisningen, koncernredovisningen och bokföringen samt styrelsens och verkställande direktörens förvaltning i AB Electrolux för år 2010. Bolagets årsredovisning och koncernredovisning ingår i den tryckta versionen av detta dokument på sidorna 5–74. Det är styrelsen och verkställande direktören som har ansvaret för räkenskapshandlingarna och förvaltningen och för att årsredovisningslagen tillämpas vid upprättandet av årsredovisningen samt för att internationella redovisningsstandarder IFRS sådana de antagits av EU och årsredovisningslagen tillämpas vid upprättandet av koncernredovisningen. Vårt ansvar är att uttala oss om årsredovisningen, koncernredovisningen och förvaltningen på grundval av vår revision.

Revisionen har utförts i enlighet med god revisionssed i Sverige. Det innebär att vi planerat och genomfört revisionen för att med hög men inte absolut säkerhet försäkra oss om att årsredovisningen och koncernredovisningen inte innehåller väsentliga felaktigheter. En revision innefattar att granska ett urval av underlagen för belopp och annan information i räkenskapshandlingarna. I en revision ingår också att pröva redovisningsprinciperna och styrelsens och verkställande direktörens tillämpning av dem

samt att bedöma de betydelsefulla uppskattningar som styrelsen och verkställande direktören gjort när de upprättat årsredovisningen och koncernredovisningen samt att utvärdera den samlade informationen i årsredovisningen och koncernredovisningen. Som underlag för vårt uttalande om ansvarsfrihet har vi granskat väsentliga beslut, åtgärder och förhållanden i bolaget för att kunna bedöma om någon styrelseledamot eller verkställande direktören är ersättningskyldig mot bolaget. Vi har även granskat om någon styrelseledamot eller verkställande direktören på annat sätt har handlat i strid med aktiebolagslagen, årsredovisningslagen eller bolagsordningen. Vi anser att vår revision ger oss rimlig grund för våra uttalanden nedan.

Årsredovisningen har upprättats i enlighet med årsredovisningslagen och ger en rättvisande bild av bolagets resultat och ställning i enlighet med god redovisningssed i Sverige. Koncernredovisningen har upprättats i enlighet med internationella redovisningsstandarder IFRS sådana de antagits av EU och årsredovisningslagen och ger en rättvisande bild av koncernens resultat och ställning. Förvaltningsberättelsen är förenlig med årsredovisningens och koncernredovisningens övriga delar.

Vi tillstyrker att årsstämman fastställer resultaträkningen och balansräkningen för moderbolaget och för koncernen, disponerar vinsten i moderbolaget enligt förslaget i förvaltningsberättelsen och beviljar styrelsens ledamöter och verkställande direktören ansvarsfrihet för räkenskapsåret.

Stockholm den 24 februari 2011  
PricewaterhouseCoopers AB

Anders Lundin  
Auktoriserad revisor  
Huvudansvarig

Björn Irlé  
Auktoriserad revisor

# Elva år i sammandrag

Mkr	2010	2009	2008	2007	2006
<b>Nettoomsättning och resultat</b>					
Nettoomsättning	106 326	109 132	104 792	104 732	103 848
Organisk tillväxt, %	1,5%	-4,8%	-0,9%	4,0	3,3
Avskrivningar	3 328	3 442	3 010	2 738	2 758
Jämförelsestörande poster	-1 064	-1 561	-355	-362	-542
Rörelseresultat	5 430	3 761	1 188	4 475	4 033
Resultat efter finansiella poster	5 306	3 484	653	4 035	3 825
Periodens resultat	3 997	2 607	366	2 925	2 648
<b>Kassaflöde</b>					
EBITDA	9 822	8 764	4 553	7 575	7 333
Kassaflöde från den löpande verksamheten före förändringar av rörelsekapital	7 741	6 378	3 446	5 498	5 263
Förändringar av rörelsekapital	-61	1 919	1 503	-152	-703
Kassaflöde från den löpande verksamheten	7 680	8 297	4 949	5 346	4 560
Kassaflöde från investeringsverksamheten varav investeringar	-4 474	-2 967	-3 755	-4 069	-2 386
	-3 221	-2 223	-3 158	-3 430	-3 152
Kassaflöde från den löpande verksamheten och investeringsverksamheten	3 206	5 330	1 194	1 277	2 174
Operativt kassaflöde <sup>2)</sup>	3 206	5 330	1 228	1 277	1 110
Utdelningar, inlösen och återköp av aktier	-1 120	69	-1 187	-6 708	-4 416
Investeringar i % av nettoomsättning	3,0	2,0	3,0	3,3	3,0
<b>Marginal<sup>3)</sup></b>					
Rörelsemarginal, %	6,1	4,9	1,5	4,6	4,4
Resultat efter finansiella poster i % av nettoomsättning	6,0	4,6	1,0	4,2	4,2
EBITDA-marginal, %	9,2	8,0	4,3	7,2	7,1
<b>Finansiell ställning</b>					
Totala tillgångar	73 521	72 696	73 323	66 089	66 049
Nettotillgångar	19 904	19 506	20 941	20 743	18 140
Rörelsekapital	-5 902	-5 154	-5 131	-2 129	-2 613
Kundfordringar	19 346	20 173	20 734	20 379	20 905
Varulager	11 130	10 050	12 680	12 398	12 041
Leverantörsskulder	17 283	16 031	15 681	14 788	15 320
Eget kapital	20 613	18 841	16 385	16 040	13 194
Räntebärande skulder	12 096	14 022	13 946	11 163	7 495
Nettoupplåning	-709	665	4 556	4 703	-304
<b>Data per aktie, kr</b>					
Periodens resultat	14,04	9,18	1,29	10,41	9,17
Eget kapital	72	66	58	57	47
Utdelning <sup>4)</sup>	6,50	4,00	—	4,25	4,00
Kurs på B-aktien vid årets slut	191,00	167,50	66,75	108,50	137,00
<b>Nyckeltal</b>					
Värdeskapande	3 772	2 884	-1 040	2 053	2 202
Avkastning på eget kapital, %	20,6	14,9	2,4	20,3	18,7
Avkastning på nettotillgångar, %	27,8	19,4	5,8	21,7	23,2
Nettotillgångar i % av nettoomsättning <sup>5)</sup>	18,2	17,1	18,1	18,6	16,5
Kundfordringar i % av nettoomsättning <sup>5)</sup>	17,7	17,7	17,9	18,3	19,1
Varulager i % av nettoomsättning <sup>5)</sup>	10,2	8,8	11,0	11,1	11,0
Skuldsättningsgrad	-0,03	0,04	0,28	0,29	-0,02
Räntetäckningsgrad	12,64	7,54	1,86	7,49	6,13
Utdelning i % av eget kapital	9,0	6,0	—	7,5	8,5
<b>Övriga uppgifter</b>					
Genomsnittligt antal anställda	51 544	50 633	55 177	56 898	55 471
Löner och ersättningar	12 678	13 162	12 662	12 612	12 849
Antal aktieägare	57 200	52 000	52 600	52 700	59 500
Genomsnittligt antal aktier efter återköp, miljoner	284,6	284,0	283,1	281,0	288,8
Antal aktier vid årets slut efter återköp, miljoner	284,7	284,4	283,6	281,6	278,9

1) Inkluderar Husqvarna som delades ut till Electrolux aktieägare i juni 2006. 2) Kassaflöden från avyttringar exkluderade.  
3) Jämförelsestörande poster exkluderade. 4) För 2010: Styrelsens förslag. 5) Nettoomsättningen annualiserad.

2005	2005 <sup>1)</sup>	2004 <sup>1)</sup>	2003 <sup>1)</sup>	2002 <sup>1)</sup>	2001 <sup>1)</sup>	2000 <sup>1)</sup>	Årlig tillväxt, %	
							5 år	10 år
100 701	129 469	120 651	124 077	133 150	135 803	124 493	-3,9	-1,6
4,5	4,3	3,2	3,3	5,5	-2,4	3,7		
2 583	3 410	3 038	3 353	3 854	4 277	3 810		
-2 980	-3 020	-1 960	-463	-434	-141	-448		
1 044	3 942	4 807	7 175	7 731	6 281	7 602	6,6	-3,3
494	3 215	4 452	7 006	7 545	5 215	6 530	10,5	-2,1
-142	1 763	3 259	4 778	5 095	3 870	4 457	17,8	-1,1
6 607	10 372	9 805	10 991	12 019	10 699	11 860	-1,1	-1,9
5 266	8 428	7 140	7 150	9 051	5 848	8 639	-1,7	-1,1
-1 804	-1 888	1 442	-857	1 854	3 634	-2 540		
3 462	6 540	8 582	6 293	10 905	9 482	6 099	3,3	2,3
-4 485	-5 827	-5 358	-2 570	-1 011	1 213	-3 367		
-3 654	-4 765	-4 515	-3 463	-3 335	-4 195	-4 423	-7,5	-3,1
-1 023	713	3 224	3 723	9 894	10 695	2 732		
-653	1 083	3 224	2 866	7 665	5 834	2 552	24,2	2,3
-2 038	-2 038	-5 147	-3 563	-3 186	-3 117	-4 475		
3,6	3,7	3,7	2,8	2,5	3,1	3,6		
4,0	5,4	5,6	6,2	6,1	4,7	6,5		
3,4	4,8	5,3	6,0	6,0	3,9	5,6		
6,6	8,0	8,1	8,9	9,0	7,9	9,5		
17 942	82 558	75 096	77 028	85 424	94 447	87 289	-2,3	-1,7
-3 799	28 165	23 988	26 422	27 916	37 162	39 026	-6,7	-6,5
20 944	-31	-383	4 068	2 216	6 659	9 368		
12 342	24 269	20 627	21 172	22 484	24 189	23 214	-4,4	-1,8
14 576	18 606	15 742	14 945	15 614	17 001	16 880	-9,8	-4,1
	18 798	16 550	14 857	16 223	17 304	12 975	-1,7	2,9
	25 888	23 636	27 462	27 629	28 864	26 324	-4,5	-2,4
	8 914	9 843	12 501	15 698	23 183	25 398	6,3	-7,1
	2 974	1 141	-101	1 398	10 809	16 976		
-0,49	6,05	10,92	15,25	15,58	11,35	12,40	18,3	1,3
	88	81	89	87	88	77	-3,8	-0,6
7,50	7,50	7,00	6,50	6,00	4,50	4,00	-2,8	5,0
	206,50	152,00	158,00	137,50	156,50	122,50	-1,5	4,5
1 305	2 913	3 054	3 449	3 461	262	2 423		
	7,0	13,1	17,3	17,2	13,2	17,0		
5,4	13,0	17,5	23,9	22,1	15,0	19,6		
15,7	21,0	21,2	23,6	23,1	29,3	30,4		
18,3	18,1	18,2	18,9	18,6	19,1	18,1		
10,8	13,9	13,9	13,4	12,9	13,4	13,1		
	0,11	0,05	0,00	0,05	0,37	0,63		
	4,32	5,75	8,28	7,66	3,80	4,34		
	8,5	8,6	7,3	6,9	5,1	5,2		
57 842	69 523	72 382	77 140	81 971	87 139	87 128	-5,8	-5,1
13 987	17 033	17 014	17 154	19 408	20 330	17 241	-5,7	-3,0
60 900	60 900	63 800	60 400	59 300	58 600	61 400	-1,2	-0,7
291,4	291,4	298,3	313,3	327,1	340,1	359,1		
293,1	293,1	291,2	307,1	318,3	329,6	341,1		

# Kvartalsuppgifter

## NETTOOMSÄTTNING OCH RESULTAT

Mkr		Kv1	Kv2	Kv3	Kv4	Helåret
<b>Nettoomsättning</b>	<b>2010</b>	<b>25 133</b>	<b>27 311</b>	<b>26 326</b>	<b>27 556</b>	<b>106 326</b>
	2009	25 818	27 482	27 617	28 215	109 132
<b>Rörelseresultat</b>	<b>2010</b>	<b>1 231</b>	<b>1 270</b>	<b>1 977</b>	<b>952</b>	<b>5 430</b>
	<b>Marginal, %</b>	<b>4,9</b>	<b>4,7</b>	<b>7,5</b>	<b>3,5</b>	<b>5,1</b>
	<b>2010<sup>1)</sup></b>	<b>1 326</b>	<b>1 477</b>	<b>1 977</b>	<b>1 714</b>	<b>6 494</b>
	<b>Marginal, %</b>	<b>5,3</b>	<b>5,4</b>	<b>7,5</b>	<b>6,2</b>	<b>6,1</b>
	2009	-386	1 052	2 290	805	3 761
	Marginal, %	-1,5	3,8	8,3	2,9	3,4
	2009 <sup>1)</sup>	38	1 027	2 234	2 023	5 322
	Marginal, %	0,1	3,7	8,1	7,2	4,9
<b>Resultat efter finansiella poster</b>	<b>2010</b>	<b>1 211</b>	<b>1 269</b>	<b>1 901</b>	<b>925</b>	<b>5 306</b>
	<b>Marginal, %</b>	<b>4,8</b>	<b>4,6</b>	<b>7,2</b>	<b>3,4</b>	<b>5,0</b>
	<b>2010<sup>1)</sup></b>	<b>1 306</b>	<b>1 476</b>	<b>1 901</b>	<b>1 687</b>	<b>6 370</b>
	<b>Marginal, %</b>	<b>5,2</b>	<b>5,4</b>	<b>7,2</b>	<b>6,1</b>	<b>6,0</b>
	2009	-493	932	2 244	801	3 484
	Marginal, %	-1,9	3,4	8,1	2,8	3,2
	2009 <sup>1)</sup>	-69	907	2 188	2 019	5 045
	Marginal, %	-0,3	3,3	7,9	7,2	4,6
<b>Periodens resultat</b>	<b>2010</b>	<b>911</b>	<b>1 028</b>	<b>1 381</b>	<b>677</b>	<b>3 997</b>
	2009	-346	658	1 631	664	2 607
<b>Resultat per aktie<sup>2)</sup></b>	<b>2010</b>	<b>3,20</b>	<b>3,61</b>	<b>4,85</b>	<b>2,38</b>	<b>14,04</b>
	<b>2010<sup>1)</sup></b>	<b>3,45</b>	<b>4,12</b>	<b>4,85</b>	<b>4,23</b>	<b>16,65</b>
	2009	-1,22	2,32	5,74	2,34	9,18
	2009 <sup>1)</sup>	0,21	2,23	5,55	5,57	13,56
<b>Värdeskapande</b>	<b>2010</b>	<b>636</b>	<b>792</b>	<b>1 311</b>	<b>1 033</b>	<b>3 772</b>
	2009	-619	389	1 667	1 447	2 884

1) Exklusive jämförelsestörande poster.

