

Produkter och tjänster
Varumärke och design
Effektiv verksamhet



Thinking of you
Electrolux

Innehåll

| | |
|--|-----------|
| VD-ord | 4 |
| Electrolux produkter | 7 |
| Köksprodukter | 8 |
| Tvättprodukter | 14 |
| Dammsugare och små hushållsapparater | 16 |
| Electrolux marknader | 20 |
| Västeuropa | 22 |
| Nordamerika | 24 |
| Australien, Nya Zeeland och Japan | 26 |
| Afrika, Mellanöstern och Östeuropa | 28 |
| Latinamerika | 30 |
| Sydostasien och Kina | 32 |
| Electrolux strategi | 34 |
| Produkter och tjänster | 36 |
| Varumärke | 40 |
| Effektiva verksamheter | 44 |
| Medarbetare | 46 |
| Hållbarhet | 48 |
| Finansiella mål | 50 |
| Våra framgångar | 52 |
| Affärsområden i korthet | 56 |
| Koncernledning | 58 |
| Styrelse och revisorer | 60 |
| Electrolux och kapitalmarknaden | 62 |
| Risker | 70 |
| Electrolux historia | 74 |
| Händelser och rapporter | 76 |

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

Verksamhet och strategi

Under 2011 tog Electrolux en rad viktiga strategiska beslut som kommer att ha stor betydelse för koncernens långsiktiga utveckling. ►► 4 |

Electrolux har både ökat sin närvaro på tillväxtmarknader och fortsatt att lansera en lång rad produkter och lösningar speciellt anpassade för såväl globala som regionala behov. ►► 20 |

Genom ett utökat samarbetet mellan koncernens funktioner för marknadsföring, FoU och design ska produkter kunna utvecklas snabbare och som fler konsumenter föredrar. ►► 38



Verksamhet och strategi



Resultat



Hållbarhet



Omslag Electrolux Inspiration Range som kommer att lanseras under 2012 i Europa.

 **Dow Jones Sustainability Indexes**
Member 2011/12

Electrolux rapporterar resultatet av hållbarhetsarbetet i enlighet med GRI. Informationen finns på Electrolux hemsida: www.electrolux.com/sustainability

Koncept, text och produktion av Electrolux Investor Relations och Solberg.



Electrolux, AEG och Zanussi är av AB Electrolux registrerade varumärken. För mer information om varumärken vänligen kontakta Electrolux Group Intellectual Property, Trademark.

Electrolux

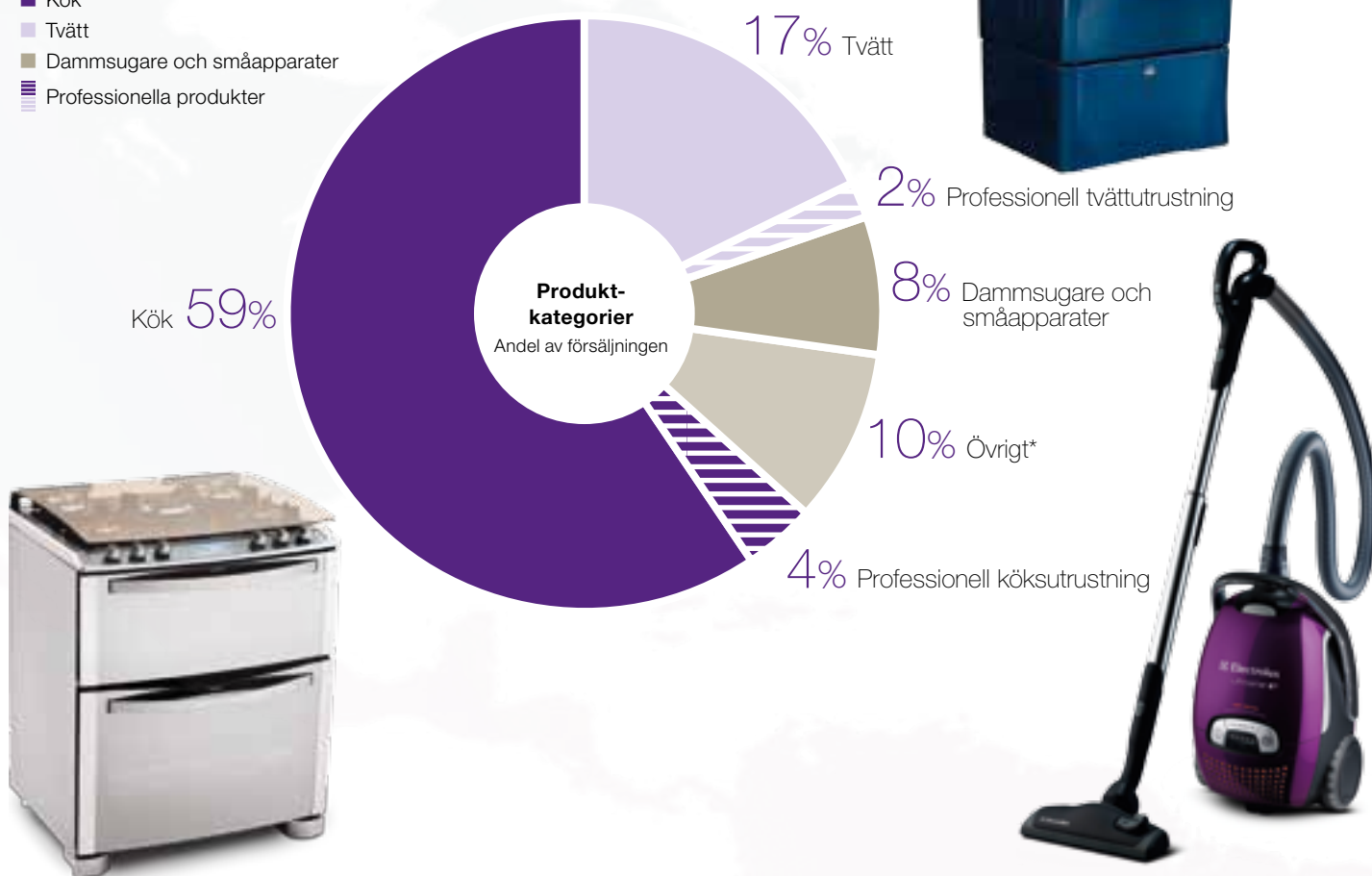
Ett världsledande företag med kunden i fokus

Electrolux har bedrivit verksamhet sedan 1919. Idag är företaget en världsledande tillverkare av hushållsprodukter samt motsvarande utrustning för professionell användning – och säljer över 40 miljoner produkter till konsumenter på 150 marknader varje år. Electrolux 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. Under 2011 hade Electrolux en omsättning på 102 miljarder kronor och 58 000 anställda.

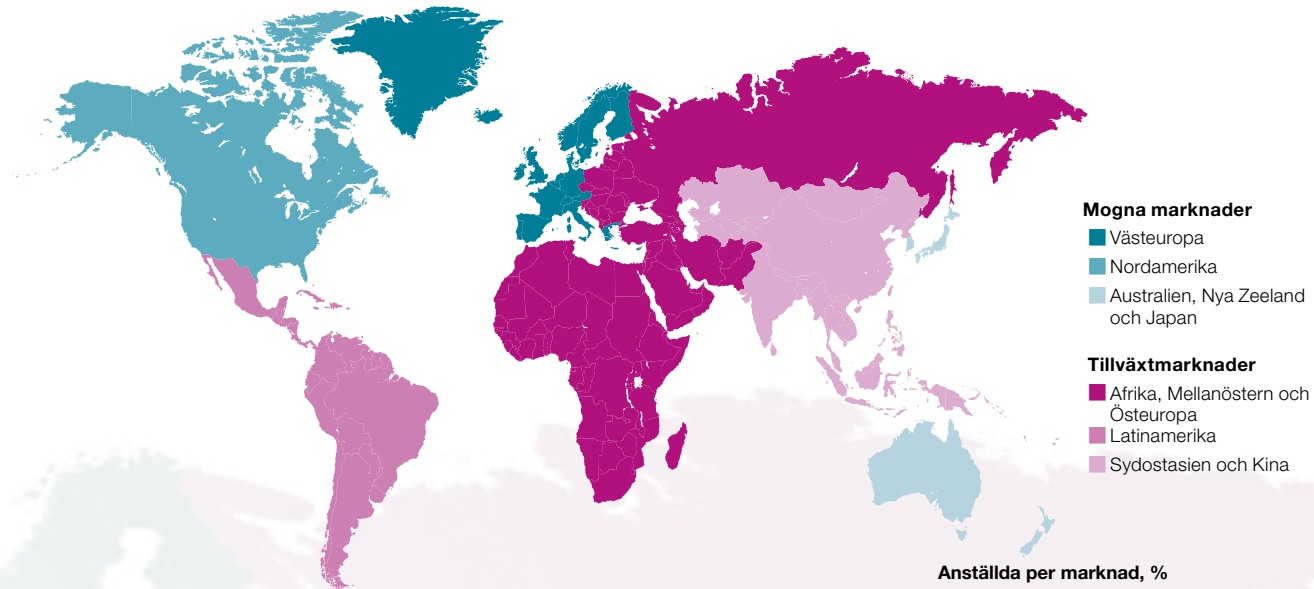
Electrolux är den enda vitvarutillverkaren som erbjuder kompletta lösningar för såväl konsumenter som professionella användare. Koncernens process för konsumentbaserad produktutveckling används för alla nya produkter. Fokus ligger på innovativa och energieffektiva produkter i de högre prissegmenten. ▶▶ 7

Våra produkter

- Kök
- Tvätt
- Dammsugare och småapparater
- Professionella produkter



Electrolux produkter säljs på fler än 150 marknader. De största marknaderna finns i Europa och Nordamerika. Under 2011 ökade Electrolux sin närvaro på tillväxtmarknader såsom Afrika, Mellanöstern, Asien och Latinamerika. ▶▶ 20



Våra marknader

Sydostasien och Kina 4%

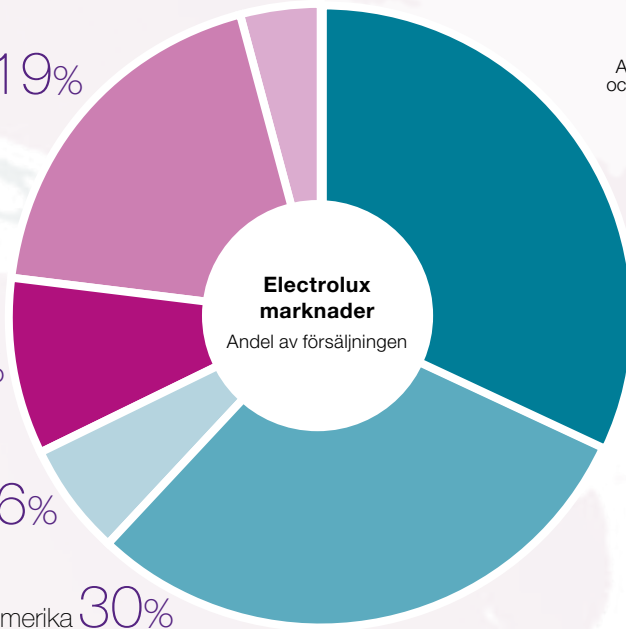
Latinamerika 19%

Afrika, Mellanöstern och Östeuropa 9%

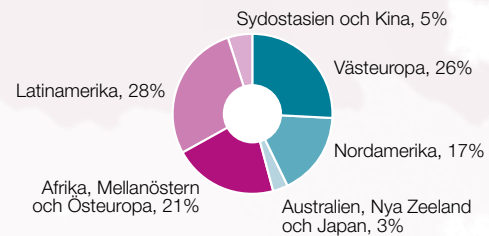
Australien, Nya Zeeland och Japan 6%

Nordamerika 30%

32% Västeuropa



Anställda per marknad, %



Strategi

För att bli en global marknadsledare måste Electrolux fortsätta vara ett innovativt och konsumentfokuserat företag med ett starkt varumärke och en konkurrenskraftig kostnadsnivå. Fokus ligger på tillväxt med bibehållen lönsamhet. ▶▶ 34

50% Electrolux strävar efter att öka andelen av försäljningen på tillväxtmarknader till 50 procent över en femårsperiod.

Sammanfattning av 2011

Nettoomsättningen ökade med 1,9% i jämförbara valutor.

Stark tillväxt på tillväxtmarknader såsom Latinamerika och Asien kompenserade för lägre försäljning i Europa och Nordamerika. I Sydostasien och Latinamerika bedöms Electrolux ha tagit marknadsandelar.

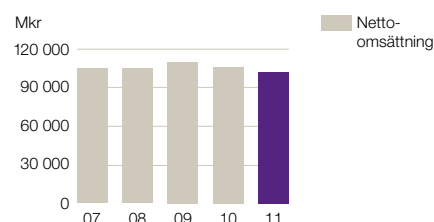
Genom förvärven av vitvaruföretagen Olympic Group i Egypten och CTI i Chile ökar Electrolux sin exponering på tillväxtmarknader.

Lägre försäljningspriser och ökade kostnader för råmaterial hade en negativ inverkan på rörelseresultatet.

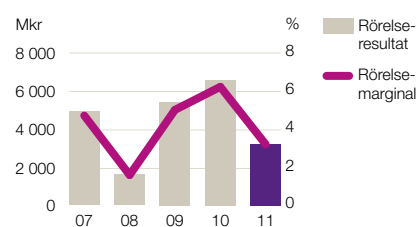
Arbetet med att minska rörelsekapitalet har bidragit till en solid balansräkning.

Styrelsen föreslår en oförändrad utdelning på 6,50 kronor per aktie och förnyat mandat för återköp av egna aktier.

Nettoomsättning

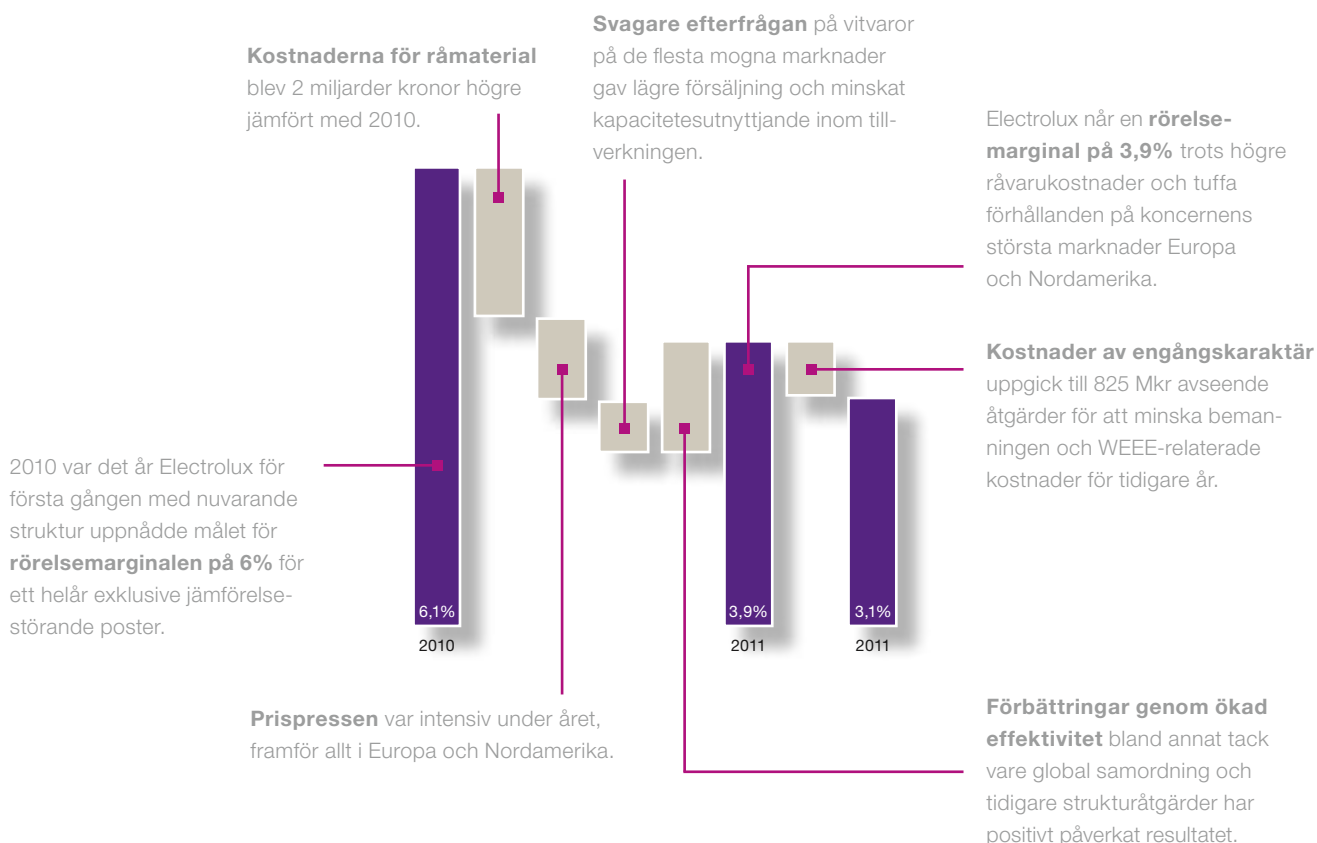


Rörelseresultat och rörelsemarginal¹⁾



1) Exklusive jämförelsestörande poster.

Faktorer som påverkat lönsamheten



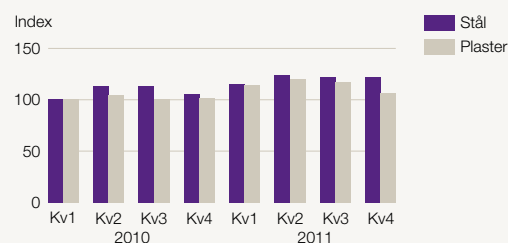
I en turbulent omvärld ...

Electrolux verksamhet är utsatt för ett antal starka externa faktorer som påverkar koncernens möjligheter att öka lönsamheten och avkastningen och därmed möjligheten att nå de finansiella målen. Under 2011 påverkades lönsamheten negativt av framför allt följande faktorer.

Högre kostnader för råmaterial

En stor del av Electrolux kostnader hänför sig till inköp av råmaterial. Electrolux köpte under 2011 komponenter och råvaror för cirka 41 miljarder kronor, varav cirka 20 miljarder kronor avsåg råvaror. De råvaror som koncernen främst är exponerad mot är stål, plaster, koppar och aluminium, varav plasters andel av totalen ökat under de senaste åren. Marknadpriserna på råvaror steg i början av 2011 för att därefter sjunka under andra halvåret. Den totala kostnaden för råmaterial 2011 var cirka 2 miljarder kronor högre än 2010.

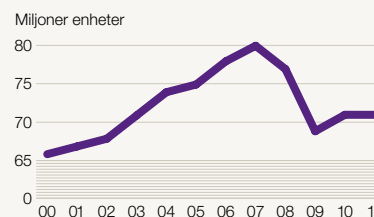
Prisutveckling för plaster och stål



Prispress på Electrolux huvudmarknader

De flesta av Electrolux marknader har under 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 bland tillverkarna. Under 2011 var prispressen intensiv på koncernens huvudmarknader. Säljkampanjer fortsatte att dominera på marknaden i Nordamerika samtidigt som det skedde en successiv nedgång i priserna på vitvaror i Europa.

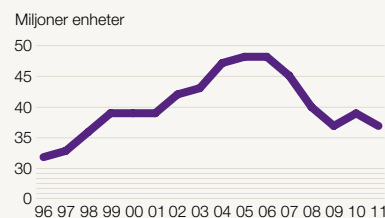
Leveranser av vitvaror i Europa, exkl. Turkiet



Svag efterfrågan på mogna marknader

Electrolux största marknader är Europa och Nordamerika. Den kraftiga globala ökningen av efterfrågan på vitvaror som skett sedan 2005 beror på stark tillväxt på olika tillväxtmarknader, framför allt Asien. Efterfrågan på vitvaror på mogna marknader har minskat under samma period – en trend som höll i sig även under 2011. I Västeuropa sjönk efterfrågan med 3 procent. Leveranserna av vitvaror uppgick till 52 miljoner enheter, vilket är 12 procent lägre än rekordåret 2006. I Nordamerika minskade efterfrågan under 2011 med 4 procent. Sammanlagt cirka 37 miljoner vitvaror såldes, vilket motsvarar nivåerna 1998 och är cirka 23 procent lägre än toppnivån 2006.

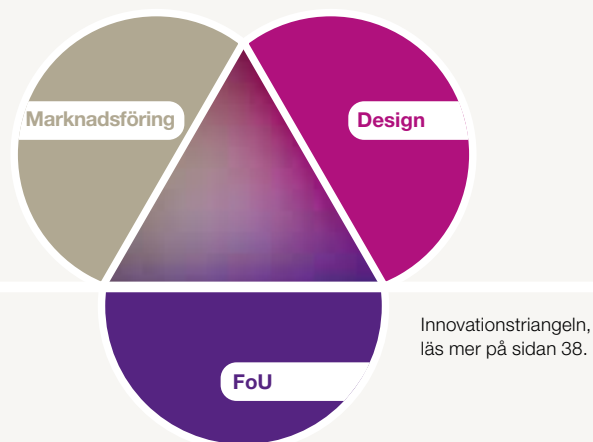
Leveranser av vitvaror i USA



... intensifierade Electrolux sina strategiska aktiviteter

Electrolux har under året genomfört en rad aktiviteter för att motverka effekterna av en svagare efterfrågan på mogna marknader, prispress och högre råvarukostnader, men framför allt för att skapa förutsättningar för en fortsatt konkurrenskraftig verksamhet och lönsam tillväxt.

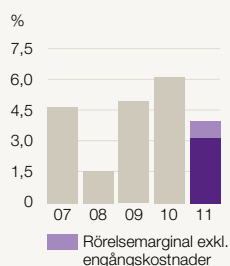
- Annonserat prishöjningar i Nordamerika och Europa.
- Förvärvat Olympic Group och CTI, vilket pro forma ökat Electrolux andel av den totala försäljningen på tillväxtmarknader till 35%.
- Ökat produktion och inköp i lågkostnadsregioner.
- Ökat synergier och modularisering genom att utnyttja globala skalfördelar.
- Satt starkare fokus på samordning av resurserna inom marknadsföring, design och FoU genom "innovationstriangeln".
- Lanserat ett omfattande kundvårdsprogram för att utveckla marknadens bästa service.
- Påbörjat ett ännu tätare samarbete mellan koncernens verksamheter inom konsumentprodukter och professionella produkter.
- Infört en snabbare produktutvecklingsprocess.
- Minskat bemanningen under slutet av året för att minska overheadkostnaderna.
- Initierat aktiviteter för att förbättra kapacitetsutnyttjandet inom tillverkningen genom att optimera tillverkningsstrukturen.
- Lanserat nya, innovativa produkter på flera marknader.
- Fokuserat på ett bredare erbjudande inom små hushållsapparater i alla regioner.
- Infört höga krav på konsumenttester inför lansering av nya produkter.
- Minskat inköpskostnaderna och ökat produktiviteten.
- Minskat bindningen av rörelsekapitalet.



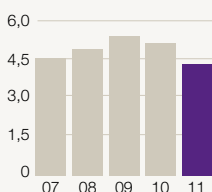
Finansiella mål

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.

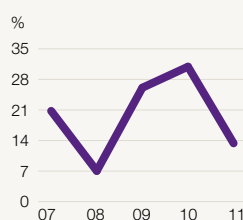
Rörelsemarginal **Mål: >6%**



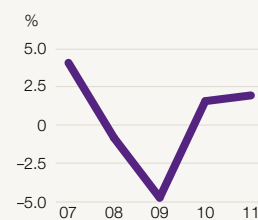
Kapitalomsättningshastighet **Mål: >4 gånger**



Avkastning på nettotillgångar **Mål: >25%**



Försäljningstillväxt **Mål: >4%**



Läs mer om Electrolux strategi på sidan 34. Koncernens finansiella utveckling inklusive förvaltningsberättelse och noter beskrivs i en separat del längst bak i denna årsredovisning. ►►

Tolv månader på en utmanande marknad

2011 var ett år med stora utmaningar på marknaden. Det var också ett år då vi fattade en rad strategiska beslut som kommer att ha avgörande betydelse för vår långsiktiga utveckling. Vi ökar nu vårt fokus på tillväxt. Under året förvärvade vi CTI och Olympic Group, vilket tillsammans med stark organisk tillväxt medfört att vår pro formaförsäljning på tillväxtmarknaderna ökat från 25 för 2009 till 35 procent för 2011.

Mitt första år som VD och koncernchef för Electrolux har passerat. Det har varit ett händelserikt och dramatiskt år, inte minst mot bakgrund av stigande råvarupriser och kraftiga prisfall på våra största marknader samtidigt som vi sett en försvagad efterfrågan på våra mogna marknader. Allt detta har skett i en omvärld med en tilltagande socioekonomisk osäkerhet. 2011 var också ett år då vi fattade en rad strategiska beslut som kommer att ha stor betydelse för vår långsiktiga utveckling. Även om resultatet för 2011 inte nådde samma höga nivå som för 2010 är Electrolux fortsatt mycket starkt med ett tydligt fokus på tillväxt. Låt mig få redogöra för några av de viktiga händelser som inträffade under 2011 och som visar hur vi stärkt Electrolux i enlighet med vår strategi.

2 februari 2011

Bokslutet för 2010 presenteras och vi genomför en viktig omorganisation

Samtidigt som vi lämnar ett framgångsrikt 2010 bakom oss, ett år då vi uppnådde tre av våra fyra finansiella mål, gör vi en förändring i organisationen för att ytterligare fokusera på våra produkter. Vi skapar "The Innovation Triangle" – som ska medföra ett tätare samarbete inom koncernen mellan enheterna för marknadsföring, produktutveckling och design. Målet är att utveckla fler framgångsrika produkter och samtidigt accelerera takten i utvecklingsprocessen genom att utnyttja synergier på såväl global som regional nivå. För att fokusera och förstärka betydelsen av "The Innovation Triangle" har vi idag för första gången i Electrolux historia en Chief Technology Officer, en Chief Marketing Officer och en Chief Design Officer i koncernledningen. Med denna förändring kommer vi att få en mycket dynamisk diskussion i ledningsgruppen. En av de viktigaste delarna i det nya samarbetet är att vi i hela koncernen inför samma lanseringskriterier. Bland annat innebär det att ingen produkt ska nå marknaden om inte minst 70 procent av en konsumenttestgrupp föredrar den framför liknande alternativ.

18 mars

Electrolux utses till ett av världens mest etiska bolag

Oavsett vilka produkter och lösningar vi utvecklar har vi fokus på ständiga förbättringar av produkternas prestanda. Vår ambition gäller inte bara för produktutvecklingen utan för hela vårt etiska arbete och vårt engagemang kring frågor såsom den tilltagande vattenbristen i de snabbt växande storstäderna i tillväxtländerna samt nedskräpningen av våra hav. Efter många år av hårt och målmedvetet arbete fick vi erkännande för detta arbete när Ethisphere Institute, en tankesmedja som granskar företags etiska och sociala arbete över hela världen, utsåg Electrolux till ett av världens mest etiska bolag. Bedömningen omfattade inte bara vårt etiska regelverk, utan hela hållbarhetsarbetet inklusive investeringar i innovationer. En annan bekräftelse på vårt hållbarhetsarbete under året var att Electrolux, för femte året i rad, ingick i det prestigefyllda Dow Jones Sustainability World Index (DJSI World).

4 april

Vi genomför prishöjningar i Nordamerika

Redan i början av 2011 aviserade vi vår avsikt att höja priserna på samtliga våra produkter på den amerikanska marknaden. Detta för att återställa lönsamheten. Den 4 april höjde vi priserna och vi genomförde också en andra prishöjning under augusti. Liksom under 2010 har försäljningen i USA till stor del drivits av kampanjer, vilket inneburit att nettoeffekten av prishöjningarna varit begränsad under 2011. Under inledningen av 2012 började vi höja priserna på några av de större marknaderna i Europa. Vi inser förstås vilka utmaningar detta innebär. Den svaga ekonomin i såväl Europa som USA gör att vi inte får något stöd av en stark marknadstillväxt. Men vi måste agera, med tanke på de kraftiga kostnadsökningar vi påverkats av under de senaste två åren framför allt för stål, plaster och sourcede produkter.



22 augusti

Vi genomför vårt andra förvärv

I inledningen av mitt VD-ord nämnde jag att vi nådde tre av våra fyra finansiella mål 2010. Vi lyckades nå våra mål för rörelsemarginal, kapitalomsättningshastighet och avkastning på nettotillgångar men vi nådde inte tillväxtmålet på 4 procent. Vi ökar nu fokus på tillväxt. Under året genomförde vi förvärven av CTI och Olympic Group, vilket tillsammans med stark organisk tillväxt medfört att vår pro forma-försäljning på tillväxtmarknaderna ökade från 25 under 2009 till 35 procent under 2011. Med dessa förvärv har vi förutsättningar att inte bara bli ledande på nya marknader, utan även snabbt dra fördelar av synergier med de nya bolagen i en global organisation som arbetar effektivt över gränserna. En prioriterad del av vår strategi är att fortsätta öka försäljningen på tillväxtmarknader såsom Latinamerika, Afrika och Asien. Den snabbt framväxande medelklassen i städerna på dessa marknader är en viktig målgrupp. Baserat på konsumentinsikt ska vi utifrån vår globala plattform fortsätta att utveckla produkter speciellt anpassade till regionala behov, såsom vår håll Keyhole Hob i Asien och tvättmaskinen Ultra Clean i Brasilien. Genom fortsatt organisk tillväxt ska andelen av vår försäljning på tillväxtmarknader nå 50 procent inom en femårsperiod. Med ytterligare förvärv kan det gå ännu snabbare.

Men expansionen ska givetvis vara lönsam och skapa aktieägarvärde.

5 september

Vi diskuterar viktiga branschtrender på IFA-mässan i Berlin

På IFA-mässan i Berlin, som är en av världens största mässor för konsumentelektronik och hushållsprodukter, diskuterades för vår verksamhet mycket viktiga trender. På Electrolux för vi en kontinuerlig dialog med användarna av våra produkter. Vår djupa insikt om vad konsumenterna vill ha och behöver ger oss en viktig konkurrensfördel. Under 2011 initierade vi en rad olika aktiviteter som inte bara ska ge användarna de bästa produkterna utan även marknadens bästa service. Det ger Electrolux en ännu starkare plattform för lönsam tillväxt. På IFA-mässan introducerade vi våra nya AEG-produkter. Under andra halvåret 2011 har AEG-produkterna börjat ta marknadsandelar i Europa samtidigt som de bidragit till en positiv mix.

365 dagar



15 november

Vi håller kapitalmarknadsdag och aviserar bland annat åtgärder för att minska kostnaderna

Vitvaruvolymerna i Nordamerika 2011 motsvarar 1998-års nivå och är ned med cirka 25 procent sedan toppnivån år 2006. Volymerna i Västeuropa motsvarar nivåerna år 1999 och är mer än 10 procent lägre än motsvarande toppnivå. Det är svårt att se vad som ska kunna få efterfrågan på våra mogna marknader att återkomma till forna toppår inom de närmaste åren. I samband med vår årliga kapitalmarknadsdag aviserade vi därför nya åtgärder i syfte att fortsätta anpassa produktionskapaciteten, kostnaderna och organisationen till rådande förutsättningar på marknaden. Samtidigt som vi har ena foten på gasen måste vi bromsa med den andra, vilket är en svår balansakt. Det innebär att vi måste öka produktionskapaciteten på tillväxtmarknader såsom Sydostasien och Kina för att inte tappa våra positioner. Under de senaste åren har vi vuxit starkt i Sydostasien och genom ett förändrat produkterbjudande når vi lönsamhet i Kina. Med en globalt optimerad tillverkningsstruktur blir vi konkurrenskraftigare på alla våra marknader.

2 februari 2012

Vi presenterar bokslutet för 2011 och summerar ett tufft men händelserikt år

Vi uppnår ett underliggande rörelseresultat på 4 miljarder kronor för 2012, vilket är ett godkänt resultat med tanke på de utmaningar vi ställts inför på våra största marknader i Nordamerika

50%

"Genom fortsatt organisk tillväxt ska andelen av vår försäljning på tillväxtmarknader nå minst 50 procent inom en femårsperiod."

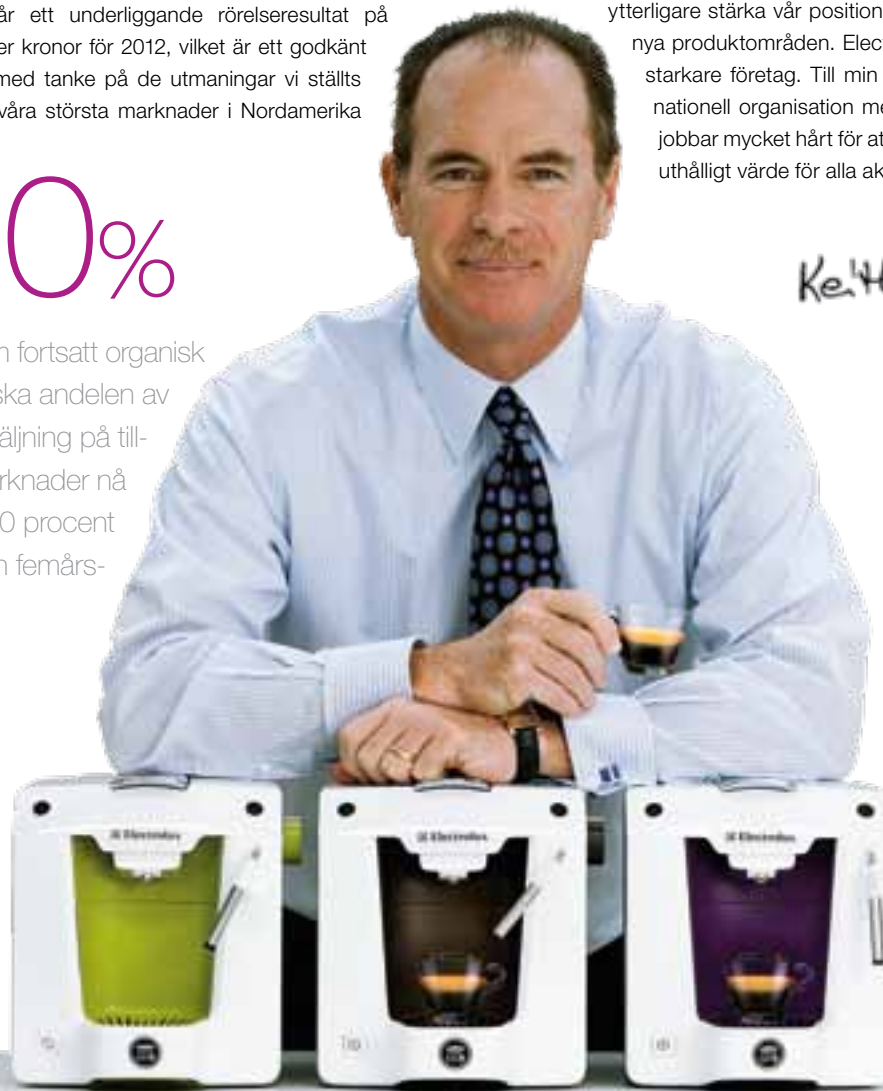
och Europa, även om det är 2 miljarder kronor lägre än för 2010. Lägre försäljningspriser, ökade råvarukostnader och svag efterfrågan på våra viktiga mogna marknader har medfört att vi upplevt en motvind på nästan 4 miljarder kronor. Som jag tidigare beskrivit har vi för att minska resultatpåverkan av dessa omvärldsfaktorer agerat och fattat strategiska beslut för att stärka konkurrenskraften. Vi har samtidigt vågat vara offensiva genom förvärv av nya bolag och satsningar på nya produkter. Flera av våra verksamheter fortsätter att utvecklas starkt. Verksamheterna i Latinamerika och Asien visar stabila resultat och lönsamheten för den professionella verksamheten och för dammsugarverksamheten och små hushållsapparater ligger kvar på mycket höga nivåer.

Även om 2011 varit ett intressant och händelserikt år känns det bra att vi kan lägga det bakom oss och blicka framåt. Vi genomför nu vår strategi i en allt högre takt för att befästa vår position som global ledare inom vitvaror. Under 2012 ska vi förutom att integrera de förvärvade bolagen också accelerera takten i våra produktlanseringar. Vi ska utnyttja det kunnande vi har inom vår professionella verksamhet. Vi ska bli ännu bättre på att utnyttja vår ställning som den enda aktören i vår bransch som erbjuder produkter och lösningar för såväl konsumenter som professionella användare i över 150 länder.

Vi ser framför oss en fortsatt period med volatilitet och osäkerhet på det socioekonomiska området. Mot den bakgrunden ska vi leda bolaget på ett sådant sätt att vi är förberedda på osäkerheterna samtidigt som vi blickar framåt och investerar i vår framtid. Genom stark kostnadskontroll och öppenhet för nya affärsmöjligheter ska vi ytterligare stärka vår position på tillväxtmarknaderna och inom nya produktområden. Electrolux ska om ett år vara ett ännu starkare företag. Till min hjälp har jag en dedikerad, internationell organisation med kompetenta medarbetare som jobbar mycket hårt för att Electrolux ska fortsätta att skapa uthålligt värde för alla aktieägare.

Keith R. McLoughlin

Stockholm i februari 2012
Keith McLoughlin
VD och koncernchef



Genom stark kostnadskontroll och öppenhet för nya affärsmöjligheter ska vi ytterligare stärka vår position på tillväxtmarknaderna och inom nya produktområden.

Fotograf: Victor Brott

Electrolux produkter

Under 2011 sålde Electrolux över 40 miljoner produkter på mer än 150 marknader. Electrolux konsumentprodukter omfattar produkter för kök, textilvård och städning. Koncernens professionella produkter omfattar motsvarande produkter för professionella användare såsom storkök, restauranger och tvättinrättningar. Electrolux är det enda vitvaruföretaget i branschen som erbjuder kompletta lösningar för både professionella användare och konsumenter. Fokus ligger på innovativa och energieffektiva produkter i de högre prissegmenten.



59%

Kök För konsumenters kök över hela världen säljer Electrolux spisar, ugnar, kylskåp, frysar, diskmaskiner och köksfläktar. Electrolux är ledande inom köksprodukter och nya funktioner utvecklas ständigt som underlättar såväl tillagning och förvaring som disk. ►►8

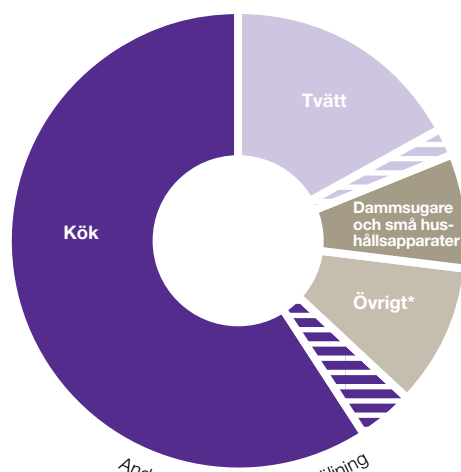


17%

Tvätt Tvättmaskiner och torktumlare utgör stommen i Electrolux erbjudande för tvätt och klädvård. Innovationer samt ökade krav på större kapacitet, användarvänlighet och resurseffektivitet driver konsumenters efterfrågan på Electrolux produkter. ►►14

Professionella produkter För professionella kök och tvättinrättningar erbjuder Electrolux en rad olika produkter och produktlösningar. Hög produktivitet, maximalt resursutnyttjande samt ett brett servicenätverk är nyckelfaktorer för professionella köpare. Electrolux har en global närvaro.

6%



8%

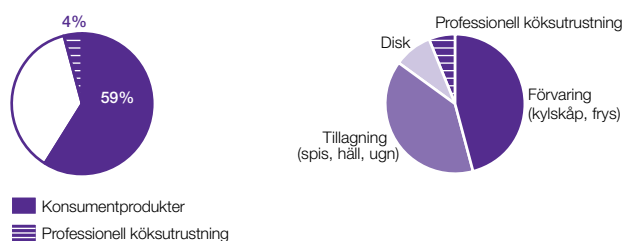
Damsugare och små hushållsapparater Electrolux dammsugare, små hushållsapparater och tillbehör säljs till konsumenter över hela världen. Ett starkt, globalt distributionsnät och ett attraktivt produktutbudande baserat på global produktutveckling är viktiga konkurrensfördelar. ►►16

* Övrigt, inkl. luftkonditioneringsutrustning, service och reservdelar.

Köksprodukter

Electrolux är den enda tillverkaren i världen som förser såväl hushåll som restauranger och storkök med kompletta lösningar för köksprodukter. Den starkaste och mest lönsamma positionen finns inom spisar, ugnar och hällar.

Andel av koncernens försäljning 2011 **Produktkategorier inom köksprodukter**



Produkter för kök stod för hela 63 procent av Electrolux försäljning 2011. Electrolux är den enda tillverkaren i världen som förser såväl hushåll som restauranger och storkök med kompletta lösningar för de viktigaste köksprodukterna såsom spisar, ugnar, fläktar, diskmaskiner, kylskåp och frysar. Inom konsumentprodukter har Electrolux betydande marknadsandelar inom alla större kategorier av köksprodukter. En stor del av försäljningen avser kylskåp och frysar. Den starkaste och mest lönsamma positionen finns inom spisar, ugnar och hällar. Electrolux är en ledande leverantör av professionell köksutrustning med den starkaste positionen i Europa.

En stor del av koncernens köksprodukter säljs under varumärket Electrolux. Andra viktiga konsumentvarumärken är AEG och

Zanussi i Europa och Frigidaire i Nordamerika. Professionella köksprodukter säljs huvudsakligen under varumärket Electrolux. Produkter säljs även under varumärket Zanussi och därutöver finns Molteni som ett varumärke för exklusiva spisar.

Electrolux produkter underlättar matlagningen

Trots att konsumenterna på mogna marknader 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 välbefinnandestrend. Ugnar, spisar och hällar är tekniskt avancerade produkter, vilket gör det lättare att anpassa dem till olika behov, beroende på kundgrupp eller marknad. Electrolux är en erkänd ledare inom denna produkt-

kategori och har utvecklat ett flertal nya funktioner som underlättar matlagningen för såväl hushåll som professionella användare. Cirka 100 miljoner restaurangmåltider tillagas varje dag i kök utrustade med professionella produkter från Electrolux.

Ånga behåller smaken

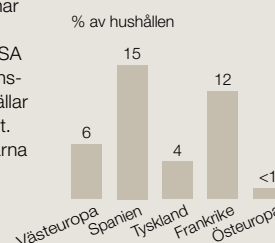
Ångugnar har länge använts inom restaurangvärlden av det enkla skälet att maten vid tillagning i en ångugn blir mycket godare. Vid tillagning med ånga bevaras den naturliga smaken och färgen liksom det mesta av råvarornas vitaminer och mineraler. I Europa har Electrolux med stor framgång lanserat ångugnar för hemmabruk. Även i Australien och Nya Zeeland har ångugnar lanserats.



Effektiv induktion

Induktionshällar är ett snabbt växande segment, främst tack vare att de är såväl tidseffektiva som energisnåla. Electrolux har som en av de första aktörerna inom denna kategori en stark position. I Europa har induktionshällar sålts i mer än tio år. I USA lanserade Electrolux under 2008 marknadens första induktionshällar. I professionella kök är induktion standard. Induktionshällar är mer energieffektiva än andra spisar som drivs av elektricitet. Hällarna bidrar också till en bättre arbetsmiljö eftersom kockarna inte påverkas av någon värme från hällarna.

Penetration för induktionshällar





Inspiration Range

Inspiration Range är Electrolux nya, kompletta serie av vitvaror för konsumenter som kommer att lanseras i Europa 2012 under varumärket Electrolux. Vitvarorna, som har tagits fram utifrån nya, avancerade plattformar, erbjuder egenskaper och funktioner som utgår från koncernens kunskap och expertis inom professionella produkter, kombinerat med en modern och distinkt design.

Stark position inom inbyggnad

Inbyggnad av köksprodukter blir allt vanligare över hela världen, och utvecklingen är speciellt stark i Europa, Mellanöstern, Sydostasien och Australien. Electrolux är en ledande global aktör inom segmentet, och har under de senaste åren stärkt sin position genom nya samarbeten med ledande kökstillverkare och genom lanseringar av nya, innovativa serier av inbyggnadsprodukter.

Touchline screen



Enkelt, intuitivt, snabbt

Både konsumenter och professionella användare vill kunna utnyttja köksprodukternas funktioner på ett logiskt och intuitivt sätt, utan att behöva ta hjälp av instruktionsboken. Electrolux har under de senaste åren utvecklat nya, intuitiva kontrollpaneler på produkterna som gör det lättare att använda dem.

Proffsugnen air-o-steam Touchline har snabbt fått marknadens erkännande som ledande inom toppmodern köksteknologi. Den har tre intuitiva tillagningssätt – automatisk, program och manuell – och finns tillgänglig på 30 språk.

Effektiva diskmaskiner

Inom Electrolux har utvecklingen av nya vatten- och energieffektiva diskmaskiner, för såväl hushåll som professionella användare, varit snabb. Låg ljudnivå, skraddarsydd diskprogram och rymliga förvaringskorgar är andra behov som Electrolux tillgodoser. Diskmaskinerna Electrolux Real-life och AEG Electrolux Proclean är utvecklade för det "verkliga livet" i ett modernt hushåll, för konsumenter som vill att allt ska få plats i diskmaskinen och att disken blir ordentligt ren oavsett hur maskinen laddats.