2) Beräknat på genomsnittligt antal aktier före utspädning och efter återköp av egna aktier.

## ANTAL AKTIER FÖRE UTSPÄDNING

<b>Antal aktier efter återköp, miljoner</b>	<b>2010</b>	<b>284,5</b>	<b>284,7</b>	<b>284,7</b>	<b>284,7</b>	<b>284,7</b>
	2009	283,6	284,1	284,3	284,4	284,4
<b>Genomsnittligt antal aktier efter återköp, miljoner</b>	<b>2010</b>	<b>284,5</b>	<b>284,6</b>	<b>284,7</b>	<b>284,7</b>	<b>284,6</b>
	2009	283,6	283,9	284,2	284,4	284,0

## JÄMFÖRELSESTÖRANDE POSTER

<b>Avsättningar för strukturåtgärder, nedskrivningar och realisationsvinst/förlust</b>	<b>2010</b>	<b>-95</b>	<b>-207</b>	<b>-</b>	<b>-762</b>	<b>-1 064</b>
	2009	-424	25	56	-1 218	-1 561

### NETTOOMSÄTTNING PER AFFÄRSOMRÅDE

Mkr		Kv1	Kv2	Kv3	Kv4	Helåret
Konsumentprodukter, Europa, Mellanöstern och Afrika	2010	9 719	9 349	10 210	10 760	40 038
	2009	10 568	10 452	11 322	11 731	44 073
Konsumentprodukter, Nordamerika	2010	7 995	10 027	8 353	7 401	33 776
	2009	9 144	9 848	8 869	7 865	35 726
Konsumentprodukter, Latinamerika	2010	3 998	3 905	4 069	5 304	17 276
	2009	2 625	3 326	3 813	4 401	14 165
Konsumentprodukter, Asien/Stillahavsområdet	2010	1 912	2 298	2 192	2 434	8 836
	2009	1 752	2 004	1 982	2 295	8 033
Professionella Produkter	2010	1 501	1 730	1 501	1 657	6 389
	2009	1 727	1 850	1 629	1 923	7 129

### RÖRELSERESULTAT PER AFFÄRSOMRÅDE

Mkr		Kv1	Kv2	Kv3	Kv4	Helåret
Konsumentprodukter, Europa, Mellanöstern och Afrika	2010	620	504	1 014	565	2 703
	Marginal, %	6,4	5,4	9,9	5,3	6,8
	2009	160	300	1 014	875	2 349
	Marginal, %	1,5	2,9	9,0	7,5	5,3
Konsumentprodukter, Nordamerika	2010	360	458	439	317	1 574
	Marginal, %	4,5	4,6	5,3	4,3	4,7
	2009	-177	498	705	450	1 476
	Marginal, %	-1,9	5,1	7,9	5,7	4,1
Konsumentprodukter, Latinamerika	2010	220	237	231	392	1 080
	Marginal, %	5,5	6,1	5,7	7,4	6,3
	2009	50	142	318	368	878
	Marginal, %	1,9	4,3	8,3	8,4	6,2
Konsumentprodukter, Asien/Stillahavsområdet	2010	160	231	265	272	928
	Marginal, %	8,4	10,1	12,1	11,2	10,5
	2009	25	61	164	208	458
	Marginal, %	1,4	3,0	8,3	9,1	5,7
Professionella Produkter	2010	91	207	202	243	743
	Marginal, %	6,1	12,0	13,5	14,7	11,6
	2009	105	165	173	225	668
	Marginal, %	6,1	8,9	10,6	11,7	9,4
Koncerngemensamma kostnader etc	2010	-125	-160	-174	-75	-534
	2009	-125	-139	-140	-103	-507
Totalt, exklusive jämförelsestörande poster	2010	1 326	1 477	1 977	1 714	6 494
	Marginal, %	5,3	5,4	7,5	6,2	6,1
	2009	38	1 027	2 234	2 023	5 322
	Marginal, %	0,1	3,7	8,1	7,2	4,9
Jämförelsestörande poster	2010	-95	-207	—	-762	-1 064
	2009	-424	25	56	-1 218	-1 561
Totalt, inklusive jämförelsestörande poster	2010	1 231	1 270	1 977	952	5 430
	Marginal, %	4,9	4,7	7,5	3,5	5,1
	2009	-386	1 052	2 290	805	3 761
	Marginal, %	-1,5	3,8	8,3	2,9	3,4



# 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 konsumenter. 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](http://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 samhällsliga 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](http://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			Report Externally Assured		Report Externally Assured		Report Externally Assured
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.

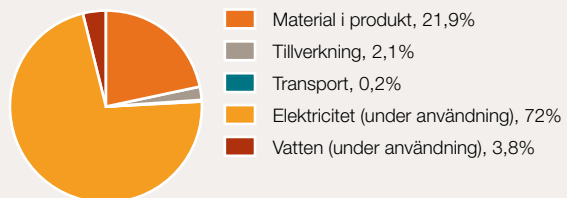
### Tredelad klimatstrategi

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

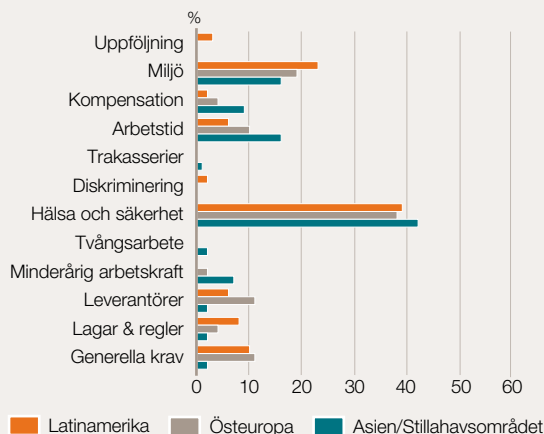
Genom att använda revisioner, utbildning och rapportering syftar programmet för ansvarsfulla inköp till att bygga transparenta och stödjande relationer med leverantörer kring deras arbete med miljö och arbetsmiljö. Detta ledande angreppssätt hjälper till att minimera att koncernens anseende påverkas 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.

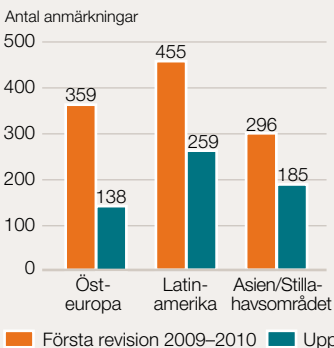
### Revisionsresultat

Revisionsanmärkning



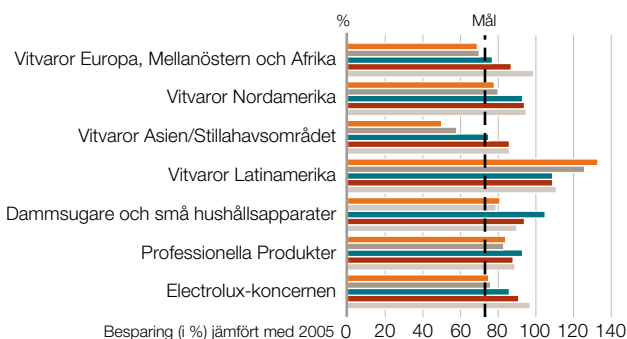
Revisionsresultat från 328 leverantörsrevisioner under 2010. Hälsa och säkerhet samt arbetstidsfrågor fortsätter att vara problemområden. Då Electrolux idag har mer strikta miljökrav i sina riktlinjer och revisioner har denna kategori blivit det tredje största området för avvikelser. Frågor kring ung 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



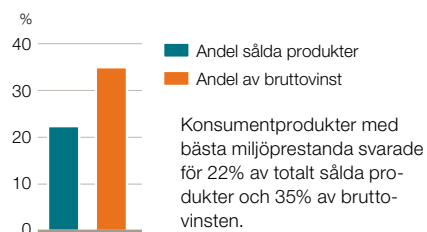
Resultat från uppföljningsrevisioner hos 16 leverantörer i Europa, 23 i Latinamerika och 17 i Asien/Stillahavsområdet under 2010. Initiala revisioner gjordes under 2009 och 2010. Likt 2009 visar resultaten betydande förbättringar hos merparten av leverantörerna, men otillräckliga förbättringar hos några. 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 omstrukturingsprogrammet 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.



# Bolagsstyrningsrapport 2010

Electrolux-koncernen består av cirka 150 bolag, som bedriver verksamhet i över 50 länder. Moderbolag i koncernen är det svenska publika aktiebolaget AB Electrolux, vars aktier är noterade på Nasdaq OMX Stockholm.

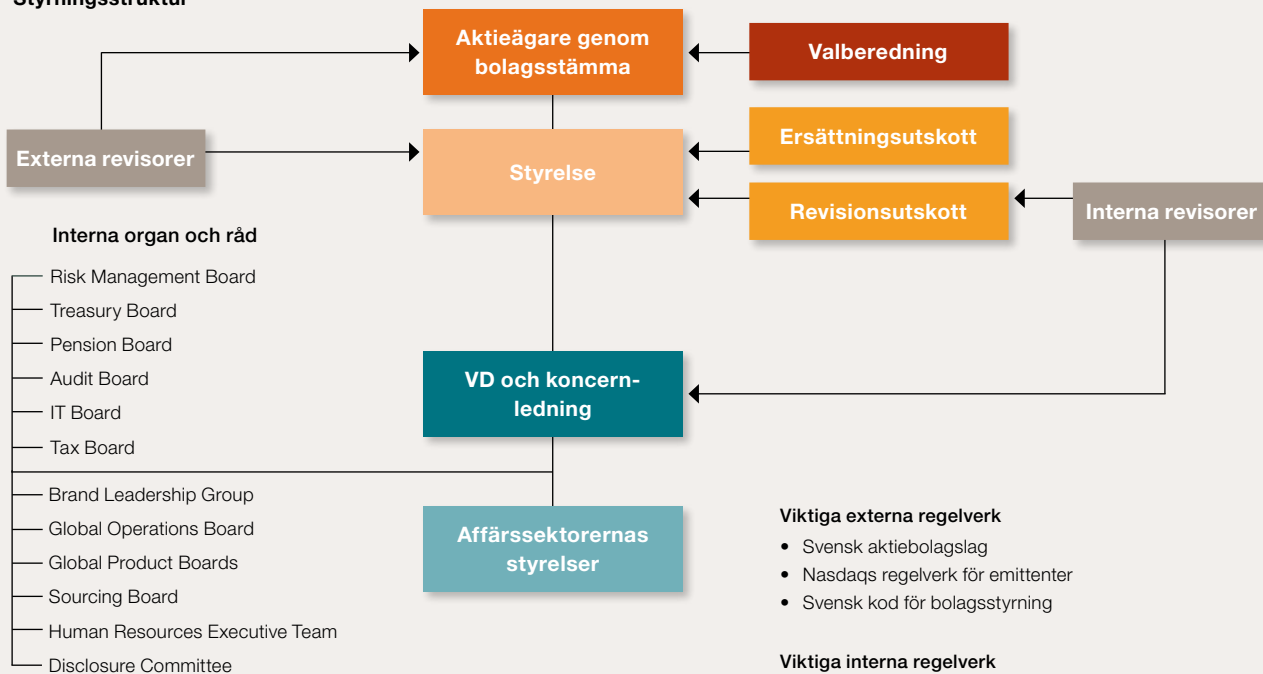
Till grund för styrningen av Electrolux ligger den svenska aktiebolagslagen, Nasdaqs regelverk för emittenter och Svensk kod för bolagsstyrning (koden), liksom andra tillämpliga svenska och utländska lagar och regler.

Denna bolagsstyrningsrapport har upprättats som en del av Electrolux tillämpning av koden. Electrolux redovisar inga avvikelser från koden för 2010.

## VIKTIGA HÄNDELSER

- Hans Stråberg lämnade Electrolux vid årsskiftet efter nio år som VD och koncernchef. Samtidigt lämnade han också sitt styrelseuppdrag i Electrolux.
- Keith McLoughlin har utsetts till ny VD och koncernchef från och med den 1 januari 2011.
- Lorna Davis valdes till ny styrelseledamot vid årsstämman den 30 mars 2010.
- Henrik Bergström har utsetts till chef för Damm-sugare och små hushållsapparater samt till ny medlem i koncernledningen.
- Tre nya utnämningar i koncernledningen från och med den 1 februari 2011, för att snabbare förverkliga Electrolux strategi.
- Electrolux B-aktie avnoterades från Londonbörsen den 11 mars 2010.

## Styrningsstruktur



För mer information:

- Svensk aktiebolagslag, [www.regeringen.se](http://www.regeringen.se)
- Nasdaq OMX Stockholm, [www.nasdaqomxnordic.com](http://www.nasdaqomxnordic.com)
- Svensk kod för bolagsstyrning och särskilda svenska regler för bolagsstyrning, [www.bolagsstyrning.se](http://www.bolagsstyrning.se)

### Viktiga externa regelverk

- Svensk aktiebolagslag
- Nasdaqs regelverk för emittenter
- Svensk kod för bolagsstyrning

### Viktiga interna regelverk

- Bolagsordning
- Styrelsens arbetsordning
- Informationspolicy, finans- och kreditpolicy, redovisningsmanual m.fl.
- Processer för internkontroll och riskhantering
- Electrolux etiska kod, policy mot korruption och mutor samt uppförandekod för arbetsplatsen



AB Electrolux (publ) är registrerat hos Bolagsverket med organisationsnummer 556009-4178. Styrelsens säte är i Stockholm. Koncernens huvudkontor har adress S:t Göransgatan 143, 105 45 Stockholm.

## Ägarstruktur

Electrolux aktier är registrerade hos Euroclear Sweden AB. Det innebär att inga aktiebrev ges ut, och att Euroclear Sweden AB för aktiebok över ägare och förvaltare i bolaget.

Enligt aktieboken hade Electrolux per den 31 december 2010 cirka 57 200 aktieägare. Antalet aktieägare i Sverige uppgick vid årets slut till cirka 53 400. Investor AB är största ägare med cirka 13,6 procent av aktiekapitalet och cirka 29,9 procent av rösterna.



Utländska investerare anges inte alltid i aktieboken. Utländska banker och andra förvaltare kan registreras för en eller flera kundens aktier och då framgår vanligen inte de faktiska innehavarna i aktieboken.

För ytterligare information om ägarstruktur, se sidan 20. Informationen om ägarstruktur uppdateras varje kvartal på koncernens hemsida, [www.electrolux.com/bolagsstyrning](http://www.electrolux.com/bolagsstyrning).

## Rösträtt

Aktiekapitalet i AB Electrolux består av A-aktier och B-aktier. En A-aktie berättigar ägaren till en röst och en B-aktie till en tiondels röst. Samtliga aktier medför lika rätt till andel i bolagets tillgångar och vinst och berättigar till lika stor utdelning. En A-aktie kan på begäran av aktieägaren konverteras till en B-aktie.

## Valberedning

### Valberedning

Årsstämman beslutar om processen för val av styrelse och, i förekommande fall, revisorer.

I processen ingår att en valberedning bestående av sex ledamöter ska utses. Ledamöterna ska utgöras av en representant för var och en av de fyra till röstetalet största aktieägarna som önskar delta i valberedningen och bolagets styrelseordförande samt ytterligare en styrelseledamot.

Valberedningen ska konstitueras på grundval av aktieägarstatistik från Euroclear Sweden AB per den sista bankdagen i augusti året före årsstämman och övrig tillförlitlig ägarinformation som tillhandahållits bolaget vid denna tidpunkt. Namnen på representanterna i valberedningen och på de aktieägare som de företräder ska offentliggöras så snart de utsetts. Om kretsen av stora aktieägare förändras under nomineringsprocessen kan valberedningens sammansättning ändras för att återspegla detta.

### I valberedningens uppgifter ingår att lämna förslag till nästa årsstämma avseende:

- Ordförande vid stämman
- Styrelsens ledamöter
- Styrelsens ordförande
- Arvode till var och en av styrelsens ledamöter
- Ersättning för utskottsarbete
- Valberedning för följande år
- Revisorer och revisorsarvoden då beslut ska fattas om detta vid följande årsstämma

Bolagets revisionsutskott biträder valberedningen i arbetet med att föreslå val av revisorer och med förslag till revisorsarvoden. Revisionsutskottet utvärderar revisorernas arbete och informerar valberedningen om resultatet.

Valberedningens förslag offentliggörs senast i samband med kallelsen till årsstämman. Aktieägare ges möjlighet att vända sig till valberedningen med nomineringsförslag.

### Valberedning inför årsstämman 2010

Valberedningen inför årsstämman 2010 bestod av sex ledamöter. Petra Hedengran från Investor AB ledde valberedningens arbete.

Till ny styrelseledamot i AB Electrolux styrelse föreslogs Lorna Davis. En rapport om valberedningens arbete lämnades vid årsstämman 2010. Ytterligare information om valberedningen och dess arbete finns på koncernens hemsida, [www.electrolux.com/bolagsstyrning](http://www.electrolux.com/bolagsstyrning).

### Valberedning inför årsstämman 2011

Valberedningens sammansättning inför årsstämman 2011 baseras på ägarförhållandena per den 31 augusti 2010. Valberedningen presenterades i ett pressmeddelande den 30 september 2010.

I valberedningen ingår:

- Petra Hedengran, Investor AB, ordförande
- Ramsay J. Brufer, Alecta
- Marianne Nilsson, Swedbank Robur fonder
- Peter Rudman, Nordeas fonder
- Marcus Wallenberg, Electrolux styrelseordförande
- Peggy Bruzelius, Electrolux vice ordförande

Per den 1 februari 2011 har inte några ändringar i valberedningens sammansättning skett. Aktieägare som vill lämna förslag till valberedningen kan göra detta via e-post till [nominationcommittee@electrolux.com](mailto:nominationcommittee@electrolux.com).



**Aktieägare genom  
bolagsstämma**

**Bolagsstämma**

Aktieägares rätt att fatta beslut om Electrolux angelägenheter utövas vid bolagsstämma. Electrolux årsstämma hålls i Stockholmsområdet under det första halvåret.

**Årsstämman beslutar om:**

- Fastställande av årsredovisning
- Utdelning
- Val av styrelseledamöter och, i förekommande fall, revisorer
- Ersättning till styrelse och revisorer
- Riktlinjer för ersättning till koncernledningen
- Övriga viktiga frågor

Extra bolagsstämma kan hållas om styrelsen anser att behov finns eller om Electrolux revisorer eller ägare till minst 10 procent av aktierna begär det.

För att kunna delta i beslut erfordras att aktieägaren är närvarande vid stämman, personligen eller genom ombud. Vidare krävs att aktieägaren är införd i aktieboken vid visst datum före stämman och att anmälan om deltagande gjorts till bolaget i viss ordning. Aktieägare som innehar aktier i Electrolux genom amerikanska depåbevis, så kallade ADR, eller andra sådana bevis, måste vidta ytterligare åtgärder för att kunna delta i stämman. Innehavare av sådana bevis uppmanas att i god tid före stämman kontakta sin bank, förvaltare eller utgivaren av depåbevisen för mer information.

Enskilda aktieägare som önskar få ett särskilt ärende behandlat på bolagsstämma kan normalt begära detta i god tid före stämman hos Electrolux styrelse under särskild adress som publiceras på koncernens hemsida.

Beslut vid bolagsstämma fattas normalt med enkel majoritet. I vissa frågor föreskriver dock den svenska aktiebolagslagen att förslag ska godkännas av en större andel av de på stämman företrädde aktierna och avgivna rösterna.

**Årsstämma 2010**

Vid årsstämman den 30 mars 2010 deltog aktieägare som representerade 40,1 procent av aktiekapitalet och 53,1 procent av rösterna i bolaget. Verkställande direktörens anförande direktsändes på koncernens hemsida och finns liksom protokoll och beslut tillgängliga på [www.electrolux.com/bolagsstyrning](http://www.electrolux.com/bolagsstyrning). Stämman hölls på svenska och simultantolkades till engelska.

Årsstämman beslutade att anta styrelsens förslag att lämna en utdelning på 4,00 kronor per aktie för räkenskapsåret 2009. Lorna Davis valdes in som ny styrelseledamot och PricewaterhouseCoopers AB omvaldes till revisorer fram till årsstämman 2014.

Marcus Wallenberg omvaldes till styrelseordförande. Stämman godkände också styrelsens förslag till riktlinjer för ersättning till Electrolux koncernledning samt omfattningen av och huvudprinciperna för Electrolux prestationsbaserade, långsiktiga aktieprogram 2010.

Samtliga styrelseledamöter och bolagets huvudansvarige revisor närvarade vid stämman.

**Årsstämma 2011**

Electrolux nästa årsstämma hålls den 31 mars 2011 i Berwaldhallen, Stockholm.

För ytterligare information om nästa årsstämma, se sidan 98.

**Styrelse**

**Styrelse**

Styrelsen har det övergripande ansvaret för Electrolux organisation och förvaltning.

**Styrelsens sammansättning**

Electrolux styrelse bestod från årsstämman 2010 av tio ledamöter utan suppleanter, vilka väljs av årsstämman, och tre ledamöter med suppleanter, vilka enligt svensk lag är utsedda av arbetstagarorganisationerna.

Årsstämman väljer styrelseordförande. Direkt efter årsstämman håller styrelsen ett konstituerande möte där bland annat styrelsens vice ordförande utses. Ordförande för Electrolux styrelse är Marcus Wallenberg och vice ordförande är Peggy Bruzelius.

Med undantag för verkställande direktören ingår ingen av styrelsens ledamöter i företagsledningen. Fyra av de tio ledamöterna är utländska medborgare.

Hans Stråberg meddelade i september 2010 att han avsåg att lämna Electrolux efter 27 år i bolaget och nio år som VD och koncernchef. Han avgick som VD och koncernchef samt styrelseledamot i Electrolux den 31 december 2010.

För ytterligare information om styrelseledamöterna, se sidan 88. Informationen uppdateras regelbundet på [www.electrolux.com/board-of-directors](http://www.electrolux.com/board-of-directors).

**Oberoende**

Styrelsen har bedömts uppfylla tillämpliga krav på oberoende.

Marcus Wallenberg har bedömts som oberoende gentemot bolaget och bolagsledningen, men inte gentemot större aktieägare i Electrolux. Hans Stråberg har bedömts som oberoende gentemot större ägare i Electrolux, men inte gentemot bolaget och bolagsledningen i egenskap av verkställande direktör och koncernchef. Hans Stråberg saknar väsentliga aktieinnehav och delägarskap i företag som har betydande affärsförbindelser med Electrolux. Såsom tidigare angivits lämnade Hans Stråberg styrelsen den 31 december 2010. Han var den enda medlemmen i företagsledningen som ingick i styrelsen.

**Styrelsens uppgifter**

Styrelsens huvudsakliga uppgift är att för ägarnas räkning förvalta koncernens verksamhet på ett sådant sätt att ägarnas intresse av långsiktigt god kapitalavkastning tillgodoses på bästa möjliga sätt. Styrelsens arbete regleras bland annat av den svenska aktiebolagslagen, bolagsordningen, koden och den arbetsordning som styrelsen fastställt för sitt arbete. Electrolux bolagsordning finns tillgänglig på koncernens hemsida, [www.electrolux.com/bolagsstyrning](http://www.electrolux.com/bolagsstyrning).