Låg energiförbrukning ytterst viktigt för proffsen

Under 2012 kommer Electrolux ecostore att lanseras. Ecostore är en helt ny serie kylskåp och frysar för professionella användare. Serien ligger längst fram vad gäller energieffektivitet och innovativa förvaringslösningar. Electrolux ecostore avfrostar automatiskt när så behövs tack vare den innovativa Frost Watch Control. Ecostore-serien är en av få på marknaden som använder sig av den miljövänliga gasen cyklopentan för isolering. Dessa faktorer spelar en nyckelroll i miljöhänsen och

vad gäller kostnaderna i kök med kylskåps- och frysdörrar som regelbundet öppnas och stängs.

Spisar för stjärnkockar

Spisserien Electrolux Thermaline S90 erbjuder ett brett utbud av matlagningsfunktioner i en flexibel design. Thermaline tillgodoser de mest krävande kökskraven och används på många av restaurangerna i Guide Michelin Rouge samt i öppna kök på stora internationella hotell. Under 2012 lanseras en helt ny spisserie inom ramen för

Electrolux Thermaline med ännu bättre funktioner och högre prestanda. Få helhetslösningar på marknaden för professionella kök värderas högre av de bästa kockarna. Molteni är en av dem. Och den är en del av Electrolux.





Molteni

Molteni är en mycket exklusiv spisserie som är specialgjord efter kundens krav. Det finns inte två spisar som är lika. Varje kocks arbetssituation studeras och spisen designas i samarbete med den kock som ska använda den, så att spisen reflekterar kockens personliga smak och preferenser.

XP – flexibel lösning för professionella kök

Köpare av professionell köksutrustning har vitt skilda krav, vilket leder till att tillverkarna måste kunna leverera flexibla lösningar. Designen blir allt viktigare eftersom många restaurangkök exponeras för gästerna. Under 2011 lanserade Electrolux två helt nya spissier, XP 700 och XP 900, vilka möter användarnas krav på tilltalande design, hög prestanda, modern teknik, energieffektivitet och ergonomiska lösningar. Med över 200 olika moduler erbjuds en flexibilitet som gör det möjligt att anpassa spissiererna till olika verksamheter oavsett var i världen dessa finns.

Stjärnor i köket

Genom partnerskap med de bästa restaurangerna i världen upprätthåller Electrolux en ständig dialog med prisbelönade kök. Faktum är att Electrolux är den enda vitvarutillverkaren i världen som levererar hela spannet av köksprodukter, från mixers till ugnar, till både konsumenter och restauranger.

Nå stjärnorna

På många av världens bästa restauranger, där ingredienser förvandlas till kulinariska mirakel, är det troligt att maten tillagas med köksprodukter från Electrolux. Electrolux Professional har sedan länge en stor närvaro på Michelin-belönade restauranger världen över. Nedan presenteras ett urval av exklusiva restauranger, vilka Electrolux är stolta att leverera utrustning till.

Acqua Pazza, Italien

Alain Ducasse au Plaza Athénée, Frankrike

Ca l'Arpa, Spanien

Daniel, USA

De Hoefslag, Nederländerna

Frank Buchholz, Tyskland

Hofmann, Spanien

Le Grand Hotel du Cap Ferrat, Frankrike

Le Louis XV - Alain Ducasse, Monaco

Mathias Dahlgren Matbaren, Sverige

Mathias Dahlgren Matsalen, Sverige

Purnell's, Storbritannien

Sadler, Italien

Santceloni, Spanien

Spoon by Alain Ducasse, Hongkong

Thörnströms kök, Sverige

Vila Joya, Portugal

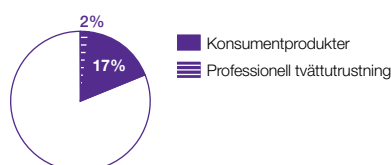
★ Guide Michelin-restauranger



Tvättprodukter

Tvättmaskiner och torktumlare är en global produktkategori med stor tillväxtpotential, speciellt med tanke på den allt större vattenbristen i världen. Electrolux arbetar på att ta fram vatten- och energieffektiva lösningar med hög prestanda för såväl hushåll som professionella användare.

Andel av koncernens försäljning 2011



Electrolux har en stark global position inom tvättmaskiner och torktumlare och är en av de ledande tillverkarna av energi- och vatten-effektiva produkter. Den största globala marknadsandelen finns inom frontmatade tvättmaskiner, där koncernen är en av de ledande tillverkarna och därför gynnas av den starka tillväxten inom segmentet.

I Europa säljs tvättprodukter under varumärkena Electrolux, AEG och Zanussi. I Nordamerika används varumärket Frigidaire i låg- och mellanprissegmenten. I Asien och Latinamerika säljs produkterna huvudsakligen under varumärket Electrolux.

Inom professionell tvättutrustning sker cirka 65 procent av försäljningen i Europa där en särskilt stark position uppnåtts hos sjukhus och kommersiella tvättinrättningar. Under ett år används professionella tvättmaskiner från Electrolux för tvätt av cirka 18 miljoner ton kläder, linne och liknande. I USA säljs ungefär hälften av koncernens professionella tvättutrustning under varumärket Wascomat, via en distributör. I övriga världen säljs professionella tvättprodukter enbart under varumärket Electrolux.

Bättre prestanda och större flexibilitet

Konsumenter och professionella användare är idag överlag nöjda med tvätt- och torkresultaten, men vill gärna se produkter som är snabbare, tystare och mer energieffektiva och som gör tvätthanteringen mer effektiv. Dessutom vill de ha maskiner som

är enkla och intuitiva att använda. Eftersom de flesta tvättmaskiner och torktumlare oftast körs halvfylla ställs det krav på teknik för att anpassa program och energiåtgång till mängden tvätt. Till professionella användare säljer Electrolux avancerade tvättlösningar för olika segment såsom tvättstugor i hyresfastigheter, hotell och sjukhus. Alla lösningar är försedda med de senaste funktionerna för utmärkt tvättresultat, energibesparing och lönsamhet, exempelvis Automatic Weighing System, som väger tvätten i varje tvättcykel och sedan använder rätt mängd vatten. Genom att utgå från koncernens professionella kunskap har Electrolux utvecklat motsvarande teknik för konsumentmarknaden. Eco-valve är en teknik som anpassar såväl tvättprogram som el- och vattenförbrukning till mängden tvätt.

Innovativa och effektiva konsumentprodukter

Precis som för professionella användare har Electrolux tagit fram kombinerade tvättmaskiner och torktumlare för konsumenter. Dessa kan tvätta och torka upp till 6 kg tvätt i följd. Electrolux har också utvecklat funktionerna Steam System och Cool Clean. Steam System är en ny metod för klädvård. En ångfunktion gör att ömtåliga kläder kan fräschas upp utan kemtvätt. Cool Clean är ett tvättprogram som är utvecklat för tvättmedel för tvätt i kallt vatten. Flertalet av Electrolux tvättmaskiner för konsumenter är klassade med A+++ eller A++, vilket innebär

Höga krav från professionella användare



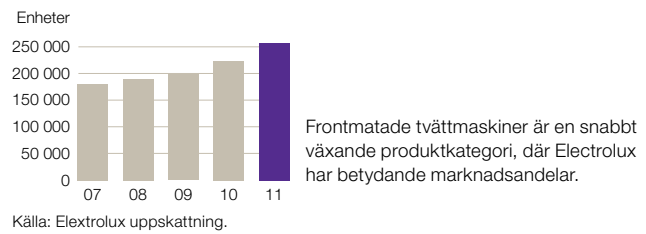
Driftskostnaden utgör en stor del av livscykelkostnaden hos professionella tvättprodukter. Oavsett användningsområde ställer därför köparna höga krav på innovationer som leder till lägre kostnader genom minskad förbrukning av energi, vatten och tvättmedel utan att göra avkall på tvätt- och sköljresultat. Dessutom finns det behov av lösningar som är ergonomiska och som minskar risken för smittspridning via smutsiga textilier. Electrolux barriärtvättmaskiner underlättar detta arbete. Smutstvätten stoppas in i maskinen i ett rum och den rena tvätten plockas ut genom en lucka i ett annat rum. De olika funktionerna separeras och risken för bakteriespridning motverkas.

Line 5000 är en ny generation torktumlare som framgångsrikt lanserades under 2011. Dessa torktumlare har 30 procent kortare torktid, drar 20 procent mindre energi och har 20 procent större torkkapacitet jämfört med tidigare generationers torktumlare.

Electrolux tvättmaskiner hos tvättomat i Europa och USA kan förses med en tjänst som innebär att ett sms skickas till kunderna med meddelande om att deras tvätt strax är klar.



Frontmatade tvättmaskiner – ett växande segment i Sydostasien



Snabb tillväxt för frontmatade tvättmaskiner

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. Under 2011 ökade försäljningen av frontmatade tvättmaskiner i Sydostasien med 15 procent. Hos professionella användare, där en låg resursförbrukning är extra viktigt, används nästan enbart frontmatade maskiner.

30 respektive 20 procent lägre energiförbrukning än energiklass A.

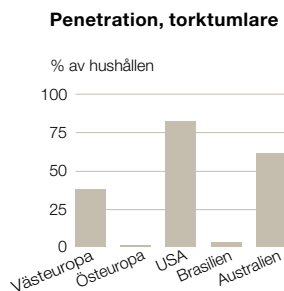
Ultraljud tar bort fläckar

Att teknikutvecklingen för klädvård inom Electrolux sker snabbt är den nya tvättmaskinen Ultra Clean ett bevis på. Denna innovativa maskin använder ultraljud kombinerat med vatten för att ta bort fläckar på kläderna. Tvättmaskinen säljs i Brasilien. För mer information se sidan 39.

Låg penetration av torktumlare i världen

En stor andel av alla hushåll på mogna marknader har idag tvättmaskin. Tillgången till torktumlare är lägre och varierar stort beroende på världsdel. Egentligen är det bara i USA, där många hus är försedda med stora utrymmen för klädvård, som torktumlare har en hög penetrationsgrad.

Electrolux har lanserat en rad innovativa och energieffektiva torktumlare genom åren. Under 2011 lanserades marknadens första torktumlare som möter kraven enligt Woolmark Apparel Care – Gold Specification. Med hjälp av ny, innovativ torkteknik kan ömtåliga ylleplagg torkas varsamt och effektivt.



Tillgången till torktumlare är låg och varierar mycket beroende på världsdel. Nio av tio konsumenter i USA som väljer att köpa tvättmaskiner under varumärket Electrolux köper tvättmaskin och torktumlare samtidigt.

Källa: Electrolux uppskattning.

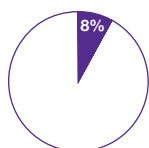


Dammsugare och små hushållsapparater

Dammsugare

Även om det finns regionala skillnader i utseende hos dammsugare utgör prestanda och funktion fortfarande de viktigaste konsumentkraven över hela världen. Som en av få globala tillverkare av dammsugare kan Electrolux fokusera på global produktutveckling.

Andel av koncernens försäljning 2011



Electrolux är en av världens största tillverkare av dammsugare och har marknadsledande positioner i de flesta regioner. En stor del av koncernens dammsugare utvecklas och säljs på den globala marknaden. Speciellt fokus ligger på innovativa och energieffektiva dammsugare i de högre prissegmenten. Electrolux är även marknadsledande inom segmentet centraldammsugare och har en betydande marknadsandel inom dammsugartillbehör. Alla Electrolux dammsugare tillverkas i lågkostnadsregioner.

I Asien och Latinamerika säljs de flesta av koncernens dammsugare under varumärket Electrolux. I Europa dominerar varumärket Electrolux, och kompletteras med varumärket AEG i Centraleuropa. Varumärkena Volta, Tornado, Progress och Zanussi säljs i

de lägre prissegmenten. Störst andel av koncernens försäljning av dammsugare i Nordamerika sker under varumärket Eureka medan försäljningen av mer exklusiva dammsugare sker under varumärket Electrolux.

Green Range
70%
återvunnen plast



Ergorapido – en föregångare och trendsättare

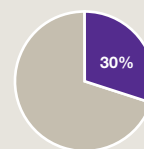
Ett ökat antal små hushåll leder till växande behov av kompakta och effektiva dammsugare med en estetiskt tilltalande design som gör att de kan lämnas framme. Dessutom finns i många hushåll ett växande behov av dammsugare för omedelbara städinsatser. Försäljningen av laddningsbara handdammsugare med tilltalande design har ökat kraftigt under det senaste decenniet. Electrolux Ergorapido var en av de första modellerna när den lanserades år 2004 och har sedan dess kommit i en rad nya versioner, senast i form av den miljö-

Gröna framsteg

Även om energimärkning för dammsugare fortfarande saknas ökar efterfrågan på energieffektiva produkter. Försäljningen av Electrolux Green Range av dammsugare dubblerades under 2011, efter att ha lanserats på alla stora marknader i Europa och på alla fem kontinenter – från Nordamerika till Oceanien. Nu ingår även Ergorapido Plus Green i serien bestående av sex olika gröna modeller. En orsak till den starka tillväxten är fokuserade marknadsföringsaktiviteter, såsom kampanjen Vac from the Sea. Läs mer på sidan 41.



Ultra Silencer Green utgjorde 30% av den totala försäljningen av Ultra Silencer under 2011.





UltraOne = Number One

Topmodellen Electrolux UltraOne kombinerar en kraftfull motor med låg ljudnivå och effektiv energiförbrukning, något som har visat sig vara ett vinnande koncept. Sedan lanseringen 2009 har dammsugaren, som är ett direkt resultat av det dynamiska samarbetet mellan de bästa formgivarna och ingenjörerna, utsetts till bäst i test i elva länder.

vänliga Ergorapido Plus Green. Electrolux har en ledande position inom segmentet i Europa och har en stark ställning även i andra delar av världen där kompakta dammsugare efterfrågas, såsom i Japan.

Tystnad, tack!

Enligt Electrolux egna undersökningar är hög ljudnivå den enskilt största källan till irritation vid dammsugning. Electrolux Ultra Silencer är med sina 68 dB en av de tystaste dammsugarna på marknaden tack vare den patentsökta tekniken Silent Air Technology. Ljudnivån motsvarar en normal konversation. För att minimera ljudet reducerade Electrolux ingenjörer och utvecklare antalet ojämna ytor och skarvar inuti dammsugaren så att luften kan passera smidigt.

Munstycket är den del i dammsugaren som har enskilt störst inverkan på prestandan och kräver därför optimal design och funktion. Electrolux har även utvecklat ett unikt munstycke för dammsugaren UltraOne som minimerar uppkomsten av störande ljud men gör maximalt rent.



Electrolux Nimble

Design för olika konsumentbehov

Det finns regionala skillnader i utseende hos dammsugare. Baserat på konsumentinsikt säljer Electrolux främst liggande dammsugare men har ett starkt utbud även inom upprättstående produkter på marknader såsom Nordamerika och Storbritannien, där denna kategori är dominerande. Eureka Airspeed är en serie upprättstående dammsugare speciellt designad för bland annat effektiv mattrengöring. Den lanserades nyligen i USA med stor framgång. Dammsugaren Electrolux Nimble har lanserats i USA och Storbritannien och erhållit högsta betyg i flera oberoende tester, speciellt för att den är lätt att manövrera.

Dammsugare och små hushållsapparater

Små hushållsapparater

Electrolux strategi är att expandera i växande, närliggande produktkategorier där koncernens globala styrka inom tillverkning, produktutveckling, distribution, sourcing, design och marknads-kommunikation kan utnyttjas för att skapa lönsam tillväxt. Små hushållsapparater är en av dessa kategorier. Försäljningen för 2011 ökade med 26%.

Electrolux har idag en liten global marknadsandel inom små hushållsapparater men växer snabbt världen över, framför allt i Latinamerika och Europa. En ökad exponering inom segmentet bidrar till att stärka varumärket Electrolux. De produkter som Electrolux lanserar finns främst i de högre prissegmenten där fokus ligger på en distinkt design. Erbjudandet varierar beroende på marknad men i första hand fokuserar koncernen på fem globala produktgrupper – kaffemaskiner, vattenkokare, mixers, matberedare och strykjärn. De flesta av dessa produkter säljs under varumärket Electrolux.

Snabb tillväxt i Latinamerika

Den latinamerikanska marknaden för små hushållsapparater är en av de snabbast växande marknaderna globalt. Genom att dra fördel av koncernens omfattande starka varumärke och återförsäljarnätverk, ökar

Electrolux försäljning snabbare än marknaden i Latinamerika. Electrolux största produktkategorier i regionen är strykjärn, kaffemaskiner och mixers.

Intåg i Nordamerika

I slutet av 2011 lanserade Electrolux en serie små köksapparater under varumärket Frigidaire på den nordamerikanska marknaden. Den nya serien delar samma visuella varumärkeskänsla som sina motsvarigheter inom vitvaror och har en robust, professionell känsla. Alla produkter i serien har en mörkgrå bas och är tillräckligt eleganta för att stå för sig själva, men passar också bra i ett kök utrustat med produkter från Electrolux.

Nya produkter i Europa

Kaffemaskiner är den snabbast växande underkategorin inom små hushållsapparater i Västeuropa, och denna kategori växer snabbare än den totala marknaden för hushållsprodukter. Under 2011 lanserade Electrolux en ny espressomaskin i samarbete med det italienska kaffevarumärket Lavazza. Andra viktiga lanseringar under året var nya premiumstrykjärn, en serie vattenfiltreringskannor och mixers såsom Ultramix Pro.

Potential för tillväxt i Asien

Asiatiska hushålls behov av funktioner vid matlagning och städning skiljer sig från de flesta andra marknader. Asien är även den största marknaden i världen för små hushållsapparater. Electrolux fokuserar på att lansera starka erbjudanden inom fyra kategorier – riskokare, mixers, småugnar och strykjärn – som alla har potential för snabb tillväxt i regionen.



Fantastiskt kaffe med **Favola**

En ny espressomaskin från Electrolux – Favola – ett samarbete med det italienska kaffemärket Lavazza, lanserades i sex olika färger och två olika modeller på marknaderna i Europa under 2011. Den genomtänkta designen har hämtat inspiration från den skandinaviska naturens former och linjer.



Intåg i Nordamerika

På den nordamerikanska marknaden lanserade Electrolux i slutet av 2011 en serie små hushållsapparater för kök och klädvård under varumärket Frigidaire. Electrolux ser en möjlighet att expandera på den snabbt växande nordamerikanska marknaden för små hushållsapparater. Under 2009 och 2010, när försäljningen av andra hushållsprodukter minskade, ökade försäljningen

av små hushållsapparater i USA med 9,4 procent. Majoriteten av tillväxten låg i de högre prissegmenten.

Säkerhet och prestanda i första hand

Konsumentinsikt ligger bakom utvecklingen av Electrolux 5Safety, ett högpresterande ångstrykjärn med säkrare grepp, extra stort ställ och tre olika automatiska avstängningssystem. När konsumenter till-

frågats om strykning har fyra av tio orosfaktorer handlat om säkerhet. Strykjärnets egenskaper är baserade på kunskaper och erfarenheter från koncernens verksamhet inom professionell tvättutrustning.

Rent vatten snabbt

Klart och rent vatten är viktigt för konsumenter världen över. För att möta detta har Electrolux lanserat AquaSense, en vattenfiltreringskanna som förser hushåll med rent vatten snabbare än alla andra alternativ på marknaden, utan att kompromissa med kvaliteten.



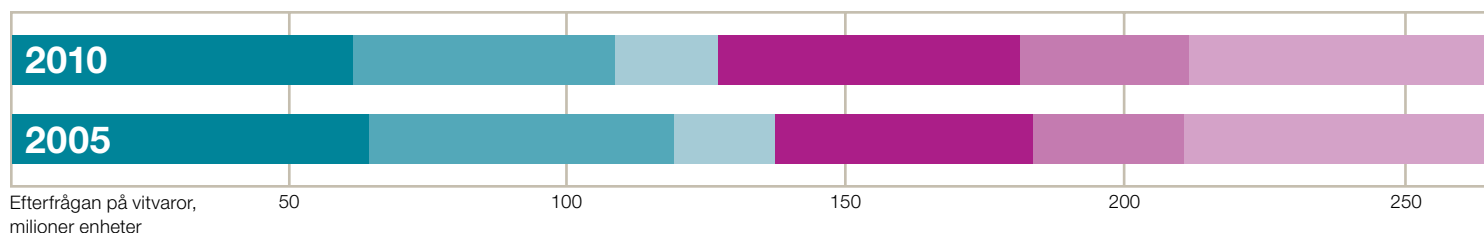
Electrolux marknader

Under det senaste decenniet har Electrolux omvandlats till ett innovativt, konsumentinriktat företag. Nu blir tillväxt allt mer viktigt. Från en kraftig exponering mot mogna marknader ska den andel av försäljningen som sker på tillväxtmarknaderna i bland annat Afrika, Mellanöstern, Asien och Latinamerika öka snabbt. Förvärven av vitvarutillverkarna CTI i Chile och Olympic Group i Egypten har tillsammans med stark organisk tillväxt medfört att tillväxtmarknadernas andel av Electrolux försäljning pro forma ökat från 25 procent 2009 till 35 procent 2011.

En avmattning av efterfrågan i Västeuropa och Nordamerika tillsammans med den snabba framväxten av en köpstark medelklass i de folkrika tillväxtländerna innebär att marknaden för hushållsprodukter successivt förändras. Att anpassa verksamheten och erbjudandet till dessa nya förutsättningar är nödvändigt för att kunna fortsätta växa med lönsamhet. Electrolux ökade under 2011 sin närvaro på tillväxtmarknader och lanserade en lång rad produkter och lösningar speciellt anpassade till såväl globala som regionala behov. Dessutom påverkas Electrolux verksamhet i allt högre grad av starka globala trender såsom befolkningstillväxt, växande global medelklass, ökad livslängd och snabb urbanisering. Utvecklingen innebär att det blir allt mindre resurser över för att kunna tillgodose allt fler människor, samtidigt som fler människor får en högre disponibel inkomst. Electrolux fokuserar på lösningar som bygger på lägre utnyttjande av dessa resurser, och på att finna nya alternativ. Att Electrolux verkar i en global bransch blir också allt tydligare av andra anledningar. Antalet tillverkare och återförsäljare blir färre, större och mer internationella, vilket leder till att globala varumärken och produkter blir allt viktigare. De fem största tillverkarna av vitvaror i världen – Whirlpool, Electrolux, Haier, Bosch-Siemens och LG Electronics – stod för cirka 45 procent av marknaden 2010. För att behålla konkurrenskraften i förhållande till snabbt expanderande tillverkare från lågkostnadsregioner gäller det att kunna dra nytta av såväl globala som regionala skalfördelar.



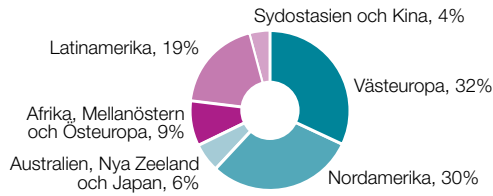
Ökande efterfrågan på vitvaror



Mellan 2005 och 2010 ökade den globala efterfrågan på vitvaror kraftigt, främst på grund av stark tillväxt i Asien. Samtidigt har efterfrågan på mogna marknader minskat. Under 2010 stod tillväxtmarknaderna för cirka 60 procent av den totala marknadsvolymen inom vitvaror jämfört med 50 procent 2005. Electrolux strategi är att tillvarata den ökade efterfrågan på tillväxtmarknader. För mer information om Electrolux strategi, se sidan 34.

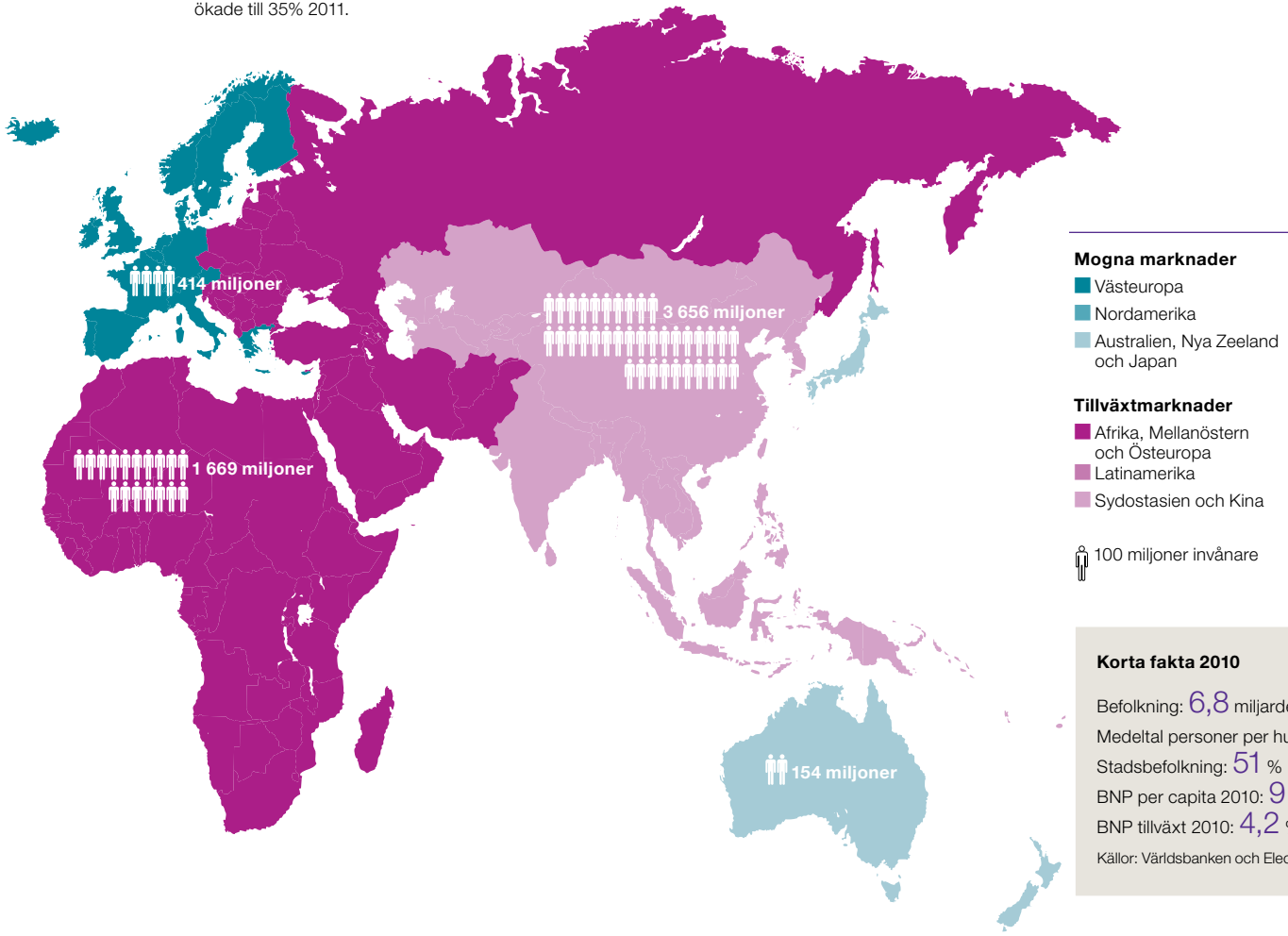
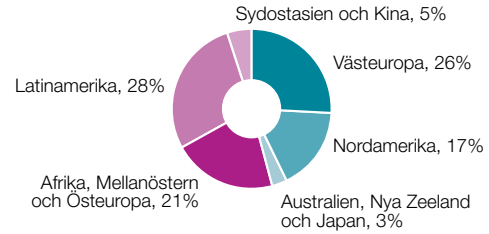
Källa: Electrolux uppskattning.

Electrolux försäljningsandel per marknad, %



Electrolux försäljning på tillväxtmarknader pro forma ökade till 35% 2011.

Electrolux anställda per marknad, %



Mogna marknader

- Västereuropa
- Nordamerika
- Australien, Nya Zeeland och Japan

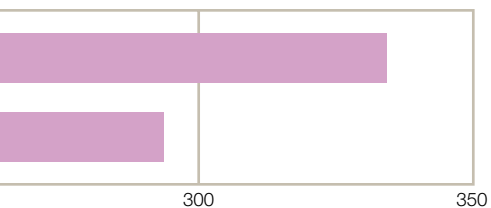
Tillväxtmarknader

- Afrika, Mellanöstern och Östeuropa
- Latinamerika
- Sydostasien och Kina

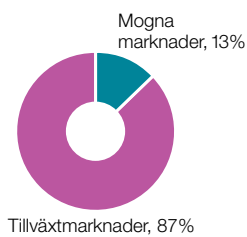
100 miljoner invånare

Korta fakta 2010

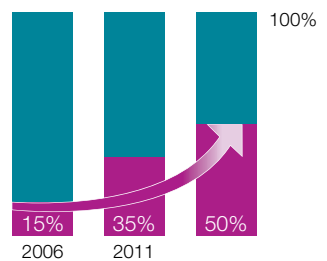
Befolkning: 6,8 miljarder
 Medeltal personer per hushåll: 3,6
 Stadsbefolkning: 51 %
 BNP per capita 2010: 9 200 USD
 BNP tillväxt 2010: 4,2 %
 Källor: Världsbanken och Electrolux uppskattning.



Befolkning, %



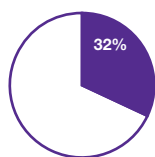
Electrolux ska öka andelen av försäljningen på tillväxtmarknader över en femårsperiod



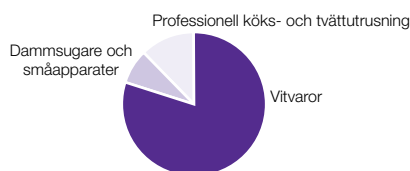
Västeuropa – en fragmenterad marknad

Västeuropa är koncernens största marknad för såväl konsumentprodukter som produkter för professionella användare. Electrolux fokuserar på tillväxt genom lanseringar av nya, innovativa vitvaror i de högre prissegmenten. Inbyggnadsprodukter är ett prioriterat område.

Andel av koncernens försäljning 2011



Försäljning i regionen 2011



Marknaden i Västeuropa domineras av ersättningsprodukter eftersom penetrationen är hög i de flesta produktkategorier och befolkningstillväxten låg eller stagnerande. En snabbt växande andel äldre medför samtidigt att antalet hushåll ökar. Detta tillsammans med små utrymmen i de flesta bostäder leder till större efterfrågan på kompakta och användarvänliga produkter. Därför är marknaden för inbyggnadsprodukter ett växande segment i Europa.

Under 2011 uppgick leveranserna av vitvaror till cirka 52 miljoner enheter, en nedgång med 12 procent jämfört med toppnoteringen år 2006. Den kraftiga avmattningen i framför allt Sydeuropa påverkade utvecklingen negativt. Marknaden fortsatte att karaktäriseras av prispress och tilltagande konkurrens från bland annat asiatiska tillverkare.

Fragmenterad marknad

Europa är en komplex marknad. Många länder och språkområden har bidragit till en stor variation i konsumentbeteenden och att det finns ett stort antal tillverkare, varumärken och återförsäljare. Den låga konsolideringsgraden bland tillverkarna är en orsak till överkapacitet och prispress inom industrin. Marknaden i Europa domineras av många mindre, lokala och fristående butikskedjor med inriktning på el och elektronik samt köksinredning. 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.

Marknaden för professionella kök karaktäriseras av många leverantörer som ofta specialiserar sig på endast en produktkategori. Marknaden för professionell tvättutrustning däremot består av färre aktörer som erbjuder en bredare produktportfölj.

Electrolux position

Electrolux är den enda tillverkaren på marknaden som kan erbjuda lösningar för både konsumenter och professionella användare av köks- och tvättprodukter. Under de senaste åren har koncernen ytterligare stärkt sin position inom inbyggnadssegmentet för vitvaror, främst på den tyska marknaden. Under 2010 och 2011 lanserades nya innovativa inbyggnadsprodukter i premiumsegmentet under varumärket AEG. Under 2012 går koncernen vidare med lanseringen av en helt ny serie innovativa inbyggnadsprodukter under varumärket Electrolux.

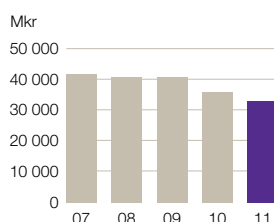
Hos professionella användare har Electrolux en stark position bland fristående restauranger och institutioner.

Electrolux är en av de ledande tillverkarna av dammsugare i världen och en av de få med ett globalt distributionsnätverk. Varumärket Electrolux dominerar koncernens försäljning i Europa, som är en av koncernens största marknader.

Snabbt växande produktkategorier

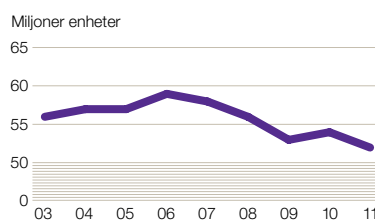
Marknaden för inbyggnadsprodukter fortsätter att uppvisa stark tillväxt och intresset är stort för energi- och vattneffektiva produkter. Diskmaskiner är ett segment som uppvisar snabb tillväxt i regionen. Electrolux tillverkar diskmaskiner utformade för och anpassade till alla typer av kök och hushåll. Under 2011 lanserades nya, innovativa och vattneffektiva diskmaskiner under varumärket AEG. Attraktivt designade, uppladdningsbara handdamsugare har uppvisat en betydande tillväxt. Marknaden för påslösa dammsugare har också vuxit.

Nettoomsättning i Västeuropa



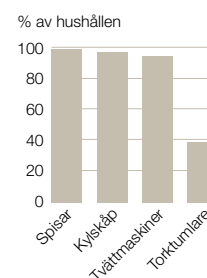
Nettoomsättningen i Västeuropa har påverkats av minskad efterfrågan på marknaden.

Leveranser av vitvaror i Västeuropa



Totalt såldes cirka 52 miljoner vitvaror i Västeuropa under 2011, en minskning med 3% jämfört med 2010.

Produktpenetration



Källa: Electrolux uppskattning.

Varumärken för konsumentprodukter



Varumärken för professionella produkter



Korta fakta Västeuropa 2010

Befolkning: 414 miljoner
Medeltal personer per hushåll: 2,3
Stadsbefolkning: 77 %

Betydande marknad: Europeiska Unionen

BNP per capita 2010: 32 300 USD
BNP tillväxt 2010: 2,0 %

Källor: Världsbanken och Electrolux uppskattning.

Electrolux marknadsandelar

16% vitvaror
14% dammsugare
9% professionell köksutrustning
22% professionell tvättutrustning

Vanligt med inbyggnadskök



Under 2010 och 2011 lanserades en helt ny serie innovativa inbyggnadsprodukter i premiumsegmentet under varumärket AEG på flera marknader i Nord- och Centraleuropa. Ett antal av de nya produkterna har uppmärksammats av marknaden och belönats med designutmärkelser såsom iF Design Award och Reddot Design Award.

Arbeta hand i hand

Electrolux är den enda tillverkaren som under samma varumärke erbjuder en komplett serie av högpresterande produkter för professionella kök och tvättinrättningar. Electrolux professionella lösningar används ofta under samma tak, arbetande "hand i hand" på bland annat hotell och sjukhus. Europa är Electrolux största marknad för professionella produkter och står för cirka 75 procent av koncernens försäljning inom köksutrustning och 65 procent av försäljningen inom tvättutrustning.



Marknader och konkurrenter

Vitvaror

Största marknader

- Tyskland
- Frankrike
- Italien
- Storbritannien

Största konkurrenter

- Bosch-Siemens
- Indesit
- Whirlpool

Dammsugare

Största marknader

- Tyskland
- Frankrike
- Norden

Största konkurrenter

- Dyson
- Miele
- Bosch-Siemens
- Samsung

Professionella produkter

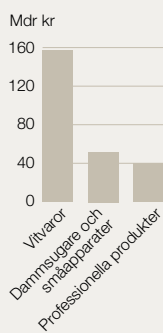
Största marknader

- Italien
- Svergie
- Frankrike
- Tyskland

Största konkurrenter

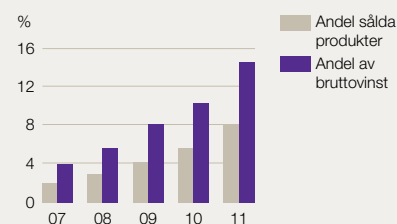
- Ali Group
- Rational
- Primus

Marknadsvärde



Källa: Electrolux uppskattning.

Green Range i Europa



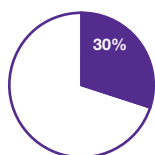
Inom vitvaror i Europa svarade Green Range, d.v.s. Electrolux produkter med bästa miljöprestanda för cirka 8% (6) av totalt antal sålda produkter under 2011 och för cirka 15% (10) av bruttovinsten. Kriterierna för Green Range-produkterna har skärpts.

Nordamerika

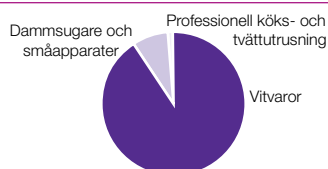
– andelen ersättningsprodukter ökar

Den svaga ekonomin, avvaktande konsumenter och lågt bostadsbyggande ledde under 2011 till fortsatt låga försäljningsnivåer för hushållsprodukter i Nordamerika. Electrolux kunde försvara sin position i regionen under 2011.

Andel av koncernens försäljning 2011



Försäljning i regionen 2011



Nordamerika är en mogen marknad med hög penetration inom de flesta produktkategorier. Den genomsnittliga bostadsytan hos hushållen är högre än i andra regioner, vilket innebär utrymme för såväl många som stora hushållsprodukter. En hög produktpenetration kombinerad med en relativt låg befolkningstillväxt innebär att marknaden för ersättningsprodukter dominerar. Till följd av det osäkra ekonomiska läget har denna trend förstärkts under de senaste åren. Försäljning av ersättningsprodukter avsåg en större del av den totala försäljningen på marknaden under 2011. Sammanlagt såldes cirka 37 miljoner vitvaror under 2011, vilket är i nivå med volymerna för 1998 och en nedgång med 23 procent jämfört med toppåret 2006.

Konsoliderad marknad

Marknaden i Nordamerika är mer enhetlig än de flesta marknader, vilket har lett till relativt hög konsolidering bland både tillverkare och återförsäljare. De tre största tillverkarna av vitvaror i USA står för en stor del av marknaden och cirka 70 procent av vitvarorna säljs genom de fyra stora återförsäljarna Sears, Lowe's, Home Depot och Best Buy. De fyra största tillverkarna av dammsugare står för över 50 procent av marknaden. Dammsugare säljs främst genom daglig-

varuhandeln, rabattvaruhus och varuhuskedjor som Wal-Mart, Target och Sears. Konsolideringsgraden är även hög bland tillverkare och återförsäljare av professionella köks- och tvättprodukter.

Electrolux position

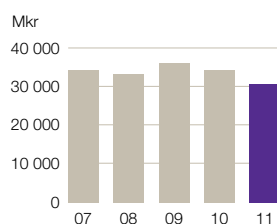
Electrolux har en stark position inom vitvaror och dammsugare i både USA och Kanada. Koncernens vitvaror säljs i huvudsak under varumärket Frigidaire i mellanprissegmentet och dammsugare säljs främst under varumärket Eureka. Den omfattande lanseringen av innovativa vitvaror under varumärket Electrolux under 2008 och 2009 har givit koncernen en stark position i det lönsamma premiumsegmentet, vilket Electrolux kan dra fördel av när efterfrågan väl tar fart igen.

Electrolux verksamhet inom professionella kök är fortfarande liten men växande både inom traditionella segment och restaurangkedjor. Professionell tvättutrustning säljs via en distributör huvudsakligen under varumärket Wascomat men andelen av försäljningen under varumärket Electrolux ökar.

Snabbt växande produktkategorier

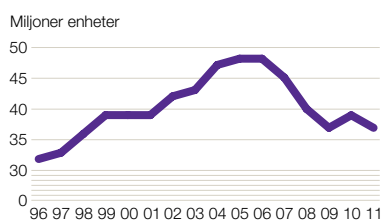
Som ett resultat av den ökade ekonomiska osäkerheten har andelen förbättringsköp och köp för nybyggnation minskat drastiskt under de senaste åren. En eventuell återhämtning i nybyggnandet kommer att leda till ökad efterfrågan på framför allt spisar och ugnar. Electrolux har ett konkurrenskraftigt erbjudande inom segmentet och goda relationer med ledande återförsäljare och köksbyggare i regionen. För amerikanska hushåll lanserade koncernen under 2011 sin första serie små hushållsapparater, såsom kaffemaskiner, brödrostar, vattenkokare och strykjärn. Denna produktkategori uppvisar en hög tillväxttakt.

Nettoomsättning i Nordamerika



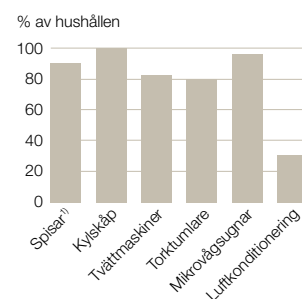
Nettoomsättningen i Nordamerika har påverkats av nedgången i efterfrågan på marknaden.

Leveranser av vitvaror i Nordamerika



Totalt såldes cirka 37 miljoner vitvaror i Nordamerika under 2011, vilket motsvarar en minskning med 4% jämfört med 2010.

Produktpenetration



1) Fristående spisar.

Källa: Electrolux uppskattning.

Varumärken för konsumentprodukter



Varumärke för professionella produkter



Korta fakta Nordamerika 2010

Befolkning: 343 miljoner
Medeltal personer per hushåll: 2,6
Stadsbefolkning: 82 %

Betydande marknad: USA

BNP per capita 2010: 47 200 USD
BNP tillväxt 2010: 3,0 %

Källor: Världsbanken och Electrolux uppskattning.

Dammsugaren Airspeed

Eureka Airspeed har blivit koncernens största och viktigaste plattform för upprättstående dammsugare i Nordamerika. Genom att använda ett modulerat tillvägagångssätt lanseras sedan 2010 flera olika versioner anpassade till olika kundbehov.



Electrolux marknadsandelar

21% vitvaror
14% dammsugare

Nya produkter



Under 2010 och 2011 lanserades nya vitvaror under varumärket Frigidaire såsom induktionshällar, så kallade French Door-kylskåp (se bilden till vänster), tvättmaskiner med extra stor kapacitet samt ett stort antal energieffektiva produkter för såväl kök som tvättrum.

Luftkonditionering

Luftkonditionering är en viktig produktkategori i Nordamerika och Electrolux säljer luftkonditioneringsutrustning och avfuktare under varumärket Frigidaire.



Marknader och konkurrenter

Vitvaror

Största återförsäljare

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

Största konkurrenter

- Whirlpool
- General Electric
- LG
- Samsung

Dammsugare

Största återförsäljare

- Wal-Mart
- Target
- Sears

Största konkurrenter

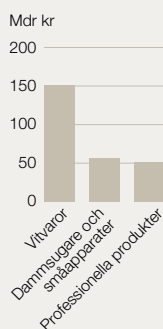
- Dyson
- TTI Group (Dirt Devil, Vax and Hoover)
- Bissel

Professionella produkter

Största konkurrenter

- ITW
- Manitowoc
- Alliance

Marknadsvärde



Källa: Electrolux uppskattning.

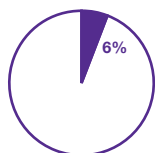


I USA används ENERGY STAR vid energimärkning av hushållsprodukter. 2011 utsågs Electrolux till Major Appliances North America ENERGY STAR Partner of the Year av U.S. Environmental Protection Agency (EPA).

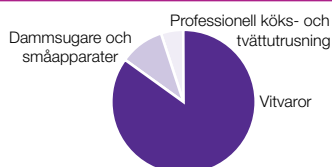
Australien, Nya Zeeland och Japan – stora variationer

Electrolux är den största tillverkaren av vitvaror i Australien och har byggt upp en särskilt stark position i premiumsegmentet. I Japan har koncernen tillämpat en nischstrategi för att kunna etablera varumärket på marknaden. Nu ligger fokus på en bredare expansion.

Andel av koncernens försäljning 2011



Försäljning i regionen 2011



Australien är stort till ytan men nästan alla invånare bor i städer på Östkusten. Såväl befolkning som antalet hushåll växer och penetrationsgraden är hög för de flesta produktkategorier. Efterfrågan drivs främst av intresse för design, innovationer och miljö. Under 2011 karaktäriserades marknaden av prispress då en stark australiensisk dollar medförde att importerade produkter blivit mer konkurrenskraftiga. Japan är världens tredje största enskilda marknad för hushållsprodukter. Även om folkmängden minskar ökar antalet hushåll i takt med en snabbt åldrande befolkning. Tillväxten för hushållsprodukter drivs av bland annat innovationer som tar hänsyn till de små bostadsytorna.

Hög grad av konsolidering

I Australien råder hård konkurrens mellan tillverkare från Asien och Europa. Återförsäljarledet domineras av fem stora kedjor med närmare 90 procent av marknaden.

Den japanska marknaden domineras av stora, inhemska tillverkare och återförsäljare såsom Panasonic och Hitachi.

Electrolux position

Electrolux är den största tillverkaren av vitvaror i Australien. Varumärket Electrolux är positionerat inom premiumsegmentet med fokus på innovation, vatten- och energieffektivitet samt design. Kon-

cernens varumärken Westinghouse och Simpson har starka positioner i mellanprissegmentet. Varumärket Kelvinator har en stark position inom luftkonditionering. En stor andel av de bästa restaurangerna i Australien använder professionella köksprodukter från Electrolux. I Japan är Electrolux en relativt liten aktör men har under de senaste åren börjat bygga upp en snabbt växande verksamhet inom små, kompakta dammsugare.

Snabbt växande produktkategorier

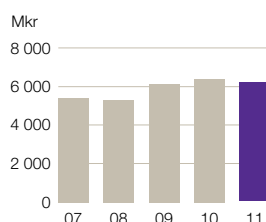
I Australien har Electrolux tack vare inbyggnadsprodukterna Electrolux E:line ökat marknadsandelarna i en viktig och lönsam produktkategori. Brist på färskvatten har medfört att såväl konsumenter som lagstiftning kräver energisnåla produkter med låg vattenförbrukning. Diskmaskiner och frontmatade tvättmaskiner är därför snabbt växande produktkategorier, och där har Electrolux betydande marknadsandelar. I Japan växer efterfrågan på kompakta, användarvänliga och tysta hushållsprodukter. Med sitt starka erbjudande inom dammsugare i regionen har Electrolux positionerat sig i segmentet. Japan är världens största marknad för liggande dammsugare. Under 2010 lanserade Electrolux den laddningsbara handdammsugaren Ergorapido, som nu säljs i över 1 500 butiker i landet.

Innovationer för australiska hushåll

Vattenbristen är ett problem i Australien. Tvättmaskinen Electrolux Water Aid anpassar automatiskt vattenförbrukning till tvättmängd. Det varma och torra klimatet i Australien medför samtidigt att många hushåll föredrar att laga mat utomhus. Den prisbelönade utomhusgrillen Electrolux En:V Barbecue har designats utifrån konsumenternas önskemål om en effektiv och lättanvänd grill som även kan fungera som något för gästerna att samlas kring.

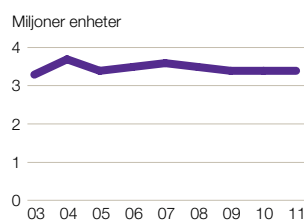
Electrolux har dessutom lanserat ett av de första så kallade side-by-side-kylskåpen med energimärkningen fem stjärnor i Australien.

Nettoomsättning i Australien, Nya Zeeland och Japan



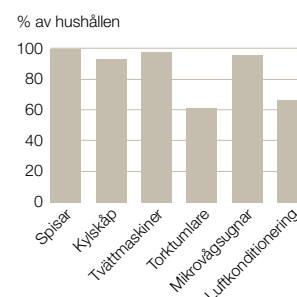
Australien är Electrolux största marknad i regionen. I Japan är Electrolux en relativt liten aktör men har under de senaste åren börjat bygga upp en snabbt växande verksamhet inom små, kompakta dammsugare.

Leveranser av vitvaror i Australien



Efterfrågan på marknaden för vitvaror i Australien har inte visat någon tillväxt under de senaste åren.

Produktpenetration i Australien



Källa: Electrolux uppskattning.

Varumärken för konsumentprodukter



Varumärke för professionella produkter



Lär av professionella användare

Allt fler konsumenter vill ha produkter och lösningar liknande dem som finns på de bästa restaurangerna. Electrolux är den enda tillverkaren i branschen som erbjuder kompletta lösningar för både konsumenter och professionella användare. Electrolux utrustar många av världens bästa restauranger.



Korta fakta Australien, Nya Zeeland och Japan 2010

Befolkning: 154 miljoner
Medeltal personer per hushåll: 2,5
Stadsbefolkning: 71 %

Betydande marknad: Australien

BNP per capita 2010: 55 700 USD
BNP tillväxt 2010: 2,7 %

Källor: Världsbanken och Electrolux uppskattning.

Electrolux marknadsandelar i Australien
41% vitvaror
22% dammsugare

Små produkter på en stor marknad

Efter Electrolux framgångsrika lansering under 2010 av den laddningsbara handdammsugaren Ergorapido i Japan, går koncernen vidare med en produkt speciellt anpassad för de små japanska hushållen. Ergothree lanserades i slutet av 2011 under stor medial uppmärksamhet i Tokyo och börjar säljas i japanska butiker i början av 2012.

Electrolux En:tice Barbecue



Det varma och torra klimatet i Australien medför att många hushåll föredrar att laga mat utomhus. Under 2011 lanserade Electrolux grillen En:tice Barbecue, vilken ger samma förfinade resultat som motsvarande inomhusprodukter ger.



Marknader och konkurrenter

Vitvaror

Största konkurrenter

- Fischer & Paykel
- Samsung
- LG
- Panasonic

Dammsugare

Största konkurrenter

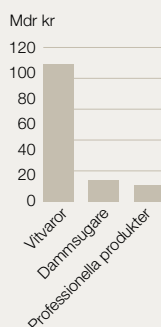
- Samsung
- LG
- Dyson

Professionella produkter

Största konkurrenter

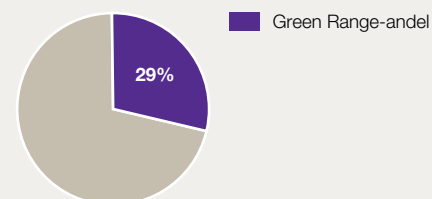
- ITW
- Hoshizaki
- Alliance

Marknadsvärde



Källa: Electrolux uppskattning.

Green Range andel av dammsugarförsäljningen i Nya Zeeland 2011

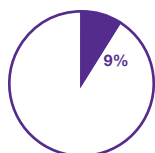


Green Range-produkterna, tillverkade till 70% av återvunnen plast, utgjorde 29% av den totala försäljningen av fullstora liggande dammsugare i Nya Zeeland under 2011.

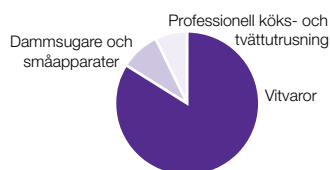
Afrika, Mellanöstern och Östeuropa – förvärv för expansion

Med förvärvet av egyptiska Olympic Group får Electrolux en ledande position inom vitvaror på de snabbt växande marknaderna i Nordafrika och Mellanöstern. I Östeuropa har Electrolux vuxit snabbt och har idag betydande marknadsandelar inom vitvaror och dammsugare i regionen.

Andel av koncernens försäljning 2011



Försäljning i regionen 2011



Afrika och Mellanöstern består av 75 länder som har stor variation vad gäller välstånd och grad av urbanisering. Sydafrika och Turkiet är de största marknaderna i denna region. I Afrika ökar befolkningen snabbt och antalet hushåll ökar ännu snabbare eftersom många är i den åldern att det är dags att skaffa egen bostad. Penetrationsgraden är låg inom de flesta produktkategorier, men uppvisar hög tillväxt i takt med den snabbt växande köpkraften. Kylskåp är en av de första produkterna som efterfrågas när välstånd i ett land stiger. I Östeuropa, där Ryssland är den största marknaden, är såväl det genomsnittliga välståndet som penetrationen högre. Inom flera produktkategorier, såsom spis, tvätt och kyl/frys, har en stor marknad för ersättningsprodukter börjat byggas upp.

Många tillverkare och återförsäljare

Med stor geografisk spridning och olika nivåer på köpkraft är det svårt för såväl tillverkare som återförsäljare att ha stora marknadsandelar i Afrika och Mellanöstern. Turkiet har flera stora inhemska tillverkare som även byggt upp starka positioner i närliggande regioner. I Östeuropa domineras marknaderna av västerländska tillverkare medan återförsäljarnätet är inhemskt.

Electrolux position

Med förvärvet av egyptiska Olympic Group får koncernen en ledande position inom vitvaror i Nordafrika och Mellanöstern. Electrolux har vuxit snabbt på de östeuropeiska marknaderna under de senaste decennierna. Idag har Electrolux 14 procent av vitvarumarknaden i Östeuropa och är marknadsledande i Ungern, Tjeckien och Baltikum. I övriga länder i regionen är Electrolux en av de tre största vitvarutillverkarna. Förvärvet 2010 av en tvättmaskinsfabrik i Ukraina har bidragit till att stärka koncernens konkurrenskraft i Ryssland och Ukraina.

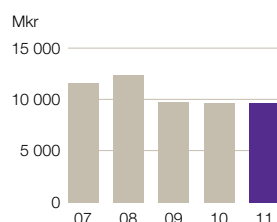
Med Olympic kan Electrolux växa snabbare

Olympic Group är ett ledande vitvaruföretag på de snabbt växande marknaderna i Nordafrika och Mellanöstern. Olympic Group, som varit Electrolux lokala partner i regionen i närmare 30 år, har cirka 7 100 anställda och egen tillverkning av bland annat kylskåp, spisar, varmvattenberedare och tvättmaskiner. Att integrera Olympic i Electrolux verksamhet kommer att underlätta för ännu snabbare tillväxt i regionen. I exempelvis Egypten, med 80 miljoner invånare, har BNP per capita fördubblats sedan år 2005 och allt fler börjar få råd att köpa sina första vitvaror eller byta till nya vitvaror.

Snabbt växande produktkategorier

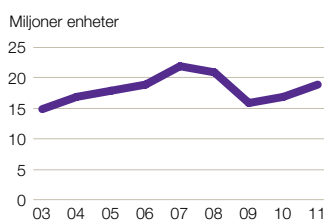
I Afrika och Mellanöstern växer alla produktkategorier snabbt, framför allt kylskåp, spisar och tvättmaskiner. Många hushåll i Östeuropa har idag råd att ersätta gamla vitvaror och att även investera i nya, mer exklusiva köksprodukter. Det ökar efterfrågan på inbyggnadsprodukter, ett segment inom vilket Electrolux är ledande. Den förbättrade levnadsstandarden i regionen har också inneburit att efterfrågan på produkter såsom diskmaskiner och torktumlare ökar snabbt.

Nettoomsättning i Afrika, Mellanöstern och Östeuropa



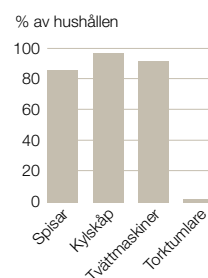
Genom förvärvet av det egyptiska vitvaruföretaget Olympic Group kommer försäljningen i regionen att öka.

Leveranser av vitvaror i Östeuropa exkl. Turkiet



Efterfrågan i Östeuropa har ökat framförallt beroende på stark tillväxt i Ryssland.

Produktpenetration i Östeuropa



Källa: Electrolux uppskattning.

Varumärken för konsumentprodukter



Varumärken för professionella produkter



Förvärv av Olympic Group

Mellanöstern och Afrika är en marknad med en befolkning på 1,3 miljarder. Genom förvärvet av Olympic Group i Egypten kommer Electrolux kunna ta tillvara tillväxten på denna stora marknad. Olympic Group är en ledande tillverkare av vitvaror i Mellanöstern, med en marknadsandel mätt i volym på cirka 30 procent i Egypten.

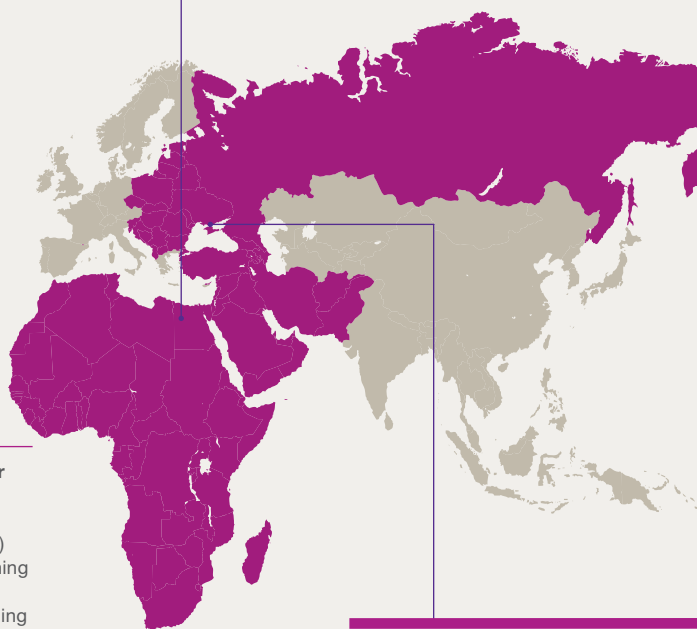
Korta fakta Afrika, Mellanöstern och Östeuropa

Befolkning: 1 669 miljoner
Medeltal personer per hushåll: 3,8
Stadsbefolkning: 50 %

Betydande marknad: Arabvärlden
BNP per capita 2010: 5 400 USD
BNP-tillväxt 2010: 3,5 %

Betydande marknad: Ryssland
BNP per capita 2010: 10 400 USD
BNP-tillväxt 2010: 4,0 %

Källor: Världsbanken och Electrolux uppskattning.



Electrolux marknadsandelar

- 14% vitvaror (Östeuropa)
- 30% vitvaror (Egypten)
- 12% dammsugare (Östeuropa)
- 8% professionell köksutrustning (Afrika och Mellanöstern)
- 9% professionell tvättutrustning (Afrika och Mellanöstern)



Electrolux expanderar i Östeuropa

Electrolux expanderar i Östeuropa. Ett exempel är förvärvet av tvättmaskinsfabriken i Ivano-Frankivsk, Ukraina. Fabriken kommer att fungera som en del av Electrolux försörjningsbas för marknaderna i centrala och östra Europa.

Ukraina deltar i frihandelsavtalet för de forna sovjetstaterna (CIS), vilket inkluderar bland annat Ryssland, Kazakstan, Armenien och Azerbajdzjan.

Marknader och konkurrenter

Vitvaror

Största marknader

- Ryssland
- Polen
- Egypten

Största konkurrenter

- Bosch-Siemens
- Indesit
- Whirlpool

Dammsugare

Största marknader

- Polen
- Ryssland
- Tjeckien
- Sydafrika

Största konkurrenter

- LG
- Samsung
- Dyson
- Bosch-Siemens

Professionella produkter

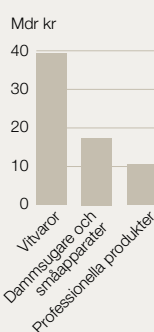
Största marknader

- Turkiet
- Ryssland
- Ukraina
- Mellanöstern

Största konkurrenter

- Ali Group
- Rational
- Alliance
- Vyazma

Marknadsvärde i Östeuropa

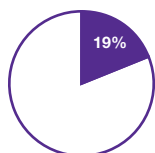


Källa: Electrolux uppskattning.

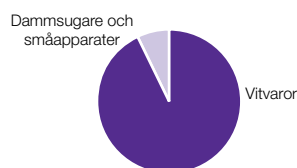
Latinamerika – penetrationen ökar snabbt

Efter att på kort tid ha byggt upp en lönsam och betydande verksamhet i Brasilien går Electrolux nu vidare med sin tillväxtstrategi på andra marknader i regionen. Förvärvet av den chilenska vitvarutillverkaren CTI har givit Electrolux en marknadsledande position inom viktiga produktkategorier i Chile och Argentina.

Andel av koncernens försäljning 2011



Försäljning i regionen 2011



Latinamerika är en mycket urban region för att vara en tillväxtmarknad och uppvisar en relativt hög tillväxttakt i såväl köpkraft som antalet hushåll. Av den latinamerikanska marknaden för vitvaror står Brasilien för ungefär 40 procent. Andra stora marknader är Mexiko och Argentina. Tillväxten i regionen drivs av ökad köpkraft hos hushållen, som i första hand efterfrågar enklare spisar, kylskåp och tvättmaskiner. Den snabbt framväxande medelklassen i bland annat Brasilien och Argentina har lett till ökad efterfrågan på produkter även i de högre prissegmenten. Under 2011 präglades marknaden i Brasilien av viss prispress och försämrad mix som ett resultat av snabb konsolidering bland återförsäljarna.

Konsoliderad marknad

Den latinamerikanska marknaden är relativt konsoliderad. I Brasilien står de tre största tillverkarna för cirka 70 procent av försäljningen inom vitvaror. Höga importtullar och logistikkostnader medför att merparten av de produkter som säljs i Latinamerika är inhemskt producerade. Konsolideringen har även varit stark bland återförsäljarna i regionen. I Brasilien fusionerades 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 ofta genom kampanjer och köpbesluten tas i butik där en stor del av tillverkarna har egna försäljare på plats.

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. Med förvärvet av den chilenska vitvarutillverkaren CTI har Electrolux stärkt sin ledande position i regionen. Electrolux är nu den största tillverkaren av vitvaror i Chile och den största tillverkaren av kylskåp, frysar och tvättmaskiner i Argentina. Inom dammsugare har Electrolux länge haft en ledande position i regionen. Koncernen har även byggt upp en snabbt växande verksamhet inom små hushållsapparater.

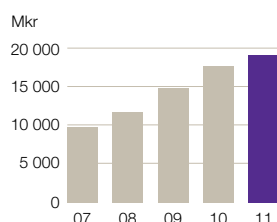
Förvärv för tillväxt

CTI bildades redan 1905 och har idag cirka 2 200 anställda i Chile och Argentina. Tillverkningen omfattar kylskåp, frysar, tvättmaskiner, spisar, ugnar men även torktumlare och värmepumpar. Företaget har etablerat en stark relation med återförsäljare i Chile och Argentina och har en omfattande distribution och en välstrukturerad eftermarknadsverksamhet. Electrolux planerar ytterligare investeringar i produktionskapacitet och distribution med syftet att expandera i andra latinamerikanska länder.

Snabbt växande produktkategorier

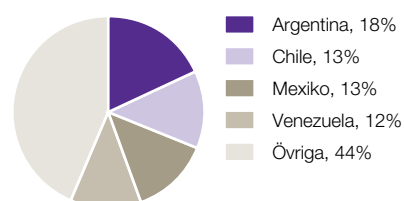
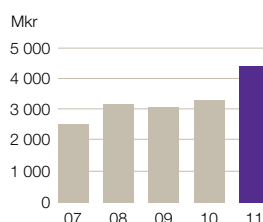
Marknaden för tvättmaskiner uppvisar stor tillväxtpotential i takt med ökad köpkraft i regionen och större krav på energi- och vatten-effektivitet. Electrolux lanserar kontinuerligt nya produkter anpassade till olika behov i segmentet, såsom den innovativa tvättmaskinen Ultra Clean i Brasilien, se sidan 39.

Nettoomsättning i Latinamerika



Försäljningen i Latinamerika har ökat under åren som ett resultat av ett starkt produktbudande och tillväxt på marknaden. Förvärvet 2011 av CTI i Chile kommer att påverka försäljningen positivt framöver.

Nettoomsättning i Latinamerika, exkl. Brasilien



Electrolux totala försäljning av konsumentprodukter och professionella produkter.

Varumärken för konsumentprodukter



Varumärke för professionella produkter



Korta fakta Latinamerika 2010

Befolkning: 589 miljoner
Medeltal personer per hushåll: 3,7
Stadsbefolkning: 79 %

Betydande marknad: Brasilien

BNP per capita 2010: 10 700 USD
BNP-tillväxt 2010: 7,5 %

Källor: Världsbanken och Electrolux uppskattning.

Små hushållsapparater

Försäljningen av små hushållsapparater såsom kaffemaskiner, brödrostar och strykjärn under varumärket Electrolux växer snabbt i regionen. Electrolux lanserar kontinuerligt nya produkter inom segmentet och är idag ett av de starkaste varumärkena i Brasilien inom exempelvis kaffemaskiner och strykjärn. Det förvärvade vitvaruföretaget CTI har stor verksamhet inom små hushållsapparater i Chile under varumärket Somela.



Electrolux marknadsandelar
41% dammsugare

70% konsumentpreferens

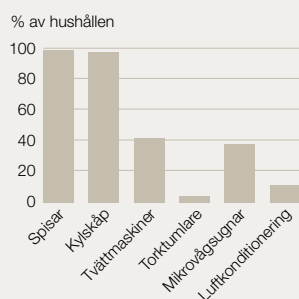
Koncernens brasilianska verksamhet har varit en av föregångarna inom koncernen i att utveckla produkter utifrån konsumentinsikt. Innan lansering måste minst 70 procent av en konsumenttestgrupp föredra Electrolux produkt framför liknande alternativ på marknaden. Premiumkylskåpet Electrolux Infinity i-Kitchen, utrustad med kontrollpanel, föredrogs av 95 procent av konsumenttestgruppen.



Förvärv av CTI

Med förvärvet av den chilenska vitvarutillverkaren CTI har Electrolux stärkt sin ledande position i regionen. CTI är numera ett inom vitvaror och små hushållsapparater i Chile och har genom sina dotterbolag en ledande position i Argentina.

Produktpenetration i Brasilien



Källa: Electrolux uppskattning.

Marknader och konkurrenter

Vitvaror

Största marknader

- Brasilien
- Chile
- Argentina
- Mexiko

Största konkurrenter

- Whirlpool
- Mabe

Dammsugare

Största marknader

- Brasilien
- Mexiko
- Argentina
- Venezuela

Största konkurrenter

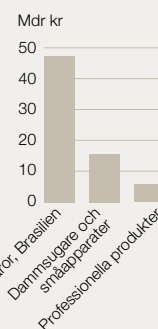
- SEB Group
- Whirlpool
- Black & Decker
- Philips

Professionella produkter

Största konkurrenter

- ITW
- Fagor
- Girbau
- Alliance

Marknadsvärde

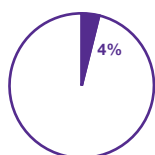


Källa: Electrolux uppskattning.

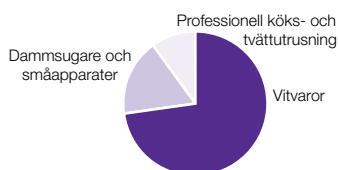
Sydostasien och Kina – fortsatt hög tillväxttakt

De innovativa produkter som Electrolux utvecklat för de sydostasiatiska hushållens särskilda behov vad gäller temperatur, fuktighet och matkultur har resulterat i kraftig tillväxt, hög lönsamhet och ökande marknadsandelar. I Kina har Electrolux genomfört en kraftfull omvandling av verksamheten.

Andel av koncernens försäljning 2011



Försäljning i regionen 2011



Kina är världens största tillverkare av hushållsprodukter och även den största marknaden mätt i volym. Den höga tillväxten kombinerat med den snabba urbaniseringen har drivit på efterfrågan. Urbaniseringen kommer att fortsätta samtidigt som befolkningstillväxten troligen avtar och med den även ökningen av antalet hushåll. Penetrationen inom olika produktkategorier är hög i städerna och lägre på landsbygden. Hushållen är ofta små med begränsade utrymmen för många köksprodukter. Små bostadsytor dominerar även i Sydostasien, en region som uppvisar såväl snabb urbanisering som befolkningstillväxt. Skillnaden i produktpenetrationen är stor mellan de olika länderna i Sydostasien. Många hushåll har inte spis utan använder i stället andra alternativ för matlagning såsom riskokare och gasbrännare. Precis som på andra tillväxtmarknader prioriterar konsumenterna i första hand kylskåp, tvättmaskin och luftkonditioneringsutrustning när välbefindandet stiger.

Stora aktörer i Kina

I Sydostasien finns ingen tydlig marknadsledare. Konsumenterna väljer gärna europeiska varumärken, men deras marknadsandelar är fortfarande små. I Kina pågår en snabb konsolidering bland antalet tillverkare. Haier och Midea är idag de överlägset största tillverkarna i landet. Utländska tillverkare har fortfarande små marknadsandelar men växer snabbt i premiumsegmentet. I Sydostasien finns ingen

återförsäljare som täcker hela regionen. Däremot går trenden mot ökad konsolidering bland återförsäljarna inom olika länder. I Kina domineras marknaden av två stora inhemska butikskedjor – Gome och Suning – som är specialiserade inom elektronik.

Electrolux position

Electrolux är ett ansett varumärke i Sydostasien och har en stark position i de övre prissegmenten inom vitvaror. Koncernens marknadsledande position inom frontmatade tvättmaskiner har använts för att expandera verksamheten till produkter för köket.

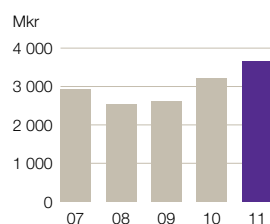
Strukturåtgärder i Kina

I Kina har Electrolux genomfört strukturella åtgärder och repositionerat sitt produktbudande efter ett antal besvärliga år sedan Electrolux gjorde sitt intåg på marknaden i mitten av 1990-talet. Försäljningen till återförsäljare på landsbygden har avslutats och fokus ligger idag på den snabbt växande medelklassen i de stora städerna. Electrolux säljer sina produkter genom de största återförsäljarna. Under 2011 ökade Electrolux sin försäljning i landet med 30 procent efter framgångsrika produktlanseringar.

Snabbt växande produktkategorier

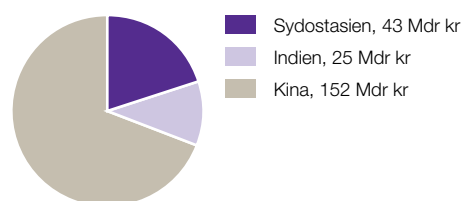
Den snabbt framväxande medelklassen i regionen har lett till ökad efterfrågan på produkter såsom luftkonditioneringsutrustning, kylskåp och tvättmaskiner. I Kina har Electrolux framgångsrikt lanserat en ny kylskåpsserie. I Sydostasien har Electrolux lanserat nya modeller inom luftkonditionering som använder 20–30 procent mindre energi än konventionella modeller. Inbyggnadsprodukter för köket är ett annat snabbt växande segment, delvis drivet av den urbanisering som sker i hela regionen. I Sydostasien växer även marknaden för dammsugare och små hushållsapparater mycket snabbt, även om det är från relativt låga nivåer.

Nettoomsättning i Sydostasien och Kina



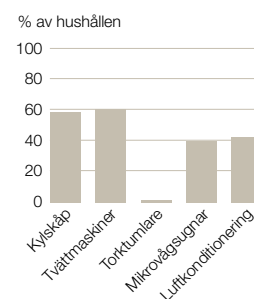
Electrolux försäljning i Sydostasien växer. Koncernens marknadsledande position inom frontmatade tvättmaskiner har använts för att expandera verksamheten till produkter för köket.

Vitvaror, marknadsstorlek 2010



Kina är den absolut största marknaden i regionen. I Kina har Electrolux genomfört en kraftfull omvandling av verksamheten. Fokus ligger idag på den snabbt växande medelklassen i de stora städerna.

Produktpenetration i Kina



Källa: Electrolux uppskattning.

Varumärke för
konsumentprodukter



Varumärke för
professionella produkter



Korta fakta Sydostasien och Kina 2010

Befolkning: 3 656 miljoner
Medeltal personer per hushåll: 3,9
Stadsbefolkning: 40 %

Betydande marknad: Kina
BNP per capita 2010: 4 400 USD
BNP-tillväxt 2010: 10,4 %

Källor: Världsbanken och Electrolux uppskattning.

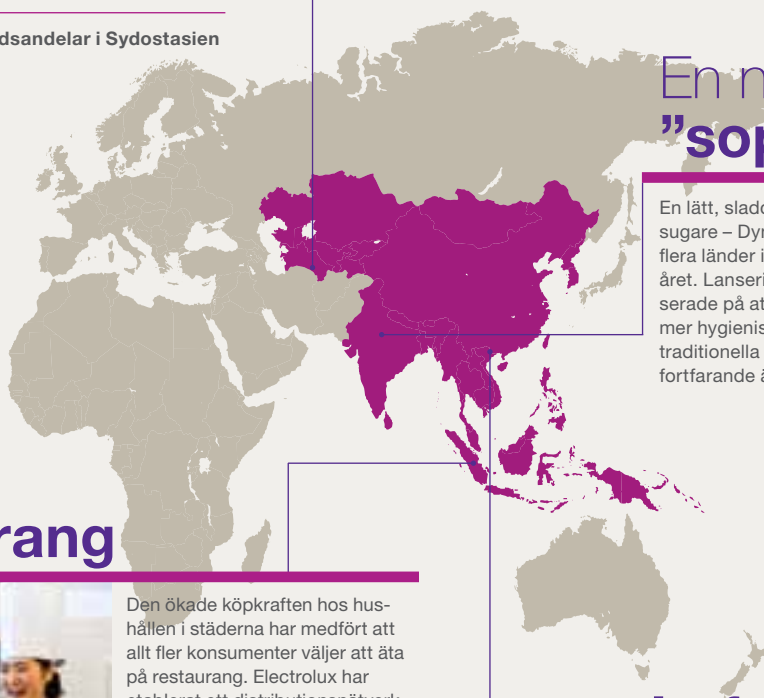


Keyhole Hob

Hällen Electrolux Keyhole Hob, som lanserats i både Sydostasien och Kina, är framtagen utifrån insikt om de särskilda behoven vid asiatisk matlagning. Den kompakta och eleganta hällen förenar kraften från gas och möjligheten till kontroll via induktion.

Electrolux marknadsandelar i Sydostasien

4% vitvaror
19% dammsugare



En ny "sopkvast"

En lätt, sladdlös handdammsugare – Dynamica – lanserades i flera länder i Sydostasien under året. Lanseringskampanjen fokuserade på att Dynamica är ett mer hygieniskt alternativ än den traditionella sopkvasten, som fortfarande är vanlig i regionen.



Äta på restaurang



Den ökade köpkraften hos hushållen i städerna har medfört att allt fler konsumenter väljer att äta på restaurang. Electrolux har etablerat ett distributionsnätverk för att sälja professionella köksprodukter till det växande segmentet inom restauranger och snabbmatställen i Sydostasien.

Luftkonditionering

Försäljningen av luftkonditioneringsutrustning har starkt bidragit till Electrolux positiva utveckling i Sydostasien under de senaste åren. Marknaden för luftkonditioneringsutrustning i regionen är nästan lika stor som för kylskåp. Konsumentinsikt visar att de flesta invånarna i de asiatiska storstäderna skulle finna ett liv utan luftkonditionering mycket svårt att uthärda.

Marknader och konkurrenter

Vitvaror

Största marknader
• Thailand
• Vietnam
• Indonesien
• Kina

Största konkurrenter

• LG
• Panasonic
• Haier Group
• Midea

Dammsugare

Största marknader
• Kina
• Thailand
• Malaysia

Största konkurrenter

• Samsung
• LG
• Dyson

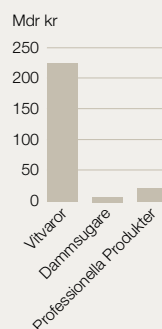
Professionella produkter

Största marknader
• Kina
• Sydkorea
• Thailand
• Malaysia
• Singapore

Största konkurrenter

• Manitowoc
• ITW
• Sailstar
• Image

Marknadsvärde



Läs mer om Electrolux verksamhet i Sydostasien. ▶54

Källa: Electrolux uppskattning.

Electrolux strategi

I vitvarubranschen är Electrolux den mest globala tillverkaren, med starka positioner i alla regioner. Electrolux är även den enda aktör som erbjuder lösningar för såväl konsumenter som professionella användare. All produktutveckling inom koncernen baseras på konsumentinsikt. Med innovativa produkter under ett starkt varumärke i premiumsegmentet och genom att dra nytta av koncernens globala styrka och räckvidd ska Electrolux skapa förutsättningar för lönsam tillväxt.



Electrolux ambition är att bli det bästa vitvaruföretaget i världen enligt aktieägare, kunder och anställda.

Produkter och tjänster

Electrolux process för konsumentbaserad produktutveckling används för alla nya produkter. Under de senaste åren har en del förändringar genomförts i processen för att ytterligare höja ambitionsnivån för vad som levereras till konsumenterna. **»36**

Varumärke

Lanseringarna av innovativa, Electrolux-märkta produkter i Europa, Nordamerika och på andra marknader i världen har stärkt koncernens position inom det globala premiumsegmentet. Att ta en betydande position i premiumsegmentet är avgörande i koncernens strategi för lönsam tillväxt. **»40**

Effektiva verksamheter

Electrolux fortsätter anpassa sin tillverkningsstruktur och genomföra effektiviseringar för ökad produktivitet. Fokus ligger på global optimering av verksamheten för att ytterligare minska kostnaderna och öka tillväxttakten. **»44**

Medarbetare

Med en innovativ kultur och anställda med olika bakgrund skapas ideala förutsättningar för att utveckla innovativa produkter, finna nya sätt att arbeta, lösa problem och prestera utöver vad som förväntas. **»46**

Hållbarhet

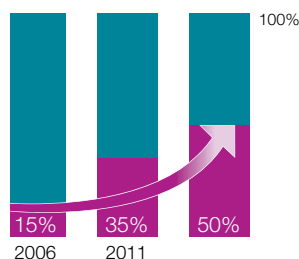
För att bli ledande i sin bransch avser Electrolux att visa hur företaget förbättrar människors liv genom att förstå deras nya behov och leverera smartare, mer resurseffektiva lösningar. **»48**

Strategi för tillväxt

Globala utmaningar

En förändrad livsstil gör att konsumenterna efterfrågar produkter som både förenklar deras liv och underlättar matlagning, klädvård och städning. Den snabba urbaniseringen världen över innebär att det blir allt mindre yta att bo på. Behovet ökar därför av tysta, kompakta hushållsprodukter som lätt kan integreras i den övriga hemmiljön. En växande, köpstark medelklass, som i allt större utsträckning bor i städer medför krav på ett effektivare utnyttjande av jordens resurser. Redan om 15 år kommer två tredjedelar av jordens befolkning att bo i områden med begränsad vattentillgång och det finns en oro för tillgången på energi. Ny teknik behövs för att kunna klara av utmaningarna.

Ökad försäljning på tillväxtmarknader över en femårsperiod



I och med förvärven av vitvarutillverkarna CTI i Chile och Olympic Group i Egypten kombinerat med organisk tillväxt har Electrolux proformaförsäljning på tillväxtmarknaderna ökat från 25 procent år 2009 till 35 procent år 2011.

Fokus på tillväxt

För att kunna växa snabbare än 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. Under 2011 genomfördes två strategiskt viktiga förvärv på snabbt växande marknader som kommer att bidra till högre organisk tillväxt på sikt.

Finansiella mål över en konjunkturcykel

Electrolux finansiella mål ska stärka koncernens ledande, globala position i branschen och bidra till att ge en god totalavkastning till Electrolux aktieägare. Målet är att växa med bibehållen lönsamhet. Samtliga nyckeltal är exklusive jämförelsestörande poster. ►►50

Rörelsemarginal på 6 procent

> 6%

Kapitalomsättningshastighet på minst 4 gånger

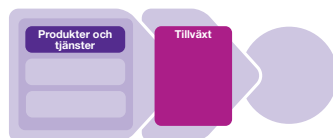
> 4

Avkastning på nettotillgångar på minst 25 procent

> 25%

Tillväxt på minst 4 procent per år

> 4%



Produkter och tjänster

Electrolux ska öka hastigheten i produktutvecklingen samtidigt som de produkter som lanseras ska tillhöra de bästa på marknaden efter ett noggrant bedömningsystem. Fokus ligger på att öka försäljningen i premiumsegmentet över hela världen. Därtill genomförs ett omfattande arbete i koncernen med att ytterligare stärka Electrolux serviceverksamhet.

Tillväxt

- Utveckla marknadens bästa produkter
- Öka produktinnovationstakten
- Ge marknadens bästa service

Electrolux utvecklar nya produkter baserade på konsumentinsikt. Varje år genomförs tusentals intervjuer och hembesök, inte bara för att observera hur konsumenterna använder sina hushållsprodukter utan också för att bedöma vad de tycker om dem. Utifrån denna information, samt genom att studera makrotrender och ny teknologi, kan Electrolux lära sig hur konsumenternas vardagliga liv ytterligare ska kunna underlättas.

Snabbare och träffsäkrare

Electrolux process för konsumentbaserad produktutveckling används i alla nya produkter. Under de senaste åren har en del förändringar genomförts i processen för att ytterligare höja ambitionsnivån för vad som levereras till konsumenterna. Genom att utöka samarbetet mellan koncernens funktioner för marknadsföring, FoU och design ska produkter kunna utvecklas snabbare och som fler konsumenter föredrar. Olika arbetslag inom dessa funktioner aktiveras runt om i världen för att öka den konsumentinsikten och marknadskunskapen. Krav har införts på att en ny produkt inte får lanseras om inte minst 70 procent av konsumenterna i en testgrupp föredrar denna framför liknande alternativ på marknaden. Tillgodoses inte kravet skickas produkten tillbaka till produktutvecklingsgruppen för omarbetning. För att mäta kundernas preferenser har Electrolux byggt upp ett regionalt nätverk i anslutning till koncernens produktionsenheter. Ett exempel på det gränsöverskridande samarbetet inom Electrolux är det nybildade kompetenscentret för matlagning. Där förenas kunskaper från experter i koncernens professionella verksamhet med konsumentverksamheten.

Electrolux i olika produktkategorier

Electrolux ska utveckla vinnare i olika produktkategorier och regioner genom att fokusera på innovationer och kostnadseffektivitet. Idag finns den starkaste globala positionen inom spisar där exem-

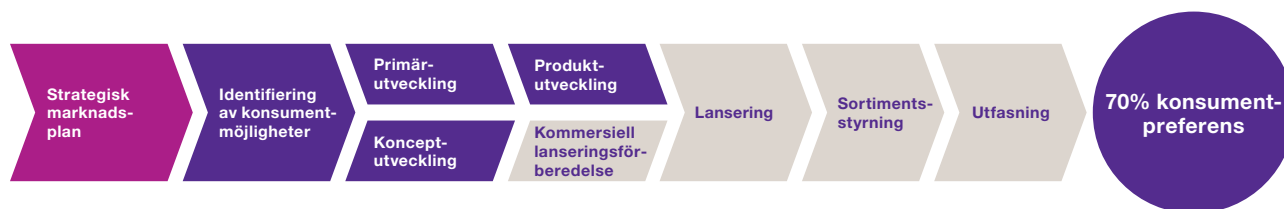
pelvis Electrolux matlagningsslösningar för världens bästa kokkar och restauranger ger fördelar vid utveckling av produkter för konsumenter. Electrolux har även en stark global position inom dammsugare och växer snabbt inom små hushållsapparater genom att utnyttja globala skalfördelar. Andra starka positioner finns inom frontmatade tvättmaskiner samt diskmaskiner, som är segment med låg penetration på de flesta marknader. Bland närliggande produktkategorier ser Electrolux en stor global potential för luftkonditioneringsutrustning och varmvattenberedare.

Globala samarbeten för 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 olika globala produkttråd inom vitvaror accelererade under 2011 med globala enheter för produktutveckling inom respektive produktområde. Detta påskyndar innovationstakten. Electrolux har idag ett antal globala produktutvecklingscentra inom vitvaror runt om i världen, som bland annat fokuserar på områden såsom induktion, ånga, inbyggnad och frontmatade tvättmaskiner. Målet är att ytterligare öka differentieringen vid lanseringar av nya produkter inom premiumsegmentet och samtidigt lönsamt kunna konkurrera i lägre prissegment. För att nå konsumenterna med produkter i de lägre prissegmenten krävs varumärkesdifferentiering, snabb produktutveckling samt effektiv tillverkning.

För att kunna erbjuda konsumenterna fler innovativa produkter i en snabbare takt etablerade Electrolux under 2011 ett globalt teknologicenter. Detta center har ansvar för att identifiera den senaste teknologin av betydelse för Electrolux globala produkt erbjudande. Fokus ligger för närvarande på utveckling av mer användarvänliga funktioner samt lösningar för bland annat högre energieffektivitet och återvinning.

Öka produktinnovationstakten



Electrolux har infört krav på att ingen ny produkt får lanseras om inte minst 70 procent av konsumenterna i en testgrupp föredrar den framför liknande alternativ på marknaden.

Vinnande strategi genom innovation och konkurrenskraftiga kostnader

| | | |
|--|---|--|
|  | Matlagning | <ul style="list-style-type: none">• Traditionellt stark kategori• Ångugnar, induktionshällar, fläktar |
|  | Kyla | <ul style="list-style-type: none">• Utmanande kategori med överkapacitet• Fokus på underkategorier med tillväxtpotential |
|  | Disk | <ul style="list-style-type: none">• Låg penetration och ett tillväxtområde; möjlighet att konvertera konsumenter från hand- till maskindisk |
|  | Tvätt | <ul style="list-style-type: none">• Största kategorin; drivs av efterfrågan på stor kapacitet och högre effektivitet |
|  | Luftkonditionering | <ul style="list-style-type: none">• Stark position i Nord- och Latinamerika; möjlighet till tillväxt |
|  | Dammsugare och små hushållsapparater | <ul style="list-style-type: none">• Stark position i Europa att bygga vidare utifrån• Lönsam verksamhet baserad på global styrka |
|  | Professionella produkter | <ul style="list-style-type: none">• Enda vitvarutillverkaren med en tydlig professionell bas• Hög tillväxt inom ersättningsprodukter genom kedjor |

Marknadens bästa service

Electrolux har en viktig roll att spela även efter att en produkt sålts – bland annat genom att erbjuda utökad service, uppgraderingar och fler tillbehör. God kundvård är en avgörande faktor för att kunna bygga långsiktiga relationer med konsumenterna och därmed underlätta för framtida försäljning. Inom Electrolux pågår omfattande projekt för att ytterligare öka medvetenheten om servicens betydelse i kontakterna med konsumenter och återförsäljare. Arbetet

har resulterat i ett globalt kundvårdsprogram som utgår från alla de goda exempel på service och kundvård som utvecklats i koncernen genom åren. Målet med programmet, som implementeras successivt på Electrolux marknader, är att stärka varumärket genom ökad kundnöjdhet samtidigt som en lönsam eftermarknadsverksamhet vidareutvecklas. Precis som vid utvecklingen av nya produkter görs intervjuer med konsumenter och återförsäljare för att kunna förvissa sig om vad som förväntas av Electrolux.

Mål 2015

Koncernens process för konsumentbaserad produktutveckling tillsammans med det utökade samarbetet mellan koncernens funktioner för marknadsföring, FoU och design ska göra det möjligt att utveckla produkter snabbare och som fler konsumenter föredrar. De viktigaste målen är:

Minska tiden från innovation till lansering med 30 procent.

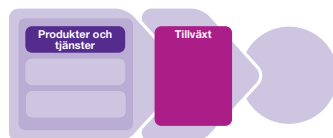
-30%

Minska antalet produktvarianter med 20 procent genom så kallad modularisering.

-20%

Öka investeringarna i utvecklingen av avancerad teknik med 20 procent.

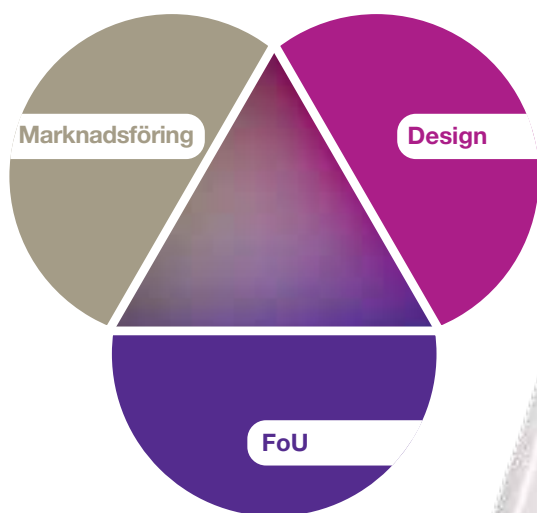
+20%



Produkter och tjänster Innovativa produkter

Electrolux utvecklar produkter som kan säljas över hela världen baserade på gemensamma, globala behov, samt produkter skräddarsydda efter lokala krav. På senare tid har Electrolux lanserat en serie nya, innovativa produkter i Asien och Latinamerika som sätter nya standarder.

Genom ett tätt samarbete mellan koncernens funktioner för marknadsföring, FoU och design – The Electrolux Innovation Triangle – kan innovativa produkter utvecklas i snabb takt.



Rent och tyst i japanska hem – Ergothree

Japan är en särskilt utmanande marknad för tillverkare av dammsugare. Japanska hem är små och utrymme ses som extra lyx. Dammsugare behöver vara tysta så att ett minimum av störningsmoment uppstår för familjemedlemmar och grannar. Dessutom vill japanska konsumenter ha ordentligt rent i sina hem och städar därför såväl ofta som grundligt. Ingen tillverkare har kunnat kombinera alla dessa behov i en enskild dammsugare – men med Electrolux Ergothree förändrades denna situation. Ergothree är en extra kompakt och lättanvänd dammsugare som designats speciellt för Japan. Den kombinerar städprestandan hos UltraOne med den låga ljudnivån hos UltraSilencer. När Ergothree lanserades i Tokyo i slutet av 2011 deltog över hundra journalister, såväl redaktörer för ledande dammtidningar och inredningsmagasin som skribenter för viktiga bloggar och nätmedia.





Perfekt teknik för fläckborttagning – Ultra Clean

Tvättmaskiner är ett segment som växer snabbt på tillväxtmarknader världen över. Ökat välbefinnande bland hushållen och låg penetration bidrar till utvecklingen. I Brasilien visade konsumentinsikt att fläckborttagning var extra viktig för landets hushåll. Electrolux nya tvättmaskin Ultra Clean löste detta problem med en penna som genom en kombination av vatten och ultraljud effektivt tar bort fläckarna på plaggen. Cirka 90 procent av deltagarna i testgruppen föredrog denna tvättmaskin framför liknande alternativ på marknaden. Ultraljud är den ultimata tekniken för klädvård, både av miljöhänsyn och ur användarperspektiv, och ger en bild av framtidens produkter. Tvättmaskinen Ultra Clean är utvecklad för premiumsegmentet och har 15 kg tvättkapacitet, som är den största kapaciteten på marknaden. Efter ett mycket positivt mottagande på den brasilianska marknaden ska Ultra Clean nu lanseras på andra marknader i regionen.