## Styrelsens sammansättning<sup>1)</sup>

	Nationalitet	Oberoende <sup>2)</sup>	Revisions- utskott	Ersättnings- utskott	Totalt arvode, kr <sup>3)</sup>
Marcus Wallenberg, styrelsens ordförande	SE	Nej		●	1 655 000
Peggy Bruzelius, styrelsens vice ordförande	SE	Ja	●		750 000
Lorna Davis	AUS	Ja			475 000
Hasse Johansson	SE	Ja			475 000
John S. Lupo	US	Ja			475 000
Johan Molin	SE	Ja		●	530 000
Hans Stråberg, VD och koncernchef	SE	Nej			—
Caroline Sundewall	SE	Ja	●		560 000
Torben Ballegaard Sørensen	DK	Ja	●		560 000
Barbara Milian Thoralfsson	US	Ja		●	595 000
Ola Bertilsson, personalrepresentant	SE	—			—
Gunilla Brandt, personalrepresentant	SE	—			—
Ulf Carlsson, personalrepresentant	SE	—			—
<b>Totalt</b>					<b>6 075 000</b>

- Ordförande
- Ledamot

1) För perioden från årsstämman 2010 till årsstämman 2011 förutom för Hans Stråberg som avgick som styrelseledamot den 31 december 2010.

2) För mer information, se Oberoende på sidan 86.

3) Styrelsen kan erhålla ersättning i form av syntetiska aktier. För mer information, se Ersättning till styrelsen på sidan 89.

### Styrelsen hanterar och beslutar i koncernövergripande frågor såsom:

- Viktigaste mål
- Strategisk inriktning
- Väsentliga frågor som rör finansiering, investeringar, förvärv och avyttringar
- Uppföljning och kontroll av verksamheter, informationsgivning och organisationsfrågor, inklusive utvärdering av koncernens operativa ledning
- Val och, då det är påkallat, uppsägning av bolagets verkställande direktör
- Övergripande ansvar för upprättande av effektiva system för internkontroll och riskhantering
- Viktiga policies

### Arbetsordning och styrelsemöten

Styrelsen fastställer varje år en arbetsordning för styrelsearbetet och reviderar den vid behov. I arbetsordningen beskrivs ordförandens särskilda roll och uppgifter, liksom ansvarsområden för de av styrelsen tillsatta utskotten.

Enligt arbetsordningen ska ordföranden:

- organisera och fördela styrelsearbetet
- säkerställa att styrelsen fullgör sina uppgifter
- tillse att styrelsearbetet utförs på ett effektivt sätt
- säkerställa att styrelsens beslut verkställs på ett effektivt sätt
- säkerställa att styrelsen årligen genomför en utvärdering av det egna arbetet

Arbetsordningen omfattar även detaljerade instruktioner till verkställande direktören och andra bolagsfunktioner om vilka frågor

som kräver styrelsens godkännande. Instruktionerna anger bland annat de högsta belopp som olika beslutsorgan inom koncernen har rätt att godkänna när det gäller kreditlimiter, investeringar och andra utgifter.

Enligt arbetsordningen ska konstituerande styrelsemöte hållas direkt efter årsstämman. Vid detta möte beslutas bland annat om val av vice ordförande och vilka som ska teckna Electrolux firma. Styrelsen håller därutöver normalt sex ordinarie sammanträden per år. Fyra av dessa hålls i samband med publicering av koncernens helårs- respektive delårsrapporter. Ett eller två av mötena hålls i samband med besök på något av koncernens bolag. Ytterligare möten, inklusive telefonmöten, hålls vid behov.

### Styrelsens arbete under 2010

Styrelsen höll under året åtta ordinarie sammanträden, och ett extra sammanträde. Alla sammanträden förutom ett hölls i Stockholm.

Samtliga sammanträden under året har följt en godkänd agenda, som tillsammans med dokumentation för varje punkt på agendan tillhandahållits ledamöterna inför styrelsemötena. Normalt varar mötena en halv eller hel dag för att ge tid för presentationer och diskussioner. Electrolux chefsjurist Cecilia Vieweg har varit sekreterare vid samtliga styrelsemöten.

Vid ordinarie styrelsemöten redogör verkställande direktören och koncernchefen för koncernens resultat och finansiella ställning samt utsikter för kommande kvartal. Dessutom behandlas investeringar, etableringar av nya verksamheter samt förvärv och avyttringar. Alla investeringar över 100 Mkr beslutas av styrelsen och alla investeringar över 25 Mkr rapporteras till styrelsen. Vanligen gör även någon sektorchef en genomgång av ett för sektorn aktuellt strategiskt ärende.

## Styrelse och revisorer

### Marcus Wallenberg

#### Ordförande

Född 1956. B. Sc. of Foreign Service. Invald 2005. Medlem i Electrolux ersättningsutskott.

**Styrelseordförande** i SEB, Skandinaviska Enskilda Banken AB, och Saab AB. Vice ordförande i Telefonaktiebolaget LM Ericsson. **Styrelseledamot** i AstraZeneca Plc, Stora Enso Oyj, Knut och Alice Wallenbergs Stiftelse och Temasek Holdings Limited. **Tidigare befattningar:** Verkställande direktör och koncernchef i Investor AB 1999–2005. Vice verkställande direktör i Investor AB 1993–1999. **Innehav** i AB Electrolux: 5 000 B-aktier. Via företag: 30 000 B-aktier. Närtståendes innehav: 1 000 B-aktier.

### Peggy Bruzelius

#### Vice ordförande

Född 1949. Civ. ekon., Ekon.dr.hc. Invald 1996. Ordförande i Electrolux revisionsutskott.

**Styrelseordförande** i Lancelot Asset Management AB. **Styrelseledamot** i Axfood AB, Akzo Nobel nv, Husqvarna AB, Syngenta AG, Diageo Plc och Handelshögskoleföreningen. **Tidigare befattningar:** Vice verkställande direktör i SEB, Skandinaviska Enskilda Banken AB 1997–1998. Verkställande direktör och koncernchef i ABB Financial Services AB 1991–1997. **Innehav** i AB Electrolux: 6 500 B-aktier.

### Lorna Davis

Född 1959. Bachelor of Social Science and Psychology. Invald 2010.

Verkställande direktör i Kraft Foods i Kina sedan 2007. **Tidigare befattningar:** Ledande befattningar inom livsmedelsindustrin, främst i Danone i Kina och Storbritannien. **Innehav** i AB Electrolux: 0 aktier.

### Hasse Johansson

Född 1949. Civ. ing. Invald 2008.

Styrelseordförande för Dynamate Industrial Services AB, Lindholmen Science Park AB och Alelion Batteries AB. Styrelseledamot för Fouriertransform AB och Skyllbergs Bruk AB. **Tidigare befattningar:** Vice verkställande direktör och chef för forskning och utveckling i Scania CV AB 2001–2009. Grundare av Mecel AB (del av Delphi Corporation). Chefsbefattningar inom Delphi Corporation 1990–2001. **Innehav** i AB Electrolux: 4 000 B-aktier.

### John S. Lupo

Född 1946. B. Sc. in Marketing. Invald 2007.

**Styrelseledamot** i Citi Trends Inc. och Cobra Electronics Corp., USA. **Tidigare befattningar:** Partner i Renaissance Partners Consultants 2000–2008. Vice verkställande direktör i Basset Furniture 1998–2000. Chief Operating Officer i Wal-Mart International 1996–1998. Senior Vice-President Merchandising i Wal-Mart Stores Inc. 1990–1996. **Innehav** i AB Electrolux: 1 000 ADR.

### Johan Molin

Född 1959. Civ. ekon. Invald 2007. Medlem i Electrolux ersättningsutskott. Verkställande direktör och koncernchef i ASSA ABLOY AB sedan 2005.

**Styrelseledamot** i ASSA ABLOY AB och Nobia AB. **Tidigare befattningar:** Koncernchef i Nilfisk-Advance 2001–2005. Verkställande direktör i Industrial Air Division inom Atlas Copco Airpower, Belgien, 1998–2001. Chefsbefattningar inom Atlas Copco 1983–2001. **Innehav** i AB Electrolux: 1 000 B-aktier.

### Caroline Sundewall

Född 1958. Civ. ekon. Invald 2005. Medlem i Electrolux revisionsutskott. Fristående företagskonsult sedan 2001.

**Styrelseordförande** i Svolder AB och Streber Cup Stiftelsen. **Styrelseledamot** i Ahlsell AB, Haldex AB, Lifco AB, Mertzig Asset Management, Pågengruppen AB, SJ AB, TradeDoubler AB och Aktiemarknadsbolagens Förening. **Tidigare befattningar:** Kommentator på Finanstidningen 1999–2001. Chef för näringslivsredaktionen på Sydsvenska Dagbladet 1992–1999. Business controller Ratos AB 1989–1992. **Innehav** i AB Electrolux via företag: 2 000 B-aktier.

### Torben Ballegaard Sørensen

Född 1951. M.B.A. Invald 2007. Medlem i Electrolux revisionsutskott.

**Styrelseledamot** i Egmont Fonden, LEGO A/S, Pandora Holding A/S, Systematic Software Engineering A/S, Tajco A/S, Årstiderne Architects A/S, Monberg-Thorsen A/S, Danmark, och VTI Technology OY, Finland. **Tidigare befattningar:** Verkställande direktör och koncernchef i Bang & Olufsen a/s 2001–2008. Vice verkställande direktör i LEGO A/S 1996–2001. Verkställande direktör i Computer Composition International, CCI Europe 1988–1996. Ekonomi- och finansdirektör i Aarhus Stiftsbogtrykkerie 1981–1988. **Innehav** i AB Electrolux: 800 B-aktier.

### Barbara Milian Thoralfsson

Född 1959. M.B.A., B.A. Invald 2003. Ordförande i Electrolux ersättningsutskott. Direktör i Fleming Invest AS, Norge, sedan 2005.

**Styrelseledamot** i SCA AB, Telenor ASA, Fleming Invest AS och Norfolier AS. **Tidigare befattningar:** Verkställande direktör i TeliaSonera Norge 2001–2005. Verkställande direktör i Midelfart & Co 1995–2001. Chefsbefattningar inom marknadsföring och försäljning 1988–1995. **Innehav** i AB Electrolux via företag: 10 000 B-aktier.

## Arbetsstagarledamöter, ordinarie

### Ola Bertilsson

Född 1955. LO-representant. Invald 2006. **Innehav** i AB Electrolux: 0 aktier.

### Gunilla Brandt

Född 1953. PTK-representant. Invald 2006. **Innehav** i AB Electrolux: 0 aktier.

### Ulf Carlsson

Född 1958. LO-representant. Invald 2001. **Innehav** i AB Electrolux: 0 aktier.

## Arbetsstagarledamöter, suppleanter

### Gerd Almlöf

Född 1959. PTK-representant. Invald 2007. **Innehav** i AB Electrolux: 0 aktier.

### Peter Karlsson

Född 1965. LO-representant. Invald 2006. **Innehav** i AB Electrolux: 0 aktier.

### Viveca Brinkenfeldt Lever

Född 1960. PTK-representant. Invald 2010. **Innehav** i AB Electrolux: 0 aktier.

## Revisorer

Vid årsstämman 2010 omvaldes PricewaterhouseCoopers AB (PwC) till bolagets revisorer för en fyraårsperiod fram till årsstämman 2014.

### Anders Lundin

#### PricewaterhouseCoopers AB

Född 1956. Auktoriserad revisor. Huvudansvarig. **Andra revisionsuppdrag:** AarhusKarlshamn AB, AB Industrivärden, Loomis AB, Melker Schörling AB, Husqvarna AB och SCA AB. **Innehav** i AB Electrolux: 0 aktier.

### Björn Irlé

#### PricewaterhouseCoopers AB

Född 1965. Auktoriserad revisor. **Innehav** i AB Electrolux: 0 aktier. Förändring i AB Electrolux styrelse

## Styrelsens sekreterare

### Cecilia Vieweg

Född 1955. Jur. kand. Chefsjurist i AB Electrolux. Sekreterare i Electrolux styrelse sedan 1999. **Innehav** i AB Electrolux: 11 972 B-aktier.

## Förändring i AB Electrolux styrelse

Hans Stråberg, verkställande direktör och koncernchef i AB Electrolux under perioden 2002–2010 lämnade bolaget och styrelsen den 31 december 2010. Han efterträddes som verkställande direktör och koncernchef av Keith McLoughlin den 1 januari 2011.

Innehav i AB Electrolux per den 31 december 2010. Informationen uppdateras regelbundet på [www.electrolux.com/board-of-directors](http://www.electrolux.com/board-of-directors).

### Viktiga styrelsebeslut

- Keith McLoughlin har utsetts till ny VD och koncernchef i Electrolux.
- Avtal om förvärv av en tvättmaskinsfabrik i Ivano-Frankivsk, Ukraina. Förvärvet förväntas slutföras under första kvartalet 2011.
- Avsiktsförklaring om att förvärva det egyptiska bolaget Olympic Group, som är den största tillverkaren av vitvaror i Nordafrika och Mellanöstern.
- Beslut om att effektivisera tillverkningen vid tvättmaskinsfabriken i Revin i Frankrike och vid spisfabriken i Forlì i Italien.
- Beslut om att stänga spisfabriken i L'Assomption i Quebec, Kanada, under 2013 samt om att bygga en ny spisfabrik i Memphis, Tennessee, USA, för att konsolidera den nordamerikanska spistillverkningen.
- Beslut om att minska Electrolux personalstyrka inom Vitvaror Europa med cirka 800 personer under 2011 och 2012.