Ultra Clean utsågs till vinnare i huvudkategorin vid Electrolux Product Awards 2011. Det är andra året i rad som en produkt från Brasilien tar hem priset. År 2010 segrade det innovativa kylskåpet Infinity.



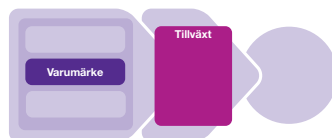
Gas och induktion i kombination – Keyhole Hob

Keyhole Hob är en unik häll som Electrolux lanserade 2010 i Kina och Sydostasien. Hällen förenar kraften från gas med kontrollen via induktion i en enkel och elegant designlösning. Konsumentundersökningar visar att gas och induktion är en perfekt kombination för asiatiska hushåll. Gasen behövs för wok och induktion för soppor som ska sjuda kontrollerat. Mottagandet bland konsumenterna har varit positivt. Hällen erhöll guldmedalj vid Singapore Design Awards 2010 såväl som två priser i Kina, Platina vid China's Most Successful Design Awards och Hong Ding som är en årlig utmärkelse från Kinas myndighet för hushållsprodukter. Electrolux har även utvecklat en speciellt anpassad fläkt till Keyhole som effektivt suger upp ånga och lukter.

Keyhole Hob var även den första induktionshällen på den asiatiska marknaden. Att laga mat på induktionshäll är såväl tidseffektivt som energisnålt, vilket bidrar till den snabba tillväxten för produktkategorin. Electrolux har som första tillverkare lanserat induktionshällar i Europa och USA.

The Innovation Triangle

Electrolux har nu den formella strukturen i koncernledningen kallad The Innovation Triangle på plats. Under 2011 etablerades de nya funktionerna teknik- och utvecklingsdirektör (CTO) och marknadsdirektör (CMO) och i början av 2012 funktionen chefsdesigner (CDO). Den innebär att FoU-, marknadsförings- och designfunktionerna ska samverka nära under hela produktutvecklingsprocessen med ett ännu tydligare kund- och konsumentfokus.



Varumärke

Att ta en betydande position i premiumsegmentet är avgörande i koncernens strategi för lönsam tillväxt. Den snabba framväxten av en stor global medelklass innebär 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.

Tillväxt

- Skapa innovativ marknadsföring
- Differentiera varumärkesplattformen
- Investera i premium-varumärken

Lanseringarna av innovativa, Electrolux-märkta produkter i Europa, Nordamerika och på andra marknader i världen har stärkt koncernens position inom det globala premiumsegmentet. Att varumärket Electrolux är ett globalt premiumvarumärke bekräftas bland annat av den omfattande lanseringen av vitvaror under varumärket Electrolux i Nordamerika år 2008. Som ett resultat av lanseringen har andelen konsumenter i USA som förknippar Electrolux med hushållsprodukter i premiumsegmentet ökat från 10 procent 2007 till närmare 70 procent 2011. Denna position ger koncernen stora fördelar när efterfrågan åter tar fart. Electrolux fokuserar även på ett antal regionala och strategiskt starka varumärken. Ett av dem är det 125 år gamla varumärket AEG. Dess långa historia och starka fokus på design och kvalitet har givit AEG en ledande position på den tyska marknaden och i Benelux-länderna och Österrike. Lanseringen av nya, innovativa AEG-märkta vitvaror i inbyggnadssegmentet i Europa under 2011 har ytterligare stärkt denna position.

Stärkt konsumentdialog med PR och Internet

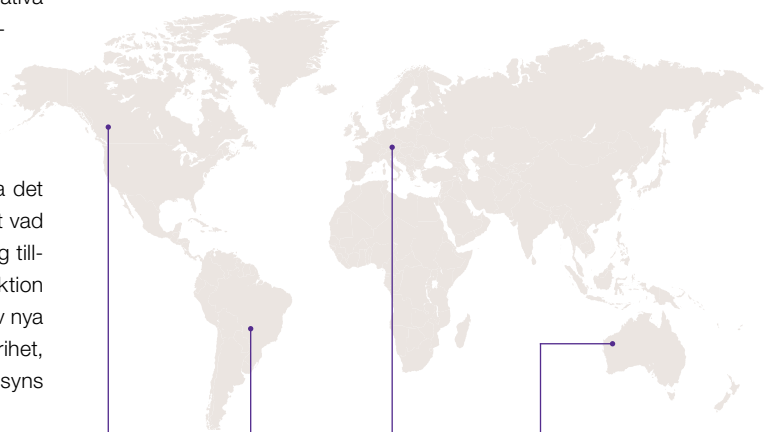
Konsumenters beslut om köp av hushållsprodukter sker allt oftare när de besöker hemsidor och deltar i sociala medier. I stället för att lansera omfattande annonskampanjer fokuserar Electrolux i allt större utsträckning på smarta och kostnadseffektiva PR- och webb-kampanjer. Målet med dessa aktiviteter är att hålla i gång dialogen med konsumenterna och skapa den uppmärksamhet kring varumärket som gör att Electrolux blir ett av de första alternativen som konsumenterna tänker på när det är dags för köp. Av de kunder som sedan köper Electrolux produkter besöker en majoritet koncernens hemsidor under köpprocessen. Det innebär att de egna 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. Besök www.electrolux.com för att läsa mer.

Professionell koppling och skandinaviskt arv

Electrolux har en unik position på marknaden som tillverkare av köks- och tvättprodukter för såväl konsumenter som professionella användare. Det som Electrolux lär sig vid utvecklingen av innovativa och effektiva lösningar för professionella kök används för att förbättra tekniken i köksprodukter för konsumenter. Att ha en kontinuerlig dialog med kockar och förse restauranger och hotell över hela världen med nya produkter och lösningar ger inte bara värdefulla insikter som kan överföras till andra delar av koncernen, det bygger även Electrolux varumärke. Att vara det främsta valet för de bästa kockarna ger Electrolux trovärdighet vad gäller kvalitet och innovation. Electrolux professionella koppling tillsammans med ett tydligt skandinaviskt arv fyller en viktig funktion vid utformningen av produkternas design och i utvecklingen av nya och hållbara produkter. Skandinaviska designvärderingar – frihet, intuition, äkthet, komfort och enkelhet – gör att produkterna syns bättre än konkurrenternas i återförsäljarnas butiker.

Innovativ marknadsföring

Electrolux Design Lab, Ergorapido, Vac from the Sea och the Cube är några exempel som tydligt visar Electrolux fokus på design, innovation och hållbarhet.



Globala och strategiska varumärken inom vitvaror

För att öka värdet ska investeringar ske i premiumvarumärken på alla marknader. Electrolux mål är att nå fler konsumentsegment med strategiska varumärken och med produkter som fler konsumenter föredrar.

| | Superpremium | Nisch-varumärken | Nisch-varumärken | Nisch-varumärken | Nisch-varumärken |
|-------------------|--------------|------------------|--------------------------|---------------------------------------|-------------------------|
| PREMIUM | | Electrolux | Electrolux | Electrolux | Electrolux |
| MELLANPRIS | | FRIGIDAIRE | Electrolux FRIGIDAIRE | AEG ZANUSSI Taktiska varumärken | Westinghouse SIMPSON |
| Lågpris | | | | | |



reddot design award
winner 2011



MUSEU DA CASA BRASILEIRA

Designpriser

Electrolux produkter erhöj ett flertal designutmärkelser under 2011 för en design som ligger i framkant och som är funktionell.

Design Lab 2011

Electrolux Design Lab är en årlig tävling som bidrar till att stärka dialogen med designstudenter om framtidens design och produktutveckling. Temat för tävlingens nionde upplaga var intelligent mobilitet. Sammanlagt 1 300 studenter från mer än 50 länder tog chansen att lämna in idéer. Adrian Mankovecký från Bratislava i Slovakien vann med sin portabla tvättmaskin för fläckborttagning.

Läs mer på www.electrolux.com/designlab



Vac from the Sea

Electrolux satsning Vac from the Sea uppmärksammar de stora mängder plastskräp som flyter omkring i haven samtidigt som det är svårt att finna tillräckligt med återvunnen plast för att producera gröna dammsugare. Vac from the Sea har blivit en av de mest framgångsrika kampanjerna i Electrolux historia. Kampanjen har bland annat hedrats av FN med utmärkelsen International Public Relations Association Golden Award. Under 2011 fortsatte Vac from the Sea sin resa i nya länder, från Taiwan och Nya Zeeland till Brasilien där lokala försäljningsteam har utformat och skapat egna aktiviteter på temat plastskräp. Läs mer på www.electrolux.com/vacfromthesea



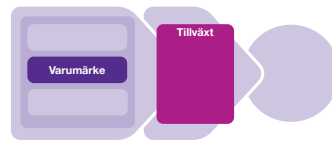
Innovativ design

Konsumentundersökningar har visat att hushållens städbeteenden har förändrats. Istället för att städa stora ytor regelbundet fanns ett behov av omedelbara städinsatser för begränsade ytor. Electrolux utvecklade därför en kombinerad, upprättstående handdammsugare – Ergorapido – med en design som gör att den kan stå framme. Mottagandet blev enormt, och ett helt nytt, globalt segment för dammsugare skapades. Även om konkurrensen vuxit kraftigt är Electrolux med Ergorapido fortfarande marknadsledande i segmentet. Sedan lanseringen år 2004 har 5,7 miljoner exemplar sålts av dammsugaren. Nya modeller av stilikonerna lanseras kontinuerligt, senast Ergorapido Plus Green.



The Cube

The Cube by Electrolux är en pop-up-restaurant som uppmärksammar Electrolux arv inom professionella produkter. Den inbjuder till en spektakulär och inspirerande matupplevelse på de mest extraordinära platser i Europa. Restaurantäventyret startade i Bryssel i Belgien under våren 2011 på toppen av Arc du Triumf du Cinquantenaire och fortsatte till Milano i Italien i slutet av 2011. Läs mer om The Cube by Electrolux på sidan 42.



The Cube by Electrolux

The Cube by Electrolux erbjuder en spektakulär och inspirerande matupplevelse med några av världens bästa kockar i köket. Bakom The Cube ligger ett nära samarbete mellan Electrolux verksamheter inom konsumentprodukter och professionella produkter.

Milano



Gastronomisk



Bryssel



Två restaurangkuber reser för närvarande runt i Europa. På varje plats de anländer till erbjuds minnesvärda matupplevelser för upp till 18 gäster per sittning. Den halvgenomskinliga byggnaden, som stannar tre till fyra månader i varje stad, placeras på spektakulära och ofta höga platser – i Bryssel på Arc du Triumf du Cinquantenaire och i Milano på Piazza del Duomo. Inne i kuben, som är av skandinavisk design, huserar Michelin-belönda stjärnkockar. Förutom att laga fantastiska måltider delar de med sig av professionella knep och tips och inspirerar gästerna att tänja på de kreativa gränserna i den egna matlagningen. Precis som på kockarnas egna restauranger tillagas maten på köksprodukter från Electrolux. I kuben används såväl professionell utrustning som utrustning avsedd för konsumentkök – bland annat ångugnar och induktionshällar.





Fotograf: Neil Farrin

Milano

utsikt

The Cube by Electrolux erbjuder gästerna en underbar och ovanlig matupplevelse. Medan gästerna njuter av middagen ges de möjlighet att interagera och få tips av världens främsta kockar. Ett stort antal av världens Michelinbelönda restauranger använder produkter från Electrolux.

Oavsett var The Cube by Electrolux sätts upp i Europa har den två viktiga uppgifter:

Att stärka premiumkänslan för varumärket Electrolux. I Belgien var det få konsumenter som förknippade Electrolux med vitvaror i de högre prissegmenten. Genom att visa på vilken betydelse Electrolux köksprodukter har för de bästa kockarna och restaurangerna, och skapa denna spektakulära plats för mötet med produkterna, har många belgare fått upp ögonen för varumärket Electrolux starka värden.

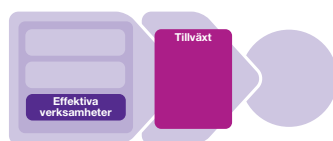
Att skapa en plats för dialog med intressenter. The Cube ger journalister, distributörer och andra intressenter möjlighet att direkt uppleva Electrolux produkters form och funktion. I Belgien har det skrivits flera hundra artiklar om The Cube by Electrolux i dagspress och facktidningar och den positiva uppmärksamhet som kuben skapat i Milano är svår att uppnå genom vanliga marknadsföringskanaler.

100%

Ett hållbart koncept

The Cube bjuder på innovativ och hållbar arkitekt- och ingenjörskonst. Den drivs på sol- och vindenergi och 100 procent av byggmaterialet är återvinningsbart. Mycket av den mat som serveras är såväl ekologisk som lokalt producerad, och dessutom tillagas den på marknadens mest energieffektiva köksutrustning – från Electrolux.

Bryssel | Milano | Stockholm | London... The Cube går vidare över hela Europa.



Effektiva verksamheter

Electrolux fortsätter att anpassa sin tillverkningsstruktur och genomföra effektiviseringar för ökad produktivitet. Fokus ligger på global optimering av verksamheten för att ytterligare minska kostnaderna och öka tillväxttakten. De under 2011 förvärvade vitvarutillverkarna i Chile och Egypten stärker koncernens konkurrenskraft.

Tillväxt

- Öka modulariseringen
- Anpassa tillverkningsstrukturen
- Optimera inköpen globalt

Electrolux fortsätter effektivisera verksamheterna genom att anpassa tillverkningskapacitet, minska overheadkostnader och accelerera ansträngningarna för att dra fördel av koncernens globala styrka och räckvidd.

Anpassning av tillverkningskapacitet

Electrolux omstruktureringsprogram, som lanserades under 2004, är nu i en avslutande fas och har hittills givit årliga besparingar på cirka 3 miljarder kronor och kostnader på cirka 8 miljarder kronor. Cirka 35 procent av tillverkningen i högkostnadsregioner (HCA) har flyttats, vilket innebär att drygt 60 procent av koncernens vitvaror idag tillverkas i lågkostnadsregioner (LCA), med närhet till snabbt växande marknader för hushållsprodukter.

De senaste årens kraftiga försvagning av efterfrågan på hushållsprodukter i USA och Europa har inneburit ett fortsatt lågt kapacitetsutnyttjande i Electrolux fabriker. Electrolux strategi är att minska exponeringen på mogna marknader och att öka försäljningen på tillväxtmarknader. För att underlätta denna satsning och samtidigt öka kapacitetsutnyttjandet kommer anpassningen av tillverkningsstrukturen att förlängas fram till 2015. Produktion kommer att fortsätta flyttas främst från Europa och USA till befintliga enheter i lågkostnadsregioner. Kostnaderna för dessa ytterligare åtgärder beräknas uppgå till 3,5 miljarder kronor och ge besparingar på minst 1,6 miljarder kronor, med full effekt från 2015. Syftet är att optimera tillverkningen över hela världen för respektive produktkategori. Förutom dammsugare och små hushållsapparater finns förutsättningar för global tillverkning av bland annat mindre kylskåp, fläktar, hållare, diskmaskiner och luftkonditioneringsutrustning.

Effektivare verksamheter

Förutom en fortsatt anpassning av tillverkningen genomförs åtgärder för att stödja den strategiska tillväxten genom minskade produktkostnader och lägre kapitalintensitet. I slutet av 2009 lanserades Global Operations inom Electrolux. Genom globala satsningar ska Electrolux ytterligare minska kostnaderna och öka effektiviteten. Satsningarna omfattar bland annat:

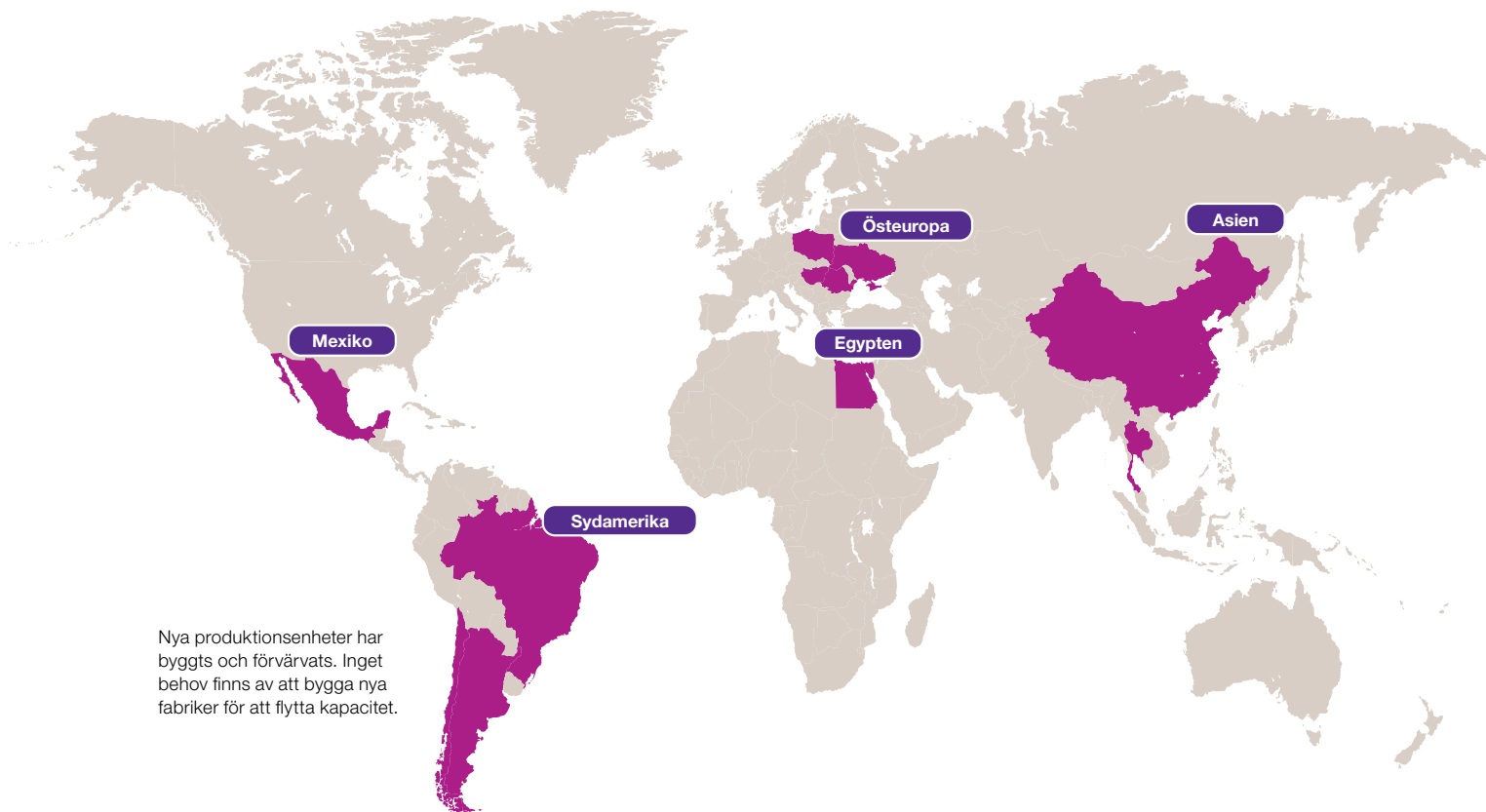
- Lägre produktkostnader genom färre varianter vid tillverkning, så kallad modularisering, och ökad andel inköp från lågkostnadsregioner.
- Minskad kapitalintensitet genom införande av gemensamma system och standarder som förbättrar effektiviteten.
- Högre produktivitet genom bland annat tätare samarbeten med underleverantörer.
- Snabbare och effektivare processer för produktutveckling genom globala, gränsöverskridande enheter för produktutveckling, design och marknadsföring.

Under 2011 började satsningarna ge tydliga resultat. Tillverkningen har optimerats och inköpskostnaderna har sänkts samtidigt som uttullningen av modulariseringen inom olika produktgrupper har accelererat. Satsningarna beräknas ge besparingar på 3 miljarder kronor per år med fullt genomslag från 2015. Kostnaderna beräknas uppgå till 1 miljard kronor för 2011 och 2012.

Dessutom genomförs en minskning av de fasta kostnaderna i alla regioner. Aktiviteterna inleddes under fjärde kvartalet 2011 och medför årliga besparingar på 680 miljoner kronor. Totala kostnader på 630 miljoner kronor belastade rörelseresultatet för 2011.

Utnyttjande av global styrka med konsumentfokus





Nya produktionsenheter har byggts och förvärvats. Inget behov finns av att bygga nya fabriker för att flytta kapacitet.

Kontinuerliga förbättringar med EMS

I arbetet med att öka effektiviteten finns redan ett program inom koncernen som minskar kostnaderna i tillverkningen och ger högre kundnöjdhet. Electrolux Manufacturing System (EMS) har sedan 2005 drivits med stor framgång i koncernen och omfattar samtliga produktionsenheter. Genom kontinuerliga förbättringar fokuserar EMS på de anställdas säkerhet, produktkvalitet, kostnader och lagerminskning samt miljöpåverkan.

Electrolux överträffade sitt energibesparingsmål på 28 procent ett år tidigare än planerat och har därmed sparat över 300 miljoner kronor i energikostnader per år sedan 2005.

Electrolux har för närvarande tillverkning i 19 länder. Moderna fabriker med hög produktivitet har under de senaste åren byggts upp i Asien, Mexiko och Östeuropa. Under 2011 vidtogs nya åtgärder inom tillverkningen. En produktionslinje för diskmaskiner ska stängas i Kinston, North Carolina, USA. Beslut togs att stänga verksamheten i L'Assomption i Kanada och flytta denna volym till en nybyggd enhet i Memphis, Tennessee, USA. Beslut togs även om att bygga en ny kylskåpsfabrik i Rayong i Thailand för att tillgodose behovet på den sydostasiatiska marknaden. Nya tillverkningsenheter har tillkommit i Chile, Argentina och Egypten genom förvärvet av CTI och Olympic Group.

Förvärv för ökad konkurrenskraft

Under 2011 genomförde Electrolux två viktiga förvärv som ska stärka koncernens konkurrenskraft och bidra till ökad försäljning på tillväxtmarknader. Förvärvet av den egyptiska vitvarutillverkaren Olympic Group ger Electrolux en ledande position inom vitvaror på de snabbt växande marknaderna i Nordafrika och Mellanöstern. Olympic Group har tio effektiva produktionsenheter för vitvaror. Förvärvet av den chilenska vitvarutillverkaren CTI stärker Electrolux ledande position i Latinamerika. CTI har tre tillverkningsenheter för vitvaror i Chile och Argentina.

Ökade inköp från lågkostnadsregioner

En rad aktiviteter har under de senaste åren genomförts för att sänka materialkostnaderna, som står för drygt hälften av koncernens totala kostnader. Andelen inköp från lågkostnadsregioner ska öka från 30 procent 2004 till cirka cirka 70 procent inom ett par år. Eftersom inköp 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.

Mål för tillverkningsstrukturen senast 2015



Drygt 60 procent av koncernens tillverkning av vitvaror tillverkas idag i lågkostnadsregioner (LCA) i anslutning till snabbt växande tillväxtmarknader. Målet är att ha 70 procent av tillverkningen i LCA. Cirka 30 procent av tillverkningskapaciteten kommer att kvarstå i högkostnadsregioner (HCA) då det är viktigt att tillverkningen av regionalt specifika produkter såsom spisar, toppmatade tvättmaskiner och större kylskåp och frysar ligger nära slutmarknaden. Produktion vid konkurrenskraftiga och effektiva fabriker kommer inte att flyttas liksom produktion inom minskande produktsegment.

LCA = Lågkostnadsregioner
HCA = Högkostnadsregioner



Medarbetare

Electrolux strävar efter att rekrytera, utveckla och behålla de bästa talangerna. Att arbeta på Electrolux ger möjligheter att göra karriär i ett globalt företag med starkt fokus på kvalitet, innovation, design och hållbarhetsarbete. Varje år hjälper medarbetarna i koncernen närmare 40 miljoner konsumenter i mer än 150 länder att välja en produkt från Electrolux.



"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 kunna utveckla innovativa produkter för olika marknader.

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 utgör tillsammans med starka värderingar fundamentet i koncernens verksamhet. Medarbetarnas passion för innovation, deras konsumentinsikt och drivkraft att uppnå resultat är utmärkande för verksamheten idag. Respekt, mångfald, integritet, etik, säkerhet och miljöarbete är grundläggande för alla anställdas förhållningssätt i kontakterna med kunder och kolleger över hela världen.

Oavsett var i världen koncernen bedriver verksamhet gäller samma höga standarder och principer för uppförande. Under 2011 initierades ett utbildningsprogram inom etik och ett så kallat whistleblowing system – the Electrolux Helpline – startades.

För mer information om att arbeta på Electrolux, besök www.electrolux.com/careers

Employee Engagement Index

Electrolux mål är att rankas som det bästa vitvaruföretaget i världen av anställda, kunder och aktieägare. Målet är att redan år 2015 av de anställda uppfattas som det bästa vitvaruföretaget. Ett av koncernens viktigaste nyckeltal för att utvärdera hur de anställda uppfattar företaget är Employee Engagement Index (EEI). EEI utvärderar medarbetarnas motivation, engagemang, samt om de upplever att målen är tydliga och hur motiverade de är att följa strategin i sitt arbete. Resultaten från EEI-undersökningarna kan jämföras med medarbetarnas uppfattningar i andra bolag. Resultatet från den senaste undersökningen visar att Electrolux medarbetare är engagerade i sitt arbete och förstår hur de kan bidra till strategin. Medarbetarna uppskattar ledarskapet och möjligheterna att påverka sitt arbete och sin personliga utveckling. Vid en extern jämförelse föll Electrolux resultat mycket väl ut i den senaste undersökningen.



Passion för innovation Nyskapande är nyckeln till framgång. Vi söker hela tiden efter nya möjligheter och nya vägar framåt. Vi är alltid öppna för bättre sätt att göra det som ska göras. Vi är inte rädda att ta risker. Med innovation menar vi allt nytt som är värdefullt för kunden.

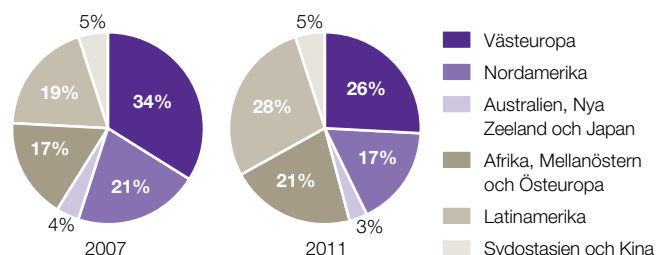


Kunden i fokus Vi är till för dem som köper och använder våra produkter. De är inte beroende av oss – det är vi som är beroende av dem. De gör oss en tjänst genom att köpa av oss. Därför styr deras behov, önsningar och synpunkter allt vi gör.



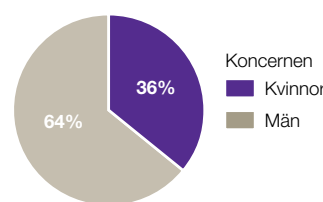
Strävan efter resultat Allt vi gör ska ha en påtaglig, mätbar nytta. Att arbeta hårt är väsentligt – men det gäller också att göra rätt saker. Vi koncentrerar oss på väsentligheterna och söker alltid raka, enkla, informella och resurssnåla arbetssätt. För oss är värde viktigare än volym.

Anställda per geografiskt område



Electrolux har cirka 58 000 anställda. Electrolux strategi att växa snabbare på tillväxtmarknader har medfört att antalet anställda i bland annat Asien och Latinamerika ökat snabbt under de senaste åren.

Könsfördelning



Inom koncernen finns ett antal viktiga verktyg för medarbetare:

- Ledarskapsutveckling
- Talent management och successionsplanering
- OLM, en intern databas för lediga tjänster
- EEI, en webbaserad medarbetarundersökning

Electrolux Award Day

För att kunna bli den bästa vitvarutillverkaren i världen uppmärksammar och belönar Electrolux enastående insatser från medarbetare som driver förändringar och åstadkommer resultat i enlighet med koncernens strategi och mål. Oavsett om det är en grupp på 20 eller två, vill Electrolux belöna fantastiska idéer.

Electrolux uppmuntrar och belönar enstående prestationer, exempelvis genom utmärkelserna The Electrolux Awards, som består av sju kategorier, vilka alla omfattar viktiga delar av koncernens strategi; Produkter och tjänster, Varumärke, Effektiva verksamheter och Hållbarhet. Nedan är de vinnande bidragen som presenterades på Electrolux Award Day den 14 februari 2012.



Koncernchef Keith McLoughlin tillsammans med vinnarna på The Electrolux Award Day den 14 februari 2012. Electrolux Award Day hålls på Electrolux huvudkontor i Stockholm dit alla finalisterna bjuds in för att presentera sina projekt.

Sustainability Award

Två vinnare – "Energy Star Partner of the Year" och "Vac from the Sea". Energy Star Partner of the Year ska stärka Electrolux relationer med kunder och andra intressenter. Vac from the Sea ökar medvetenheten om en viktig miljöfråga – betydelsen av att ta hand om vårt plastavfall och våra hav. Läs mer om Vac from the Sea på sidan 41.

EMS Best Practice Award

Fabriken i Forlì i Italien och kvalitetsförbättringsteamet inom ugnsenheten vann för sina konsistenta och innovativa framsteg i att implementera EMS-verktyg och för att leverera effektivitetsförbättringar som ger resultat.

Digital Marketing Excellence Award

Vinnare blev kampanjen "Mini Blog", från Electrolux Vitvaror i Kina. Mini Blog är ett utmärkt exempel på kraften i digital marknadsföring i kontakten med konsumenter för att bygga varumärkeskännetom.

360 Marketing Excellence Award

Kampanjen "Moment to Shine" från Electrolux Vitvaror i Sydostasien vann. Kampanjen visar på ett enastående sätt hur effektiva integrerade marknadsföringskampanjer i olika kanaler kan driva affärsresultat.

Product Award

Två vinnare – Eureka Airspeed och Apollo Maxiklasse. Dammugaren Eureka Airspeed i Nordamerika ger verkliga fördelar för konsumenterna vad gäller städresultat och användbarhet. Ugnen Apollo Maxiklasse sätter en ny standard för inbyggnadsugnar genom att ta itu med konsumenternas behov av matlagingsresultat, kapacitet och rengöring. Läs mer om Eureka Airspeed på sidan 25.

Industrial Design Award

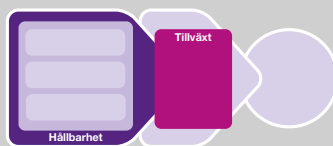
Vinnare blev hällen Keyhole Hob, från Vitvaror Asien/Stillhavsområdet, designad av Alex Gray och Scott King. Konceptet är en lysande kombination av gas och induktion som genomförs i en enkel men ändå elegant design. Läs mer om Keyhole Hob på sidan 39.

Invention Award

Andreas Psilander vann för sin uppfinning "Inline Carbonator" som erbjuder en innovativ och elegant teknisk lösning för effektiv kolsyrning av vatten.

Customer Care Award

Vinnare är teamet bakom projektet "Net Promoter Score" (NPS) som är ett utmärkt exempel på hur en enkel metod kan ge röst åt konsumenten in i hjärtat av organisationens olika funktioner och marknader. NPS är ett system som används för att mäta hur nöjd en konsument är med dina varumärken och för att mäta och identifiera de starkaste drivkrafterna till kundnöjdhet eller missbelåtenhet samt för att åstadkomma fortsatta förbättringar.



Hållbarhet

Ett framgångsrikt affärsledarskap handlar om att möta dagens behov och att vända morgondagens utmaningar till möjligheter. För Electrolux betyder det att växa på ett hållbart sätt med högsta integritet och bästa miljöprestanda.

Att förverkliga hållbarhetsmålen är av grundläggande betydelse för att kunna uppnå ledarskap inom branschen. För Electrolux är det övergripande målet för hållbarhetsarbetet att förbättra människors liv genom att förstå hur deras behov utvecklas i en föränderlig värld och därmed kunna leverera smartare och mer resurseffektiva lösningar.

Under 2010 lanserade Electrolux sin strategi för att integrera hållbarhet ännu djupare i verksamheten. Strategin är baserad på mätbara mål och har tre nyckelområden: hur produktinnovationen och marknadsföringen ska genomföras, hur verksamheten ska bedrivas, samt hur företaget ska öka medvetenheten om de frågor som har störst betydelse för branschen och konsumenterna.

En mätbar strategi

Strategin fortsätter att ge goda resultat. Electrolux överträffade sitt mål för energibesparing med 8 procentenheter redan ett år före plan och har därmed sparat över 300 Mkr per år i energikostnader sedan 2005. Aktiviteter under året har även fokuserat på att skapa intern uppslutning kring strategin och att lansera programmet "Etik på Electrolux". Future InSight – en plattform för dialog om hur koncernen kan bidra till en positiv påverkan på konsumenter, kunder, anställda, aktieägare och allmänheten – har etablerats.

Bland de kommande aktiviteterna ingår att sätta mål för de största produktkategoriernas prestanda gällande energi, vatten och kemikalier samt att förnya åtagandet för en ännu effektivare verksamhet.

Ledarskap inom hållbarhet kräver en tydlig vision samt en global uppslutning i hela organisationen. Electrolux har antagit denna utmaning. Under 2011 och för femte året i rad fick Electrolux erkännande som branschledare av det prestigefyllda Dow Jones Sustainability World Index (DJSI). Electrolux rankas därmed bland de främsta 10 procenten av världens 2 500 största företag för sina resultat inom miljö och socialt ansvar.

Tillväxt

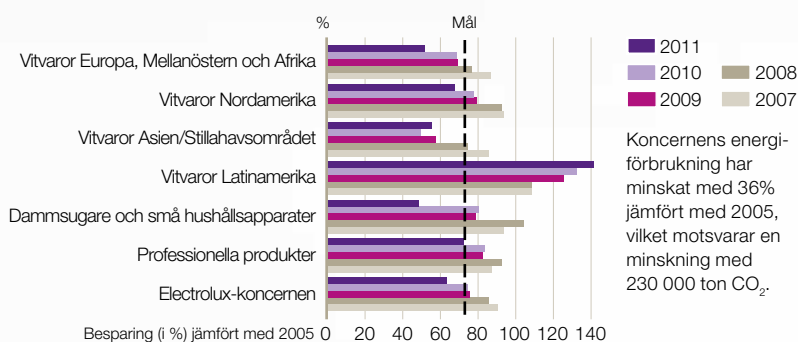
- Skapa större marknad för mer effektiva produkter
- Genom integritet och effektivitet bygga ett hållbart företag
- Stärka samarbetet längs värdekedjan

Produkter, tjänster och marknader

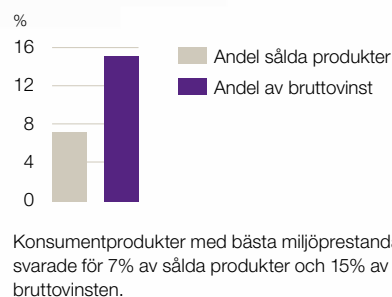
Electrolux åtagande är att göra det enklare för konsumenter att spara energi och vatten genom att driva på utvecklingen och öka marknaden för produkter som är mer effektiva över produktens hela livscykel.

- Koncernen strävar efter att höja ribban för hushållsprodukters miljöprestanda och sätter långsiktiga mål för minskning av energi- och vattenförbrukning samt för användning av kemikalier i produkter på samtliga marknader.
- Varje affärsområde har ett stort utbud av miljöledande produkter. Försäljningen inom Green Range – koncernens mest energi- och vatteneffektiva produkter – svarade för 7 procent av sålda enheter och 15 procent av bruttovinsten 2011.
- Innovationer inom hållbarhet är bland de fyra högsta prioriteringarna inom FoU-programmet. Kriterierna för Green Range har skärpts för tvättprodukter i Nordamerika och för kyl- och frysprodukter i Europa.

Energibesparingsmål 2012



Green Range globalt



Att lyckas i denna bransch handlar om att på ett hållbart sätt förbättra människors liv genom att lansera mer effektiva och prisvärda produkter på marknaden.

FN:s Global Compact

Electrolux stödjer de tio principerna i FN:s Global Compact om mänskliga rättigheter, arbetsvillkor, miljö och antikorrupktion. Electrolux etikkod, uppförandekod för arbetsplatsen, policy för motverkande av korrupktion och mutor samt miljöpolicy är alla i linje med dessa principer.



Människor och verksamhet

Electrolux strävar efter att ständigt förbättra sin verksamhet och sina affärsmetoder, så att både människor och miljö gynnas. Medarbetarna har även en aktiv roll i hållbarhetsarbetet. Alla medarbetare förväntas följa de sex vägledande hållbarhetsprinciperna som utgör "Electrolux foundation". Deras engagemang är en förutsättning för att uppnå målen i hållbarhetsstrategin.

- Ett koncernövergripande etikprogram, som omfattar både utbildning och en hjälplinje för etiska frågor, har lanserats. Först ut under 2011 var verksamheten i Latinamerika med 8 100 medarbetare.
- Koncernen har gjort framsteg med sina verksamhetsmål och överträffade 2012-års energibesparingsmål på 28 procent med 8 procentenheter. Ett nytt mål, att minska energiförbrukningen med ytterligare 3,5 procent kommer att vara vägledande för arbetet under 2012. Resultatet för 2011 är även i linje med koncernens övriga besparingsmål för 2014, vilka bland annat omfattar en 15-procentig minskning av koldioxid från transporter och en 20-procentig minskning av vattenförbrukningen.
- Inom hälsa och säkerhet har koncernen som mål att 25 procent av anläggningarna ska ha uppnått bäst-i-klanen standard för branschen senast 2016.

Under 2011 minskade olycksfrekvensen med 42 procent, vilket är några steg närmare visionen om olycksfria arbetsplatser.



Intressenter och samhälle

Electrolux har ett starkt åtagande att genom dialog, ökad medvetenhet och skapande av partnerskap stärka förtroendet för koncernen och utveckla hållbara lösningar utmed hela värdekedjan.

- Företaget har utsetts till US Energy Star Partner of the Year for Appliances.
- Future InSight har lanserats. Denna strategirapport utgör en plattform för dialog om den roll som Electrolux har när det gäller att hantera de globala utmaningarna och de möjligheter som skapas genom att anta dessa utmaningar.
- Partnerskap har etablerats med intressenter genom hela värdekedjan, exempelvis genom att engagera leverantörer i koncernens energiminskingsmål och att aktivt delta i utvecklingen av teknologin för så kallade smarta nät.

Läs mer i koncernens hållbarhetsredovisning, baserad på GRI-kriterier, som återfinns i årsredovisningen på nätet.



Finansiella mål över en konjunkturcykel

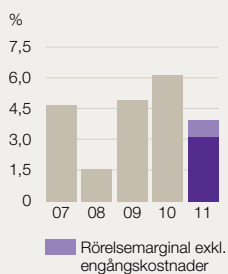
Electrolux finansiella mål syftar till att skapa aktieägarvärde. Förutom att behålla och stärka koncernens ledande, globala position i branschen ska målen bidra till att ge en god totalavkastning till Electrolux aktieägare. Svag efterfrågetveckling på Electrolux största marknader bidrog till att endast ett av fyra mål infriades under 2011.

Rörelsemarginal på minst 6 procent

Under 2011 nådde Electrolux en rörelsemarginal på 3,9 procent, exklusive jämförelsestörande poster och engångskostnader. Den lägre rörelsemarginalen jämfört med året innan berodde på svagare efterfrågan på mogna marknader, prispress, på högre råvarukostnader och engångskostnader. Med bibehållet fokus på innovativa produkter, starka varumärken, effektiva verksamheter och ökad försäljning inom lönsamma produktkategorier och på snabbt växande marknader ska Electrolux förbättra lönsamheten. Rörelsemarginalen kommer att variera framöver beroende på det allmänna konjunkturläget och utvecklingen på marknaden för hushållsprodukter. Electrolux mål för rörelsemarginalen avser ett genomsnitt över en konjunkturcykel.



Rörelsemarginal



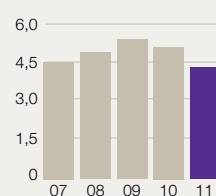
Rörelsemarginalen exklusive jämförelsestörande poster och kostnader av engångskaraktär uppgick till 3,9% (6,1). Svag efterfrågan på de mogna marknaderna, prispress och ökade kostnader för råmaterial hade en negativ inverkan.



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 för att minska rörelsekapitalet intensifierats. Allt från leverantörsavtal och lagerhantering till kundfakturerings 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. Genom att binda mindre kapital i verksamheten skapas förutsättningar för snabb och lönsam tillväxt. Kapitalomsättningshastigheten uppgick till 4,3 gånger för 2011, vilket är högre än målet.

Kapitalomsättningshastighet



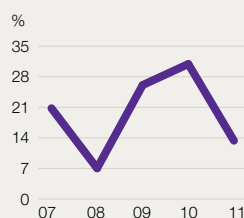
Kapitalomsättningshastigheten uppgick till 4,3 (5,1) och var högre än målet. Den lägre kapitalomsättningen 2010 kan hänföras till extra pensionsinbetalningar på 4 Mdr kr. Kapitalomsättningshastigheten för 2010 har påverkats av förvärven av Olympic Group och CTI under 2011.

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 som når målet på 6 procent och en kapitalomsättningshastighet på minst 4 gånger blir Electrolux avkastning på nettotillgångarna (RONA) minst 25 procent. Under 2011 noterades 13,5 procent, vilket är lägre än målet. Nettotillgångarna har påverkats av förvärven av CTI och Olympic Group.

> 25%

Avkastning på nettotillgångar



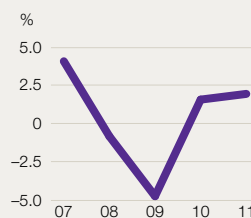
Avkastningen på nettotillgångarna var 13,5% (31,0) exklusive jämförelsestörande poster. Nettotillgångarna har påverkats av förvärven av Olympic Group och CTI och engångsposter.

> 4%

Tillväxt på minst 4 procent i genomsnitt per år

Tillväxten inklusive förvärv uppgick till 1,9 procent mätt i jämförbara valutor. Den svaga efterfrågeutvecklingen på Electrolux största marknader Europa och USA påverkade försäljningen negativt. För att kunna växa snabbare än marknaden fortsätter Electrolux stärka sin position inom 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. Under 2011 genomfördes två strategiskt viktiga förvärv på snabbt växande marknader som kommer att avgörande bidra till högre organisk tillväxt. Med förvärvet av egyptiska vitvarutillverkaren Olympic Group får Electrolux en marknadsledande position i Nordafrika och Mellanöstern. Med förvärvet av den chilenska vitvarutillverkaren CTI stärker Electrolux ytterligare sin ledande position i Latinamerika.

Försäljningstillväxt



Nettoomsättningen ökade med 1,9% i jämförbara valutor. Förvärv påverkade nettoomsättningen med 1,7%.

Samtliga nyckeltal är exklusive jämförelsestörande poster.

Våra framgångar

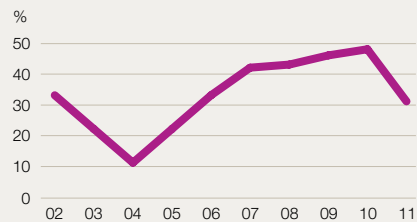
Electrolux har genomgått en dynamisk omvandling till ett innovativt, konsumentfokuserat företag och transformerat sina verksamheter runt om i världen, vilket beskrivits i årsredovisningarna för 2006–2010. Nu är strategin att växa på tillväxtmarknader. Läs mer om Electrolux tillväxtstrategi i Sydostasien på sidan 54.

2006



Vi har omvandlat dammsugarverksamheten.

Avkastning på nettotillgångar inom dammsugarverksamheten



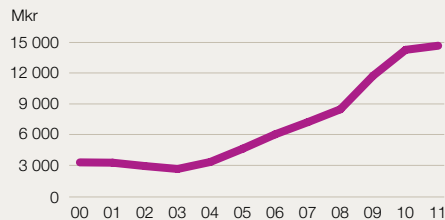
Marknaden för dammsugare genomgick en snabb omvandling i slutet av 1990-talet. Hård konkurrens och låg lönsamhet skapade behov av förändringar. Detta ledde till en kraftfull omvandling av koncernens dammsugarverksamhet. Verksamheten har efter denna omvandling uppvisat en ytterst god utveckling. Avkastningen på nettotillgångar har påverkats av förvärvet av CTI 2011.

2007



Vändningen av verksamheten i Brasilien.

Snabb tillväxt i Brasilien



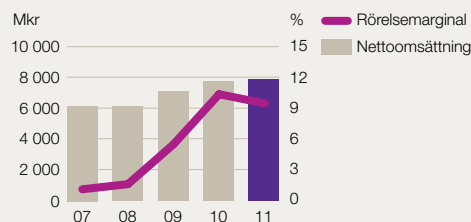
Electrolux kom in på den brasilianska marknaden 1996 genom förvärvet av Refripar, en av de största vitvarutillverkarna i landet. Refripars produkter var positionerade i lågprissegmentet och företaget hade höga produktionskostnader. Idag är Electrolux ett av de ledande varumärkena för vitvaror i Brasilien,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

2008



Framgång i Australien.

Nettoomsättning och marginal för Vitvaror Asien/Stillahavsområdet



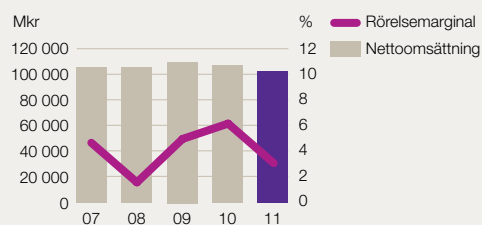
I Australien har koncernen vänt en olönsam verksamhet, förvärvad 2001, inom vitvaror genom att fokusera på nya produkter i de högre prissegmenten, bygga upp varumärket Electrolux och genom att omstrukturerat och effektiviserat tillverkningen.

2009



På rätt spår genom recessionen.

Nettoomsättning och rörelsemarginal



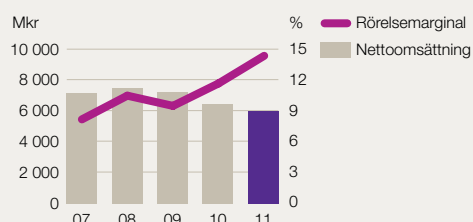
Electrolux utveckling under recessionen visar på effektiviteten i strategin. Innovativa produkter, investeringar i varumärket Electrolux och fokus på starka kassaflöden och större kostnadseffektivitet har betalat sig. Electrolux kom ut starkare än någonsin ur recessionen.

2010



Omvandling av Professionella Produkter.

Nettoomsättning och rörelsemarginal för Professionella Produkter



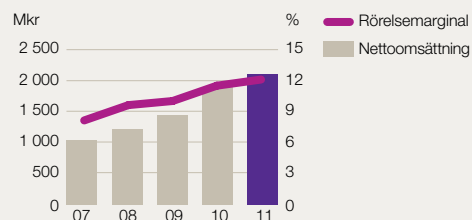
En hög innovationsnivå och förbättrad kostnadseffektivitet i kombination med ett globalt premiumvarumärke och ett globalt servicenätverk ledde till en rekordhög rörelsemarginal för Professionella Produkter.

2011



Lönsamma och snabbt växande verksamheter i Sydostasien.

Nettoomsättning och rörelsemarginal i Sydostasien



Med ett starkt varumärke, produkter anpassade till regionens specifika behov samt genom effektiv marknadsföring och distribution har Electrolux vuxit snabbt och med hög lönsamhet i Sydostasien.

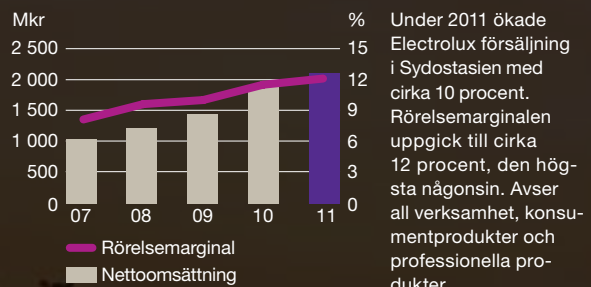
Electrolux i Sydostasien

Lönsamma och snabbt växande verksamheter

Electrolux har funnits på den sydostasiatiska marknaden sedan slutet av 1970-talet främst genom försäljning av dammsugare men också genom försäljning av vitvaror via distributörer samt produkter för professionella användare. Verksamheten har vuxit i takt med de snabbt växande ekonomierna i regionen.

Varumärket Electrolux var redan från början positionerat i premiumsegmentet. Fokus har legat på att etablera en stark ställning i olika nischer av marknaden för att kunna skapa en plattform för bredare expansion. Den marknadsledande positionen som Electrolux tidigt etablerade inom frontmatade tvättmaskiner har kunnat användas för att växa inom produkter för köket. Under 2011 ökade försäljningen med cirka 10 procent med en rörelsemarginal på 12 procent. Med ett starkt varumärke, produkter anpassade till regionens specifika behov samt genom en effektiv marknadsföring och distribution ska Electrolux fortsätta växa snabbt och med hög lönsamhet i Sydostasien.

Nettoomsättning och rörelsemarginal, Sydostasien



1 Investeringar i ett starkt varumärke...

I Sydostasien har pris traditionellt haft större inflytande över köpbeslut än varumärke, men den snabbt framväxande medelklassen i städerna väljer i allt större utsträckning produkter i premiumsegmentet och gärna från europeiska tillverkare. Dessa konsumenter anpassar sig snabbt till ny teknik. Stora produkter som kylskåp placeras ofta i vardagsrummet därför är en tilltalande design viktig. Electrolux strategi har alltid varit att lansera innovativa produkter i de högre prissegmenten under varumärket Electrolux. Denna strategi har medfört att koncernen idag har en stark position i premiumsegmentet i alla länder i regionen och ett varumärke som associeras till europeisk kvalitet.

2 ...fler innovativa produkter anpassade till de asiatiska hushållens behov...

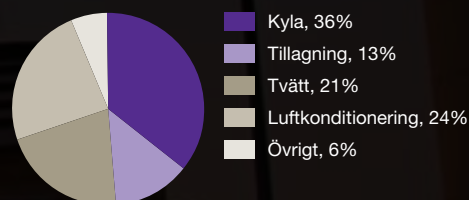
De innovativa produkter som Electrolux utvecklat för de sydostasiatiska hushållens specifika behov vad gäller temperatur, fukt och matkultur har resulterat i kraftig tillväxt och ökande marknadsandelar. Electrolux har fokuserat på ett begränsat och starkt erbjudande inom exempelvis frontmatade tvättmaskiner och inbyggdprodukter för köket. Den plattform som dessa erbjudanden skapat ger utrymme för en bredare produktexpansion framöver. Under 2012 kommer Electrolux att lansera nya, innovativa kylskåp, toppmatade tvättmaskiner och fristående spisar inom premiumsegmentet.

- 1 Etablera Electrolux som ett premiumvarumärke i hela regionen.
- 2 Investera i nya produkter anpassade till de asiatiska konsumenternas behov och bredda produkterbjudandet.
- 3 Ta fram effektiva marknadsföringskampanjer och öka närvaron i butikerna.
- 4 Etablera konkurrenskraftig tillverkning nära marknaden och effektiv distribution.

Hög tillväxt

Sydostasien består av Singapore, Vietnam, Indonesien, Filippinerna, Malaysia och Thailand. Regionen, med sammanlagt 523 miljoner invånare, uppvisar såväl en snabb urbanisering som befolkningstillväxt. BNP per capita uppgick i snitt till 3 400 USD 2010 och bedöms fortsätta öka snabbt under kommande år. När välståndet ökar prioriterar konsumenter i första hand köp av kylskåp, tvättmaskiner och luftkonditioneringsutrustning. Bland den snabbt växande medelklassen i städerna ökar efterfrågan på hushållsprodukter i de högre prissegmenten.

Andelar av marknaden för vitvaror



3 ...försäljning direkt i butik och starka kampanjer...

Asiatiska konsumenter tar ofta köpbeslut direkt i butik. Electrolux har byggt upp en effektiv säljorganisation för att möta kunderna i butikerna och för att där kunna demonstrera produkternas funktioner. Konkurrensen om kunderna är ofta hård, vilket kräver att butikspersonalen får stöd av starka marknadskampanjer och smart skyltning. Täta samarbeten med ledande återförsäljare i regionen är en del av Electrolux strategi för att kunna öka försäljningen.



4 ...med en effektiv tillverkning och distribution...

De flesta vitvaror som Electrolux säljer i regionen tillverkas i koncernens moderna och effektiva fabriker i Thailand. Produkternas höga kvalitet framgår bland annat av det rekordlåga servicebehovet under 2011. Under året togs beslut om att bygga en ny kylskåpsfabrik i Rayong i Thailand för att tillgodose ökad efterfrågan i regionen. Fokus ligger även på en fortsatt minskning av rörelsekapitalet för att frigöra resurser för investeringar i nya produkter och mer marknadsföring.



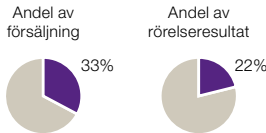
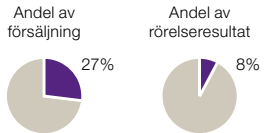
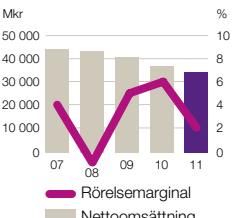
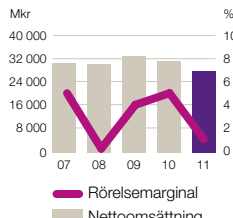
...ska ge fortsatt lönsam tillväxt.

Ett starkt varumärke och ett bredare produkterbjudande tillsammans med ett ännu tätare samarbete med återförsäljarna i regionen ska leda till fortsatt snabb tillväxt och hög lönsamhet.

Affärsområden i korthet 2011

Detta är Electrolux affärsområden. 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?

Vitvaror

| | Europa, Mellanöstern och Afrika | Nordamerika |
|---|---|--|
| | <p>Jonas Samuelson Chef för Europa, Mellanöstern och Afrika</p>  | <p>Jack Truong Chef för Nordamerika</p>  |
| Genomsnittligt antal anställda | 20 847 | 11 174 |
| Andel av försäljning och andel av rörelseresultat | <p>Andel av försäljning: 33%</p> <p>Andel av rörelseresultat: 22%</p>  | <p>Andel av försäljning: 27%</p> <p>Andel av rörelseresultat: 8%</p>  |
| Electrolux organiska tillväxtstrategi | <ul style="list-style-type: none"> Växa i specifika produktkategorier, t.ex. inbyggnadsprodukter. Växa på tillväxtmarknader i Östeuropa, Mellanöstern och Afrika. Marknadsföra energi- och vatteneffektiva produkter. Utöka produktsortimentet. | <ul style="list-style-type: none"> Ta en stark, långsiktig position i det lönsamma premiumsegmentet. Expandera via nya försäljningskanaler. Utöka produktsortimentet. Marknadsföra vatten- och energieffektiva produkter |
| Marknadstillväxt | <ul style="list-style-type: none"> Totala efterfrågan på den europeiska marknaden var oförändrad under 2011. Efterfrågan i Västeuropa minskade med 3%. Efterfrågan i Östeuropa ökade med 9% framför allt tack vare ökad efterfrågan i Ryssland. | <ul style="list-style-type: none"> Totala efterfrågan minskade med 4%. Efterfrågan på luftkonditioneringsutrustning visade stark tillväxt och ökade med nästan 20%. |
| Electrolux marknadsandel | Vitvaror i Västeuropa 16% Vitvaror i Östeuropa 14% Vitvaror i Egypten 30% | Vitvaror 21% |
| Marknadens karaktär, drivkrafter och försäljningskanaler | <p>Marknadens karaktär</p> <ul style="list-style-type: none"> Komplex marknad med olika varumärken i olika länder med olika inköpsmönster. Låg konsolideringsgrad bland tillverkare. <p>Drivkrafter</p> <ul style="list-style-type: none"> Ersättning av ej fungerande produkt. Nybyggnation och renovering. Design. Energi- och vatteneffektiva produkter. Förbättrad köpkraft bland hushållen i Östeuropa, Mellanöstern och Afrika. <p>Försäljningskanaler</p> <ul style="list-style-type: none"> Många små, lokala och fristående återförsäljare. Ökande andel av försäljningen via köksspecialister. | <p>Marknadens karaktär</p> <ul style="list-style-type: none"> Likartade inköpsmönster på hela marknaden. Hög konsolideringsgrad bland tillverkare och återförsäljare. <p>Drivkrafter</p> <ul style="list-style-type: none"> Ersättning av ej fungerande produkt. Nybyggnation och renovering. Design. Energi- och vatteneffektiva produkter. <p>Försäljningskanaler</p> <ul style="list-style-type: none"> Köksspecialisternas andel av marknaden är liten. Fyra största återförsäljarna har 70% av marknaden. |
| Största konkurrenter | Bosch-Siemens, Indesit, Whirlpool. | Whirlpool, General Electric, LG, Samsung. |
| 2011 i korthet | <ul style="list-style-type: none"> Olympic Group förvärvades. Rörelseresultatet minskade främst som ett resultat av lägre försäljningspriser och en försämrad landsmix på grund av ökad försäljning i Östeuropa och lägre försäljning i Västeuropa. Produktmixen förbättrades som ett resultat av lyckade lanseringar av nya premiumprodukter. Högre kostnader för råmaterial och minskning av bemanning påverkade rörelseresultatet negativt. | <ul style="list-style-type: none"> Försäljningen minskade på grund av lägre försäljningsvolym. Rörelseresultatet försämrades framför allt på grund av lägre försäljningsvolym och minskat kapacitetsutnyttjande inom tillverknigen. Ökade kostnader för råmaterial, sourcadede produkter och transporter hade en negativ påverkan på rörelseresultatet. |
| Nettoomsättning och rörelsemarginal |  |  |

Dammsugare och småapparater

Professionella Produkter

| Latinamerika | Asien/ Stillahavsområdet | Henrik Bergström | Alberto Zanata |
|---|---|---|--|
| <p>Ruy Hirschheimer Chef för Latinamerika</p>  | <p>Gunilla Nordström Chef för Asien/ Stillahavsområdet</p>  | <p>Henrik Bergström Chef för Dammsugare och småapparater</p>  | <p>Alberto Zanata Chef för Professionella Produkter</p>  |
| <p>11 537</p> | <p>3 296</p> | <p>2 572</p> | <p>2 581</p> |
| <p>Andel av försäljning: 18% Andel av rörelseresultat: 26%</p>  | <p>Andel av försäljning: 8% Andel av rörelseresultat: 23%</p>  | <p>Andel av försäljning: 8% Andel av rörelseresultat: 17%</p>  | <p>Andel av försäljning: 6% Andel av rörelseresultat: 27%</p>  |
| <ul style="list-style-type: none"> Växa på marknader utanför Brasilien, såsom Argentina och Mexiko. Stärka positionen i Brasilien. Utöka produktsortimentet. | <ul style="list-style-type: none"> Växa i premiumsegmentet. Marknadsföra vatten- och energieffektiva produkter. Växa i Sydostasien. Investera i nya produkter anpassade till asiatiska konsumenters behov och bredda produkterbjudandet. | <ul style="list-style-type: none"> Växa på tillväxtmarknader. Växa inom mindre hushållsapparater. Växa i premiumsegmentet. Utöka produktsortimentet. | <ul style="list-style-type: none"> Investeringar i produktutveckling och koncentration av produktportfölj. Fokus på Electrolux som ett globalt varumärke. Utveckling av ett globalt servicenätverk. |
| <ul style="list-style-type: none"> Stark marknadstillväxt över hela regionen som ett resultat av förbättrad köpkraft bland hushållen. | <ul style="list-style-type: none"> Efterfrågan på vitvaror i Australien ökade något. Efterfrågan i Sydostasien och Kina visade kraftig tillväxt. | <ul style="list-style-type: none"> Efterfrågan på dammsugare minskade i Europa och Nordamerika. Efterfrågan på små hushållsapparater visade stark tillväxt på många marknader, t.ex. i Latinamerika. | <ul style="list-style-type: none"> Den globala efterfrågan bedöms ha minskat något. |
| <ul style="list-style-type: none"> Electrolux har en ledande position i Brasilien. Genom CTI är koncernen nummer ett i Chile och har en ledande position i Argentina. | <p>Vitvaror 41% i Australien, liten men växande marknadsandel i Sydostasien.</p> | <p>Ledande positioner på marknader såsom Latinamerika, Europa och Nordamerika.</p> | <p>Kök 9% i Västeuropa. Tvätt 22% i Västeuropa.</p> |
| <p>Marknadens karaktär</p> <ul style="list-style-type: none"> Huvuddelen av tillverkningen är inhemsk på grund av höga importtullar och logistikkostnader. Relativt hög konsolideringsgrad bland tillverkarna. <p>Drivkrafter</p> <ul style="list-style-type: none"> Förbättrad köpkraft bland hushållen. Växande medelklass. <p>Försäljningskanaler</p> <ul style="list-style-type: none"> Hög konsolideringsgrad bland återförsäljare, framför allt i Brasilien. | <p>Marknadens karaktär</p> <ul style="list-style-type: none"> Ingen tydlig marknadsledare i regionen som helhet. Relativt hög konsolideringsgrad i Australien och Kina. Sydostasiatiska konsumenter väljer gärna europeiska varumärken, men deras marknadsandel är ännu små. <p>Drivkrafter</p> <ul style="list-style-type: none"> Asien Förbättrad köpkraft. Växande medelklass. Australien Ersättning av ej fungerande produkt, nybyggnation och renovering. Design. Vatteneffektiva produkter. <p>Försäljningskanaler</p> <ul style="list-style-type: none"> Asien Merparten av försäljningen via små, lokala återförsäljare. I städerna säljs en stor del av vitvarorna i varuhus, på stormarknader eller via återförsäljarkedjor. I Kina dominerar två stora återförsäljare marknaden. Australien Fem stora butikskedjor har cirka 90% av marknaden. | <p>Marknadens karaktär</p> <ul style="list-style-type: none"> Globaliserad industri. Merparten av tillverkningen sker i lågkostnadsregioner. <p>Drivkrafter</p> <ul style="list-style-type: none"> Tillväxtmarknader: Stigande inkomstnivå och ökade krav på hygien. Mogna marknader: Ersättning av ej fungerande produkt. Design och innovationer. Behov av kompakta produkter på grund av växande antal små hushåll. <p>Försäljningskanaler</p> <ul style="list-style-type: none"> Merparten av försäljningen sker på varuhus, stormarknader eller via återförsäljarkedjor. | <p>Marknadens karaktär</p> <ul style="list-style-type: none"> Kök Hälften av all utrustning säljs i Nordamerika. Europeiska marknaden domineras av många små, fristående restauranger. Tvätt Fem största tillverkarna har cirka 55% av globala marknaden. <p>Drivkrafter</p> <ul style="list-style-type: none"> Energi- och vatteneffektiva produkter. Amerikanska snabbmatskedjor expanderar. Utbyte av uttjänt produkt. Växande befolkning. <p>Försäljningskanaler</p> <ul style="list-style-type: none"> Kök Hög grad av konsolidering av återförsäljare i Nordamerika. Fragmenterad marknad i Europa. Tvätt Stor andel direktförsäljning även om trenden går mot ökad försäljning via återförsäljare. |
| <p>Whirlpool, Mabe.</p> | <p>Fischer & Paykel, Samsung, LG, Haier, Panasonic, Midea.</p> | <p>Dyson, Miele, Bosch-Siemens, Samsung, LG, SEB Group, Whirlpool, Black & Decker, Philips, TTI Group (Dirt Devil, Vax and Hoover), Bissel.</p> | <p>Ali Group, Rational, Primus, ITW, Alliance.</p> |
| <ul style="list-style-type: none"> Försäljningen ökade som en följd av högre försäljningsvolym och Electrolux fortsatte att ta marknadsandel i Brasilien och på andra marknader i Latinamerika. Försäljningen har påverkats positivt av förvärvet av CTI. Rörelseresultatet försämrades p.g.a försämrad kundmix och ökade kostnader för råmaterial. | <ul style="list-style-type: none"> Försäljningen i Australien sjönk, framför allt som ett resultat av prispress på marknaden. Försäljningen i Sydostasien och Kina fortsatte att växa starkt och Electrolux bedöms ha tagit marknadsandelar. Verksamheten i Sydostasien visade fortsatt god lönsamhet under 2011. | <ul style="list-style-type: none"> Ökad försäljning av premiumdammsugare i Europa och dammsugarserien Eureka Airspeed i Nordamerika samt stark försäljningstillväxt för sladdlösa batteridammsugare i de flesta regioner påverkade produktmixen positivt. Rörelseresultatet minskade p.g.a. lägre försäljningspriser och ökade kostnader för sourcede produkter. | <ul style="list-style-type: none"> Rörelseresultatet för köksutrustning försämrades som en följd av lägre försäljningsvolym framför allt i Sydeuropa där Electrolux har en stark position. Rörelseresultatet för tvättprodukter ökade tack vare prishöjningar och högre försäljningsvolym. Rörelseresultatet för hela affärsområdet förbättrades. |
|  <p>Mkr: 0, 4000, 8000, 12000, 16000, 20000 %: 0, 2, 4, 6, 8, 10</p> <p>— Rörelsemarginal ■ Nettoomsättning</p> |  <p>Mkr: 0, 2000, 4000, 6000, 8000, 10000 %: 0, 3, 6, 9, 12, 15</p> <p>— Rörelsemarginal ■ Nettoomsättning</p> |  <p>Mkr: 0, 2000, 4000, 6000, 8000, 10000 %: 0, 3, 6, 9, 12, 15</p> <p>— Rörelsemarginal ■ Nettoomsättning</p> |  <p>Mkr: 0, 2000, 4000, 6000, 8000, 10000 %: 0, 3, 6, 9, 12, 15</p> <p>— Rörelsemarginal ■ Nettoomsättning</p> |

Koncernledning

Keith McLoughlin



Verkställande direktör och koncernchef

Född 1956. B.S. Eng. I koncernledningen sedan 2003.

Ledande befattningar inom DuPont i 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. Chef för Global Operations inom Vitvaror 2009. Verkställande direktör och koncernchef i AB Electrolux 2011.

Styrelseledamot i Briggs & Stratton Corporation.

Innehav i AB Electrolux: 63 913 B-aktier.



Henrik Bergström



Chef för Dammsugare och småapparater

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. Chef för Dammsugare och småapparater och vice verkställande direktör i AB Electrolux 2010.

Innehav i AB Electrolux: 6 621 B-aktier.



Jan Brockmann



Teknik- och utvecklingsdirektör

Född 1966. M. Sc. in Mechanical Engineering, M.B.A. I koncernledningen sedan 2011.

Ledande befattningar inom Valeo Group 1994–1999. Projektchef i Roland Berger Strategy Consultants GmbH 2000–2001. Chefsbefattningar inom Volkswagen Group 2001–2010. Anställd i Electrolux som chef för FoU inom Vitvaror 2010. Teknik- och utvecklingsdirektör för koncernen 2011.

Innehav i AB Electrolux: 1 999 B-aktier.



Tomas Eliasson



Ekonomi- och finansdirektör

fr.o.m. 13 februari 2012.

Född 1962. Civ. ekon. I koncernledningen sedan 2012.

Ledande befattningar i ABB-koncernen 1987–2002. Ekonomidirektör i Seco Tools AB 2002–2006. Ekonomi- och finansdirektör i ASSA ABLOY AB 2006–2012.

Innehav i AB Electrolux: 0 aktier.



Ruy Hirschheimer



Chef för Vitvaror Latinamerika

Född 1948. M.B.A. Doktorsprogram i företagsekonomi. I koncernledningen sedan 2008.

Executive Vice-President i Alcoa Aluminum i 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. i 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: 35 877 B-aktier.



MaryKay Kopf



Marknadsdirektör

Född 1965. B.S. Finance. M.B.A. I koncernledningen sedan 2011.

Ledande befattningar inom DuPont i Nordamerika, Europa, Mellanöstern och Afrika och globalt 1991–2003. Anställd i Electrolux som marknadschef för Vitvaror Nordamerika 2003. Marknadsdirektör för koncernen 2011.

Innehav i AB Electrolux: 4 136 B-aktier.



Stefano Marzano



Chefsdesigner fr.o.m. 10 januari 2012.

Född 1950. Doktorexamen i arkitektur. I koncernledningen sedan 2012.

Senior designer, Philips-IRE Major Domestic Appliances Division 1973–1978. Design Group Leader, Philips Data Systems and Telecommunications Division 1978–1982. Director, Philips-Ire Design Centre (Major Domestic Appliances Division) 1982–1989. Vice-President and Head of Corporate Industrial Design, Whirlpool International (Whirlpool och Philips joint venture) 1989–1991. Executive Vice President och Chief Design Officer, Philips 1991–2011. Anställd i Electrolux som chefsdesigner för koncernen 2012.

Innehav i AB Electrolux: 0 aktier (10 januari 2012).



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 Atlas Copco AB.

Innehav i AB Electrolux: 6 166 B-aktier.



Lars Worsøe Petersen

Personaldirektör

 Född 1958. M.Econ. I koncernledningen sedan 2011.

Anställd i Electrolux som personalchef för Electrolux i Danmark 1994. Personalchef för Electrolux Vitvaror Europa 1999–2000. Chef för Electrolux Holding A/S i Danmark 2000–2002. Personalchef för Electrolux Vitvaror Nordamerika 2002–2005. Chef för koncernstab Personal i Husqvarna AB 2005–2011. Återanställdes i AB Electrolux som chef för koncernens personal- och organisationsutveckling 2011.

Innehav i AB Electrolux: 0 aktier.



Jonas Samuelson

Chef för Vitvaror Europa, Mellanöstern och Afrika

Född 1968. Civ. ekon. I koncernledningen sedan 2008.

Befattningar inom affärsutveckling och finans i General Motors i 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. Ekonomi- och finansdirektör i AB Electrolux 2008–2011 samt chef för Global Operations inom Vitvaror under 2011. Chef för Vitvaror Europa, Mellanöstern och Afrika och vice verkställande direktör i AB Electrolux 2011.


Styrelseledamot i Polygon AB.

Innehav i AB Electrolux: 5 004 B-aktier.



Jack Truong

Chef för Vitvaror Nordamerika

 Född 1962. Ph.D. Chem. Eng. I koncernledningen sedan 2011.


Befattningar inom FoU och företagsledning i 3M i USA 1989–1997. Business Director i 3M Home Care Business, Europe, Middle East and North Africa 1997–2001. Verkställande direktör för 3M Thailand Ltd. 2001–2003. Vice-President och General Manager för 3M Global Office Supplies Division 2003–2009. Vice-President och General Manager för 3M Global Construction and Home Improvement Division 2009–2011. Anställd i AB Electrolux som chef för Vitvaror Nordamerika och vice verkställande direktör i AB Electrolux 2011.

Innehav i AB Electrolux: 0 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 Wahlin Advokatbyrå 1998. Anställd i Electrolux som chefsjurist med ansvar för rättsfrågor, immateriella rättigheter, riskhantering och säkerhet 1999.

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

Innehav i AB Electrolux: 14 410 B-aktier.



Alberto Zanata

Chef för Professionella Produkter

Född 1960. Universitetsexamen i elektroteknik 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: 16 364 B-aktier.



Förändringar i koncernledningen

Tomas Eliasson tillträdde som ekonomi- och finansdirektör i Electrolux i februari 2012. Hans företrädare Jonas Samuelson har utnämnts till chef för Vitvaror Europa, Mellanöstern och Afrika. Han efterträdde Enderson Guimarães som har lämnat koncernen.

Stefano Marzano anställdes som chefsdesigner i Electrolux i januari 2012.

Lars Worsøe Petersen anställdes som personaldirektör i oktober 2011. Han efterträdde Carina Malmgren Heander som blivit chef för en ny affärsenhet inom konsumentprodukter med professionella lösningar.

Jack Truong anställdes i Electrolux i augusti 2011 som chef för Vitvaror Nordamerika.

Han efterträdde Kevin Scott som har lämnat koncernen.

MaryKay Kopf tillträdde som marknadsdirektör i februari 2011.

Jan Brockmann tillträdde som teknik- och utvecklingsdirektör i februari 2011.

Innehav i AB Electrolux per den 31 december 2011. Informationen uppdateras regelbundet på www.electrolux.com/koncernledning

Styrelse och revisorer



Marcus Wallenberg

Ordförande

Född 1956. B. Sc. of Foreign Service. Invald 2005. Medlem i Electrolux ersättningsutskott.
Styrelseordförande i LKAB, SEB (Skandinaviska Enskilda Banken AB) och Saab AB. 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: 50 000 B-aktier. Närstående innehav: 1 000 B-aktier. 11 282 syntetiska aktier¹⁾.



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 och Diageo Plc.
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. 3 878 syntetiska aktier¹⁾.



Lorna Davis

Född 1959. Bachelor of Social Science and Psychology. Invald 2010. Medlem i Electrolux ersättningsutskott.
 Global chef för segmentet Småkakor inom Kraft Foods sedan 2011.
Styrelseordförande i Kraft Foods China.
Tidigare befattningar: Verkställande direktör i Kraft Foods China 2007–2011. Ledande befattningar inom livsmedelsindustrin, främst inom Danone i Kina och Storbritannien.
Innehav i AB Electrolux: 2 000 B-aktier. 1 334 syntetiska aktier¹⁾.



Hasse Johansson

Född 1949. Civ. ing. Invald 2008. Medlem i Electrolux revisionsutskott.
Styrelseordförande för Dynamate Industrial Services AB, Lindholmen Science Park AB, Alelion Batteries AB och VINNOVA. Styrelseledamot i Fouriertransform AB, Skyllbergs Bruk AB och Calix Group AB.
Tidigare befattningar: Vice verkställande direktör och chef för FoU 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. 6 699 syntetiska aktier¹⁾.



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. Executive Vice-President 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: 1 200 ADR²⁾. 0 syntetiska aktier¹⁾.



Keith McLoughlin

Född 1956. B.S. Eng. Invald 2011.
 Verkställande direktör och koncernchef i AB Electrolux sedan 1 januari 2011.
Styrelseledamot inom Briggs & Stratton Corporation.
Tidigare befattningar: Ledande befattningar inom Electrolux: Chef för Vitvaror Nordamerika och vice verkställande direktör i AB Electrolux 2003; Chef även för Vitvaror Latinamerika 2004–2007; Chief Operations Officer Vitvaror 2009. Chefsbefattningar inom DuPont i USA 1981–2003.
Innehav i AB Electrolux: 63 913 B-aktier. 0 syntetiska aktier¹⁾.



Ulrika Saxon

Född 1966. Ekonomistudier vid Handelshögskolan i Stockholm. Invald 2011. Verkställande direktör i Bonnier Tidskrifter AB sedan 2005 och medlem i Bonnier AB:s koncernledning.
Styrelseordförande i Svensk Filmindustri, SF Bio, Bonnier Publications i Danmark, Bonnier International Magazines, Mediafy och Mag+. Styrelseledamot i ett flertal företag inom Bonnier-koncernen, bland annat Dagens Nyheter och Bonnier Corporation i USA.
Tidigare befattningar: Ledande befattningar i ett flertal företag inom Bonnier-koncernen sedan 1998 samt i Matsgård Media 1991–1998.
Innehav i AB Electrolux: 1 000 B-aktier. 0 syntetiska aktier¹⁾.



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, AS3-Companies A/S, Monberg-Thorsen A/S i Danmark och VTI Technology OY i 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. 2 682 syntetiska aktier¹⁾.



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, Orkla ASA, Fleming Invest AS och närstående bolag.
Tidigare befattningar: Verkställande direktör och koncernchef i TeliaSonera Norge 2001–2005. Verkställande direktör och koncernchef i Midelfart & Co 1995–2001. Chefsbefattningar inom marknadsföring och försäljning 1988–1995.
Innehav i AB Electrolux: Via företag: 10 000 B-aktier. 0 syntetiska aktier¹⁾.

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: 14 410 B-aktier.

Revisorer

Anders Lundin

PricewaterhouseCoopers AB
Född 1956. Auktoriserad revisor. Huvudansvarig.
Andra revisionsuppdrag: AarhusKarlshamn AB,
AB Industrivärden, 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.

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

1) Årsstämmorna 2008, 2009 och 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 för motsvarande börsvärdet vid utbetalningstillfället av en B-aktie i Electrolux. För ytterligare information om syntetiska aktier, se Not 27.

2) Amerikanska depåbevis, American Depositary Receipt.

Förändringar i styrelsen

Caroline Sundewall och Johan Molin avböjde omval till styrelsen och Keith McLoughlin och Ulrika Saxon valdes till nya styrelseledamöter vid årsstämman i mars 2011.

Innehav i AB Electrolux per den 31 december 2011. Informationen uppdateras regelbundet på www.electrolux.com/styrelse

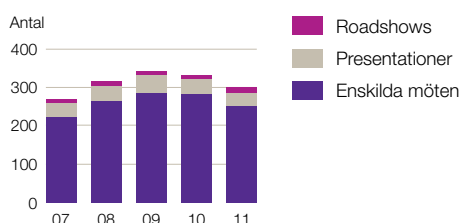
Electrolux och kapitalmarknaden

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.

Avdelningen Investor Relations 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. Därtill arrangeras roadshows, främst på de största finansiella marknaderna i Europa och USA. Utöver detta interagerar Electrolux dagligen med kapitalmarknaden.

IR-aktiviteter



En rapportdag

11:30 – 12:00 Intern presentation

Koncernchefen Keith McLoughlin håller en intern presentation för sina medarbetare för att informera om resultatet och förankra målsättningarna. Senare under dagen presenteras också resultatet för de högsta cheferna inom koncernen. Respektive sektorchefer håller telefonkonferenser med sina sektorer.

8:00 – 11:30 Intervjuer med europeisk media

Koncernchefen besvarar frågor från europeisk media. Under 2011 publicerade bland annat Reuters, Bloomberg, Dow Jones och Financial Times med flera intervjuer om Electrolux resultat. Frågor från media besvaras av pressjouren.

8:00 – 11:30 Telefonkonferenser med kapitalmarknaden

Electrolux resultat tolkas och analyseras av aktieanalytiker, investerare och ägare. Electrolux IR-avdelning besvarar frågor.

8:00 Kvartalsrapport och VD-brev publiceras

Kvartalsrapporten och VD-brev distribueras till kapitalmarknaden och media samtidigt som de publiceras på koncernens hemsida. www.electrolux.com/ir

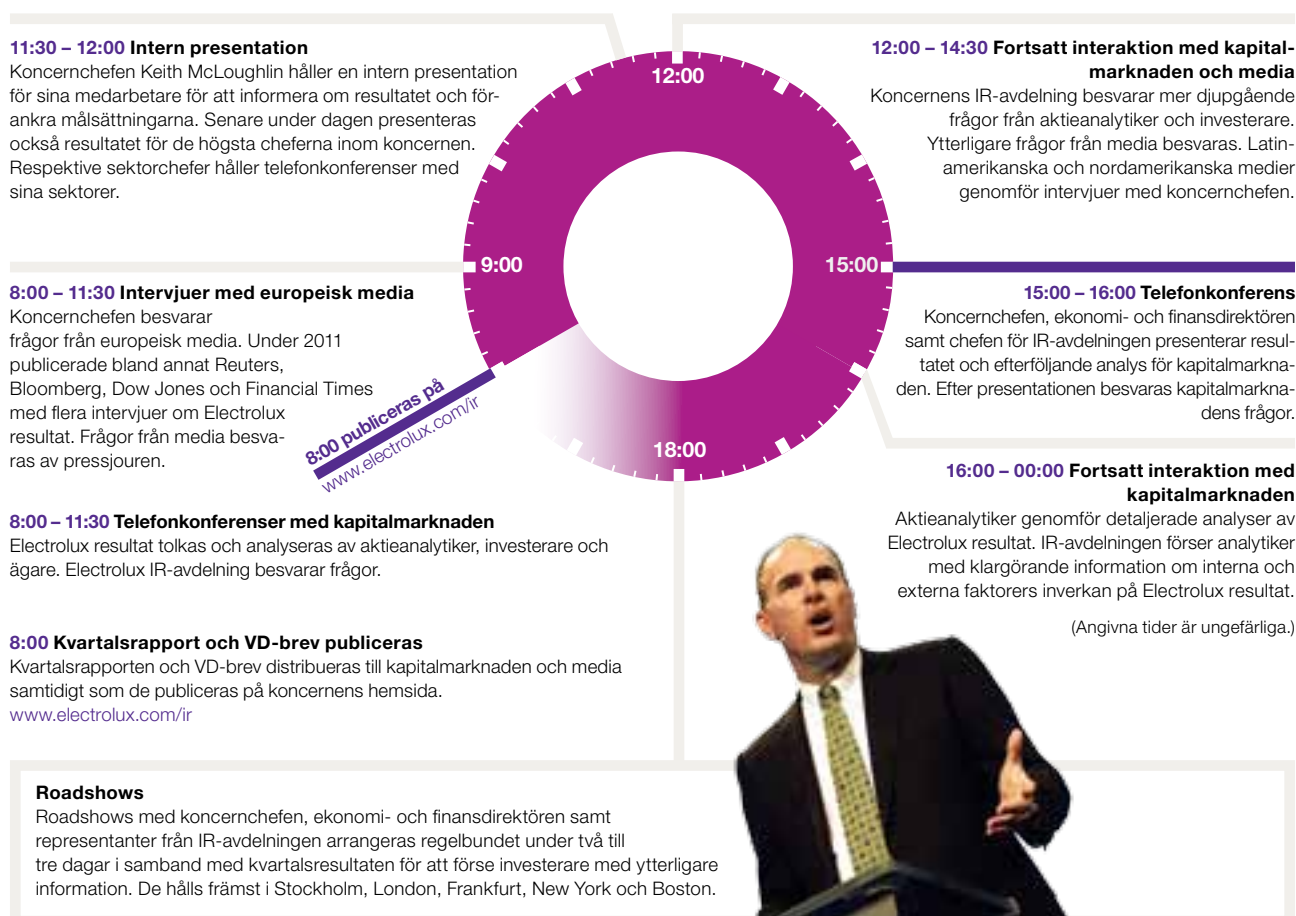
Roadshows

Roadshows med koncernchefen, ekonomi- och finansdirektören samt representanter från IR-avdelningen arrangeras regelbundet under två till tre dagar i samband med kvartalsresultaten för att förse investerare med ytterligare information. De hålls främst i Stockholm, London, Frankfurt, New York och Boston.

Kapitalmarknadsdag i Stockholm

För att ge marknaden fördjupad information om Electrolux hölls en kapitalmarknadsdag den 15 november i Stockholm. De viktigaste budskapen var:

- Electrolux är ett konsumentdrivet företag i förändring som kommer att fortsätta lansera nya produkter med stöd av investeringar i innovativa produkter.
- Koncernen kommer att fortsätta effektivisera sin verksamhet genom att anpassa kapaciteten till rådande efterfrågan och öka tempot i arbetet att dra nytta av företagets globala styrka och bredd.
- Electrolux exponering mot tillväxtmarknader kommer att öka till cirka 50 procent under de kommande fem åren.
- Electrolux övergripande strategi står fast, men takten i genomförandet kommer att öka.
- Under mycket tuffa förhållanden under 2011 kan Electrolux skapa en underliggande rörelsemarginal på omkring 4 procent, vilket stärker företagets övertygelse att nå det finansiella målet på 6 procent över en konjunkturcykel.



Vanliga frågor från analytiker

► Beskriv hur konkurrensbilden har sett ut för Electrolux under 2011 och hur den har påverkat priserna.

Under 2011 var prispressen tydlig på koncernens huvudmarknader. I Nordamerika fortsatte försäljningskampanjerna samtidigt som priserna i Europa sjönk kontinuerligt under året. För att motverka den starka prispressen genomförde Electrolux två prishöjningar i Nordamerika under 2011. Både i Nordamerika och i Europa har ytterligare prishöjningar aviserats till början av 2012.

► Hur har råmaterialpriserna påverkat Electrolux under 2011?

Electrolux köpte råvaror för 20 miljarder kronor under 2011. 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 plaster och basmetaller. Jämfört med 2010 var kostnaderna för råmaterial cirka 2 miljarder kronor högre under 2011. Råmaterialpriser påverkar koncernen på kort sikt. På längre sikt kompenserar sig Electrolux för råmaterialprishöjningar genom kostnadsbesparingar, mixförbättringar och prisökningar.

► Kan ni ge oss en uppdatering av ert omstruktureringsprogram?

För att möta den globala konkurrensen har Electrolux sedan 2004 genomfört ett stort omstruktureringsprogram. Fabriker har lagts ned i länder med höga kostnadsnivåer såsom USA, Tyskland och Australien och nya fabriker har till exempel byggts i Mexiko, Östeuropa och Thailand. Totalt kommer programmet att omfatta cirka 11,7 miljarder kronor i kostnader och generera cirka 4,6 miljarder kronor i årliga besparingar jämfört med utgångsåret 2004.

► Hur ska era nyligen förvärvade tillgångar skapa värde för Electrolux aktieägare?

Electrolux gjorde under 2011 två förvärv. I Egypten förvärvades Olympic Group som är marknadsledande i Egypten, men som också har exponering mot Nordafrika och Mellanöstern. Det andra förvärvet gällde det sydamerikanska bolaget CTI som är marknadsledande i Chile och har en stark position i Argentina. Både dessa förvärv passar mycket väl in i Electrolux tillväxtstrategi där ambitionen är att ha 50 procent av försäljningen på tillväxtmarknader inom en femårsperiod. Både Olympic och CTI har hög underliggande lönsamhet och genom att öka dessa tillgångar ska Electrolux skapa värde för aktieägarna.

► Hur har Electrolux mix utvecklats under året och vad har gjorts för att förbättra mixen?

Att förbättra vår mix är centralt i vår strategi. Mixen och därmed lönsamheten förbättras genom högre andel försäljning av premium- och inbyggnadsprodukter. Under året genomfördes en stor lansering av AEG-produkter inom inbyggnadssegment, vilket påverkat mixen positivt. Länder med höga försäljningspriser (exempelvis Italien) utvecklades dock mycket svagt under året. Mixutvecklingen var därför inte lika positiv som den har varit tidigare.

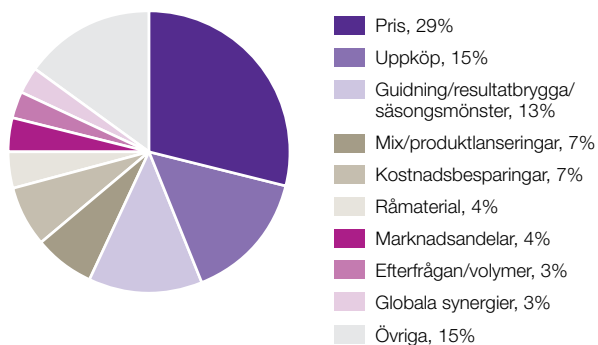
► Hur har de viktigaste drivande faktorerna till Electrolux resultat utvecklats under året och vad kan sägas om Electrolux säsongsmönster?

Viktiga omvärldsfaktorer som under delar av 2009 och 2010 gynnade Electrolux hade en negativ påverkan under 2011. Råmaterialkostnaderna steg med 2 miljarder kronor. Prispressen var stark och efterfrågan var svag på koncernens huvudmarknader. Electrolux påvisade ett säsongsmönster under 2011 som har varit relativt tydligt under de senaste åren med högre lönsamhet under andra halvåret än under det första. I takt med att ersättningsvolymerna har ökat i andel har säsongsvariationen avtagit något. Electrolux tjänade emellertid mer under det andra halvåret än under det första.

► Hur har Electrolux marknadsandelar utvecklats på de största marknaderna under året?

Electrolux tog marknadsandelar under det andra halvåret i Europa. Även om marknadsandelarna fortfarande var lägre än under föregående år var de högre än under första halvåret tack vare nylanseringen av AEG-produkter. I Nordamerika var Electrolux marknadsandelar i linje med föregående år.

Analytikernas frågor i samband med kvartalsrapporteringarna 2011



Electrolux-aktien

Electrolux-aktien är noterad på Nasdaq OMX Stockholm. Electrolux börsvärde uppgick vid utgången av 2011 till cirka 34 (60) miljarder kronor, vilket motsvarade 1,0 (1,4) procent av det totala värdet på Nasdaq OMX Stockholm. Bolagets utestående aktier är indelade i A- och B-aktier där varje A-aktie är värd 1 röst och varje B-aktie är värd 1/10 röst.

Utdelning

Styrelsen föreslår för 2011 en utdelning på 6,50 kronor per aktie, motsvarande en utbetalning på totalt cirka 1 850 Mkr. Den föreslagna utdelningen motsvarar cirka 86 procent av periodens resultat exklusive jämförelsestörande poster. Baserat på kursen för Electrolux B-aktie vid årsskiftet 2011/2012 motsvarar utdelningen en direktavkastning för 2011 på 5,9 procent.

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 och 2010 var marknadens förväntningar på Electrolux resultat mycket höga i början av 2011. Stark prispress, högre råmaterialkostnader och svag efterfrågan på koncernens huvudmarknader gjorde att koncernens lönsamhet sjönk under 2011. Den svagare resultatutvecklingen i kombination med den svaga utvecklingen på den svenska börsen gjorde att Electrolux aktiekurs sjönk under året.

Avkastning

Öppningskursen för B-aktien 2011 var 191,00 kronor. Högsta stängningskurs under året, 195,60 kronor, noterades den 3 januari. Lägsta stängningskurs under året, 95,30 kronor, noterades den 12 september. Slutkursen för B-aktien var 43 procent lägre vid årsskiftet 2011/2012 än vid årsskiftet 2010/2011 och noterades till 109,70 kronor. Den totala avkastningen under året uppgick till -39 procent.

Genomsnittlig årlig totalavkastning på en placering i Electrolux-aktier har under de senaste tio åren uppgått till 8,5 procent. Motsvarande avkastning för SIX Return Index var 6,0 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 Nasdaq OMX Stockholm på 29 procent. Electrolux-aktiens betavärde över de senaste fem åren är 1,12*. Ett betavärde större än 1 indikerar att aktien är mer känslig för marknadssvängningar än genomsnittet.

*) Jämfört med Nasdaq OMX STO.

Konvertering av aktier

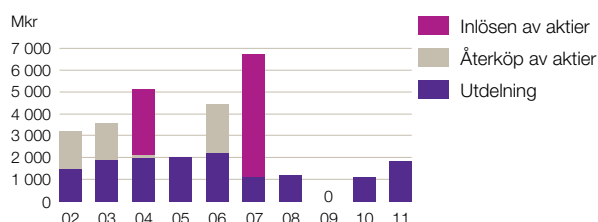
I enlighet med AB Electrolux bolagsordning har ägare av A-aktier rätt att omvandla dessa till B-aktier. Omvandlingen innebär att totalt antal röster i bolaget minskar. Under 2011 konverterades 850 400 A-aktier till B-aktier på uppdrag av aktieägare.