### Säkerställande av kvalitet i finansiell rapportering

I den arbetsordning som årligen beslutas av styrelsen ingår detaljerade instruktioner om bland annat vilka ekonomiska rapporter och vilken finansiell information som ska lämnas till styrelsen. Utöver bokslutsrapport, delårsrapporter och årsredovisning granskar och utvärderar styrelsen omfattande finansiell information som avser såväl koncernen som helhet som olika enheter som ingår i koncernen.

Styrelsen granskar också, i första hand genom revisionsutskottet, de mest väsentliga redovisningsprinciper som tillämpas i koncernen avseende den finansiella rapporteringen, liksom väsentliga förändringar av principerna. I revisionsutskottets uppgifter ingår även att granska rapporter om internkontroll och processerna för finansiell rapportering såväl som interna revisionsrapporter som sammanställs av koncernens funktion för internrevision, Management Assurance & Special Assignments.

Koncernens externa revisorer rapporterar till styrelsen vid behov men minst en gång per år. Åtminstone en av dessa rapporter sker utan att verkställande direktören eller någon annan medlem av koncernledningen är närvarande. Koncernens externa revisorer deltar också i revisionsutskottets möten.

Revisionsutskottet rapporterar efter varje möte till styrelsen. Samtliga revisionsutskottsmöten protokollförs och protokollen är tillgängliga för alla styrelseledamöter och för revisorerna.

### Utvärdering av styrelsens arbete

Styrelsen genomför årligen en utvärdering av sitt arbete. Utvärderingen avser arbetsformer och arbetsklimat, huvudinriktning för styrelsens arbete samt tillgång till och behovet av särskild kompetens i styrelsen. Utvärderingen används som ett verktyg för att utveckla styrelsens arbete och utgör därutöver ett underlag för valberedningens nomineringsarbete.

Under vice ordförandens ledning utförs årligen en separat utvärdering av styrelseordförandens arbete.

### Ersättning till styrelsen

Ersättning till styrelsen bestäms av årsstämman och utgår till de styrelseledamöter som inte är anställda av Electrolux. Arvodet till respektive ledamot, enligt beslut fattat av årsstämman 2010, förblev oförändrat som följer:

Styrelsens ordförande	1 600 000 kronor
Styrelsens vice ordförande	550 000 kronor
Ledamot	475 000 kronor
Ordförande i revisionsutskottet	200 000 kronor
Medlem i revisionsutskottet	85 000 kronor
Ordförande i ersättningsutskottet	120 000 kronor
Medlem i ersättningsutskottet	55 000 kronor

Årsstämman 2010 beslutade även att godkänna valberedningens förslag om att betala delar av styrelseledamöternas ersättning i form av så kallade syntetiska aktier. Syftet med de syntetiska aktierna är att ytterligare stärka kopplingen mellan ägarnas och styrelseledamöternas gemensamma intresse av en god, långsiktig utveckling för Electrolux. En syntetisk aktie innebär en rättighet att i framtiden erhålla utbetalning av ett belopp motsvarande börsvärdet av en B-aktie i bolaget vid utbetalningstillfället.

Styrelseledamöter som inte är anställda av Electrolux inbjuds inte att delta i bolagets långsiktiga incitamentsprogram för ledande befattningshavare och nyckelpersoner. Ersättning till verkställande direktören föreslås av ersättningsutskottet och beslutas av styrelsen.

För ytterligare information om ersättning till styrelsens ledamöter och syntetiska aktier, se Not 27.

### Styrelsens närvaro under 2010

	Styrelsemöten	Utskottsmöten
Marcus Wallenberg	9/9	7/8
Peggy Bruzelius	9/9	5/5
Lorna Davis*	7/7	
Hasse Johansson	9/9	
John S. Lupo	9/9	
Johan Molin	8/9	8/8
Hans Stråberg	9/9	
Caroline Sundewall	9/9	5/5
Torben Ballegaard Sørensen	9/9	5/5
Barbara Milian Thoralfsson	8/9	8/8
Ola Bertilsson	9/9	
Gunilla Brandt	9/9	
Ulf Carlsson	8/9	

\* Lorna Davis valdes till ny styrelseledamot vid årsstämman i mars 2010.

**Ersättningsutskott  
Revisionsutskott**

**Utskott**

Styrelsen har inrättat ett ersättningsutskott och ett revisionsutskott.

Utskottens arbete är i huvudsak av beredande och rådgivande karaktär, men styrelsen kan i särskilda fall delegera beslutsbefogenheter till utskotten. Utskottens ledamöter och deras ordföranden utses vid konstituerande styrelsemöte.

Styrelsen har också etablerat ordningen att ärenden kan hänskjutas till tillfälliga utskott som bildas enbart för att behandla specifika frågor.

**Ersättningsutskott**

En av ersättningsutskottets huvuduppgifter är att föreslå riktlinjer för ersättning till medlemmar i koncernledningen. Ersättningsutskottet föreslår också ersättningen till VD och koncernchefen för beslut i styrelsen. Ersättningsutskottet beslutar om ersättningen till övriga medlemmar i koncernledningen på förslag av VD.

**I ersättningsutskottets uppgifter ingår:**

- Att förbereda och utvärdera riktlinjer för ersättning till koncernledningen.
- Att förbereda och utvärdera mål och principer för rörlig ersättning.
- Att förbereda villkor för pensioner, uppsägningar, avgångsvederlag och övriga förmåner för koncernledningen.
- Att förbereda och utvärdera Electrolux långsiktiga incitamentsprogram.

Utskottet består av tre styrelseledamöter: Barbara Milian Thoralfsson (ordförande), Johan Molin och Marcus Wallenberg. Minst två möten hålls varje år och ytterligare möten kan hållas vid behov.

Under 2010 höll ersättningsutskottet åtta möten. Viktiga frågor som togs upp var beredning av förslag till ersättning till den nya verkställande direktören och koncernchefen, beslut om ersättning till nya medlemmar i koncernledningen, uppföljning och utvärdering av tidigare godkända långsiktiga incitamentsprogram samt riktlinjer för ersättning till koncernledningen. Därutöver gjordes en översyn av företags strategi för ersättning relativt den externa arbetsmarknaden.

Electrolux personaldirektör har deltagit i och varit ansvarig för förberedelserna inför varje möte.

**Revisionsutskott**

Revisionsutskottets huvuduppgift är att övervaka processerna kring Electrolux finansiella rapportering och interna kontroll för att kunna säkerställa kvaliteten i den externa rapporteringen.

**I revisionsutskottets uppgifter ingår:**

- Att granska de finansiella rapporterna.
- Att övervaka effektiviteten i den interna kontrollen, inklusive riskhanteringen, avseende den finansiella rapporteringen.
- Att följa upp verksamheten inom internrevisionsfunktionen Management Assurance & Special Assignments avseende organisation, bemanning, budget, planer, resultat och revisionsrapporter.
- Att övervaka den externa revisionen och utvärdera de externa revisorernas arbete.
- Att granska och, i förekommande fall, förhandsgodkänna när de externa revisorerna anlitas för andra uppdrag än revisionstjänster.
- Att utvärdera de externa revisorernas objektivitet och oberoende.

Revisionsutskottet har även till uppgift att stödja valberedningen med förslag vid val av externa revisorer och revisorsarvoden.

Revisionsutskottet består av tre styrelseledamöter: Peggy Bruzelius (ordförande), Caroline Sundewall och Torben Ballegaard Sørensen. De externa revisorerna rapporterar till utskottet vid varje ordinarie möte. Minst tre möten hålls per år och ytterligare sammanträden hålls vid behov.

Under 2010 höll revisionsutskottet fem möten. Företrädare för Electrolux har mellan mötena i särskilda ärenden haft regelbundna kontakter med ordföranden i utskottet. Koncernens ekonomi- och finansdirektör och chefen för internrevision och internkontroll har deltagit i alla sammanträden. Koncernens chefsjurist Cecilia Vieweg har varit utskottets sekreterare vid fyra av fem möten.

**Externa revisorer**

**Externa revisorer**

Vid årsstämman 2010 omvaldes PricewaterhouseCoopers AB (PwC) till bolagets externa revisorer för en fyraårsperiod fram till årsstämman 2014. Auktoriserade revisorn Anders Lundin är huvudansvarig för revisionen av Electrolux.

PwC avger revisionsberättelse för AB Electrolux, årsredovisningar för bolagets dotterbolag, koncernredovisning och för styrelsens och verkställande direktörens förvaltning av AB Electrolux. Revisorerna genomför även en översiktlig granskning av rapporten för det tredje kvartalet.

Revisionen sker i enlighet med aktiebolagslagen och revisionsstandard i Sverige enligt organisationen för revisions- och redovisningsbranschen FAR, vilka bygger på internationella revisionsstandarder enligt International Federation of Accountants (IFAC).

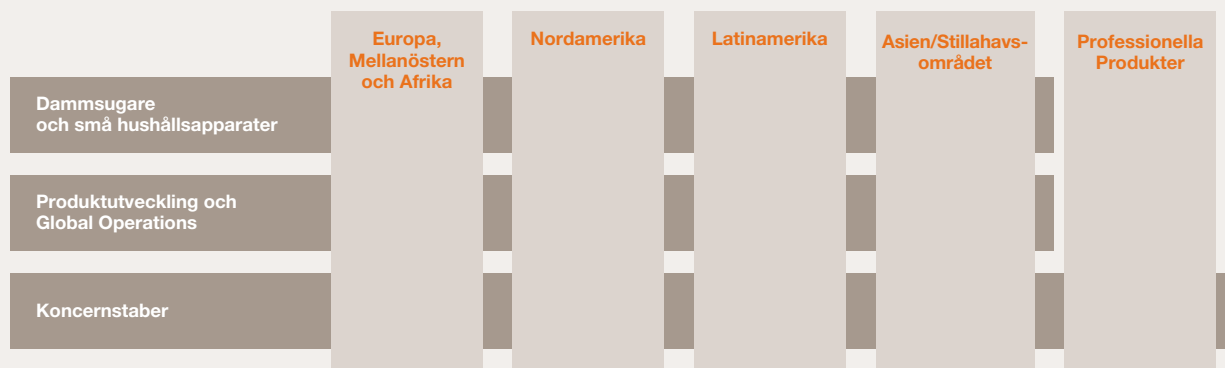
Revisionen av årsredovisningshandlingar för legala enheter utanför Sverige sker i enlighet med lagstadgade krav och andra tillämpliga regler i respektive land samt i enlighet med god revisionssed enligt IFAC med avgivande av revisionsberättelse för de legala enheterna.

För ytterligare information om bolagets revisorer, se sidan 88. För information om arvoden till revisorer samt utförda uppdrag i koncernen, se Not 28.

## Företagsstruktur

### Affärsområden

#### Konsumentprodukter



### Interna revisorer

#### Internkontroll och riskhantering

Funktionen för internrevision, Management Assurance & Special Assignments, är ansvarig för oberoende, objektiva granskningar i syfte att systematiskt utvärdera och föreslå förbättringar av effektiviteten i processerna för koncernens styrning, internkontroll och riskhantering.

Internkontroll och riskhantering är den process som utformats för att ge en rimlig försäkran om att bolagets mål uppnås genom ändamålsenlig och effektiv verksamhet, efterlevnad av tillämpliga lagar och förordningar samt tillförlitlig finansiell rapportering.

För ytterligare information om internkontroll, se sidan 94. För ytterligare information om riskhantering, se Not 1, Not 2 och Not 18.

#### Ledning och företagsstruktur

Electrolux verksamhet är organiserad i fem affärsområden, vilka omfattar sex sektorer och 25 produktlinjer. Inom Vitvaror är sektorerna geografiskt avgränsade, medan sektorerna Professionella Produkter respektive Dammsugare och små hushållsapparater är globala. Fem koncernstaber stöttar samtliga sektorer: Ekonomi och finans, Kommunikation, Varumärken, Juridik samt Personal och organisationsutveckling.

För att fullt ut kunna utnyttja koncernens globala närvaro och stordriftsfördelar inom Vitvaror finns sedan 2009 en global organisation med ansvar för produktutveckling, inköp och tillverkning. Koncernen har en decentraliserad företagsstruktur där den övergripande ledningen av den operativa verksamheten till stor del utövas genom sektorstyrelser.

#### Koncernövergripande policies och riktlinjer

Electrolux strävar efter att tillämpa strikta normer och effektiva processer för att all verksamhet ska skapa långsiktigt värde för aktieägare och övriga intressenter. Detta innebär att upprätthålla en effektiv organisationsstruktur, system för internkontroll och riskhantering samt transparent intern och extern rapportering.

Under 2008 initierades det koncernövergripande projektet COMPASS för att tydliggöra och effektivisera gemensamma processer och därmed öka kontrollen och sänka kostnaderna. Transparent information möjliggör även att bättre beslutsunderlag kan tas fram.