Incitamentsprogram

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

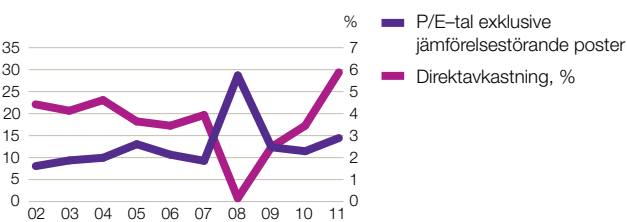
Inga B-aktier tilldelades enligt 2008-års prestationsbaserade aktieprogram. Incitamentsprogrammen motsvarade vid årsskiftet 2011/2012 en maximal utspädning på 1,59 procent av det totala antalet aktier eller 4 598 651 B-aktier.

Utdelning av medel till aktieägarna



Electrolux har en lång tradition med höga utdelningar av medel till aktieägarna genom återköp och inlösen av aktier.

P/E-tal och direktavkastning



Vid utgången av 2011 värderades Electrolux B-aktie till 14,5 gånger resultatet per aktie exklusive jämförelsestörande poster. Direktavkastningen uppgick till 5,9% baserat på styrelsens utdelningsförslag om 6,50 kronor per aktie för 2011.

Börshandel

Under senare tid har trenden med nya handelsplatser för aktier varit mycket tydlig. Under 2011 handlades 46 procent av Electrolux B-aktier utanför Nasdaq OMX Stockholm jämfört med 41 procent under 2010. Electrolux-aktien svarade för 2,5 (3,0) procent av aktieomsättningen på Nasdaq OMX Stockholm, som under 2011 uppgick till 3 684 (3 627) miljarder kronor.

| Handel i Electrolux B-aktier | 2011 | 2010 |
|---|--------------|--------------|
| Antal omsatta Electrolux-aktier, miljoner | 667,7 | 656,9 |
| Värde, omsättning av aktier, Mdr kr | 90,3 | 110,5 |
| Genomsnittlig dagsomsättning (antal aktier), miljoner | 2,6 | 2,6 |
| Genomsnittlig dagsomsättning (värde), Mkr | 357 | 436 |
| Antal utfärdade/indragna depåbevis (ADR) | 374 712 | 1 565 380 |
| Antal utestående depåbevis (ADR) | 441 659 | 646 363 |
| Marknadsandel | | |
| Nasdaq OMX Stockholm, % | 53,7 | 59,3 |
| BOAT, % | 21,3 | 17,6 |
| Chi-X, % | 14,1 | 12,9 |
| Burgundy | 5,2 | 3,1 |
| BATS Europe | 3,2 | 4,3 |
| Turquoise, % | 2,4 | 2,2 |
| Övriga | 0,1 | 0,6 |
| Totalt | 100,0 | 100,0 |

Genomsnittlig dagsomsättning för Electrolux-aktien på Nasdaq OMX Stockholm

| 1 000-tal kronor | 2011 | 2010 | 2009 | 2008 | 2007 |
|------------------|---------|---------|---------|---------|---------|
| A-aktier | 109 | 148 | 228 | 425 | 47 |
| B-aktier | 357 075 | 435 958 | 358 962 | 364 400 | 523 817 |

Under 2011 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 2011 och för femte 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. Med 60 DJSI-licenser i 16 länder rekommenderas kapitalförvaltare med totalt 8 miljarder USD i förvaltad kapital att investera i Electrolux.



Aktiedata

| | |
|--------------------------------|--|
| Aktienotering ¹⁾ | Stockholm |
| Antal aktier | 308 920 308 |
| varav A-aktier ²⁾ | 8 212 725 |
| varav B-aktier ²⁾ | 300 707 583 |
| Antal aktier efter återköp | 284 665 223 |
| Kvotvärde | 5 kr |
| Börsvärde den 31 december 2011 | 34 miljarder kr |
| GLCS-kod ³⁾ | 25201040 |
| Tickerkoder | Reuters ELUXB.ST Bloomberg ELUXB SS |

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

2) På aktieägares begäran konverterades 850 400 A-aktier till B-aktier under 2011.

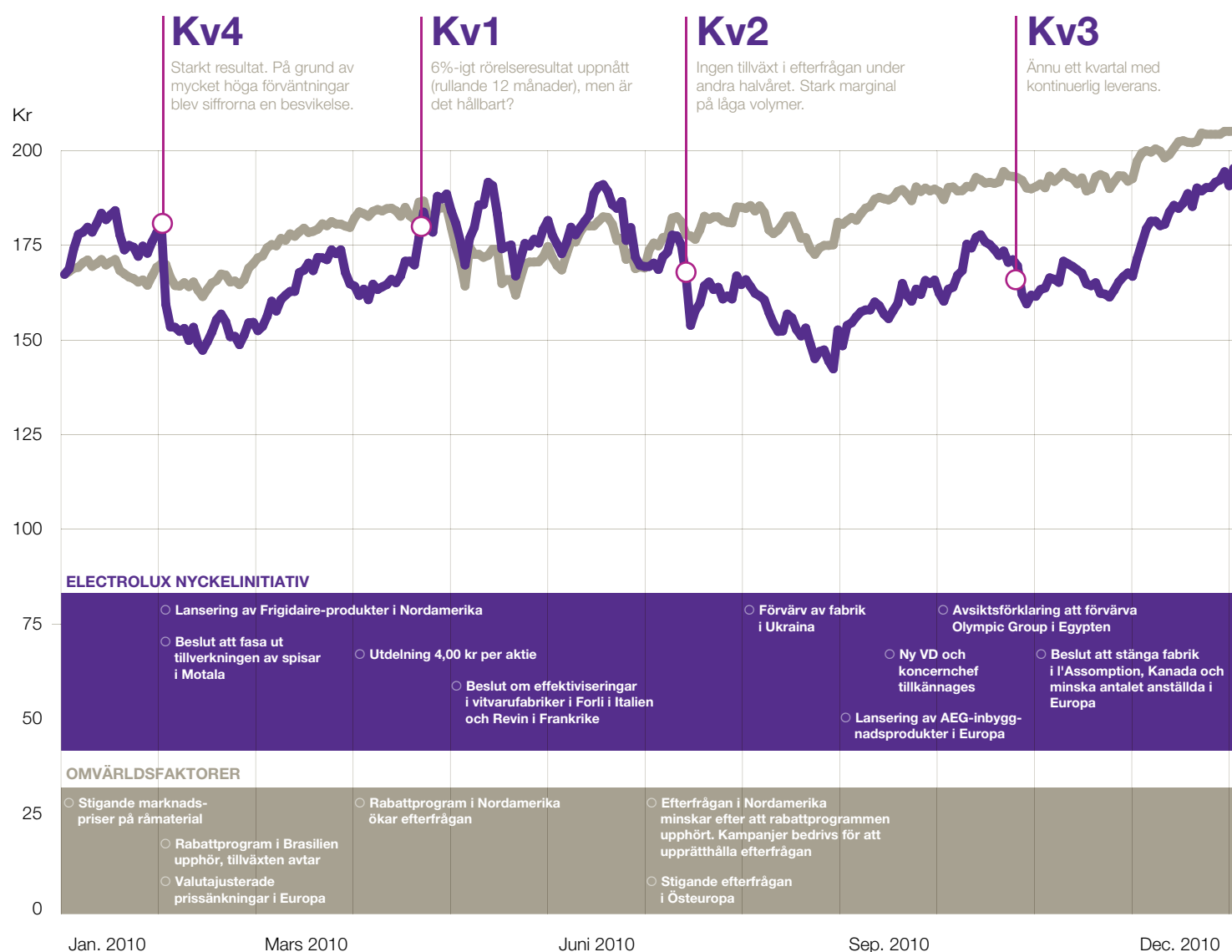
3) MSCI:s globala standard för klassificering av branscher i aktieindex.

Totalavkastning och antal omsatta aktier för Electrolux B-aktie på Nasdaq OMX Stockholm, 2007–2011



Electrolux B vs svenska index

Aktiekursutvecklingen för Electrolux-aktien var stark under 2009 och 2010. Under 2011 var förväntningarna höga. Lägre resultat och den generellt svaga utvecklingen på den svenska börsen ledde till att aktiekursen sjönk under året.



| Analytiker-rekommendationer | Efter Kv4 09 | Efter Kv1 10 | Efter Kv2 10 | Efter Kv3 10 |
|-----------------------------|--------------|--------------|--------------|--------------|
| Köp | 38% | 45% | 70% | 70% |
| Behåll | 33% | 35% | 25% | 20% |
| Sälj | 29% | 20% | 5% | 10% |

Data per aktie

| | 2011 | 2010 | 2009 | 2008 | 2007 ⁹⁾ | 2006 ⁹⁾ | 2005 | 2004 | 2003 | 2002 |
|--|--------------------|--------|--------|--------|--------------------|--------------------|--------|--------|--------|--------|
| Börskurs B-aktien vid årets slut, kr ¹⁾ | 109,70 | 191,00 | 167,50 | 66,75 | 108,50 | 116,90 | 89,50 | 65,90 | 67,60 | 58,80 |
| Börskurs B-aktien vid årets slut, kr | 109,70 | 191,00 | 167,50 | 66,75 | 108,50 | 137,00 | 206,50 | 152,00 | 158,00 | 137,50 |
| Högsta notering, B-aktien, kr | 195,60 | 194,70 | 184,10 | 106,00 | 190,00 | 119,00 | 90,50 | 174,50 | 191,00 | 197,00 |
| Lägsta notering, B-aktien, kr | 95,30 | 142,50 | 57,50 | 53,50 | 102,00 | 78,50 | 62,00 | 125,50 | 125,50 | 119,50 |
| Kursförändring under året, % | -43 | 14 | 151 | -38 | -7 | 31 ⁹⁾ | 36 | -4 | 15 | -12 |
| Eget kapital per aktie, kr | 73 | 72 | 66 | 58 | 57 | 47 | 88 | 81 | 89 | 87 |
| Börskurs/eget kapital, % | 151 | 264 | 253 | 116 | 191 | 247 ¹⁾ | 234 | 187 | 178 | 158 |
| Utdelning, kr | 6,50 ²⁾ | 6,50 | 4,00 | 0 | 4,25 | 4,00 | 7,50 | 7,00 | 6,50 | 6,00 |
| Vinstutdelningsandel, % ^{3) 4)} | 86 | 39 | 29 | 0 | 36 | 37 | 47 | 46 | 39 | 36 |
| Direktavkastning, % ⁵⁾ | 5,9 | 3,4 | 2,4 | 0 | 3,9 | 3,4 ¹⁾ | 3,6 | 4,6 | 4,1 | 4,4 |
| Resultat per aktie, kr | 7,25 | 14,04 | 9,18 | 1,29 | 10,41 | 9,17 | 6,05 | 10,92 | 15,25 | 15,58 |
| Resultat per aktie, kr ⁴⁾ | 7,55 | 16,65 | 13,56 | 2,32 | 11,66 | 10,89 | 15,82 | 15,24 | 16,73 | 16,90 |
| Kassaflöde, kr ⁶⁾ | 18,97 | 26,98 | 29,16 | 4,22 | 4,54 | 7,53 | 2,45 | 10,81 | 9,15 | 23,14 |
| EBIT-multipel ⁷⁾ | 13,4 | 10,8 | 12,8 | 19,8 | 7,9 | 8,0 ¹⁾ | 16,1 | 9,5 | 6,8 | 5,9 |
| EBIT-multipel ^{4) 7)} | 12,8 | 9,1 | 9,1 | 15,2 | 7,3 | 7,1 ¹⁾ | 9,1 | 6,7 | 6,3 | 5,6 |
| P/E-tal ^{4) 8)} | 14,5 | 11,5 | 12,4 | 28,8 | 9,3 | 10,7 ¹⁾ | 13,1 | 10,0 | 9,4 | 8,1 |
| P/E-tal ⁸⁾ | 15,1 | 13,6 | 18,2 | 51,7 | 10,4 | 12,7 ¹⁾ | 34,1 | 13,9 | 10,4 | 8,8 |
| Antal aktieägare | 58 800 | 57 200 | 52 000 | 52 600 | 52 700 | 59 500 | 60 900 | 63 800 | 60 400 | 59 300 |

1) Justerat 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.

Ägarstruktur

Av det totala aktiekapitalet per den 31 december 2011 ägdes en majoritet av svenska institutioner och aktiefonder (cirka 66 procent). Svenska privatpersoner ägde vid årets slut cirka 10 procent.

Under året minskade det utländska ägandet något, som vid årets slut uppskattades till cirka 24 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.

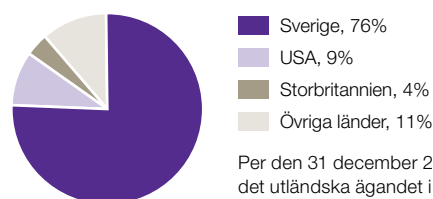
Största aktieägare

| | Aktiekapital, % | Röster, % |
|---------------------------------------|-----------------|--------------|
| Investor AB | 15,5 | 29,9 |
| Alecta pensionsförsäkring, ömsesidigt | 9,0 | 8,4 |
| Swedbank Robur fonder | 4,8 | 3,9 |
| Nordea fonder | 3,1 | 2,5 |
| AMF Försäkring & Fonder | 2,4 | 2,0 |
| SEB fonder | 1,9 | 1,5 |
| Didner & Gerge fonder | 1,4 | 1,1 |
| SHB fonder | 1,2 | 1,0 |
| Norska staten | 1,1 | 0,9 |
| Carnegie fonder | 1,0 | 0,8 |
| Unionen | 1,0 | 0,8 |
| Övriga aktieägare | 49,7 | 47,2 |
| Externa aktieägare | 92,1 | 100,0 |
| AB Electrolux | 7,9 | 0,0 |
| Totalt | 100,0 | 100,0 |

Källa: SIS Ägarservice och Electrolux per den 31 december 2011.

Siffrorna är avrundade. Information om ägarstruktur uppdateras varje kvartal på www.electrolux.com/agarstruktur

Ägarfördelning per land



Per den 31 december 2011 uppgick det utländska ägandet i Electrolux till cirka 24%.

Källa: SIS Ägarservice per den 31 december 2011.

Fördelning av aktieinnehav

| Aktieinnehav | Ägarandel, % | Antal aktieägare | Antal aktieägare, % |
|---------------|---------------|------------------|---------------------|
| 1-1 000 | 4,5% | 51 201 | 87,0% |
| 1 001-10 000 | 5,9% | 6 671 | 11,3% |
| 10 001-20 000 | 1,7% | 353 | 0,6% |
| 20 001- | 87,9% | 617 | 1,0% |
| Totalt | 100,0% | 58 842 | 100% |

Källa: SIS Ägarservice per den 31 december 2011.

Pressmeddelanden 2011

- 20 jan Electrolux förstärker sin organisation för innovation och marknadsföring
- 2 feb Bokslutsrapport 2010 samt koncernchef Keith McLoughlins kommentar**
- 17 feb Keith McLoughlin och Ulrika Saxon föreslås som nya styrelseledamöter i Electrolux
- 18 feb Kallelse till årsstämma i AB Electrolux
- 28 feb Omvandling av aktier
- 4 mar Årsredovisning 2010
- 4 mar Electrolux Årsredovisning för 2010 nu på www.electrolux.com
- 18 mar Electrolux utsett till ett av världens mest etiska företag 2011
- 31 mar Electrolux årsstämma 2011
- 1 apr Kommuniké från AB Electrolux årsstämma 2011
- 5 apr Ändring inom Electrolux affärsområdesrapportering
- 27 apr Delårsrapport januari – mars 2011 samt koncernchef Keith McLoughlins kommentar**
- 29 apr Omvandling av aktier
- 9 maj Electrolux höjer ribban för hållbarhetsredovisning
- 8 jun Electrolux tar upp lån på obligationsmarknaden
- 13 jun Electrolux höjer priserna i Europa
- 1 jul Jack Truong utsedd till chef för Vitvaror Nordamerika
- 10 jul Electrolux förvärvar Olympic Group
- 19 jul Delårsrapport januari – juni 2011 samt koncernchef Keith McLoughlins kommentar**
- 19 aug Electrolux bekräftar diskussioner med Sigdo Koppers
- 22 aug Electrolux förvärvar chilenska vitvarutillverkaren CTI
- 31 aug Omvandling av aktier
- 1 sep Datum för finansiella rapporter från Electrolux 2012
- 7 sep Portable Spot Cleaner vinnare av Electrolux Design Lab 2011
- 9 sep Dow Jones Sustainability World Index utser Electrolux till ledare i sektorn för hushållsapparater
- 9 sep Electrolux har genomfört förvärvet av Olympic Group
- 16 sep Electrolux tar upp lån på obligationsmarknaden
- 23 sep Valberedning utsedd inför Electrolux årsstämma 2012
- 28 sep Jonas Samuelson utsedd till chef för Vitvaror Europa och Tomas Eliasson utsedd till ny ekonomi- och finansdirektör
- 29 sep Lars Worsøe Petersen utsedd till personaldirektör och Carina Malmgren Heander leder en ny affärsenhet
- 30 sep Omvandling av aktier
- 14 okt Electrolux har avslutat kontanterbudandena avseende CTI och Somela
- 28 okt Delårsrapport januari – september 2011 samt koncernchef Keith McLoughlins kommentar**
- 15 nov Electrolux håller kapitalmarknadsdag
- 30 nov Omvandling av aktier
- 13 dec Electrolux tecknar garanterad kreditfacilitet
- 20 dec Electrolux specificerar overheadkostnadsbesparingar

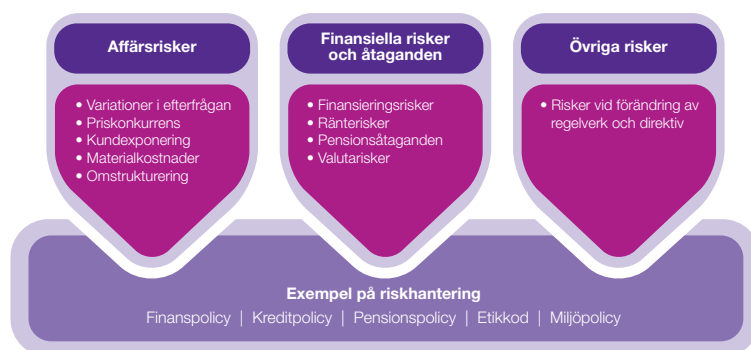
Analytiker som följer Electrolux

| Företag | Analytiker |
|-------------------------------|------------------------|
| ABG Sundal Collier | Andreas Lundberg |
| Bank of America Merrill Lynch | Ben Maslen |
| Barclays Capital | Allan Smylie |
| Carnegie | Kenneth Toll Johansson |
| Cheuvreux | Johan Eliason |
| Citigroup | Natalia Mamaeva |
| Credit Suisse First Boston | Andre Kukhnin |
| Danske Bank | Björn Enarson |
| Deutsche Bank | Stefan Lycke |
| DnB NOR Markets | Christer Magnergård |
| Equita | Domenico Ghilotti |
| Erik Penser | Johan Dahl |

| Företag | Analytiker |
|-------------------------------|--------------------------------|
| Exane BNP Paribas | Jonathan Mounsey |
| Execution Noble | Rob Virdee |
| Goldman Sachs | James Rutland, Aaron Ibbotson |
| Handelsbanken Capital Markets | Rasmus Engberg |
| JP Morgan | Andreas Willi |
| Longbow Research | David MacGregor |
| Nordea | Ann-Sofie Nordh, Johan Trocmé |
| Pareto Öhman | David Jacobsson |
| Redburn Partners | James Moore |
| SEB Enskilda | Anders Trapp, Stefan Cederberg |
| Swedbank | Fredrik Nilhov |
| UBS | David Halldén |

Kontrollerat risktagande för att maximera avkastningen

Under 2011 rådde stor osäkerhet på koncernens huvudmarknader. Råmaterialpriserna fortsatte att stiga och prispress rådde på koncernens huvudmarknader.



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.

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

Affärsrisker

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

Variationer i efterfrågan

Under 2011 sjönk efterfrågan på vitvaror på Electrolux huvudmarknader. Den nordamerikanska marknaden med minskade med 4 procent under 2011. I Europa sjönk efterfrågan i Västeuropa med 3 procent, medan marknaden i Östeuropa växte med 9 procent. I Latinamerika avtog tillväxten i Brasilien mot slutet av året. I Asien/Stillahavsområdet

ökade efterfrågan i Australien på grund av ökad försäljning av luftkonditioneringsutrustning och 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 cirka 60 procent. Kraftfulla åtgärder och besparingspaketet 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 verksamt råder en stark priskonkurrens. Priskonkurrensen är särskilt påtaglig i de lägre prissegmenten och i produktkategorier med stor överkapacitet. Under 2011 var prispressen tydlig på koncernens huvudmarknader. I Nordamerika fortsatte försäljningskampanjerna på marknaderna och samtidigt sjönk priserna kontinuerligt under året i Europa. För att motverka den starka prispressen genomförde Electrolux två prishöjningar i Nordamerika under 2011. I början av 2012 aviserades ytterligare prishöjningar i både Nordamerika och Europa. Prispress rådde även i Australien.

Känslighetsanalys i bokslutet för 2011

| Risk | Förändring | Påverkan på resultat före skatt, Mkr |
|--|----------------|--------------------------------------|
| Råmaterial | | |
| Stål | 10% | +/- 900 |
| Plaster | 10% | +/- 600 |
| Valutor¹⁾ och räntor | | |
| USD/SEK | -10% | +810 |
| EUR/SEK | -10% | +410 |
| BRL/SEK | -10% | -300 |
| AUD/SEK | -10% | -260 |
| GBP/SEK | -10% | -180 |
| Räntenivå | 1 procentenhet | +/- 60 |

1) Inklusive omräknings- och transaktionseffekter.

Kostnadsstruktur 2011

| Kostnadspost | % av total kostnad |
|----------------------------|--------------------|
| Personal | 16 |
| Avskrivningar | 3 |
| Fasta kostnader | 19 |
| Råmaterial och komponenter | 40 |
| Transporter | 7 |
| Produktutveckling | 2 |
| Varumärkesinvesteringar | 2 |
| Övrigt ¹⁾ | 30 |
| Rörliga kostnader | 81 |
| Totalt | 100 |

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

Kund- och leverantörsexponering

Den svaga utvecklingen på Electrolux huvudmarknader under 2011 påverkade koncernens återförsäljare som upplevde tuffare affärsförhållanden, men detta innebar inte någon ökning av kreditförlusterna för Electrolux.

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 hänförs till materialkostnader. Electrolux köpte under 2011 komponenter och råvaror för cirka 41 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 inledningsvis under 2011. Efter att initialt ha stigit sjönk sedan marknadspriserna mot slutet av året. Electrolux använder sig av bilaterala avtal för att säkra prisriskerna på stål. En viss del av råvaruinköpen sker på löpande basis. Jämfört med 2010 var kostnaderna för råmaterial cirka 2 miljarder kronor högre 2011. Den totala kostnaden, räknat i svenska kronor, var dock i linje med 2010 på grund av lägre inköpta volymer och en svagare USD och EUR gentemot SEK.

Omstrukturering för konkurrenskraftig tillverkning

En stor del av Electrolux tillverkning har flyttats från högkostnadsregioner till regioner med lägre kostnadsbas. Omstrukturering är en komplex process som kräver hantering av en rad olika aktiviteter och risker. Ökade kostnader i samband med flytt av tillverkning 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.

Electrolux omstruktureringsprogram startade 2004. Totalt omfattar programmet cirka 11,7 miljarder kronor i kostnader och kommer att generera cirka 4,6 miljarder kronor i årliga besparingar jämfört med utgångsläget år 2004.

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 2011 uppgick upplåningen i koncernen till 14 206 Mkr, varav 11 669 Mkr avsåg långfristiga lån med en genomsnittlig löptid på 3,0 år. Lån är främst upptagna i EUR och SEK. Räntan på total upplåning var vid årsskiftet 3,7 procent. Vid årsskiftet 2011/2012 var den genomsnittliga räntebindningstiden för långfristig upplåning 1,2 år. Under 2012 och 2013 kommer långfristiga lån uppgående till cirka 4 100 Mkr att förfalla till betalning. Per den 31 december 2011 uppgick likvida medel till 7 839 Mkr.

Därutöver har koncernen två outnyttjade kreditfaciliteter. Sedan 2010 har Electrolux en outnyttjad multicurrency kreditfacilitet som uppgår till 3 400 Mkr och förfaller 2017. I december 2011 ersattes en outnyttjad multicurrency kreditfacilitet från 2005 på 500 MEUR med förfall 2012. Den nya garanterade multicurrency kreditfaciliteten som uppgår till 500 MEUR och förfaller 2016 kan förlängas upp till två år.

Med utgångspunkt från lånevolym och räntebindningstid under 2011 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 2011 hade Electrolux åtaganden för pensioner och förmåner på cirka 24 miljarder kronor.

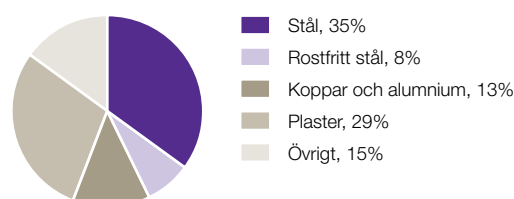
Koncernen förvaltar genom pensionsfonder pensionstillgångar på cirka 20 miljarder kronor. Vid utgången av 2011 var cirka 35 procent av tillgångarna investerade i aktier, 47 procent i obligationer och 18 procent i övriga placeringar.

Nettoavsättningen för ersättningar efter avslutad anställning uppgick till 287 Mkr.

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

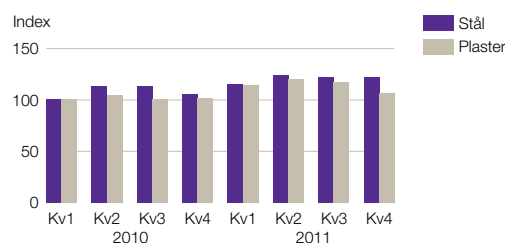
Kostnaderna för pensioner och förmåner i resultaträkningen uppgick 2011 till 425 Mkr. För att ha en god kontroll och en kostnadseffektiv förvaltning av koncernens pensionsåtaganden är hanteringen av åtagandena centraliserad till koncernens finansavdelning. Electrolux använder räntederivat för att säkra delar av pensionsriskerna. Se Not 22 för ytterligare information.

Råvaruexponering 2011



Electrolux köpte råvaror för cirka 20 miljarder kronor under 2011. Inköp av stål var den enskilt största kostnaden.

Prisutveckling för stål och plaster, viktade marknadspriser är indexerade



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 transaktionsflöden; när inköp och/eller produktion görs i en valuta och försäljning sker i en annan valuta. Koncernen använder valutaderivat för att säkra en del av den valutaexponering som uppstår. De olika affärssektorerna i Electrolux har oftast 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 60–80 procent av de prognosticerade flödena. Valutasäkring gör att de valutaväxlingar som sker idag till viss del får en fördröjd inverkan. 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, BRL, RUB, AUD och GBP. På 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 BRL, RUB, AUD och GBP.

Valutapåverkan 2011

Den totala valutaeffekten (omräkningseffekter, transaktionseffekter och nettosäkringar) uppgick till 150 Mkr. Omräkningseffekten var –325 Mkr, vilket huvudsakligen var en effekt av att SEK i genomsnitt var starkare relativt USD och EUR under 2011 än under 2010.

Transaktionseffekten var 400 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 2011 än under 2010. Nettoeffekten av säkringarna uppgick till 75 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 verksamheten i Latinamerika 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.

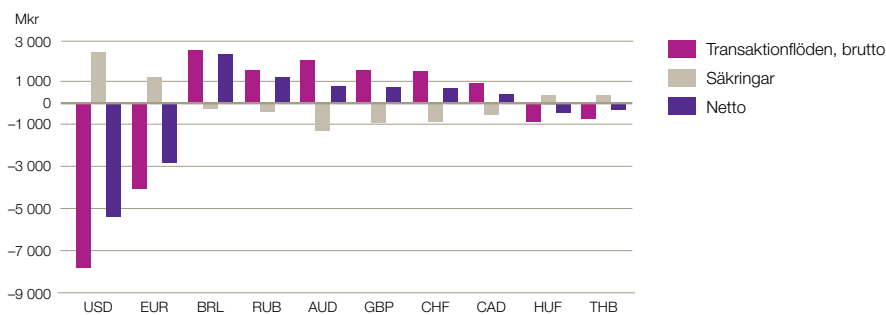
EUR/SEK
EUR/RUB
EUR/PLN
EUR/GPB
EUR/HUF
EUR/CHF
EUR/USD

Asien/Stillahavsområdet

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

USD/AUD

Valuta, transaktionsexponering, prognos 2012



Electrolux historia

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



1901



ElectroLux

1919

Electrolux



1962
Carlo Vivarelli

Då



Passion för innovation

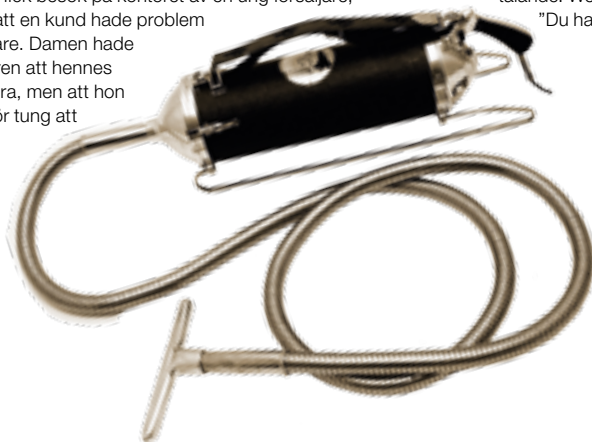
"Denna uppgift är inte lätt, men den kan göra skillnad i hem världen över", sade Axel Wenner-Gren till det team av ingenjörer och vetenskapsmän som satt framför honom. Bredvid Wenner-Gren fanns en prototyp på ett absorberingskylskåp som utvecklats av två unga ingenjörer, Baltzar von Platen och Carl Munters,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

Kunden i fokus

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, upprättstående dammsugaren, hade Wenner-Gren skisserat på en liggande dammsugare med rundade hörn och slädlänkande 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 lätttrölig.



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. Uppallad 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 maski-

nen 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 ingen-ting 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. Bilar 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".

"Denna ska bli vår nästa modell"

Axel Wenner-Gren



”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

Electrolux

1990-talet – 2011

Idag

Passion för innovation

Mat är värdefullt och ska behandlas därefter. Konsumenter vill ha kylskåp och frysar som bevarar matvarors näringsämnen och som leder till att mindre mängd mat behöver kastas. De nyaste modellerna ur Electrolux kyl- och frysortiment är utrustade med tekniken FreshFrostFree, vilken möjliggör att råvarorna kan förvaras längre. Dessutom kyls maten ner snabbare och vitaminerna behålls längre.



Kunden i fokus

Insikt om konsumenternas behov utgör grunden för all produktutveckling i Electrolux. Dammsugaren Ergorapido har sedan lanseringen 2004 gjort succé i hem över hela världen. Förutom att ha bidragit till ändrade städvanor gör den eleganta designen produkten tidlös och en naturlig del av inredningen. Den senaste versionen av dammsugaren är Ergorapido Plus Green.



Thinking of you
Electrolux

Uppdatering av logotyp 2011

Electrolux-symbolen fyller 50 år

Electrolux nuvarande symbol och logotyp, formgivna av den schweiziska designern Carlo Vivarelli, introducerades över hela världen 1962. Under de 50 år som passerat, har den ursprungliga designen förändrats en del. De rena, geometriska formerna kvarstår dock, och gör att Electrolux skiljer sig från mängden.



Professionella produkter har funnits i koncernen sedan 1940-talet

Strävan efter resultat

Electrolux är det enda vitvaruföretaget i branschen som erbjuder kompletta lösningar för både professionella användare och konsumenter. Verksamheten inom professionella produkter har funnits i koncernen sedan 1940-talet och har utvecklats genom organisk tillväxt och av flera viktiga förvärv. Idag är Electrolux en ledande tillverkare av innovativa, resurseffektiva produkter för professionella kök och tvättinrättningar världen över.



Vikten av design

I december 2010 öppnades det nya konceptet Casa Electrolux i en nybyggd lokal i Sao Paulo, Brasilien. Casa Electrolux är en ”produktambassad” där konsumenter, återförsäljare, arkitekter och andra opinionsbildare kan uppleva över 200 innovativa Electrolux-produkters design och funktion.

Händelser och rapporter

På Electrolux hemsida www.electrolux.com/ir finns utökad och uppdaterad information om bland annat Electrolux-aktien och bolagsstyrning samt en plattform för finansiell statistik. Plattformen möjliggör för besökaren att följa Electrolux utveckling grafiskt via diagram per kvartal eller år.



Electrolux Årsredovisning 2011 består av:

- Verksamhet och strategi
- Resultatgenomgång, Bolagsstyrningsrapport och Hållbarhetsrapport

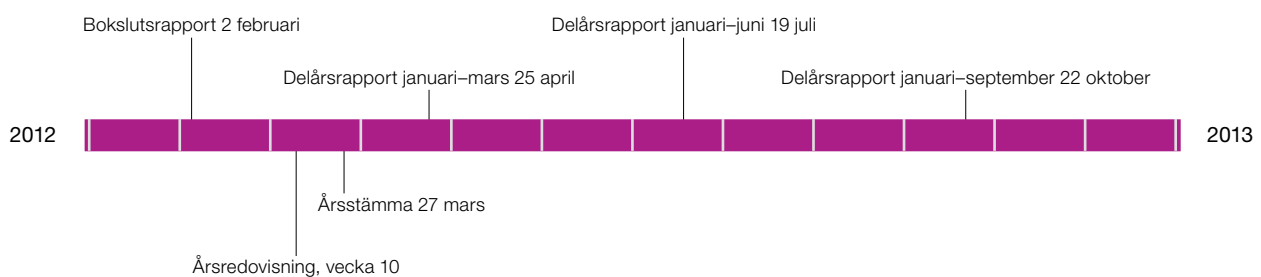
Electrolux årsredovisning finns på www.electrolux.com/arsredovisning2011

Electrolux delårsrapporter finns på www.electrolux.com/ir

Electrolux GRI-rapporter finns på www.electrolux.com/sustainability



Finansiella rapporter och viktiga händelser under 2012



Electrolux prenumerationsservice finns på www.electrolux.com/prenumerera



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

Resultat
Prestation
Hållbarhet
Bolagsstyrning



Thinking of you
Electrolux

Innehåll

| | |
|------------------------------------|------------|
| VD-kommentar till bokslutet | 2 |
| Förvaltningsberättelse | 5 |
| Noter | 31 |
| Definitioner | 74 |
| Förslag till vinstdisposition | 75 |
| Revisionsberättelse | 76 |
| Elva år i sammandrag | 78 |
| Kvartalsuppgifter | 80 |
| Bolagsstyrningsrapport | 82 |
| Styrelse och revisorer | 88 |
| Koncernledning | 94 |
| Fokusområden för hållbarhet | 100 |
| Årsstämma | 104 |
| Händelser och rapporter | 105 |

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



Koncept, text och produktion av
Electrolux Investor Relations och
Solberg.



Under tuffa marknadsförhållanden lyckades vi uppnå ett underliggande rörelseresultat på närmare 4 miljarder kronor. Samtidigt genererade vi ett starkt underliggande kassaflöde som ett resultat av våra ansträngningar att minska rörelsekapitalet, vilket medfört att vi lyckats bibehålla en stark balansräkning.

VD-kommentar till bokslutet ▶▶ 2

Rörelseresultatet för 2011 minskade jämfört med 2010. Svag efterfrågan på Electrolux största marknader, lägre försäljningspriser och ökade kostnader för råmaterial hade en negativ inverkan på rörelseresultatet. Därutöver har engångskostnader för att minska bemanningen påverkat rörelseresultatet negativt.

Förvaltningsberättelse ▶▶ 5



Effektiva produkter är avgörande för fortsatt framgång i verksamheten. Varje år fastställer Electrolux nya kriterier för produkter med bästa miljöprestanda i sitt utbud. Varje marknad har en Green Range av energi- och vattneffektiva produkter baserade på dessa kriterier.

Fokusområden för hållbarhet ▶▶ 100

Verksamhet och strategi



Resultat



Hållbarhet



Electrolux rapporterar resultatet av hållbarhetsarbetet i enlighet med GRI. Informationen finns på Electrolux hemsida www.electrolux.com/sustainability

Sammanfattning av 2011

- Nettoomsättningen ökade med 1,9% i jämförbara valutor.
- Rörelsemarginalen exklusive jämförelsestörande poster och kostnader av engångskaraktär uppgick till 3,9% (6,1).
- Prispress och ökade kostnader för råmaterial hade en negativ inverkan på rörelseresultatet.
- Förvärv av vitvaruföretagen Olympic Group i Egypten och CTI i Chile.
- Arbetet med att minska rörelsekapitalet har bidragit till en solid balansräkning.
- Styrelsen föreslår en utdelning för 2011 på 6,50 kronor (6,50) per aktie.
- Styrelsen föreslår ett förnyat mandat på årsstämman för återköp av egna aktier.

Nyckeltal

| Belopp i Mkr, MEUR, MUSD om ej annat anges | 2011 | 2010 | 2011 MEUR | 2011 MUSD |
|--|---------|---------|-----------|-----------|
| Nettoomsättning | 101 598 | 106 326 | 11 264 | 15 679 |
| Rörelseresultat | 3 017 | 5 430 | 334 | 466 |
| Marginal, % | 3,0 | 5,1 | | |
| Resultat efter finansiella poster | 2 780 | 5 306 | 308 | 429 |
| Periodens resultat | 2 064 | 3 997 | 229 | 319 |
| Resultat per aktie ¹⁾ , SEK, EUR, USD | 7,25 | 14,04 | 0,80 | 1,12 |
| Utdelning per aktie ²⁾ | 6,50 | 6,50 | | |
| Genomsnittligt antal anställda | 52 916 | 51 544 | | |
| Skuldsättningsgrad | 0,31 | -0,03 | | |
| Avkastning på eget kapital, % | 10,4 | 20,6 | | |
| Avkastning på nettotillgångar, % | 13,7 | 27,8 | | |

Exklusive jämförelsestörande poster

| | | | | |
|---------------------------------------|-------|--------|------|------|
| Jämförelsestörande poster | -138 | -1 064 | -15 | -21 |
| Rörelseresultat | 3 155 | 6 494 | 350 | 487 |
| Marginal, % | 3,1 | 6,1 | | |
| Resultat efter finansiella poster | 2 918 | 6 370 | 324 | 450 |
| Periodens resultat | 2 148 | 4 739 | 238 | 331 |
| Resultat per aktie ¹⁾ , kr | 7,55 | 16,65 | 0,84 | 1,17 |
| Avkastning på nettotillgångar, % | 13,5 | 31,0 | | |

Engångskostnader Kv4 2011

| | | | | |
|--|-------|-------|--|--|
| Rörelseresultat exklusive engångskostnader och jämförelsestörande poster | 3 980 | 6 494 | | |
| Marginal, % | 3,9 | 6,1 | | |

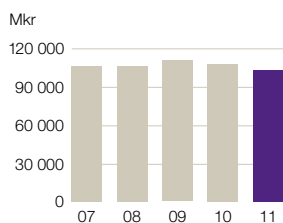
1) Genomsnittligt antal aktier 284,7 miljoner (284,6).

2) Enligt styrelsens förslag.

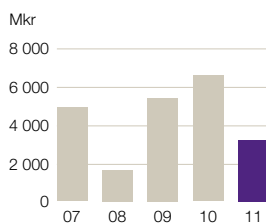
Nettoomsättning och anställda

| 10 största länder | Mkr | Anställda |
|-------------------|----------------|---------------|
| USA | 26 637 | 7 914 |
| Brasilien | 14 633 | 10 755 |
| Tyskland | 5 474 | 1 740 |
| Australien | 5 285 | 1 606 |
| Sverige | 4 210 | 2 184 |
| Italien | 4 092 | 5 804 |
| Kanada | 4 037 | 1 264 |
| Schweiz | 4 027 | 834 |
| Frankrike | 3 809 | 1 105 |
| Storbritannien | 2 544 | 404 |
| Övriga | 26 850 | 19 306 |
| Totalt | 101 598 | 52 916 |

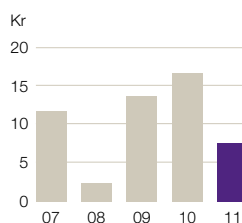
Nettoomsättning



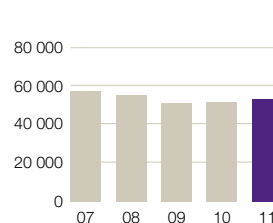
Rörelseresultat¹⁾



Resultat per aktie¹⁾



Antal anställda²⁾



1) Exklusive jämförelsestörande poster

2) Genomsnittligt antal anställda

Manövrera på en tuff marknad

Marknaden för vitvaror fortsatte att vara mycket konkurrensutsatt under fjärde kvartalet 2011. Motvinden med ökad prispress, högre kostnader för råmaterial och försvagad efterfrågan blev allt starkare under årets gång. Under dessa utmanande marknadsförhållanden lyckades vi uppnå ett underliggande rörelseresultat på 4 miljarder kronor för 2011. Samtidigt vidtog vi åtgärder för att höja försäljningspriserna och minska kostnaderna. Vi förvärvade företag på tillväxtmarknader och anpassade organisationen för att stärka koncernens ställning inför 2012.

Efterfrågan på vitvaror började försvagas redan i slutet av 2010, samtidigt som kostnaderna för råmaterial ökade och priserna på våra produkter började minska. Denna nedåtgående trend med ökade kostnader för råmaterial och lägre priser förstärktes under året, vilket negativt påverkat resultatet med mer än 3 miljarder kronor för 2011. Under dessa tuffa marknadsförhållanden lyckades vi uppnå ett rörelseresultat på närmare 4 miljarder kronor, vilket är bättre än de nivåer vi uppnått under tidigare år med liknande förutsättningar som under 2011. Samtidigt genererade vi ett starkt underliggande kassaflöde som ett resultat av våra intensifierade ansträngningar att minska rörelsekapitalet, vilket medfört att vi lyckats bibehålla en stark balansräkning.

Under 2011 initierade och genomförde vi ett antal aktiviteter. Vi slutförde förvärven av det egyptiska bolaget Olympic Group och det chilenska bolaget CTI. Dessa förvärv har i kombination med en stark organisk tillväxt för Electrolux verksamheter i Latinamerika, Sydostasien och Östeuropa medfört att proformaförsäljningen på tillväxtmarknaderna uppgick till cirka 35 procent av den totala omsättningen för 2011.

Beslut togs om att ytterligare anpassa vår tillverkningskapacitet i Nordamerika och Västeuropa för att

Electrolux strategi att utveckla innovativa produktlösningar, designade med omtanke och kundinsikt, stärktes under 2011 genom att den så kallade Innovationstriangeln etablerades inom koncernledningen.

Fotograf: Victor Brott



35%

Proformaförsäljningen på tillväxtmarknaderna uppgick till cirka 35 procent av den totala omsättningen för 2011.

öka kapacitetsutnyttjandet. Åtgärder vidtogs även för att minska overheadkostnader till rådande marknadsförhållanden. Därutöver fortsätter vi att öka våra satsningar för att förbättra effektiviteten och ytterligare minska kostnaderna genom att dra fördel av koncernens globala styrka och räckvidd. Dessa ansträngningar kommer att ge resultat i en allt snabbare takt.

Electrolux strategi att utveckla innovativa produktlösningar, designade med omtanke och kundinsikt, stärktes under 2011 genom att den så kallade Innovationstriangeln etablerades inom koncernledningen. De nya och förstärkta rollerna för FoU, Marknadsföring och Design kommer att leda till synergier och nära samverkan under hela produktutvecklingsprocessen, med ett ännu tydligare fokus på kunder och konsumenter. Detta kommer att göra det möjligt för Electrolux att i snabbare takt lansera mer relevanta och innovativa produktlösningar på marknaden.

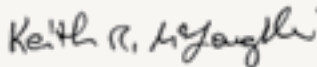
Vi fortsätter att lansera nya produkter och introduktionen av nya och innovativa produkter under varumärket AEG har fått ett starkt mottagande på marknaden. I Latinamerika började vi skörda frukterna av de nya produkter som lanserades under tidigt 2011. 2012 kommer att bli ett intensivt lanseringsår, med ökade investeringar inom produktutveckling och marknadsföring.

Även om vi förväntar oss att trenden framöver ska förändras i en mer positiv riktning genom successiva förbättringar av försäljningspriserna och mixen samt genom lägre kostnader, förväntar vi oss inte någon återhämtning av efterfrågan på de mogna marknaderna under första halvåret 2012. Däremot kan det ske en viss återhämtning på marknaden i USA mot slutet av året som ett resultat av en viss förbättring av bostadsmarknaden.

Eftersom vi befinner oss i en mer fördelaktig råvarumarknad tror vi inte att kostnaderna för råmaterial ska överstiga 2011-års nivå med mer än 500 Mkr, med huvuddelen av kostnadsökningarna under första halvåret. Under 2012 kommer även kostnaderna för sourcede produkter och transporter att öka, något som gör det ännu viktigare att vi lyckas genomföra våra prishöjningar.