Inom Electrolux har beslut fattats att all verksamhet ska genomföras på ett miljömässigt, socialt och etiskt ansvarsfullt sätt. Ett proaktivt förhållningssätt i detta avseende minskar risker, stärker varumärket, ökar de anställdas motivation och säkerställer goda relationer till medborgare i de samhällen där koncernen har verksamhet. Centrala policies i detta sammanhang är Electrolux etiska kod (Electrolux Code of Ethics), uppförandekod för arbetsplatsen (Electrolux Workplace Code of Conduct) samt policy mot mutor och korruption (Electrolux Policy on Corruption and Bribery).

Electrolux medarbetarvision People Vision syftar till att skapa en innovativ företagskultur där mångfald och enastående medarbetarprestationer driver förändringar som går utöver vad som krävs för att uppnå koncernens strategi och verksamhetsmål. Electrolux kultur ska präglas av mångfald och innovation, där utveckling av innovativa produkter är en viktig del. Electrolux förmåga att konkurrera på en global marknad förutsätter mångfald. Medarbetare med olika bakgrund skapar ökad förståelse för konsumenters behov världen över.



## Koncernledning

### Keith McLoughlin

**Verkställande direktör och koncernchef** fr.o.m. 1 januari 2011.

Född 1956. B.S. Eng. I koncernledningen sedan 2003.

Ledande befattningar inom DuPont, USA, 1981–2003. Chef för DuPont Non-wovens 2000–2003 och DuPont Corian 1997–2000. Anställd i Electrolux som chef för Vitvaror Nordamerika och vice verkställande direktör i AB Electrolux 2003. Chef även för Vitvaror Latinamerika 2004–2007. Chief Operations Officer Vitvaror 2009.

**Styrelseledamot** i Briggs & Stratton Corp.

**Innehav** i AB Electrolux: 30 153 B-aktier.

### Henrik Bergström

**Chef för Dammsugare och små hushållsapparater**

Född 1972. Civ. ekon. I koncernledningen sedan 2010.

Chefsbefattningar inom Electrolux Vitvaror Latinamerika 1997–2002. Verkställande direktör för Electrolux verksamhet i Latinamerika och Karibien 2002–2008. Chef för tre affärsområden inom Electrolux Vitvaror Nordamerika 2008–2010. Chef för Electrolux inköpsverksamhet i Asien 2009–2010. Vice verkställande direktör i AB Electrolux 2010.

**Innehav** i AB Electrolux: 12 297 B-aktier.

### Jan Brockmann

**Chief Technology Officer** fr.o.m. 1 februari 2011.

Född 1966. Civ. ing. MBA. I koncernledningen sedan 2011.

Ledande befattningar inom Valeo Group 1994–1999. Projektchef i Roland Berger Strategy Consultants 2000–2001. Chefsbefattningar inom Volkswagen Group 2001–2010. Anställd i Electrolux som chef för koncernens Forskning och Utveckling inom Vitvaror 2010. Chief Technology Officer 2011.

**Innehav** i AB Electrolux: 593 B-aktier (20 januari 2011).

### Anderson Guimarães

**Chef för Vitvaror Europa, Mellanöstern och Afrika**

Född 1959. M.B.A. I koncernledningen sedan 2008.

Chefsbefattningar inom varumärken och marknadsföring i Procter & Gamble, Brasilien, 1990–1991, och Johnson & Johnson, Kanada, 1991–1997. Marknadschef i Danone, Brasilien, 1997–1998. Chefsbefattningar inom Philips Electronics, Brasilien och Nederländerna, 1998–2007. Anställd i Electrolux som chef för Produkt och varumärken inom Vitvaror Europa 2008. Chef för Vitvaror Europa och vice verkställande direktör i AB Electrolux 2008.

**Innehav** i AB Electrolux: 3 046 B-aktier.

### Carina Malmgren Heander

**Personaldirektör**

Född 1959. Civ. ekon. I koncernledningen sedan 2007.

Projektchef i Adtranz Signal (Bombardier) 1989–1998. Personaldirektör i ABB AB 1998–2003. Personaldirektör i Sandvik AB 2003–2007. Anställd i Electrolux som chef för koncernstab Personal och organisationsutveckling 2007.

**Styrelseledamot** i Cardo AB och IFL vid Handelshögskolan i Stockholm.

**Innehav** i AB Electrolux: 3 464 B-aktier.

### Ruy Hirschheimer

**Chef för Vitvaror Latinamerika**

Född 1948. M.B.A. Doktorsprogram i företagsadministration. I koncernledningen sedan 2008.

Vice verkställande direktör i Alcoa Aluminum, Brasilien, 1983–1986. Verkställande direktör och koncernchef i J.I. Case Brazil 1990–1994. Verkställande direktör och koncernchef i Bunge Foods 1994–1997. Senior Vice-President i Bunge International Ltd., USA, 1997–1998. Anställd i Electrolux som chef för Vitvaror i Brasilien 1998. Chef för Vitvaror Latinamerika 2002. Vice verkställande direktör i AB Electrolux 2008.

**Innehav** i AB Electrolux: 33 621 B-aktier.

### MaryKay Kopf

**Chief Marketing Officer** fr.o.m. 1 februari 2011.

Född 1965. B.S. Finance. MBA. I koncernledningen sedan 1 februari 2011.

Ledande befattningar inom marknadsföring och för produktsegment inom DuPont Nomex, Kevlar i Nordamerika 1991–1998. Chef för DuPont Nomex, Kevlar i Europa 1998–2001. Global chef och varumärkeschef för DuPont Tyvek, Sontara 2001–2003. Anställd i Electrolux som Vice President Brand Marketing, Electrolux Major Appliances North America 2003. Chief Marketing Officer 2011.

**Innehav** i AB Electrolux: 2 768 B-aktier (20 januari 2011).

### Gunilla Nordström

**Chef för Vitvaror Asien/Stillahavsområdet**

Född 1959. Civ. ing. I koncernledningen sedan 2007.

Chefsbefattningar inom Telefonaktiebolaget LM Ericsson och Sony Ericsson i Europa, Latinamerika och Asien 1983–2005. Verkställande direktör i Sony Ericsson Mobile Communications (China) Co. Ltd. och vice verkställande direktör i Sony Ericsson Mobile Communications AB 2005–2007. Anställd i Electrolux som chef för Vitvaror Asien/Stillahavsområdet och vice verkställande direktör i AB Electrolux 2007.

**Styrelseledamot** i Videocon Industries Ltd, Indien, och Atlas Copco AB.

**Innehav** i AB Electrolux: 3 530 B-aktier.

### Jonas Samuelson

**Ekonomi- och finansdirektör, Chief Operations Officer och chef för Global Operations inom Vitvaror** fr.o.m. 1 februari 2011.

Född 1968. Civ. ekon. I koncernledningen sedan 2008. Befattningar inom affärsutveckling och finans i General Motors, USA, 1996–1999. Chef inom finans, försäljning och marknadsföring i Saab Automobile AB 1999–2001. Chefsbefattningar inom controlling och finans i General Motors North America 2001–2005. Ekonomi- och finansdirektör i Munters AB 2005–2008. Anställd i Electrolux som ekonomi- och finansdirektör 2008.

**Styrelseledamot** i Polygon AB.

**Innehav** i AB Electrolux: 3 490 B-aktier.

### Kevin Scott

**Chef för Vitvaror Nordamerika**

Född 1959. Ph.D. (Kemiingenjör). I koncernledningen sedan 2009.

Befattningar inom teknik, tillverkning, varumärken och företagsledning inom DuPont, USA, 1985–1994. Befattningar inom konstruktion, inköp och finansiering inom PepsiCo 1994–1999. Ledande befattningar inom DuPont, Schweiz, 1999–2003. Anställd i Electrolux som chef för Consumer Services Group inom Vitvaror Nordamerika 2003. Chef för Refrigeration inom Vitvaror Nordamerika 2006–2009. Chef för Vitvaror Nordamerika och vice verkställande direktör i AB Electrolux 2009.

**Innehav** i AB Electrolux: 8 849 B-aktier.

### Cecilia Vieweg

**Chefsjurist**

Född 1955. Jur. kand. I koncernledningen sedan 1999.

Advokat i Berglund & Co Advokatbyrå 1987–1990. Bolagsjurist i AB Volvo 1990–1992. Chefsjurist i Volvo Personvagnar AB 1992–1997. Advokat och delägare i Wahlén Advokatbyrå 1998. Anställd i Electrolux som chefsjurist med ansvar för rättsfrågor, immateriella rättigheter, riskhantering och säkerhet 1999. **Styrelseledamot** i Haldex AB, Vattenfall AB, PMC Group AB och ledamot i Aktiemarknadsnämnden.

**Innehav** i AB Electrolux: 11 972 B-aktier.

### Alberto Zanata

**Chef för Professionella Produkter**

Född 1960. Universitetsexamen i Electronic Engineering med företagsekonomi. I koncernledningen sedan 2009.

Anställd i Electrolux inom Professionella Produkter 1989. Ledande befattningar inom fabriksledning, marknadsföring, produktledning och affärsutveckling 1989–2002. Chef för Professionella Produkter i Nordamerika 2003–2008. Chef för Professionella Produkter och vice verkställande direktör i AB Electrolux 2009.

**Innehav** i AB Electrolux: 14 313 B-aktier.

## Förändringar i koncernledningen

**Hans Stråberg**, verkställande direktör och koncernchef i AB Electrolux under perioden 2002–2010, lämnade Electrolux den 31 december 2010. Han efterträddes av Keith McLoughlin, Chief Operations Officer Vitvaror.

Innehav i AB Electrolux per den 31 december 2010. Informationen uppdateras regelbundet på [www.electrolux.com/group-management](http://www.electrolux.com/group-management).

Fr.o.m. den 1 februari 2011 gjordes följande utnämningar i koncernledningen:

- Jonas Samuelson till Chief Operations Officer och chef för Global Operations inom Vitvaror utöver sin roll som CFO
- Jan Brockmann till Chief Technology Officer
- MaryKay Kopf till Chief Marketing Officer

## VD och koncernledning

### VD och koncernledning

Koncernledningen består av verkställande direktören, de sex sektorcheferna, de fem stabscheferna, chefen för produktutveckling Global Operations, samt chefen för Global Operations Vitvaror. Verkställande direktören utses av och får instruktioner från styrelsen. Verkställande direktören utser i sin tur övriga medlemmar av koncernledningen och är ansvarig för den löpande förvaltningen av koncernens verksamheter i enlighet med styrelsens riktlinjer och anvisningar.

Koncernledningsmöten hålls varje månad för genomgång av föregående månads resultat, uppdatering av prognoser och planer samt för diskussion kring strategifrågor.

För ytterligare information om medlemmarna i koncernledningen, se sidan 92. Informationen uppdateras regelbundet på [www.electrolux.com/group-management](http://www.electrolux.com/group-management).

### Förändringar under året

- Hans Stråberg, VD och koncernchef i Electrolux, lämnade bolaget den 31 december 2010. Han efterträddes av Keith McLoughlin den 1 januari 2011.
- Informationsdirektör Lars Göran Johansson har lämnat Electrolux.
- Henrik Bergström har utsetts till ny chef för Dammsugare och små hushållsapparater.

### Nya utnämningar fr.o.m. den 1 februari 2011

- Tre nya utnämningar har skett i koncernledningen fr.o.m. den 1 februari 2011 för att snabbare utveckla nya produkter och för att fortsätta utnyttja koncernens globala styrka:
  - Jonas Samuelson har utnämnts till Chief Operations Officer och chef för Global Operations inom Vitvaror utöver rollen som CFO,
  - Jan Brockmann har utnämnts till Chief Technology Officer och
  - MaryKay Kopf har utnämnts till Chief Marketing Officer.

### Ersättning till koncernledningen

Riktlinjer för ersättning till koncernledningen beslutas av årsstämman på grundval av förslag från styrelsen. Ersättningar till VD och koncernchef beslutas sedan av styrelsen i AB Electrolux baserat på rekommendation från Electrolux ersättningsutskott. Ersättningar till övriga medlemmar i koncernledningen beslutas av Electrolux ersättningsutskott, baserat på förslag från verkställande direktör, och rapporteras till styrelsen.

Electrolux ska sträva efter att erbjuda en total ersättning som är rimlig och konkurrenskraftig i förhållande till det som gäller i respektive koncernledningsmedlems anställningsland eller region. Ersättningsvillkoren ska betona "betalning efter prestation" och variera i förhållande till den enskildes prestationer och koncernens resultat

Ersättningen kan bestå av fast lön och rörlig lön. Enligt principen "betalning efter prestation" ska den rörliga lönen utgöra en betydande del av den totala ersättningen för koncernledningen. Rörlig lön ska alltid mätas mot förutbestämda mål samt ha en maximinivå över vilken ingen ersättning utfaller. Rörlig lön ska huvudsakligen relatera till finansiella mål såväl till kortsiktiga prestationsmål (upp till 1 år) som till långsiktiga prestationsmål (3 år eller längre). Icke-finansiella mål kan även användas.