Resultatet för 2011, som uppnåtts under en kännbar konjunkturduggång, visar att vår strategi att öka takten för nya produkterbjudanden, investera i lönsamma tillväxtområden samt effektivisera tillverkningen, är framgångsrik. Under 2012 ska vi ytterligare stärka ställningen för varumärket Electrolux. Vi ska fortsätta att utveckla innovativa produkter som konsumenter föredrar. Vi ska förbättra vår kostnadseffektivitet ytterligare och vi ska upprätthålla en stark balansräkning för att kunna hantera såväl osäkra omvärldsförutsättningar som nya möjligheter.

Stockholm den 2 februari 2012,
i samband med presentationen av det fjärde kvartalet och helårsresultatet för 2011.



Keith McLoughlin
Verkställande direktör och koncernchef

Electrolux strategi

I vitvarubranschen är Electrolux den mest globala tillverkaren, med starka positioner i alla regioner. Electrolux är även den enda aktör som erbjuder lösningar för såväl konsumenter som professionella användare. All produktutveckling inom koncernen baseras på konsumentinsikt. Med innovativa produkter under ett starkt varumärke i premiumsegmentet och genom att utnyttja koncernens globala styrka och räckvidd ska Electrolux skapa förutsättningar för lönsam tillväxt.



Electrolux ambition är att bli det bästa vitvaruföretaget i världen enligt aktieägare, kunder och anställda.

Produkter och tjänster

Electrolux process för konsumentbaserad produktutveckling används för alla nya produkter. Under de senaste åren har en del förändringar genomförts i processen för att ytterligare höja ambitionsnivån för vad som levereras till konsumenterna.

Varumärke

Lanseringarna av innovativa, Electrolux-märkta produkter i Europa, Nordamerika och på andra marknader i världen har stärkt koncernens position inom det globala premiumsegmentet. Att ta en betydande position i premiumsegmentet är avgörande i koncernens strategi för lönsam tillväxt.

Effektiva verksamheter

Electrolux fortsätter anpassa sin tillverkningsstruktur och genomföra effektiviseringar för ökad produktivitet. Fokus ligger på global optimering av verksamheten för att ytterligare minska kostnaderna och öka tillväxttakten.

Medarbetare

Med en innovativ kultur och anställda med olika bakgrund skapas ideala förutsättningar för att utveckla innovativa produkter, finna nya sätt att arbeta, lösa problem och prestera utöver vad som förväntas.

Hållbarhet

För att bli ledande i sin bransch avser Electrolux att visa hur företaget förbättrar människors liv genom att förstå deras nya behov och leverera smartare, mer resurseffektiva lösningar.

Finansiella mål över en konjunkturcykel

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.

Rörelsemarginal på minst 6 procent

> 6 %

Kapitalomsättningshastighet på minst 4 gånger

> 4

Avkastning på nettotillgångar på minst 25 procent

> 25 %

Tillväxt på minst 4 procent per år

> 4 %

Förvaltningsberättelse 2011

- Nettoomsättningen uppgick till 101 598 Mkr (106 326) och periodens resultat till 2 064 Mkr (3 997), motsvarande 7,25 kronor (14,04) per aktie.
- I jämförbara valutor ökade nettoomsättningen med 1,9%. Förvärv har påverkat nettoomsättningen med 1,7%.
- Svag efterfrågan på mogna marknader medan efterfrågan på tillväxtmarknader visade stark tillväxt.
- Rörelseresultatet minskade till 3 017 Mkr (5 430), motsvarande en marginal på 3,0% (5,1).
- Lägre försäljningspriser och ökade kostnader för råmaterial hade en negativ inverkan på rörelseresultatet.
- Kostnader av engångskaraktär uppgick till 825 Mkr avseende åtgärder för att minska bemanningen och WEEE-relaterade kostnader för tidigare år.
- Rörelseresultatet uppgick till 3 980 Mkr (6 494), motsvarande en marginal på 3,9% (6,1), exklusive jämförelsestörande poster och kostnader av engångskaraktär.
- Förvärv av vitvaruföretagen Olympic Group i Egypten och CTI i Chile.
- Styrelsen föreslår en utdelning för 2011 på 6,50 kronor (6,50) per aktie.
- Styrelsen föreslår årsstämman ett förnyat mandat för återköp av egna aktier.

| Innehåll | sida |
|---------------------------------------|------|
| Nettoomsättning och resultat | 6 |
| Koncernens resultaträkning | 7 |
| Utveckling per affärsområde | 9 |
| Finansiell ställning | 12 |
| Koncernens balansräkning | 13 |
| Förändring av koncernens eget kapital | 15 |
| Kassaflöde | 16 |
| Koncernens kassaflödesanalys | 17 |
| Strukturåtgärder och förvärv | 18 |
| Aktiekapital och ägande | 20 |
| Utdelning av medel till aktieägarna | 21 |
| Risker och osäkerhetsfaktorer | 22 |
| Anställda | 23 |
| Övrigt | 25 |
| Moderbolaget | 27 |
| Noter | 31 |

Nyckeltal

| Mkr | 2011 | Förändring, % | 2010 |
|-----------------------------------|--------------------|---------------|---------|
| Nettoomsättning | 101 598 | -4 | 106 326 |
| Rörelseresultat | 3 017 | -44 | 5 430 |
| Marginal, % | 3,0 | | 5,1 |
| Resultat efter finansiella poster | 2 780 | -48 | 5 306 |
| Periodens resultat | 2 064 | -48 | 3 997 |
| Resultat per aktie, kr | 7,25 | | 14,04 |
| Utdelning per aktie, kr | 6,50 ¹⁾ | | 6,50 |
| Skuldsättningsgrad | 0,31 | | -0,03 |
| Avkastning på eget kapital, % | 10,4 | | 20,6 |
| Genomsnittligt antal anställda | 52 916 | | 51 544 |

Exklusive jämförelsestörande poster

| | | | |
|-----------------------------------|-------|-----|--------|
| Jämförelsestörande poster | -138 | | -1 064 |
| Rörelseresultat | 3 155 | -51 | 6 494 |
| Marginal, % | 3,1 | | 6,1 |
| Resultat efter finansiella poster | 2 918 | -54 | 6 370 |
| Periodens resultat | 2 148 | -55 | 4 739 |
| Resultat per aktie, kr | 7,55 | | 16,65 |
| Avkastning på nettotillgångar, % | 13,5 | | 31,0 |

Engångskostnader under fjärde kvartalet 2011

| | | | |
|--|-------|-----|-------|
| Engångskostnader under fjärde kvartalet 2011 | -825 | | - |
| Rörelseresultat exklusive engångskostnader och jämförelsestörande poster | 3 980 | -39 | 6 494 |
| Marginal, % | 3,9 | | 6,1 |

1) Enligt styrelsens förslag.

Nettoomsättning och resultat

Nettoomsättning

Koncernens nettoomsättning för 2011 uppgick till 101 598 Mkr jämfört med 106 326 Mkr föregående år. Förändringar av valutakurser påverkade nettoomsättningen negativt. Förvärven av Olympic Group i Egypten och CTI i Chile hade en positiv påverkan på nettoomsättningen med 1,7%. Nettoomsättningen var något positiv i jämförbara valutor, exklusive förvärv.

Stark försäljningstillväxt i Latinamerika och Asien/Stillhavsområdet kompenserade för lägre försäljning i Europa och Nordamerika. Olympic Group och CTI är inkluderade i Electrolux konsoliderade räkenskaper för 2011 från och med september respektive oktober månad, se sidorna 18 och 19.

Förändring av nettoomsättning

| % | 2011 |
|------------------------------------|-------------|
| Förändringar i koncernens struktur | 1,7 |
| Förändringar av valutakurser | -6,3 |
| Förändringar av volym/pris/mix | 0,2 |
| Totalt | -4,4 |

Rörelseresultat

Rörelseresultatet för 2011 minskade till 3 017 Mkr (5 430), motsvarande 3,0% (5,1) av nettoomsättningen. Svag efterfrågan på Electrolux huvudmarknader, lägre försäljningspriser och ökade kostnader för råmaterial hade en negativ inverkan på rörelseresultatet för 2011.

Bidraget från de förvärvade bolagen Olympic Group och CTI inklusive relaterade förvävsjusteringar var något negativt. Utgifter relaterade till förvärven uppgick för 2011 till 99 Mkr, se sidorna 18 och 19.

Electrolux har märkbart påverkats av den försiktighet som konsumenterna på de mogna marknaderna visar. För att öka kostnadseffektiviteten har ett antal besparingsåtgärder initierats, se sidan 18. Åtgärder för att minska bemanningen i alla regioner påbörjades under fjärde kvartalet 2011 och kommer att fortsätta under 2012. Engångskostnader för dessa åtgärder har belastat rörelseresultatet med 635 Mkr, se tabell nedan. Därutöver har engångskostnader avseende historiska WEEE¹⁾-relaterade kostnader i Ungern för perioden 2005–2007 på 190 Mkr belastat rörelseresultatet, se tabell nedan.

- Nettoomsättningen 2011 ökade med 1,9% i jämförbara valutor. Förvärv hade en påverkan på nettoomsättningen med 1,7%.
- Försäljningstillväxt i Asien/Stillhavsområdet, Latinamerika och inom Dammsugare och småapparater kompenserade för lägre försäljning i Europa och Nordamerika.
- Rörelseresultatet uppgick till 3 155 Mkr (6 494) motsvarande en marginal på 3,1% (6,1), exklusive jämförelsestörande poster.
- Rörelseresultatet minskade framförallt på grund av lägre försäljningspriser och ökade kostnader för råmaterial.
- Periodens resultat uppgick till 2 064 Mkr (3 997).
- Resultat per aktie uppgick till 7,25 kronor (14,04).

Engångskostnader

| Mkr | 2011 |
|---|------------|
| Minskning av bemanning, Europa | 500 |
| WEEE-relaterade kostnader, Europa | 190 |
| Minskning av bemanning, Nordamerika | 15 |
| Minskning av bemanning, Asien/Stillhavsområdet | 20 |
| Minskning av bemanning, Dammsugare och småapparater | 45 |
| Minskning av bemanning, koncernstaben | 55 |
| Totalt | 825 |

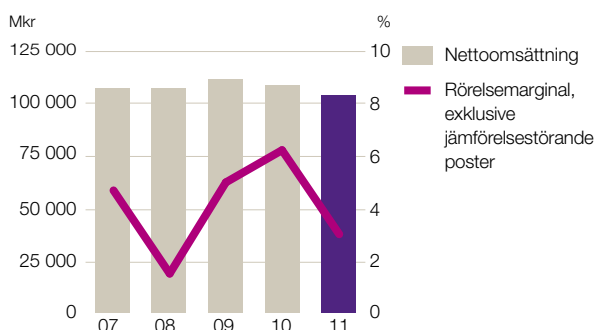
1) Producentansvar relaterat till WEEE-direktivet (Waste Electrical and Electronic Equipment).

Jämförelsestörande poster

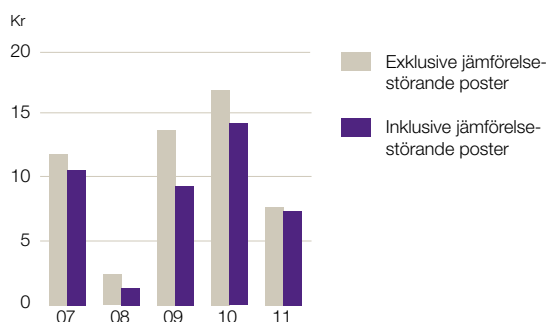
Rörelseresultatet för 2011 innehåller jämförelsestörande poster uppgående till -138 Mkr (-1 064) avseende avsättningar för strukturåtgärder, se tabell på sidan 18.

Exklusive jämförelsestörande poster och posterna av engångskaraktär beskrivna ovan, uppgick rörelseresultatet för 2011 till 3 980 Mkr (6 494), motsvarande en marginal på 3,9% (6,1).

Nettoomsättning och rörelsemarginal



Resultat per aktie



Koncernens resultaträkning

| Mkr | Not | 2011 | 2010 |
|---|-------|----------------|----------------|
| Nettoomsättning | 3,4 | 101 598 | 106 326 |
| Kostnad för sålda varor | | -82 840 | -82 697 |
| Bruttoresultat | | 18 758 | 23 629 |
| Försäljningskostnader | | -10 821 | -11 698 |
| Administrationskostnader | | -4 972 | -5 428 |
| Övriga rörelseintäkter | 5 | 230 | 14 |
| Övriga rörelsekostnader | 6 | -40 | -23 |
| Jämförelsestörande poster | 3,7 | -138 | -1 064 |
| Rörelseresultat | 3,4,8 | 3 017 | 5 430 |
| Finansiella intäkter | 9 | 337 | 332 |
| Finansiella kostnader | 9 | -574 | -456 |
| Finansiella poster, netto | | -237 | -124 |
| Resultat efter finansiella poster | | 2 780 | 5 306 |
| Skatt | 10 | -716 | -1 309 |
| Periodens resultat | | 2 064 | 3 997 |
| Finansiella tillgångar tillgängliga för försäljning | 11,29 | -91 | 77 |
| Kassflödessakringar | 11 | 111 | -117 |
| Valutakursdifferenser | 11 | -223 | -1 108 |
| Inkomstskatt relaterat till övrigt totalresultat | | -104 | -30 |
| Övriga poster i totalresultat, netto efter skatt | | -307 | -1 178 |
| Periodens totalresultat | | 1 757 | 2 819 |
| Periodens resultat hänförligt till: | | | |
| Innehavare av aktier i moderbolaget | | 2 064 | 3 997 |
| Minoritetsintressen | | - | - |
| Periodens totalresultat hänförligt till: | | | |
| Innehavare av aktier i moderbolaget | | 1 752 | 2 819 |
| Minoritetsintressen | | 5 | - |
| Resultat per aktie | 20 | | |
| Avseende resultat hänförligt till innehavare av aktier i moderbolaget | | | |
| Före utspädning, kr | | 7,25 | 14,04 |
| Efter utspädning, kr | | 7,21 | 13,97 |
| Genomsnittligt antal aktier | 20 | | |
| Före utspädning, miljoner | | 284,7 | 284,6 |
| Efter utspädning, miljoner | | 286,1 | 286,0 |

Finansnetto

Finansnettot minskade till -237 Mkr (-124). Minskningen beror på högre räntor och ökad nettoskuld. Förvärven av Olympic Group och CTI har påverkat nettoskulden.

Resultat efter finansiella poster

Resultatet efter finansiella poster minskade till 2 780 Mkr (5 306), motsvarande 2,7% (5,0) av nettoomsättningen.

Skatt

Den totala skatten för 2011 uppgick till -716 Mkr (-1 309), motsvarande en skattesats på 25,7% (24,7).

Periodens resultat och resultat per aktie

Periodens resultat uppgick till 2 064 Mkr (3 997), motsvarande 7,25 kronor (14,04) i resultat per aktie före utspädning.

Påverkan av valutakursförändringar

Förändringar av valutakurser, det vill säga omräknings- och transaktionseffekter samt effekter av valutasäkringskontrakt, påverkade rörelseresultatet positivt för helåret 2011 med cirka 150 Mkr jämfört med föregående år.

Effekterna av valutakursförändringarna avsåg framförallt verksamheterna i Europa, Latinamerika och Asien/Stillahavsområdet. Resultatet har påverkats positivt av att euron försvagats mot flera valutor och av att den australiensiska dollarn och brasilianska realen förstärkts mot den amerikanska dollarn. Transaktionseffekterna uppgick till cirka 400 Mkr. Resultatet från avräkning av valutasäkringskontrakt påverkade rörelseresultatet positivt med cirka 75 Mkr jämfört med föregående år.

Jämfört med föregående år har effekterna av omräkning av dotterbolags resultaträkningar haft en negativ påverkan på rörelseresultatet med cirka -325 Mkr, framförallt på grund av försvagningen av euron och den amerikanska dollarn gentemot den svenska kronan.

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

Marknadsöversikt

För helåret var efterfrågan på den europeiska marknaden i linje med föregående år. Efterfrågan i Västeuropa minskade med 3% och minskade på för Electrolux viktiga marknader i Sydeuropa.

Efterfrågan i Östeuropa ökade med 9%. Efterfrågan i Nordamerika minskade med 4%. Marknaden i Brasilien ökade och de flesta andra marknader i Latinamerika visade också tillväxt.

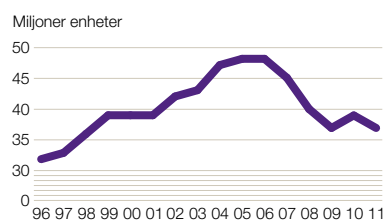
Efterfrågan på vitvaror i Europa förväntas vara oförändrad eller minska med upp till 2%. Efterfrågan i Nordamerika förväntas vara oförändrad eller öka med upp till 2%.

Utveckling per affärsområde

| Mkr ¹⁾ | 2011 | 2010 |
|---|----------------|----------------|
| Vitvaror Europa, Mellanöstern och Afrika | | |
| Nettoomsättning | 34 029 | 36 596 |
| Rörelseresultat | 709 | 2 297 |
| Rörelsemarginal, % | 2,1 | 6,3 |
| Vitvaror Nordamerika | | |
| Nettoomsättning | 27 665 | 30 969 |
| Rörelseresultat | 250 | 1 442 |
| Rörelsemarginal, % | 0,9 | 4,7 |
| Vitvaror Latinamerika | | |
| Nettoomsättning | 17 810 | 16 260 |
| Rörelseresultat | 820 | 951 |
| Rörelsemarginal, % | 4,6 | 5,8 |
| Vitvaror Asien/Stillahavsområdet | | |
| Nettoomsättning | 7 852 | 7 679 |
| Rörelseresultat | 736 | 793 |
| Rörelsemarginal, % | 9,4 | 10,3 |
| Dammsugare och småapparater | | |
| Nettoomsättning | 8 359 | 8 422 |
| Rörelseresultat | 543 | 802 |
| Rörelsemarginal, % | 6,5 | 9,5 |
| Professionella Produkter | | |
| Nettoomsättning | 5 882 | 6 389 |
| Rörelseresultat | 841 | 743 |
| Rörelsemarginal, % | 14,3 | 11,6 |
| Övrigt | | |
| Nettoomsättning | 1 | 11 |
| Koncerngemensamma kostnader m.m. | -744 | -534 |
| Total nettoomsättning | 101 598 | 106 326 |
| Rörelseresultat | 3 155 | 6 494 |
| Marginal, % | 3,1 | 6,1 |

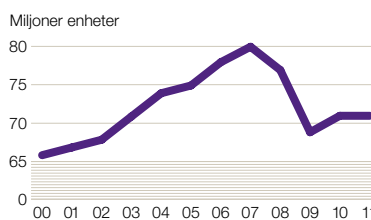
1) Exklusive jämförelseströrande poster.

Leveranser av vitvaror i Nordamerika



Totalt såldes cirka 37 miljoner vitvaror i Nordamerika under 2011, vilket motsvarar en minskning med 4% jämfört med 2010.

Leveranser av vitvaror i Europa, exkl. Turkiet



Totalt såldes cirka 71 miljoner vitvaror i Europa under 2011, vilket var i linje med föregående år. Efterfrågan i Västeuropa minskade med 3% medan efterfrågan i Östeuropa ökade med 9%.

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, mikrovågsugnar samt dammsugareprodukter och små hushållsapparater. Verksamheten inom Professionella Produkter omfattar storköksutrustning för hotell, restauranger och institutioner samt tvättutrustning för fastighetstvättstugor, myntbarer, hotell och andra professionella användare.

Under 2011 svarade vitvaruverksamheten för 86% (86) av nettoomsättningen, professionella produkter för 6% (6) och dammsugare och småapparater för 8% (8).

Vitvaror Europa, Mellanöstern och Afrika

| Mkr ¹⁾ | 2011 | 2010 |
|--|--------|--------|
| Nettoomsättning | 34 029 | 36 596 |
| Rörelseresultat exklusive engångskostnader | 1 399 | 2 297 |
| Rörelseresultat | 709 | 2 297 |
| Rörelsemarginal, % | 2,1 | 6,3 |
| Nettotillgångar | 9 450 | 6 813 |
| Avkastning på nettotillgångar, % | 8,1 | 31,4 |
| Investeringar | 1 199 | 1 409 |
| Genomsnittligt antal anställda | 20 847 | 19 245 |

1) Exklusive jämförelsestörande poster.

Engångskostnader

| Mkr | 2011 | 2010 |
|---------------------------|------|------|
| Minskning av bemanning | 500 | — |
| WEEE-relaterade kostnader | 190 | — |

Efterfrågan på den europeiska marknaden 2011 var oförändrad jämfört med föregående år. Marknaden i Västeuropa minskade med 3%. Efterfrågan sjönk på för Electrolux viktiga marknader i Sydeuropa, såsom Italien. Efterfrågan i Östeuropa steg med 9% framförallt tack vare ökad efterfrågan i Ryssland.

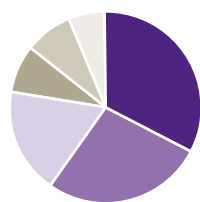
Koncernens försäljning i Europa minskade under 2011, framförallt på grund av lägre försäljningspriser och en negativ landsmix. Ökad försäljning i Östeuropa och lägre försäljning i Västeuropa hade en

- Fortsatt svag efterfrågan på viktiga marknader för Electrolux under 2011.
- Den nordamerikanska marknaden minskade med 4%, den europeiska marknaden var oförändrad.
- I jämförbara valutor ökade nettoomsättningen med 1,9%. Förvärv hade en påverkan på nettoomsättningen med 1,7%.
- Volymtillväxt påverkade försäljningen positivt på tillväxtmarknader, medan lägre försäljningspriser hade en negativ påverkan på nettoomsättningen.
- Lägre försäljningspriser och högre kostnader för råmaterial hade en negativ påverkan på rörelseresultatet.
- Stabila resultat under tuffa omvärldsförhållanden för verksamheterna i Latinamerika, Asien/Stillahavsområdet, Dammsugare och småapparater och för Professionella Produkter.
- Genomsnittligt antal anställda ökade till 52 916 (51 544).

negativ påverkan på koncernens försäljningsmix. Det förvärvade bolaget Olympic Group i Egypten bidrog till en ökad försäljning.

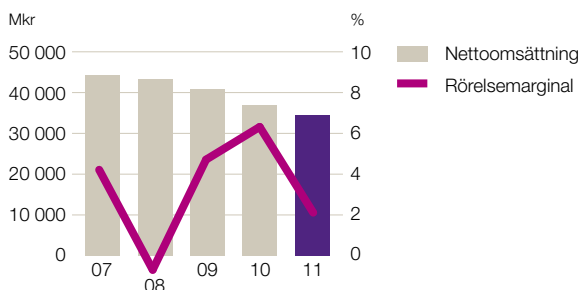
Rörelseresultatet minskade för 2011. Kostnader för åtgärder för att reducera overheadkostnader i Europa uppgick till 500 Mkr, och WEEE-relaterade kostnader i Ungern uppgick till 190 Mkr, vilket belastat rörelseresultatet för 2011. Därutöver har lägre försäljningspriser, en negativ landsmix och ökade kostnader för råmaterial påverkat rörelseresultatet negativt. Däremot har produktmixen förbättrats som ett resultat av lyckade lanseringar av nya premiumprodukter.

Andel av försäljningen per affärsområde



| |
|---|
| ■ Vitvaror Europa, Mellanöstern och Afrika, 33% |
| ■ Vitvaror Nordamerika, 27% |
| ■ Vitvaror Latinamerika, 18% |
| ■ Vitvaror Asien/Stillahavsområdet, 8% |
| ■ Dammsugare och småapparater, 8% |
| ■ Professionella Produkter, 6% |

Vitvaror Europa, Mellanöstern och Afrika



Bidraget från förvärvet av Olympic Group inklusive relaterade förvärvsjusteringar var något negativt. Läs mer om förvärvet av Olympic Group på sidan 19 och i Not 26.

Vitvaror Nordamerika

| Mkr ¹⁾ | 2011 | 2010 |
|--|--------|--------|
| Nettoomsättning | 27 665 | 30 969 |
| Rörelseresultat exklusive engångskostnader | 265 | 1 442 |
| Rörelseresultat | 250 | 1 442 |
| Rörelsemarginal, % | 0,9 | 4,7 |
| Nettotillgångar | 5 316 | 7 012 |
| Avkastning på nettotillgångar, % | 4,8 | 21,8 |
| Investeringar | 700 | 692 |
| Genomsnittligt antal anställda | 11 174 | 11 727 |

1) Exklusive jämförelsestörande poster.

Engångskostnader

| Mkr | 2011 | 2010 |
|------------------------|------|------|
| Minskning av bemanning | 15 | — |

Marknadens efterfrågan på vitvaror i Nordamerika minskade med 4% under året. Vitvaror, inklusive luftkonditioneringsutrustning och mikrovågsugnar minskade med 1%. Efterfrågan på luftkonditioneringsutrustning visade stark tillväxt under året och ökade med nästan 20%.

Koncernens försäljning i Nordamerika minskade jämfört med föregående år på grund av lägre försäljningsvolym.

Rörelseresultatet försämrades framförallt beroende på lägre försäljningsvolym och minskat kapacitetsutnyttjande inom tillverkningen. Därutöver har ökade kostnader för råmaterial, sourcade produkter och transporter haft en negativ påverkan på rörelseresultatet.

Nettoomsättning och rörelseresultat 2011 jämfört med 2010¹⁾

| Förändring jämfört med samma period föregående år, % | Nettoomsättning | Nettoomsättning i jämförbara valutor | Rörelseresultat | Rörelseresultat i jämförbara valutor |
|--|-----------------|--------------------------------------|-----------------|--------------------------------------|
| Vitvaror: | | | | |
| Europa, Mellanöstern och Afrika | -7,0 | -2,2 | -69,1 | -67,2 |
| Nordamerika | -10,7 | -1,3 | -82,7 | -81,1 |
| Latinamerika | 9,5 | 16,5 | -13,8 | -8,1 |
| Asien/Stillahavsområdet | 2,3 | 3,2 | -7,2 | -7,9 |
| Dammsugare och småapparater | -0,7 | 6,0 | -32,3 | -29,5 |
| Professionella Produkter | -7,9 | -3,7 | 13,2 | 18,5 |
| Total förändring | -4,4 | 1,9 | -51,4 | -48,9 |

1) Exklusive jämförelsestörande poster.

Kostnader för åtgärder för att minska overheadkostnaderna uppgående till 15 Mkr belastade rörelseresultatet för 2011.

Vitvaror Latinamerika

| Mkr ¹⁾ | 2011 | 2010 |
|----------------------------------|--------|--------|
| Nettoomsättning | 17 810 | 16 260 |
| Rörelseresultat | 820 | 951 |
| Rörelsemarginal, % | 4,6 | 5,8 |
| Nettotillgångar | 7 468 | 3 146 |
| Avkastning på nettotillgångar, % | 21,2 | 30,4 |
| Investeringar | 526 | 650 |
| Genomsnittligt antal anställda | 11 537 | 11 246 |

1) Exklusive jämförelsestörande poster.

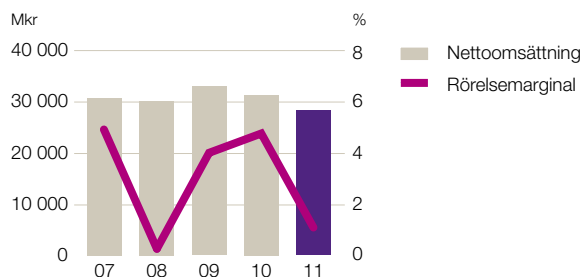
Marknadens efterfrågan på vitvaror i Brasilien bedöms ha ökat under 2011 jämfört med föregående år. Flera andra marknader i Latinamerika visade fortsatt god tillväxt under året.

Koncernens försäljning ökade som en följd av högre försäljningsvolym och Electrolux fortsatte att ta marknadsandelar i Brasilien och på andra marknader i Latinamerika. Av koncernens försäljning i Latinamerika under 2011 stod övriga latinamerikanska marknader för cirka 22%. Försäljningen har påverkats positivt av förvärvet av den chilenska vitvarutillverkaren CTI.

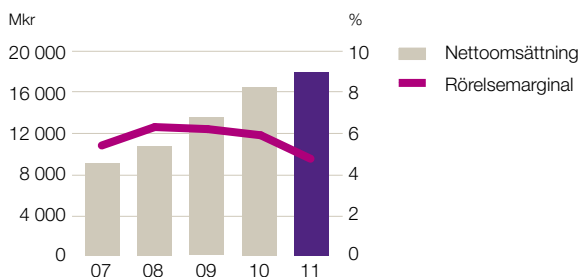
Rörelseresultatet minskade jämfört med föregående år på grund av en försämrad kundmix och ökade kostnader för råmaterial. Den konsolidering som skett bland flera återförsäljare på den brasilianska marknaden har påverkat kundmixen negativt jämfört med 2010, men i mindre omfattning under andra halvåret 2011.

Förvärvet av CTI inklusive relaterade förvärvsjusteringar bidrog positivt till resultatet. Läs mer om förvärvet av CTI på sidan 18 och i Not 26.

Vitvaror Nordamerika



Vitvaror Latinamerika



Vitvaror Asien/Stillahavsområdet

| Mkr ¹⁾ | 2011 | 2010 |
|--|-------|-------|
| Nettoomsättning | 7 852 | 7 679 |
| Rörelseresultat exklusive engångskostnader | 756 | 793 |
| Rörelseresultat | 736 | 793 |
| Rörelsemarginal, % | 9,4 | 10,3 |
| Nettotillgångar | 2 040 | 2 020 |
| Avkastning på nettotillgångar, % | 37,5 | 40,6 |
| Investeringar | 286 | 198 |
| Genomsnittligt antal anställda | 3 296 | 3 165 |

1) Exklusive jämförelsestörande poster.

Engångskostnader

| Mkr | 2011 | 2010 |
|------------------------|------|------|
| Minskning av bemanning | 20 | — |

Marknadens efterfrågan på vitvaror i Australien bedöms ha ökat under 2011 jämfört med föregående år.

Koncernens försäljning sjönk, framförallt som ett resultat av prispress på marknaden. Den starka australiensiska dollarn har medfört att producenter som importerar produkter kunnat sänka sina priser.

Rörelseresultatet minskade för 2011 framförallt som en effekt av lägre försäljningspriser, ökade kostnader för råmaterial och sourcede produkter.

Efterfrågan på marknaderna i Sydostasien och Kina uppskattas ha ökat under 2011 i jämfört med föregående år. Electrolux försäljning på marknaderna i Sydostasien och Kina visar stark tillväxt och Electrolux marknadsandelar uppskattas ha ökat. Verksamheten i Sydostasien visade god lönsamhet under 2011.

Åtgärder för att minska overheadkostnaderna uppgående till 20 Mkr har belastat rörelseresultatet negativt för hela regionen.

Dammsugare och småapparater

| Mkr ¹⁾ | 2011 | 2010 |
|--|-------|-------|
| Nettoomsättning | 8 359 | 8 422 |
| Rörelseresultat exklusive engångskostnader | 588 | 802 |
| Rörelseresultat | 543 | 802 |
| Rörelsemarginal, % | 6,5 | 9,5 |
| Nettotillgångar | 2 210 | 1 723 |
| Avkastning på nettotillgångar, % | 31,1 | 48,3 |
| Investeringar | 118 | 116 |
| Genomsnittligt antal anställda | 2 572 | 2 625 |

1) Exklusive jämförelsestörande poster.

Engångskostnader

| Mkr | 2011 | 2010 |
|------------------------|------|------|
| Minskning av bemanning | 45 | — |

Marknadens efterfrågan på dammsugare i Europa och Nordamerika minskade under 2011 jämfört med föregående år.

Koncernens försäljning ökade i jämförbara valutor jämfört med föregående år, framförallt som ett resultat av högre försäljningsvolymer och en förbättrad produktmix. Förvärvet av CTI:s dotterbolag Somela, som tillverkar mindre hushållsapparater i Chile, har positivt bidragit till försäljningen.

Rörelseresultatet minskade, framförallt som en effekt av ökade kostnader för sourcede produkter och lägre försäljningspriser. En förbättrad produktmix och försäljningstillväxt för små hushållsapparater hade dock en positiv påverkan på rörelseresultatet.

Åtgärder för att minska overheadkostnaderna uppgående till 45 Mkr belastade rörelseresultatet för 2011.

Professionella Produkter

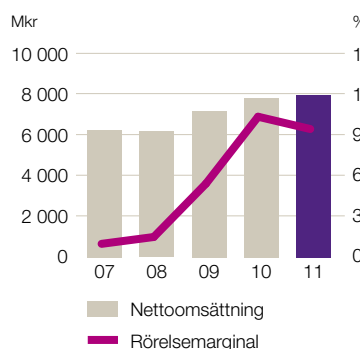
| Mkr ¹⁾ | 2011 | 2010 |
|----------------------------------|-------|-------|
| Nettoomsättning | 5 882 | 6 389 |
| Rörelseresultat | 841 | 743 |
| Rörelsemarginal, % | 14,3 | 11,6 |
| Nettotillgångar | 932 | 874 |
| Avkastning på nettotillgångar, % | 91,8 | 82,8 |
| Investeringar | 287 | 96 |
| Genomsnittligt antal anställda | 2 581 | 2 671 |

1) Exklusive jämförelsestörande poster.

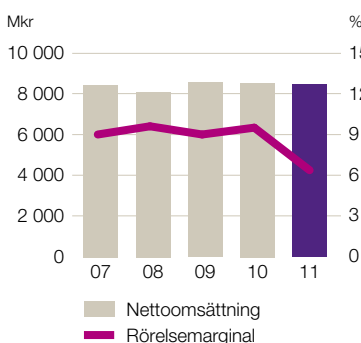
Marknadens efterfrågan på storköksutrustning i Europa bedöms ha minskat under 2011 jämfört med motsvarande period föregående år. Rörelseresultatet för storköksutrustning försämrades som en följd av lägre försäljningsvolymer framförallt i Sydeuropa där Electrolux har en stark position samt av ökade kostnader för råmaterial. Prisökningar har till stor del motverkat de högre råmaterialkostnaderna.

Efterfrågan på marknaden för professionell tvättutrustning bedöms ha minskat något på Electrolux huvudmarknader i Väst-europa och försäljningsvolymerna sjönk. En hög andel av efterfrågan på marknaden består idag av ersättningsprodukter samtidigt som efterfrågan på reservdelar ökar. Rörelseresultatet för professionell tvättutrustning förbättrades däremot jämfört med 2010 som ett resultat av prishöjningar och högre försäljningsvolymer, vilket kompenserat för ökade kostnader för råmaterial.

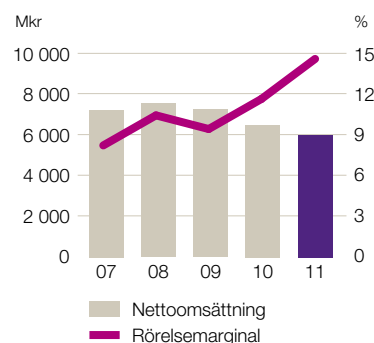
Vitvaror Asien/Stillahavsområdet



Dammsugare och småapparater



Professionella Produkter



Finansiell ställning

Rörelsekapital och nettotillgångar

| Mkr | 31 dec. 2011 | 1 % av annuali- serad nettoom- sättning | 31 dec. 2010 | 1 % av annuali- serad nettoom- sättning |
|---|-----------------|---|-----------------|---|
| Varulager | 11 957 | 10,5 | 11 130 | 10,2 |
| Kundfordringar | 19 226 | 17,0 | 19 346 | 17,7 |
| Leverantörsskulder | -18 490 | -16,3 | -17 283 | -15,8 |
| Avsättningar | -9 776 | | -10 009 | |
| Förutbetalda och upplupna intäkter och kostnader | -6 598 | | -7 095 | |
| Skatt och övriga tillgångar och skulder | -1 499 | | -1 991 | |
| Rörelsekapital | -5 180 | -4,6 | -5 902 | -5,4 |
| Materiella anläggningstillgångar | 15 613 | | 14 630 | |
| Goodwill | 6 008 | | 2 295 | |
| Övriga immateriella anläggningstillgångar | 8 717 | | 6 706 | |
| Uppskjutna skatteskulder och -tillgångar | 1 853 | | 2 175 | |
| Nettotillgångar | 27 011 | 23,8 | 19 904 | 18,2 |
| Genomsnittliga nettotillgångar | 22 091 | 21,7 | 19 545 | 18,4 |
| Avkastning på nettotillgångar, % | 13,7 | | 27,8 | |
| Avkastning på nettotillgångar, exklusive jämförelsestörande poster, % | 13,5 | | 31,0 | |

Nettotillgångar och rörelsekapital

De genomsnittliga nettotillgångarna för perioden uppgick till 22 091 Mkr (19 545). Nettotillgångarna uppgick per den 31 december 2011 till 27 011 Mkr (19 904). Nettotillgångarna har påverkats av förvärven av Olympic Group och CTI med 7 544 Mkr.

Justerat för jämförelsestörande poster ökade de genomsnittliga nettotillgångarna till 23 354 Mkr (20 940), motsvarande 23,0% (19,7) av nettoomsättningen.

Rörelsekapitalet per den 31 december 2011 uppgick till -5 180 Mkr (-5 902), motsvarande -4,6% (-5,4) av den annualiserade nettoomsättningen.

Avkastningen på nettotillgångarna var 13,7% (27,8) och 13,5% (31,0) exklusive jämförelsestörande poster.

Nettoupplåning

Nettoupplåningen uppgick till 6 367 Mkr (-709). Skuldsättnings-

- Soliditeten uppgick till 30,1% (33,9).
- Avkastningen på eget kapital var 10,4% (20,6).
- Åtgärder för att reducera rörelsekapitalet har bidragit till en solid balansräkning.
- Nettotillgångar har påverkats av förvärven av Olympic Group och CTI med 7 544 Mkr.
- Nettoupplåningen uppgick till -6 367 Mkr (-709).

graden var 0,31 (-0,03). Soliditeten uppgick till 30,1% (33,9).

Under 2011 tog Electrolux upp lån på obligationsmarknaden på totalt 3 500 Mkr under EMTN-programmet.

Under 2011 amorterades långfristiga lån med 1 161 Mkr. Långfristiga lån, inklusive långfristiga lån med en förfallotid inom 12 månader, uppgick per den 31 december 2011 till 11 669 Mkr med en genomsnittlig löptid på 3,0 år, jämfört med 9 590 Mkr och 3,3 år vid utgången av 2010. En betydande andel av långfristiga skulder har tagits upp på den europeiska och den svenska obligationsmarknaden. Under 2011 förlängdes ett bilateralt lån på 1 000 Mkr med förfall 2013 till 2017.

Under 2012 och 2013 kommer långfristiga lån uppgående till cirka 4 100 Mkr att förfalla till betalning. Per den 31 december 2011 uppgick likvida medel, exklusive kortsiktiga kreditfaciliteter, till 7 839 Mkr (12 805), se sidan 14.

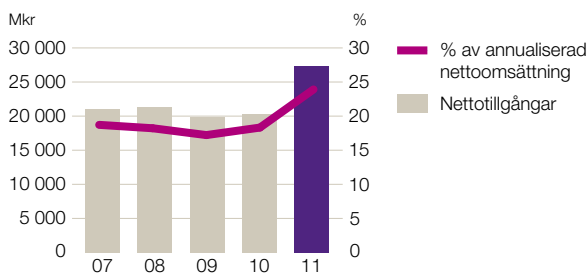
Nettoupplåning

| Mkr | 31 dec. 2011 | 31 dec. 2010 |
|--|---------------|---------------|
| Räntebärande skulder | 14 206 | 12 096 |
| Likvida medel | 7 839 | 12 805 |
| Nettoupplåning | 6 367 | -709 |
| Skuldsättningsgrad | 0,31 | -0,03 |
| Eget kapital | 20 644 | 20 613 |
| Eget kapital per aktie, kr | 72,52 | 72,41 |
| Avkastning på eget kapital, % | 10,4 | 20,6 |
| Avkastning på eget kapital, exklusive jämförelsestörande poster, % | 10,8 | 24,4 |
| Soliditet, % | 30,1 | 33,9 |

Förändring av nettotillgångar

| Mkr | Netto- tillgångar |
|--|----------------------|
| 1 januari 2011 | 19 904 |
| Förvärv av verksamheter | 7 544 |
| Avyttring av verksamheter | -614 |
| Förändring av strukturresev | -68 |
| Nedskrivning av tillgångar | -137 |
| Förändringar av valutakurser | -697 |
| Investeringar | 3 163 |
| Avskrivningar | -3 173 |
| Förändringar av anläggningstillgångar och rörelsekapital, etc. | 1 089 |
| 31 december 2011 | 27 011 |

Nettotillgångar



Nettotillgångarna uppgick per den 31 december 2011 till 27 011 Mkr, motsvarande 23,8% av annualiserad nettoomsättning.

Koncernens balansräkning

| Mkr | Not | 31 december 2011 | 31 december 2010 |
|--|-------|------------------|------------------|
| Tillgångar | | | |
| Anläggningstillgångar | | | |
| Materiella anläggningstillgångar | 12 | 15 613 | 14 630 |
| Goodwill | 13 | 6 008 | 2 295 |
| Övriga immateriella tillgångar | 13 | 5 146 | 3 276 |
| Innehav i intresseföretag | 29 | 18 | 17 |
| Uppskjutna skattefordringar | 10 | 2 980 | 2 981 |
| Finansiella anläggningstillgångar | 18 | 517 | 577 |
| Övriga anläggningstillgångar | 14 | 3 036 | 2 836 |
| Summa anläggningstillgångar | | 33 318 | 26 612 |
| Omsättningstillgångar | | | |
| Varulager | 15 | 11 957 | 11 130 |
| Kundfordringar | 17,18 | 19 226 | 19 346 |
| Skattefordringar | | 666 | 367 |
| Derivatinstrument | 18 | 252 | 386 |
| Övriga omsättningstillgångar | 16 | 3 662 | 3 569 |
| Kortfristiga placeringar | 18 | 337 | 1 722 |
| Kassa och bank | 18 | 6 966 | 10 389 |
| Summa omsättningstillgångar | | 43 066 | 46 909 |
| Summa tillgångar | | 76 384 | 73 521 |
| Eget kapital och skulder | | | |
| Eget kapital som kan hänföras till moderbolagets aktieägare | | | |
| Aktiekapital | 20 | 1 545 | 1 545 |
| Övrigt tillskjutet kapital | 20 | 2 905 | 2 905 |
| Andra reserver | 20 | 324 | 636 |
| Balanserade vinstmedel | 20 | 15 761 | 15 527 |
| | | 20 535 | 20 613 |
| Minoritetsintresse | | 109 | — |
| Summa eget kapital | | 20 644 | 20 613 |
| Långfristiga skulder | | | |
| Långfristig upplåning | 18 | 9 639 | 8 413 |
| Uppskjutna skatteskulder | 10 | 1 127 | 806 |
| Avsättningar till pensioner och liknande förpliktelser | 22 | 2 111 | 2 486 |
| Övriga avsättningar | 23 | 5 300 | 5 306 |
| Summa långfristiga skulder | | 18 177 | 17 011 |
| Kortfristiga skulder | | | |
| Leverantörsskulder | 18 | 18 490 | 17 283 |
| Skatteskulder | | 1 717 | 1 868 |
| Övriga skulder | 24 | 10 497 | 10 907 |
| Kortfristig upplåning | 18 | 4 170 | 3 139 |
| Derivatinstrument | 18 | 324 | 483 |
| Övriga avsättningar | 23 | 2 365 | 2 217 |
| Summa kortfristiga skulder | | 37 563 | 35 897 |
| Totala skulder | | 55 740 | 52 908 |
| Summa eget kapital och skulder | | 76 384 | 73 521 |
| Ställda säkerheter | 19 | 94 | 70 |
| Ansvarsförbindelser | 25 | 1 276 | 1 062 |

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 1,2 år (0,9).

Den genomsnittliga räntesatsen för koncernens räntebärande lån uppgick vid årsskiftet till 3,7% (3,2).

Likvida medel

Likvida medel vid årsskiftet uppgick till 7 839 Mkr (12 805). Likvida medel motsvarade 6,9% (11,7) av annualiserad nettoomsättning. Förvärven av Olympic Group och CTI har negativt påverkat likvida medel för 2011.

Electrolux har två outnyttjade back-up kreditfaciliteter. Under 2011 ersattes en existerande garanterad kreditfacilitet med en ny garanterad 500 MEUR multi-currency revolving credit facility som förfaller 2016, med möjlighet till förlängning upp till två år. Electrolux har också ytterligare en outnyttjad garanterad kreditfacilitet på 3 400 Mkr som förfaller 2017.

Likviditetsprofil

| Mkr | 31 dec. 2011 | 31 dec. 2010 |
|---|--------------|--------------|
| Likvida medel | 7 839 | 12 805 |
| % av annualiserad nettoomsättning ¹⁾ | 13,9 | 18,9 |
| Nettolikviditet | 3 272 | 9 122 |
| Räntebindningstid, dagar | 18 | 34 |
| Effektiv årlig avkastning, % | 3,6 | 2,8 |

1) Likvida medel inklusive en outnyttjad garanterad kreditfacilitet på 500 MEUR och en garanterad kreditfacilitet på 3 400 Mkr i procent av annualiserad nettoomsättning.

För ytterligare information om likviditetsprofil, se Not 18.

Rating

Electrolux har så kallad Investment Grade rating från Standard & Poor's. Under 2010 uppgraderades Investment Grade-ratingen för långfristiga skulder från BBB till BBB+.