Styrelsen kommer att på årlig basis utvärdera huruvida ett långsiktigt incitamentsprogram ska föreslås årsstämman eller inte. Årsstämman 2010 beslutade om ett långsiktigt aktieprogram för upp till 160 ledande befattningshavare och nyckelpersoner.

För ytterligare information om ersättningar och riktlinjer för ersättningar, långsiktiga incitamentsprogram och pensionsförmåner, se Not 27.

## Affärssektorernas styrelser

### Affärssektorer

Cheferna för affärssektorerna är medlemmar av koncernledningen och har ansvar för resultat- och balansräkning för sina respektive sektorer.

Den övergripande ledningen av sektorerna utövas av sektorstyrelser, som sammanträder varje kvartal. Verkställande direktören är ordförande i samtliga sektorstyrelser. I sammanträdena deltar förutom verkställande direktören, ledningen för respektive sektor samt ekonomi- och finansdirektören. Sektorstyrelserna ansvarar för övervakningen av den löpande verksamheten, upprättar strategier och fastställer budgetar samt beslutar om större investeringar.

I den externa rapporteringen är koncernens verksamhet indelad i fem affärsområden. Verksamheten inom Konsumentprodukter är uppdelad på fyra geografiska affärsområden: Europa, Mellanöstern och Afrika, Nordamerika, Latinamerika samt Asien/Stillahavsområdet. Professionella Produkter utgör det femte affärsområdet.

Tidslinje för det långsiktiga incitamentsprogrammet för ledande befattningshavare



Electrolux vinst per aktie, exklusive jämförelsestörande poster, måste öka med minst 5% per år innan aktier utdelas.

Deltagare i programmet måste investera i Electrolux-aktier. I slutet av treårsperioden tilldelas en matchningsaktie för varje köpt aktie.

# Intern kontroll över finansiell rapportering

Electrolux Control System (ECS) har utformats för att säkerställa korrekt och tillförlitlig finansiell rapportering och redovisning i enlighet med tillämpliga lagar och förordningar, redovisningsstandarder samt övriga krav på noterade bolag. ECS tillför värde genom tydliggörande av roller och ansvar, förbättrad processeffektivitet, ökad riskmedvetenhet och förbättrade beslutsunderlag.

ECS baseras på ramverket för intern kontroll utgiven av the Committee of Sponsoring Organizations of the Treadway Commission (COSO). Detta ramverk omfattar fem huvudområden; kontrollmiljö, riskbedömning, kontrollaktiviteter, uppföljning/förbättring samt informera och kommunicera.



Målet med ECS är att kvalitets-säkra den interna och externa finansiella rapporteringen.

## Kontrollmiljö

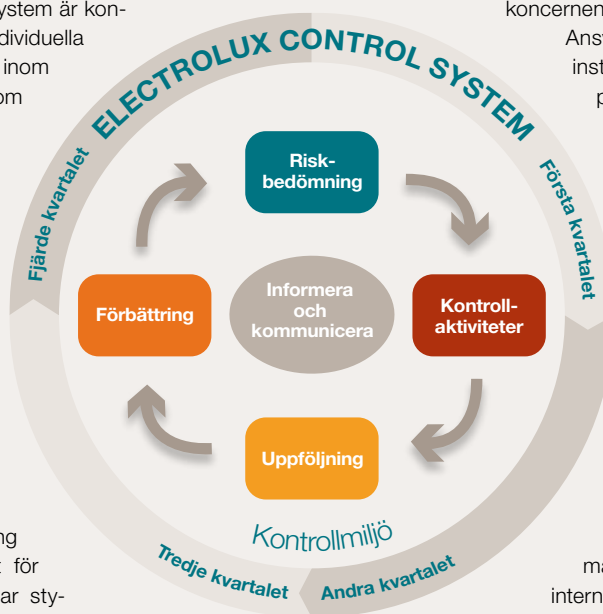
Grunden för Electrolux Control System är kontrollmiljön, som bestämmer de individuella och kollektiva förhållningssätten inom koncernen. Den definieras genom policies och rutiner, manualer och koder, och upprätthålls med hjälp av Electrolux organisationsstruktur med tydligt ansvar och befogenheter baserade på gemensamma värden.

Electrolux styrelse har det övergripande ansvaret för att upprätta ett effektivt system för intern kontroll. Ansvaret för att upprätthålla en effektiv kontrollmiljö är delegerat till verkställande direktören. Koncernens bolagsstyrning beskrivs på sidan 84. Specifikt för den finansiella rapporteringen har styrelsen inrättat ett revisionsutskott som bistår styrelsen beträffande de relevanta manualer, pol-

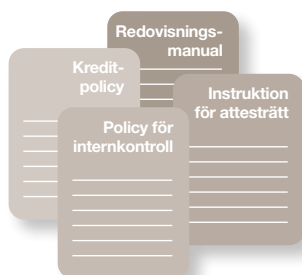
icies samt väsentliga redovisningsprinciper som koncernen tillämpar.

Ansvar och befogenheter definieras i instruktioner för attesträtt, manualer, policies, rutiner och koder. Några exempel är Electrolux etiska kod, Electrolux uppförandekod för arbetsplatsen, Electrolux policy mot mutor och korruption, informationspolicy, finans- och kreditpolicy samt redovisningsmanual. Dessa interna riktlinjer utgör tillsammans med lagar och andra externa regelverk den så kallade kontrollmiljön. Alla anställda måste följa dessa riktlinjer.

Ansvaret för intern kontroll definieras i en intern kontrollpolicy. Samtliga enheter inom Electrolux måste upprätthålla tillfredsställande intern kontroll. Ett minimikrav är att de kontrollaktiviteter som genomförs ska täcka de nyckelrisker som identifierats inom koncernen.



## Kontrollmiljö – Exempel kundfordringar




**Redovisningsmanual**  
Regler för intäktsredovisning samt beräkning av avsättning för osäkra fordringar.

**Kreditpolicy**  
Ramverk för kreditbeslut med regler för kund-/kreditbedömning och hantering av kreditrisker samt klargörande av roller och ansvar.

**Instruktion för attesträtt**  
Beskrivning av de anställdas befogenheter med monetära, volymbaserade eller andra tillämpliga gränsvärden, till exempel godkännande av kreditgränser och kreditnotor.

**Policy för internkontroll**  
Beskrivning av ansvar för intern kontroll. Kontrollerna ska möta definierade minimikrav för intern kontroll inom respektive process, till exempel försäljningsprocessen.

## Electrolux Control System – Roller och ansvar (för större rapporteringsenheter)

Roll	Intern kontrollkoordinator för sektor/koncernstab	Intern kontrollkoordinator för rapporterande enhet	Processägare	Kontrollutförare	Testare
 <b>Vanligtvis vem</b>	Senior person inom finansorganisationen inom sektor eller koncernstaben.	Controller eller CFO för en regional/lokal enhet.	Person med övergripande processansvar t.ex. lagerchef, inköpschef, försäljningschef.	Person som utför de dagliga aktiviteterna i processen, t.ex. lagerpersonal, personal för leverantörsreskontra, kundreskontra.	Person med processkunnande, men som inte utför de dagliga aktiviteterna i processen, för att säkerställa oberoende.
<b>Huvudsakligt ansvar</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>* Följa upp och rapportera effektivitet i kontroller.</li> <li>* Identifiera kunniga resurser för att säkerställa fortlevnad.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>* Planera, koordinera och följa upp att dokumentation, tester och förbättringar av kontroller utförs i tid.</li> <li>* Stödja processägare, kontrollutförare och testare.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>* Säkerställa att kontroller implementeras inom processen.</li> <li>* Verkställa förbättringsåtgärder när kontroller har testats och bedömts ineffektiva.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>* Dokumentera kontrollbeskrivningar.</li> <li>* Utföra kontrollaktiviteter.</li> <li>* Dokumentera utförda kontroller.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>* Utföra tester av kontrollaktiviteter.</li> <li>* Dokumentera och rapportera testresultat.</li> </ul>

Koncernledningen har det yttersta ansvaret för intern kontroll inom sina respektive ansvarsområden. Koncernledningen beskrivs på sidan 92.

Electrolux Control System Program Office, en avdelning inom internrevisionsfunktionen, har utvecklat metodiken och den årliga tidplanen för att upprätthålla Electrolux Control System. För att säkerställa att dessa aktiviteter utförs i tid har även specifika ECS-relaterade roller i linjeorganisationen definierats, se tabellen ovan över Electrolux Control System – Roller.

Under de senaste åren har tusentals personer med tilldelade ECS-roller utbildats världen över. Målsättningen har varit att utbilda i risktänkande och internkontrolltänkande samt att tillhandahålla verktyg och tekniker för effektivt verkställande av tilldelade arbetsuppgifter. Utbildningen har bestått av en rad regionala kurstillfällen och av datorbaserad utbildning samt Internet-möten.

gram Office en global riskbedömning för att bestämma de enheter, datacenter och processer som ska ingå i ECS-aktiviteterna. Inom koncernen har 18 olika processer som genererar transaktioner till betydande konton i den finansiella rapporteringen identifierats. För varje process identifieras och dokumenteras nyckelrisker. Se nedan exempel på nyckelrisker inom processer som genererar transaktioner till det betydande kontot kundfordringar.

Sedan 2004 arbetar alla stora enheter med ECS. De större enheterna täcker cirka 70 procent av koncernens totala externa omsättning och externa tillgångar.

Under 2009 och 2010, infördes ECS i nästan alla mindre enheter i koncernen. För dessa enheter ingår endast de fyra stora processerna, det vill säga bokslutsprocessen, försäljningsprocessen, lagerhanteringsprocessen och inköpsprocessen liksom de fördefinierade riskerna inom dem.

### Riskbedömning

#### Riskbedömning

I riskbedömningen ingår att identifiera risker som kan uppstå om de grundläggande kraven på den finansiella rapporteringen (fullständighet, riktighet, värdering och rapportering) i koncernen inte uppfylls. Riskbedömningen omfattar även risk för förlust eller förskingring av tillgångar.

I början av varje kalenderår utför Electrolux Control System Pro-

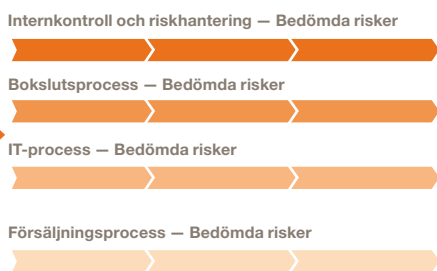
### Kontrollaktiviteter

#### Kontrollaktiviteter

Kontrollaktiviteter begränsar identifierade risker och säkerställer korrekt och tillförlitlig finansiell rapportering såväl som processeffektivitet.

Kontrollaktiviteterna inkluderar såväl övergripande som detaljerade kontroller och syftar till att förebygga, upptäcka och korrigera fel och avvikelser. I Electrolux Control System implementeras, dokumenteras och testas följande kontroller:

### Riskbedömning — Exempel kundfordringar



### Kontrollaktiviteter — Exempel kundfordringar

Process	Bedömd risk	Kontrollaktivitet	Typ av kontroll
Internkontroll och riskhantering	Risk för felaktig och icke-jämförbar finansiell rapportering.	Periodiska kontroller för att säkerställa att redovisningsmanualen uppdateras, kommuniceras och efterlevs.	Företagsövergripande kontroll
Bokslutsprocess	Risk för felaktig finansiell rapportering.	Alla förändringar i IT-miljön sanktioneras, testas, verifieras och slutgodkänns.	Manuell kontroll
IT-process	Risk för icke-godkända/felaktiga förändringar i IT-miljön.	Kundbetalningar övervakas och utestående betalningar följs upp.	Generell IT-kontroll
Försäljningsprocess	Risk för att inte erhålla betalning från kunder i tid.	Applikationen blockerar säljorder/leveranser automatiskt när kreditgränsen överskrids.	Manuell kontroll
Försäljningsprocess	Risk för att ådra sig osäkra fordringar.		Applikationskontroll

- Manuella kontroller och applikationskontroller, som säkerställer att nyckelrisker inom processer kopplade till den finansiella rapporteringen är kontrollerade. Exempel på viktiga manuella kontroller och applikationskontroller är sådana över bokföringsorder, avstämningar, accessrättigheter och ansvarsfördelning.
- Generella IT-kontroller som säkrar IT-miljön för nyckelapplikationer. Exempel på viktiga generella IT-kontroller är sådana över ändringshantering, användaradministration, produktionsmiljö och back up-rutiner.
- Företagsövergripande kontroller, som säkerställer och förbättrar kontrollmiljön inom Electrolux. Exempel på viktiga företagsövergripande kontroller är sådana över koncernpolicies, redovisningsregler, instruktioner för attesträtt och finansiell uppföljning.

Varje kalenderår, vanligtvis mellan mars och maj, uppdateras och kvalitetssäkras dokumentationen. Kontrolldokumentationen lagras i ett webbaserat verktyg. Dokumentationen innefattar både flödesscheman över processen och beskrivningar av kontrollaktiviteter som i detalj specificerar vem som utför kontrollen, hur den utförs och hur ofta den utförs. För varje dokumenterad kontrollaktivitet dokumenteras även resultatet, det vill säga ett dokument eller en fil upprättas, som bevisar att kontrollen faktiskt utförts.

#### Uppföljning

#### Uppföljning/förbättring

Uppföljning och tester av kontrollaktiviteter utförs kontinuerligt för att säkerställa att risker har beaktats och behandlats på ett tillfredsställande sätt.

#### Förbättring

Kontinuerlig uppföljning sker på koncern-, sektors-, enhets- och processnivå. Uppföljningen omfattar både formella och informella rutiner som tillämpas av chefer och processägare samt kontrollutförare. Dessa rutiner inbegriper uppföljning av resultat mot budgetar och planer, analyser samt nyckeltal.

Inom ramen för Electrolux Control System är ledningen ansvarig för test av kontrollerna. Testare som är oberoende av kontrollutförarna utför dessa aktiviteter. Koncernens internrevisionsfunktion upprätthåller testplaner och utför oberoende tester av utvalda kontroller. Testerna utförs vanligen mellan juni och augusti varje kalenderår. Ytterligare tester utförs till och med årets slut. Uppföljning av testresultaten sker i det webbaserade verktyget.

Kontroller som fallerat måste åtgärdas, vilket betyder att åtgärder måste vidtas och implementeras för att rätta till bristerna.

Testresultaten från de större enheterna lämnas till de externa revisorerna som bedömer resultaten av de tester som ledningen och internrevisionsfunktionen utfört. De externa revisorerna bestämmer sedan i vilken grad de kan förlita sig på det arbete som utförts inom ECS avseende koncernrevisionen och de lokala bokslutsrevisionerna. De externa revisorernas utvärdering av ECS, som är en del av revisionen, rapporteras såväl till ledningen och den interna styrelsen för revision som till revisionsutskottet.

Revisionsutskottet granskar rapporter om den interna kontrollen och processerna avseende den finansiella rapporteringen samt internrevisionsrapporter som sammanställts av koncernens funktion för internrevision. De externa revisorerna rapporterar till revisionsutskottet vid varje ordinarie möte.

Koncernens internrevisionsfunktion arbetar även förebyggande genom att föreslå förbättringar i kontrollmiljön. Chefen för funktionen rapporterar till verkställande direktören och revisionsutskottet när det gäller aktiviteter inom internrevision och till ekonomi- och finansdirektören i övriga frågor.

#### Informera och kommunicera

#### Informera och kommunicera

Information och kommunikation om risker, kontroller och kontrollresultat i Electrolux-koncernen bidrar till att säkerställa att riktiga affärsbeslut fattas. Riktlinjer för den finansiella rapporteringen kommuniceras till de anställda genom manualer, policies och koder som publiceras på det koncerngemensamma intranätet, tillsammans med information om Electrolux Control System. Informationen inkluderar metodik, instruktioner och praktiska checklistor, beskrivningar av roller och ansvar samt en övergripande tidplan.

Kommunikation och information om risker och resultatet av kontrollerna är en central del inom ECS. Ledning, processägare och kontrollutförare i allmänhet är ansvariga för att det sker genom skriftliga bekräftelser kontinuerligt under året.

Status på ECS-aktiviteterna följs kontinuerligt upp genom samtal mellan ECS Office och affärssektorernas internkontrollkoordinatorer. Information om status på ECS lämnas fortlöpande till relevanta parter såsom sektor- och koncernledningen, den interna styrelsen för revision samt revisionsutskottet.

#### Tester av kontroller och kvalitetssäkring

#### Extern rapportering



Testare utför tester av kontroller i olika testfaser under året.

Internrevisionsfunktionen utför oberoende tester av utvalda kontroller genom skrivbordsgranskning och besök ute på enheterna för att säkerställa att metodiken följs.



Det slutliga resultatet av ECS-aktiviteterna är en kvalitetssäkrad intern och extern finansiell rapportering.

## Finansiell rapportering och information

Electrolux rutiner och system för informationsgivning syftar till att förse marknaden med relevant, tillförlitlig, korrekt och aktuell information om koncernens utveckling och finansiella ställning. För att särskilt bedöma materialiteten i informationen om Electrolux, inklusive den finansiella rapporteringen och för att säkerställa att viktig information kommuniceras till marknaden i god ordning finns en Disclosure Committee.

Electrolux har en informationspolicy som uppfyller de krav som ställs på ett noterat bolag.

Finansiell information lämnas regelbundet i form av:

- Boksluts- och delårsrapporter, vilka publiceras som pressmeddelanden
- Årsredovisning
- Pressmeddelanden om viktiga nyheter och händelser som väsentligt kan påverka aktiekursen
- Presentationer och telefonkonferenser för finansanalytiker, investerare och media samma dag som boksluts- och delårsrapporter publiceras samt i samband med publicering av annan viktig information
- Möten med finansanalytiker och investerare i Sverige och på olika platser i världen

Alla rapporter, presentationer och pressmeddelanden publiceras samtidigt på koncernens hemsida [www.electrolux.com/ir](http://www.electrolux.com/ir).

Stockholm den 1 februari 2011  
AB Electrolux (publ)  
Styrelsen

## Revisors yttrande om bolagsstyrningsrapporten

Till årsstämman i AB Electrolux (publ), org.nr. 556009-4178

Det är styrelsen som har ansvaret för bolagsstyrningsrapporten för år 2010 och för att den är upprättad i enlighet med årsredovisningslagen.

Som underlag för vårt uttalande om att bolagsstyrningsrapporten har upprättats och är förenlig med årsredovisningen och koncernredovisningen, har vi läst bolagsstyrningsrapporten och bedömt dess lagstadgade innehåll baserat på vår kunskap om bolaget.

Vi anser att en bolagsstyrningsrapport har upprättats, och att dess lagstadgade information är förenlig med årsredovisningen och koncernredovisningen.

Stockholm den 24 februari 2011

PricewaterhouseCoopers AB

Anders Lundin  
Auktoriserad revisor  
Huvudansvarig

Björn Irlé  
Auktoriserad revisor



# Årsstämma

Årsstämman äger rum torsdagen den 31 mars 2011 klockan 17.00 i Berwaldhallen, Dag Hammarskjölds väg 3, Stockholm.

## Deltagande

Aktieägare som önskar delta i årsstämman ska

- dels vara införd i den av Euroclear Sweden AB förda aktieboken fredagen den 25 mars 2011,
- dels anmäla sig till Electrolux senast fredagen den 25 mars 2011, varvid antalet biträden ska uppges.

## Anmälan

Anmälan kan göras

- per brev under adress AB Electrolux, c/o Computershare AB, Box 610, SE-182 16 Danderyd
- per telefon 08-518 015 52 på vardagar mellan kl. 9.00 och kl. 16.00
- per fax 08-588 042 01
- via Internet på koncernens hemsida, [www.electrolux.com/arsstamma2011](http://www.electrolux.com/arsstamma2011).

Vid anmälan bör aktieägare ange namn, person- eller organisationsnummer, adress och telefonnummer. Sker deltagandet med stöd av fullmakt bör denna insändas i god tid före årsstämman.

Fullmaktsformulär på svenska och engelska finns på koncernens hemsida, [www.electrolux.com/arsstamma2011](http://www.electrolux.com/arsstamma2011).

## Förvaltarregistrerade aktier

Aktieägare som har sina aktier förvaltarregistrerade måste, utöver anmälan om deltagande i stämman, tillfälligt föras in i aktieboken i eget namn (så kallad rösträttsregistrering) för att få delta i stämman. För att denna registrering ska vara verkställd fredagen den 25 mars 2011 bör aktieägaren i god tid före denna dag kontakta sin bank eller förvaltare.

## Utdelning

Styrelsen föreslår för 2010 en utdelning på 6,50 kronor per aktie motsvarande en utbetalning på totalt cirka 1 850 Mkr. Den föreslagna utdelningen motsvarar cirka 40 procent av periodens resultat, exklusive jämförelsestörande poster. Tisdagen den 5 april 2011 föreslås som avstämningsdag för utdelningen.

Koncernens målsättning är att utdelningen ska motsvara minst 30 procent av årets resultat, exklusive jämförelsestörande poster. Electrolux har under ett antal år haft en utdelningsnivå som varit betydligt högre än 30 procent. Electrolux har en lång tradition med hög totalutdelning av medel till aktieägarna genom återköp och inlösen av aktier samt genom utdelningar.

## Faktorer som påverkar framåtriktade uttalanden

Denna årsredovisning innehåller framåtriktade uttalanden i den betydelse som avses i den amerikanska Private Securities Litigation Reform Act of 1995. Sådana uttalanden omfattar bland annat Electrolux finansiella mål, mål avseende framtida verksamhet och finansiella planer. Dessa uttalanden bygger på nuvarande förväntningar och är föremål för risker och osäkerheter som kan medföra att resultatutfallet avviker väsentligt beroende på en mängd faktorer. Dessa faktorer omfattar bland annat: konsumentefterfrågan och marknadsförhållandena i de geografiska områden och branscher inom vilka Electrolux är verksam, effekterna av valutaföränd-

ringar, prispress till följd av konkurrenssituationen, en väsentlig nedgång i försäljning via stora återförsäljare, framgång inom utveckling av nya produkter och inom marknadsföring, utvecklingen inom rättsprocesser avseende produktansvar, framsteg i att uppnå målen för produktivitet och effektiv kapitalanvändning, framgång i att identifiera tillväxtpotentialer och förvärsobjekt och i att integrera dessa med befintlig verksamhet samt framsteg i att uppnå målen för omstrukturering och effektivisering av leveranskedjan.

# Händelser och rapporter

På Electrolux hemsida [www.electrolux.com/ir](http://www.electrolux.com/ir) finns utökad och uppdaterad information om bland annat Electrolux-aktien och bolagsstyrning. I början av 2010 lanserades en ny plattform för finansiell statistik. Plattformen möjliggör för besökaren att följa Electrolux utveckling grafiskt via diagram per kvartal eller år.



Electrolux Årsredovisning 2010 består av:

- Verksamhet och strategi
- Resultatgenomgång, Hållbarhetsrapport och Bolagsstyrningsrapport

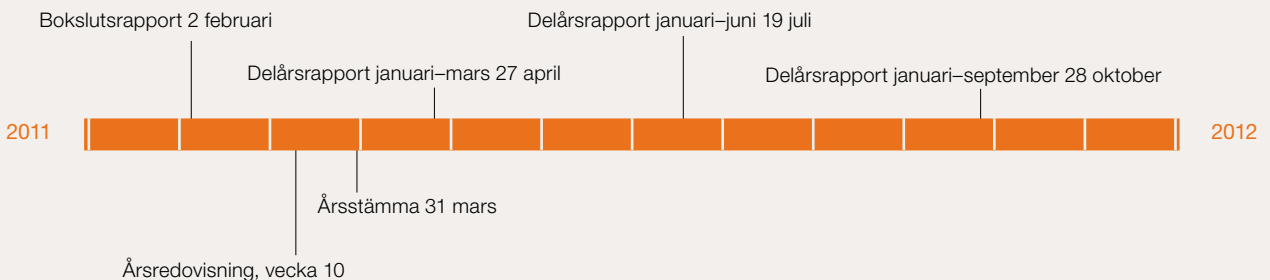
Electrolux årsredovisning finns på [www.electrolux.com/arsredovisning2010](http://www.electrolux.com/arsredovisning2010)

Electrolux delårsrapporter finns på [www.electrolux.com/ir](http://www.electrolux.com/ir)

Electrolux GRI rapporter finns på [www.electrolux.com/sustainability](http://www.electrolux.com/sustainability)



## Finansiella rapporter och viktiga händelser under 2011



Electrolux prenumerationservice finns på [www.electrolux.com/prenumerera](http://www.electrolux.com/prenumerera)



Kompletta lösningar för proffs  
och konsumenter





Johan Jureskog, the well-known chef with experience from the Swedish Culinary Team and prize-winning restaurants in Sweden and France, has a complete kitchen solution supplied by Electrolux at his restaurant Rolfs Kök in Stockholm (left). At home, in Johan's personal kitchen (above), the equivalent consumer products can be found.

An increasing number of consumers desire to emulate the professionals and demand products and solutions similar to those found at the best restaurants. Electrolux is the only appliance manufacturer in the industry to offer complete solutions for professionals and consumers.

*Thinking of you*  
**Electrolux**

*Thinking of you*

 **Electrolux**



**AB Electrolux (publ)**

**Postadress**

105 45 Stockholm

**Besöksadress**

S:t Göransgatan 143, Stockholm

**Telefon:** 08 738 60 00

**Telefax:** 08 738 74 61

**Hemsida:** [www.electrolux.com](http://www.electrolux.com)