Rating

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

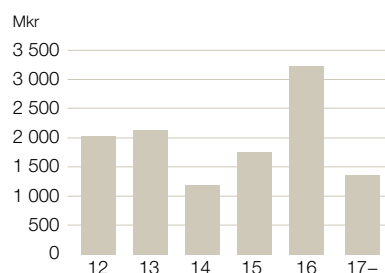
Skuldsättningsgrad och soliditet

Skuldsättningsgraden uppgick till 0,31 (-0,03). Soliditeten minskade till 30,1% (33,9).

Eget kapital och avkastning på eget kapital

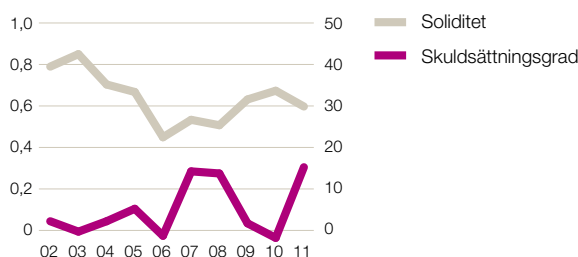
Koncernens totala egna kapital uppgick per den 31 december 2011 till 20 644 Mkr (20 613), vilket motsvarar 72,52 kronor (72,41) per aktie. Avkastningen på eget kapital var 10,4% (20,6). Exklusive jämförelsestörande poster var avkastningen på eget kapital 10,8% (24,4).

Förfalloprofil för långfristig upplåning



Under 2012 och 2013 kommer långfristiga lån uppgående till cirka 4 100 Mkr att förfalla till betalning. För information om upplåning, se Not 18.

Skuldsättningsgrad och soliditet



Skuldsättningsgraden ökade till 0,31 (-0,03) och soliditeten minskade till 30,1% (33,9) under 2011.

Förändring av koncernens eget kapital

| Mkr | Hänförligt till moderbolagets aktieägare | | | | | Minoritets- intresse | Summa eget kapital |
|---|--|----------------------------------|--------------------|---------------------------|---------------|-------------------------|-----------------------|
| | Aktiekapital | Övrigt tillskjutet kapital | Övriga reserver | Balanserade vinstmedel | Totalt | | |
| Ingående balans 1 januari 2010 | 1 545 | 2 905 | 1 814 | 12 577 | 18 841 | — | 18 841 |
| Periodens resultat | — | — | — | 3 997 | 3 997 | — | 3 997 |
| 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 |
| Övrigt totalresultat, netto efter skatt | — | — | -1 178 | — | -1 178 | — | -1 178 |
| Periodens totalresultat | — | — | -1 178 | 3 997 | 2 819 | — | 2 819 |
| Aktierelaterad ersättning | — | — | — | 73 | 73 | — | 73 |
| Försäljning av aktier | — | — | — | 18 | 18 | — | 18 |
| Utdelning 4,00 kr per aktie | — | — | — | -1 138 | -1 138 | — | -1 138 |
| Totala transaktioner med aktieägare | — | — | — | -1 047 | -1 047 | — | -1 047 |
| Utgående balans 31 december 2010 | 1 545 | 2 905 | 636 | 15 527 | 20 613 | — | 20 613 |
| Periodens resultat | — | — | — | 2 064 | 2 064 | — | 2 064 |
| Finansiella tillgångar tillgängliga för försäljning | — | — | -91 | — | -91 | — | -91 |
| Kassaflödessäkringar | — | — | 111 | — | 111 | — | 111 |
| Valutakursdifferenser | — | — | -228 | — | -228 | 5 | -223 |
| Inkomstskatt relaterat till övrigt totalresultat | — | — | -104 | — | -104 | — | -104 |
| Övrigt totalresultat, netto efter skatt | — | — | -312 | — | -312 | 5 | -307 |
| Periodens totalresultat | — | — | -312 | 2 064 | 1 752 | 5 | 1 757 |
| Aktierelaterad ersättning | — | — | — | 29 | 29 | — | 29 |
| Försäljning av aktier | — | — | — | — | — | — | — |
| Utdelning 6,50 kr per aktie | — | — | — | -1 850 | -1 850 | — | -1 850 |
| Förvärv av minoritetsintresse | — | — | — | -9 | -9 | 105 | 96 |
| Utdelning till minoritetsägare | — | — | — | — | — | -1 | -1 |
| Totala transaktioner med aktieägare | — | — | — | -1 830 | -1 830 | 104 | -1 726 |
| Utgående balans 31 december 2011 | 1 545 | 2 905 | 324 | 15 761 | 20 535 | 109 | 20 644 |

För mer information om aktiekapital, antal aktier och resultat per aktie, se Not 20.

För information om respektive post i övrigt totalresultat som ingår i Övriga reserver, se Not 11.

Kassaflöde

Operativt kassaflöde

Kassaflödet från den löpande verksamheten och investeringsverksamheten för helåret 2011 uppgick till -4 650 Mkr (3 206). Förvärven av CTI och Olympic Group har påverkat kassaflödet med -5 855 Mkr. Exklusive förvärv och avyttringar uppgick kassaflödet från den löpande verksamheten och investeringsverksamheten till 906 Mkr (3 199). Minskningen beror främst på försämringen av resultatet.

Koncernens pågående strukturella arbete med att minska kapitalbindningen har bidragit till kassaflödet från rörelsekapitalet.

Utlägg för det pågående omstrukturingsprogrammet och kostnadsbesparingsprogrammet uppgick till cirka -660 Mkr under 2011.

Investeringarna under året avsåg i huvudsak investeringar inom tillverkningen för nya produkter och produktionskapacitet.

Investeringar per affärsområde

| Mkr | 2011 | 2010 |
|------------------------------------|--------------|--------------|
| Vitvaror: | | |
| Europa, Mellanöstern och Afrika | 1 199 | 1 409 |
| % av nettoomsättningen | 3,5 | 3,9 |
| Nordamerika | 700 | 692 |
| % av nettoomsättningen | 2,5 | 2,2 |
| Latinamerika | 526 | 650 |
| % av nettoomsättningen | 3,0 | 4,0 |
| Asien/Stillahavsområdet | 286 | 198 |
| % av nettoomsättningen | 3,6 | 2,6 |
| Dammsugare och småapparater | 118 | 116 |
| % av nettoomsättningen | 1,4 | 1,4 |
| Professionella Produkter | 287 | 96 |
| % av nettoomsättningen | 4,9 | 1,5 |
| Övrigt | 47 | 60 |
| Totalt | 3 163 | 3 221 |
| % av nettoomsättningen | 3,1 | 3,0 |

- Kassaflödet påverkades negativt av förvärv och försämringen av resultatet.
- Investeringarna låg på samma nivå som föregående år och uppgick till 3 163 Mkr jämfört med 3 221 Mkr under 2010.
- Kostnaderna för forskning och utveckling ökade till 2,0% (1,9) av nettoomsättningen.

Investeringar

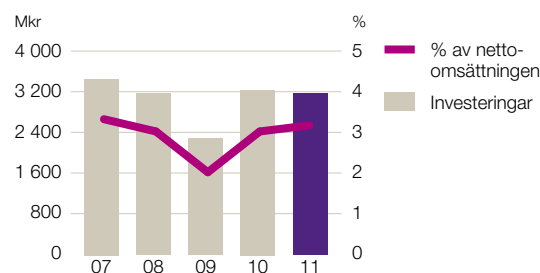
Investeringar i materiella anläggningstillgångar under 2011 uppgick till 3 163 Mkr (3 221). Investeringarna motsvarade 3,1% (3,0) av nettoomsättningen. Investeringarna under 2011 avsåg främst investeringar inom tillverkningen för effektiviseringar, nya produkter och produktionskapacitet.

Kostnader för forskning och utveckling

Kostnaderna för forskning och utveckling, inklusive aktiveringar på 374 Mkr (396), uppgick under året till 2 043 Mkr (1 993), motsvarande 2,0% (1,9) av nettoomsättningen.

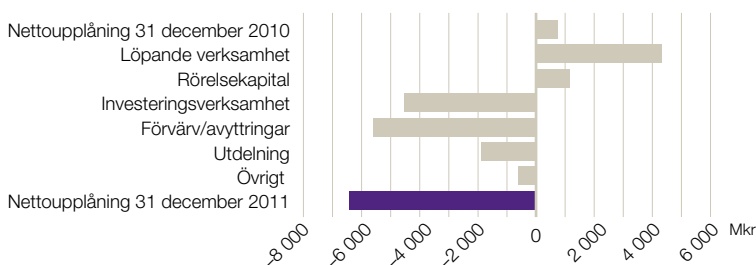
För definitioner, se Not 30.

Investeringar



Investeringarna 2011 uppgick till 3 163 Mkr (3 221).

Kassaflöde och förändring av nettouplåning



Koncernens kassaflödesanalys

| Mkr | Not | 2011 | 2010 |
|---|-----|----------------|---------------|
| Den löpande verksamheten | | | |
| Rörelseresultat | | 3 017 | 5 430 |
| Avskrivningar | | 3 173 | 3 328 |
| I rörelseresultatet redovisad realisationsvinst/–förlust | | –207 | 4 |
| Omstruktureringsreserver | | 110 | 294 |
| Aktierelaterad ersättning | | 29 | 73 |
| Betalda finansiella poster, netto | | –214 | –72 |
| Betald skatt | | –1 625 | –1 316 |
| Kassaflöde från den löpande verksamheten före förändringar av rörelsekapital | | 4 283 | 7 741 |
| Förändringar av rörelsekapital | | | |
| Förändring av varulager | | 269 | –1 755 |
| Förändring av kundfordringar | | 244 | –216 |
| Förändring av övriga omsättningstillgångar | | 200 | –977 |
| Förändring av leverantörsskulder | | 1 379 | 2 624 |
| Förändring av övriga rörelseskulder och avsättningar | | –976 | 263 |
| Kassaflöde från förändringar av rörelsekapital | | 1 116 | –61 |
| Kassaflöde från den löpande verksamheten | | 5 399 | 7 680 |
| Investeringsverksamheten | | | |
| Förvärv av verksamhet | 26 | –6 377 | – |
| Avyttring av verksamhet | 26 | 821 | 7 |
| Investeringar i materiella anläggningstillgångar | 12 | –3 163 | –3 221 |
| Aktivering av produktutveckling | 13 | –374 | –396 |
| Aktivering av mjukvaror | 13 | –744 | –688 |
| Övrigt | | –212 | –176 |
| Kassaflöde från investeringsverksamheten | | –10 049 | –4 474 |
| Kassaflöde från den löpande verksamheten och investeringsverksamheten | | –4 650 | 3 206 |
| Finansieringsverksamheten | | | |
| Förändring av kortfristiga placeringar | | 1 444 | 1 306 |
| Förändring av kortfristiga lån | | –619 | –1 768 |
| Långfristig nyupplåning | 18 | 3 503 | 380 |
| Amortering av långfristiga lån | 18 | –1 161 | –1 039 |
| Utdelning | | –1 850 | –1 138 |
| Försäljning av aktier | | – | 18 |
| Kassaflöde från finansieringsverksamheten | | 1 317 | –2 241 |
| Periodens kassaflöde | | –3 333 | 965 |
| Kassa och bank vid periodens början | | 10 389 | 9 537 |
| Kursdifferenser i kassa och bank | | –90 | –113 |
| Kassa och bank vid periodens slut | | 6 966 | 10 389 |

Strukturåtgärder och förvärv

Åtgärder för att öka kostnadseffektiviteten

Vid Electrolux kapitalmarknadsdag i november 2011 presenterade ledningen koncernens strategi för att generera en uthållig lönsamhetsnivå. Detta ska ske genom att ta vara på lönsamma tillväxtmöjligheter, snabba upp innovationstakten för nya produkter och fortsätta att förbättra kostnadseffektiviteten inom verksamheten.

För att öka kostnadseffektiviteten genomförs ett antal besparingsåtgärder. Electrolux har märkbart påverkats av den försiktighet som konsumenterna på de mogna marknaderna visar. För att anpassa kapacitetsutnyttjandet inom tillverkningen kommer ytterligare strukturåtgärder att genomföras vilka beräknas ge årliga besparingar på cirka 1,6 miljarder kronor från och med 2016. Kostnaderna för dessa åtgärder uppgår till cirka 3,5 miljarder kronor.

Samtidigt ska de fasta kostnaderna minska med cirka 680 Mkr. Åtgärder för att minska bemanningen i alla regioner initierades under fjärde kvartalet 2011 och kommer att fortsätta under 2012. Kostnaderna för dessa åtgärder på 635 Mkr har belastat rörelseresultatet under fjärde kvartalet, se tabell på sidan 6.

Aktiviteter för att ta till vara koncernens globala styrka och bredd och i allt snabbare takt utnyttja synergier, öka modulariseringen och optimera inköpen genomförs. Kostnaderna för dessa aktiviteter uppgår till totalt cirka 1 miljard kronor för 2011 och 2012. De årliga besparingarna beräknas till cirka 3 miljarder kronor från och med 2015.

Sammantaget beräknas dessa effektiviseringsåtgärder ge årliga besparingar på 5,3 miljarder kronor. Kostnaderna för dessa åtgärder uppgår till 5,1 miljarder kronor.

Förbättringar av effektiviteten inom diskmaskinstillverkningen

För att globalt optimera och förbättra effektiviteten och kapacitetsutnyttjandet inom koncernens diskmaskinstillverkning kommer en tillverkningslinje för diskmaskiner i Kinston, North Carolina i USA, att läggas ned. Produktionen kommer att flyttas till en av koncernens befintliga fabriker i Europa. Kostnaderna för dessa aktiviteter, uppgående till 104 Mkr, belastade rörelseresultatet för 2011 inom jämförelsestörande poster. Fabriken i Kinston kommer att fortsätta att tillverka diskmaskiner för den nordamerikanska marknaden.

Förvärvet av chilenska vitvarutillverkaren CTI

Under det fjärde kvartalet avslutade Electrolux förvärvet av det chilenska vitvaruföretaget Compañía Tecno Industrial S.A. (CTI) och dess dotterbolag. I Chile tillverkar och säljer CTI-koncernen kylskåp, spisar, tvättmaskiner och varmvattenberedare under varumärkena Fensa och Mademsa, och är den ledande tillverkaren med en volymmarknadsandel på 36%. CTI-koncernen har också en ledande position i Argentina under varumärket GAFA och i Chile är Somela den största leverantören av mindre hushållsapparater. CTI-koncernen har 2 200 anställda och två produktionsanläggningar i Chile och en i Argentina.

Förvärvet är ett led i Electrolux strategi att växa på tillväxtmarknader och gör Electrolux till den största vitvaruleverantören i Chile och Argentina och stärker ytterligare Electrolux position som ett ledande vitvaruföretag på den snabbt växande latinamerikanska marknaden.

CTI-koncernen ingår i Electrolux konsoliderade redovisning från och med den 1 oktober 2011 inom affärsområdena Vitvaror Latinamerika och Dammsugare och småapparater. Den totala köpeskillingen för förvärvet av aktierna i CTI-koncernen uppgick till 3 804 Mkr och betalades kontant i oktober 2011. Den preliminära

Jämförelsestörande poster

| Avsättningar för strukturåtgärder och nedskrivningar | 2011 | 2010 |
|--|-------------|---------------|
| Mkr | | |
| Vitvarufabriken i Kinston, North Carolina, USA | -104 | — |
| Vitvarufabriken i L'Assomption, Canada | — | -426 |
| Reduktion av bemanning inom tillverkningen, Europa | -54 | -356 |
| Vitvarufabriken i Revin, France | — | -71 |
| Vitvarufabriken i Forli, Italien | — | -136 |
| Vitvarufabriken i Motala, Sverige | — | -95 |
| Återföring av utnyttjad reserv för strukturåtgärder | 20 | 20 |
| Totalt | -138 | -1 064 |

förvärvsanalysen innebär att goodwill uppgår till ett värde av 2 104 Mkr. Kostnader för förvärvet uppgick till 56 Mkr under 2011 och har redovisats som administrationskostnader i Electrolux resultaträkning för 2011. Förvärvet beskrivs mer i Not 26.

Förvärvet av Olympic Group

Under tredje kvartalet genomförde Electrolux förvärvet av den egyptiska vitvarutillverkaren Olympic Group for Financial Investments S.A.E. (Olympic Group). Olympic Group är en ledande tillverkare av vitvaror i Mellanöstern, med en volymandel av den egyptiska marknaden på cirka 30%. Olympic Group har 7 100 anställda och tillverkar tvättmaskiner, kylskåp, spisar och varmvattenberedare. Förvärvet är en del i Electrolux strategi att växa på tillväxtmarknader såsom Mellanöstern och Afrika.

Olympic Group ingår i Electrolux konsoliderade redovisning från och med den 1 september 2011 inom affärsområdet Vitvaror Europa, Mellanöstern och Afrika.

Den totala köpeskillingen för förvärvet av aktierna i Olympic Group uppgick till 2 556 Mkr och kontant betalning erlades i början av september 2011. Förvärvsanalysen innebär att goodwill uppgår till ett värde av 1 495 Mkr. Kostnader för förvärvet uppgick till 24 Mkr för 2010 och 43 Mkr för 2011 och har redovisats som administrationskostnader i Electrolux resultaträkning. Förvärvet beskrivs mer i detalj i Not 26.

| Förvärvslikvid | | | |
|-------------------|---------------|--------------|--------------|
| Mkr | Olympic Group | CTI | Totalt |
| Kontant betalning | 2 556 | 3 804 | 6 360 |
| Totalt | 2 556 | 3 804 | 6 360 |

Förvärvade tillgångar och skulder till verkligt värde

| Mkr | Olympic Group | CTI | Totalt |
|---|---------------|--------------|---------------|
| Materiella anläggningstillgångar | 555 | 382 | 937 |
| Övriga immateriella tillgångar | 516 | 1 012 | 1 528 |
| Varulager | 577 | 734 | 1 311 |
| Kundfordringar | 195 | 763 | 958 |
| Övriga omsättnings- och anläggningstillgångar | 236 | 310 | 546 |
| Leverantörsskulder | -223 | -189 | -412 |
| Övriga rörelseskulder | -574 | -886 | -1 460 |
| Omsättningstillgångar klassificerade som att de innehas för försäljning | 537 | — | 537 |
| Förvärvade nettotillgångar, totalt | 1 819 | 2 126 | 3 945 |
| Kassa och bank | 34 | 114 | 148 |
| Upplåning | -723 | -499 | -1 222 |
| Förvärvad nettoskuld | -689 | -385 | -1 074 |
| Minoritetsintresse | -69 | -41 | -110 |
| Goodwill | 1 495 | 2 104 | 3 599 |
| Totalt | 2 556 | 3 804 | 6 360 |

Olympic Group och CTI är inkluderade i Electrolux konsoliderade räkenskaper från och med september respektive oktober månad.

Flytt av tillverkning, jämförelsestörande poster, omstruktureringar

| Fabriksnedläggningar och nedskärningar | | | Nedläggning |
|--|----------------|---|-------------|
| Torsvik | Sverige | Kompakta vitvaror | Kv1 2007 |
| Nürnberg | Tyskland | Diskmaskiner, tvättmaskiner och torktumlare | 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 |
| Motala ¹⁾ | Sverige | Spisar | Kv1 2011 |
| Webster City | USA | Tvättmaskiner | Kv1 2011 |
| Alcalá | Spanien | Tvättmaskiner | Kv1 2011 |

1) Avyttring

| Beslutade fabriksnedläggningar | | | Beräknad stängning |
|--------------------------------|---------|---------------|--------------------|
| L'Assomption | Kanada | Spisar | Kv4 2013 |
| Investeringar | | | |
| Porcia | Italien | Tvättmaskiner | Kv4 2010 |
| Memphis | USA | Spisar | Kv2 2012 |

Under 2004 lanserade Electrolux ett omstruktureringsprogram för att skapa en långsiktigt konkurrenskraftig produktion. Programmet är i en avslutande fas och har hitintills givit årliga besparingar på cirka 3 Mdr kr. Cirka 35% av tillverkningen i högkostnadsregioner har flyttats, vilket innebär att drygt 60% av koncernens vitvaror idag tillverkas i lågkostnadsregioner, med närhet till snabbt växande marknader för hushållsprodukter. Under 2011 presenterades ytterligare åtgärder för att anpassa produktionskapaciteten till lägre efterfrågan på de mogna marknaderna. De totala kostnaderna för hela programmet beräknas uppgå till cirka 12 Mdr kr och besparingarna till cirka 5 Mdr kr per år från 2016. Avsättningar för strukturåtgärder redovisas som jämförelsestörande poster inom rörelseresultatet.

För information om avsättningar under 2011, se tabell på sidan 18.

Aktiekapital och ägande

Aktiekapital och ägarstruktur

AB Electrolux aktiekapital uppgick per den 1 februari 2012 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 2011 konverterades på uppdrag av aktieägare 850 400 A-aktier till B-aktier. Totalt antal röster uppgår därefter till 38 283 483.

Totalt antal aktier i bolaget uppgår till 308 920 308, av vilka 8 212 725 är A-aktier och 300 707 583 är B-aktier, se tabell på sidan 21.

Största aktieägarna

| | Andel av kapital, % | Andel av röster, % |
|--|---------------------|--------------------|
| Investor AB | 15,5 | 29,9 |
| Alecta pensionsförsäkring, ömsesidigt | 9,0 | 8,4 |
| Swedbank Robur fonder | 4,8 | 3,9 |
| Nordea fonder | 3,1 | 2,5 |
| AMF Försäkring & Fonder | 2,4 | 2,0 |
| SEB fonder | 1,9 | 1,5 |
| Didner & Gerge fonder | 1,4 | 1,1 |
| SHB fonder | 1,2 | 1,0 |
| Norska staten | 1,1 | 0,9 |
| Carnegie fonder | 1,0 | 0,8 |
| Totalt tio största ägarna | 41,4 | 52,0 |
| Styrelse och koncernledning sammanlagt | 0,12 | 0,10 |

Källa: SIS Ägarservice per den 31 december 2011 och Electrolux.

Enligt det av Euroclear Sweden AB förda ägarregistret hade Electrolux per den 31 december 2011 cirka 58 840 aktieägare. Investor AB är största ägare med 15,5% av kapitalet och 29,9% av rösterna. Information om aktieägare och aktieägande uppdateras varje kvartal på koncernens hemsida www.electrolux.com.

En av koncernens pensionsstiftelser ägde per den 1 februari 2012 450 000 B-aktier i AB Electrolux.

Bolagsordning

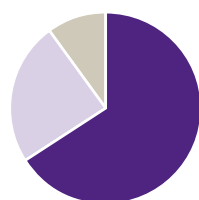
AB Electrolux bolagsordning anger att val av styrelse alltid ska äga rum på årsstämman. Frånsett detta innehåller inte bolagsordningen några bestämmelser om hur styrelseledamöter tillsätts eller avsätts eller om ändring av bolagsordningen.

En aktieägare kan rösta för det fulla antalet av honom eller henne ägda och företrädna aktierna på bolagsstämma 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.

Effekter av större ägarförändringar på långsiktig finansiering

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 av Electrolux aktier.

Ägarstruktur



- Svenska institutioner och fonder, 66%
- Utländska investerare, 24%
- Svenska privatpersoner, 10%

Av det totala aktiekapitalet vid årets slut ägdes cirka 24% av utländska investerare.

Källa: SIS Ägarservice per den 31 december 2011.

Fördelning av aktieinnehav

| Innehav av aktier | Ägarandel, % | Antal aktieägare | Antal aktieägare, % |
|-------------------|--------------|------------------|---------------------|
| 1–1 000 | 4,5 | 51 201 | 87,0 |
| 1 001–10 000 | 5,9 | 6 671 | 11,3 |
| 10 001–20 000 | 1,7 | 353 | 0,6 |
| 20 001– | 87,9 | 617 | 1,0 |
| Totalt | 100 | 58 842 | 100 |

Källa: SIS Ägarservice per den 31 december 2011.

Utdelning av medel till aktieägarna

Förslag till utdelning

Styrelsen föreslår för 2011 en utdelning på 6,50 kronor (6,50) per aktie, motsvarande en utbetalning på totalt cirka 1 850 Mkr (1 850). Den föreslagna utdelningen motsvarar cirka 85% (40) av periodens resultat, exklusive jämförelsestörande poster. Fredagen den 30 mars 2012 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 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 2011 att bemyndiga styrelsen att under tiden intill årsstämman 2012 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.

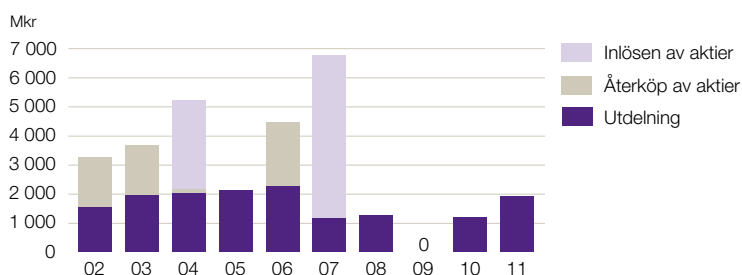
Styrelsen föreslår att årsstämman 2012 beslutar om ett förnyat återköpsmandat av aktier motsvarande det tidigare.

Den 1 februari 2012 ägde Electrolux 24 255 085 B-aktier i Electrolux, motsvarande 7,9 procent av totalt antalet utestående aktier i bolaget.

Antal aktier

| | Utestående A-aktier | Utestående B-aktier | Utestående aktier totalt | Aktier ägda av Electrolux | Aktier ägda av övriga aktieägare |
|---|---------------------|---------------------|--------------------------|---------------------------|----------------------------------|
| Antal aktier den 1 januari 2011 | 9 063 125 | 299 857 183 | 308 920 308 | 24 255 085 | 284 665 223 |
| Aktier sålda till ledande befattningshavare enligt reglerna i personaloptionsprogrammen | — | — | — | — | — |
| Aktier tilldelade ledande befattningshavare enligt långsiktiga incitamentsprogram | — | — | — | — | — |
| Omvandling av A-aktier till B-aktier | -850 400 | 850 400 | — | — | — |
| Totalt antal aktier per den 31 december 2011 | 8 212 725 | 300 707 583 | 308 920 308 | 24 255 085 | 284 665 223 |
| I % av antalet aktier | | | | 7,9% | 92,1% |

Total utbetalning till aktieägarna



Electrolux utdelningar av medel till aktieägarna inkluderar återköp, inlösen av aktier och utdelningar. Under 2006 delades koncernens utomhusverksamhet, Husqvarna ut till aktieägarna. Ingen utdelning lämnades för 2008 som en konsekvens av det svaga resultatet och osäkerheten om marknadsutvecklingen för 2009.

Risker och osäkerhetsfaktorer

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.

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. Under 2011 minskade efterfrågan på koncernens största marknader medan efterfrågan ökade på tillväxtmarknader som Asien/Stillahavsområdet. Den fortsatta utvecklingen av den globala ekonomin är en osäkerhetsfaktor för utvecklingen framöver.

Priskonkurrens

På ett flertal av de marknader som Electrolux är verksam på är priskon-

kurrensen stark. På flera av koncernens marknader rådde stark prispress under 2011. 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. Marknadspriserna på råmaterial steg i början av 2011. 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.

Exponering mot kunder och leverantörer

Electrolux har en omfattande process för att utvärdera krediter och för att spåra återförsäljares finansiella situation. Hantering av krediter samt ansvar och befogenheter för att godkänna kreditbeslut regleras i koncernens kreditpolicy. Kreditförsäkringar används i specifika fall för att reducera kreditriskerna. Den svaga utvecklingen på Electrolux huvudmarknader under 2011 har påverkat koncernens återförsäljare som upplevt tuffare affärsförhållanden men detta har inte inneburit någon ökning av kreditförlusterna för Electrolux.

Tillgång till finansiering

Electrolux har en låneförfalloprofil som innebär att cirka 4 100 Mkr kommer att förfalla till betalning under 2012 och 2013.

Därutöver har Electrolux två outnyttjade back-up faciliteter. Under 2011 ersatte Electrolux en existerande multi-currency revolving credit facility med en garanterad 500 MEUR multi-currency revolving credit facility som förfaller 2016, med möjlighet till förlängning upp till två år. Electrolux har också ytterligare en outnyttjad garanterad kreditfacilitet på 3 400 Mkr som förfaller 2017.

Risker, riskhantering och riskexponering beskrivs mer i detalj i:

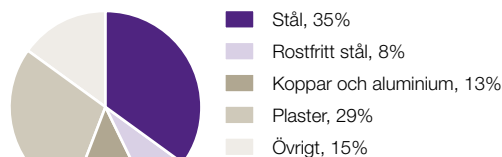
- Redovisningsprinciper för finansiella instrument, se Not 1.
- Finansiell riskhantering, se Not 2.
- Finansiella instrument, se Not 18.

Känslighetsanalys 2011

| Risk | Förändring | Påverkan på resultat före skatt Mkr |
|--|----------------|-------------------------------------|
| Råmaterial | | |
| Stål | 10% | +/-900 |
| Plaster | 10% | +/-600 |
| Valutor¹⁾ och räntor | | |
| USD/SEK | -10% | +810 |
| EUR/SEK | -10% | +410 |
| BRL/SEK | -10% | -300 |
| AUD/SEK | -10% | -260 |
| GBP/SEK | -10% | -180 |
| Räntenivå | 1 procentenhet | +/-60 |

1) Inklusive omräknings- och transaktionseffekter.

Råvaruexponering 2011



Electrolux köpte råvaror för cirka 20 Mdr kronor under 2011. Inköp av stål var den största enskilda kostnaden.

Anställda

Medarbetarvision

Electrolux företagskultur utgör tillsammans med starka värderingar fundamentet i koncernens verksamhet. Medarbetarnas passion för innovation, deras konsumentinsikt och drivkraft att uppnå resultat är utmärkande för verksamheten idag. Respekt, mångfald, integritet, etik, säkerhet och miljö är grundläggande för alla anställdas förhållningssätt i kontakterna med kolleger och kunder över hela världen.

Oavsett var i världen koncernen bedriver verksamhet gäller samma höga standarder och principer för uppförande.

Under 2011 initierades ett utbildningsprogram inom etik och ett "whistleblowing system" – the Electrolux Helpline – startades.

Electrolux har flera verktyg för anställda och ledning, såsom ledarskapsutveckling på alla chefsnivåer, ledarskapsprogrammet Talent Management, successionsplanering, den interna annonsplatsen Open Labor Market och det nätbaserade utvärderingsverktyget Employee Engagement Index.

Uppförandekod

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, anställas rättigheter samt uppfyllande av miljökrav.

Antal anställda

Det genomsnittliga antalet anställda 2011 ökade till 52 916 (51 544), varav 2 184 (2 296) i Sverige. Vid årets slut ökade det totala antalet anställda till 57 860 (50 920) på grund av förvärv.

Löner och ersättningar uppgick under året till 13 137 Mkr (12 678), varav i Sverige 1 076 Mkr (1 053).

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 2012. Koncernledningen består för närvarande av tretton medlemmar. De föreslagna riktlinjerna för 2012 är i allt väsentligt i enlighet med de riktlinjer som antogs av årsstämman 2011.

Riktlinjerna ska tillämpas på anställningsavtal som ingås efter årsstämman 2012 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. Ändringar i 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 för koncernledningen kan bestå av de komponenter som anges nedan.

För en detaljerad beskrivning av ersättningar till koncernledningen och därtillhörande kostnader, se Not 27.

Fast ersättning

Den årliga grundlönen ("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.

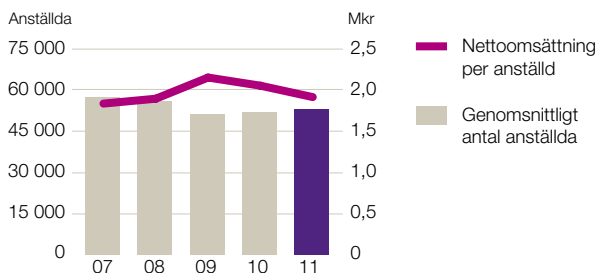
Rörlig lön ska huvudsakligen relatera till finansiella mål, såväl till kortsiktiga prestationsmål (upp till 1 år) som till långsiktiga prestationsmål (3 år eller längre).

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

| Antal anställda 2010 | 50 920 |
|---|--------|
| Antal anställda i förvärvade verksamheter | 9 400 |
| Strukturprogram | -1 870 |
| Övriga förändringar | -590 |
| Antal anställda 2011 | 57 860 |

Anställda



Genomsnittligt antal anställda ökade 2011 till 52 916 (51 544).

Kortsiktiga incitament (STI)

Medlemmar av koncernledningen ska delta i en STI-plan (short term incentive) enligt vilken de kan erhålla rörlig lön. Målen i STI-planen ska huvudsakligen vara finansiella. 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. Med beaktande av rådande marknadsförhållanden får det möjliga STI-utfallet för en medlem av koncernledningen i USA uppgå till högst 150% av grundlönen vid uppnående av maximinivå.

STI som intjänas under 2012 beräknas¹⁾ variera mellan noll vid utfall under miniminivån och 56,3 Mkr vid maximinivån.

Långsiktiga incitament

Styrelsen kommer att på årlig basis utvärdera huruvida ett långsiktigt incitamentsprogram ska föreslås bolagsstämman eller inte. Långsiktiga incitamentsprogram ska alltid utformas med syftet att ytterligare stärka deltagarnas samt Electrolux aktieägares gemensamma intresse av en god långsiktig utveckling för Electrolux.

För en detaljerad beskrivning av samtliga program och därtillhörande kostnader, se Not 27.

Förslag till ett prestationsbaserat långsiktigt aktieprogram 2012

Styrelsen kommer att föreslå årsstämman 2012 att ett prestationsbaserat, långsiktigt aktieprogram införs för 2012. Programmet föreslås baseras på prestationsmål för koncernens genomsnittliga årliga ökning av vinst per aktie och föreslås omfatta högst 180 ledande befattningshavare och nyckelpersoner. För att delta i programmet ska deltagarna spara pengar under 2012 för att förvärva Electrolux B-aktier. Förutom prestationsbaserade aktier kommer 2012-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 2015 ytterligare en aktie utan kostnad. Detaljerad information om programmet lämnas inför årsstämman 2012.

Kostnaden för LTI under 2012 beräknas¹⁾ variera mellan 15 Mkr vid utfall vid miniminivån och 195 Mkr vid maximinivån.

Detaljerad information om programmet lämnas inför årsstämman 2012.

1) Beräkning baserad på förutsättningen att koncernledningen är oförändrad.

Extraordinära arrangemang

Ytterligare rörlig ersättning kan 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.

Kostnaden för extraordinära arrangemang under 2011 uppgår till 3,2 Mkr. Extraordinära arrangemang som ännu inte har betalats ut beräknas uppgå till cirka 12 Mkr.

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 Electrolux 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.

Avvikelser från riktlinjerna

Styrelsen ska vara berättigad att avvika från dessa riktlinjer om det i ett enskilt fall finns särskilda skäl för det.

Övrigt

Förändringar i koncernledningen

Stefano Marzano har utsetts till Chief Design Officer

Stefano Marzano har utsetts till Chief Design Officer, en ny roll i Electrolux. Stefano Marzano är sedan januari 2012 chef för en ny koncernstab som samordnar alla designrelaterade kompetenser i koncernen. Samordningen möjliggör för Electrolux att i en allt snabbare takt ta fram mer relevanta och innovativa produktlösningar. Stefano Marzano har haft en lång karriär i Royal Philips Electronics, under de senaste 20 åren som Chief Design Officer.

I januari 2011 erhöll Jan Brockmann och MaryKay Kopf nya roller i koncernledningen som Chief Technology Officer respektive Chief Marketing Officer. I och med utnämningen av Stefano Marzano har Electrolux nu den formella strukturen på plats som inom koncernen benämns innovationstriangeln. Den innebär att FoU-, marknadsförings- och designfunktionerna ska samverka nära under hela produktutvecklingsprocessen med ett tydligt kund- och konsumentfokus.

Lars Worsøe Petersen, ny personaldirektör

Lars Worsøe Petersen är sedan oktober ny chef för koncernstab Personal och organisationsutveckling. Han efterträdde Carina Malmgren Heander som är chef för en ny affärsenhet för kombinerade professionella produkter och hushållslösningar. Lars Worsøe Petersen har varit chef för koncernstab Personal i Husqvarna AB.

CFO Jonas Samuelson, ny chef för Vitvaror Europa, Mellanöstern och Afrika

Jonas Samuelson är sedan oktober 2011 ny chef för Vitvaror Europa, Mellanöstern och Afrika. Samuelson var tidigare ekonomi- och finansdirektör och chef för Global Operations inom Vitvaror. Han efterträdde Enderson Guimarães, som lämnat Electrolux.

Tomas Eliasson, ny CFO

Tomas Eliasson har utsetts till ny ekonomi- och finansdirektör. Tomas Eliasson börjar sin anställning i mitten av februari 2012. Eliasson var tidigare ekonomi- och finansdirektör i ASSA ABLOY AB.

Jack Truong, ny chef för Vitvaror Nordamerika

Jack Truong är sedan augusti 2011 ny chef för Vitvaror Nordamerika. Jack Truong har tidigare innehaft flera ledande befattningar inom 3M-koncernen i USA, Europa och Asien. Jack Truong efterträdde Kevin Scott, som lämnat Electrolux.

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 2011 uppgick antalet pågående mål till 2 714 (2 800) med totalt cirka 2 843 (cirka 3 050) käranden. Under 2011 tillkom 1 005 nya mål med 1 006 käranden och 1 091 mål med cirka 1 211 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 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 inverkan på verksamheten eller framtida resultat.

Miljöarbete

Vid årets slut 2011 bedrev Electrolux tillverkning vid 61 anläggningar i 19 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 2% av det totala tillverkningsvärdet, krävs myndighetstillstånd. För tre av dem krävs anmälningsplikt. Tillstånden avser till exempel maxvärden eller gränsvärden för utsläpp till luft och vatten samt bullernivåer. Inga väsentliga förelägganden enligt Miljöbalken har förekommit under 2011.

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 2011.

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 | 2011 | 2010 |
|--|-----|--------------|--------------|
| Nettoomsättning | | 6 660 | 5 989 |
| Kostnad för sålda varor | | -5 023 | -4 506 |
| Bruttoresultat | | 1 637 | 1 483 |
| Försäljningskostnader | | -1 109 | -923 |
| Administrationskostnader | | -295 | -620 |
| Övriga rörelseintäkter | 5 | 298 | 379 |
| Övriga rörelsekostnader | 6 | -10 | -106 |
| Rörelseresultat | | 521 | 213 |
| Finansiella intäkter | 9 | 2 727 | 3 478 |
| Finansiella kostnader | 9 | -344 | -58 |
| Finansiella poster, netto | | 2 383 | 3 420 |
| Resultat efter finansiella poster | | 2 904 | 3 633 |
| Bokslutsdispositioner | 21 | 32 | 55 |
| Resultat före skatt | | 2 936 | 3 688 |
| Skatt | 10 | -191 | -335 |
| Årets resultat | | 2 745 | 3 353 |

Rapport över totalresultat

| Mkr | Not | 2011 | 2010 |
|---|-----|--------------|--------------|
| Årets resultat | | 2 745 | 3 353 |
| Övrigt totalresultat | | | |
| Finansiella tillgångar tillgängliga för försäljning | | -91 | 77 |
| Kassafördessäkringar | | -23 | -7 |
| Inkomstskatt relaterad till övrigt totalresultat | | 6 | 7 |
| Övrigt totalresultat, netto efter skatt | | -108 | 77 |
| Periodens totalresultat | | 2 637 | 3 430 |

I moderbolaget ingår huvudkontorets funktioner och fem bolag som bedriver verksamhet i kommission för AB Electrolux.

Moderbolagets nettoomsättning 2011 uppgick till 6 660 Mkr (5 989), varav 3 266 Mkr (3 396) avsåg försäljning till koncernbolag och 3 394 Mkr (2 593) försäljning till utomstående kunder. Större delen av moderbolagets försäljning gick till kunder inom Europa. Efter bokslutsdispositioner på 32 Mkr (55) och skatter på -191 Mkr (-335) uppgick årets resultat till 2 745 Mkr (3 353).

Fritt eget kapital i moderbolaget uppgick vid årets slut till 15 938 Mkr.

De finansiella kursdifferenserna uppgick netto till 247 Mkr (497).

I koncernen uppstår normalt ingen resultat effekt genom händelserna ovan eftersom kursdifferenserna förs mot den omräknings-

differens, det vill säga förändring av övrigt totalresultat, som uppkommer när de utländska dotterbolagens nettotillgångar omräknas till svenska kronor till balansdagens kurs.

Koncernbidrag under 2011 uppgick till 165 Mkr (198). Koncernbidrag och skatt avseende koncernbidrag redovisas i resultaträkningen. Inkomstskatt avseende kassafördessäkringar redovisas inom övrigt totalresultat med 6 Mkr (7).

För uppgifter om antal anställda samt löner och ersättningar, se Not 27. Beträffande koncernens innehav av aktier och andelar, se Not 29.

Moderbolaget rapporterar koncernbidrag i resultaträkningen från och med det fjärde kvartalet 2011. Resultaträkningen för 2010 har omräknats.

Moderbolagets balansräkning

| Mkr | Not | 31 december 2011 | 31 december 2010 |
|---|-----|------------------|------------------|
| Tillgångar | | | |
| Anläggningstillgångar | | | |
| Immateriella anläggningstillgångar | 13 | 1 828 | 1 630 |
| Materiella anläggningstillgångar | 12 | 272 | 262 |
| Uppskjutna skattefordringar | | 125 | 3 |
| Finansiella anläggningstillgångar | 14 | 31 022 | 26 622 |
| Summa anläggningstillgångar | | 33 247 | 28 517 |
| Omsättningstillgångar | | | |
| Varulager | 15 | 51 | 140 |
| Fordringar hos koncernföretag | | 10 841 | 11 378 |
| Kundfordringar | | 558 | 404 |
| Derivatinstrument inom koncernen | | 658 | 1 059 |
| Derivatinstrument | | 235 | 386 |
| Övriga fordringar | | 68 | 226 |
| Förutbetalda kostnader och upplupna intäkter | | 126 | 87 |
| Kortfristiga placeringar | | 90 | 998 |
| Kassa och bank | | 2 206 | 5 266 |
| Summa omsättningstillgångar | | 14 833 | 19 944 |
| Summa tillgångar | | 48 080 | 48 461 |
| Eget kapital och skulder | | | |
| Eget kapital | | | |
| Bundet eget kapital | | | |
| Aktiekapital | 20 | 1 545 | 1 545 |
| Reservfond | | 3 017 | 3 017 |
| | | 4 562 | 4 562 |
| Fritt eget kapital | | | |
| Balanserad vinst | | 13 193 | 11 736 |
| Årets resultat | | 2 745 | 3 353 |
| | | 15 938 | 15 089 |
| Summa eget kapital | | 20 500 | 19 651 |
| Obeskattade reserver | 21 | 597 | 629 |
| Avsättningar | | | |
| Avsättningar för pensioner och liknande förpliktelser | 22 | 395 | 370 |
| Övriga avsättningar | 23 | 337 | 246 |
| Summa avsättningar | | 732 | 616 |
| Långfristiga skulder | | | |
| Obligationslån | | 6 168 | 4 686 |
| Övriga långfristiga lån | | 3 052 | 3 150 |
| Summa långfristiga skulder | | 9 220 | 7 836 |
| Kortfristiga skulder | | | |
| Skulder till koncernföretag | | 12 338 | 16 044 |
| Leverantörsskulder | | 597 | 502 |
| Skatteskuld | | 181 | 160 |
| Övriga skulder | | 107 | 79 |
| Kortfristig upplåning | | 2 056 | 960 |
| Derivatinstrument inom koncernen | | 627 | 444 |
| Derivatinstrument | | 314 | 458 |
| Upplupna kostnader och förutbetalda intäkter | 24 | 811 | 1 082 |
| Summa kortfristiga skulder | | 17 031 | 19 729 |
| Summa skulder och avsättningar | | 26 983 | 28 181 |
| Summa eget kapital och skulder | | 48 080 | 48 461 |
| Ställda säkerheter | 19 | 5 | 5 |
| Ansvarsförbindelser | 25 | 1 428 | 1 608 |

Moderbolagets förändring av eget kapital

| Mkr | Bundet eget kapital | | Fritt eget kapital | | Totalt eget kapital |
|---|---------------------|--------------|-------------------------|------------------------|---------------------|
| | Aktiekapital | Reservfond | Fond för verkligt värde | Balanserade vinstmedel | |
| Ingående balans 1 januari 2010 | 1 545 | 3 017 | 20 | 12 674 | 17 256 |
| Periodens resultat | — | — | — | 3 353 | 3 353 |
| Finansiella tillgångar tillgängliga för försäljning | — | — | 77 | — | 77 |
| Kassaflödessäkringar | — | — | -7 | — | -7 |
| Inkomstskatt relaterat till övrigt totalresultat | — | — | 7 | — | 7 |
| Övrigt totalresultat, netto efter skatt | — | — | 77 | — | 77 |
| Periodens totalresultat | — | — | 77 | 3 353 | 3 430 |
| Aktierelaterad ersättning | — | — | — | 85 | 85 |
| Försäljning av aktier | — | — | — | 18 | 18 |
| Utdelning 4,00 kr per aktie | — | — | — | -1 138 | -1 138 |
| Totala transaktioner med aktieägare | — | — | — | -1 035 | -1 035 |
| Utgående balans 31 december 2010 | 1 545 | 3 017 | 97 | 14 992 | 19 651 |
| Periodens resultat | — | — | — | 2 745 | 2 745 |
| Finansiella tillgångar tillgängliga för försäljning | — | — | -91 | — | -91 |
| Kassaflödessäkringar | — | — | -23 | — | -23 |
| Inkomstskatt relaterat till övrigt totalresultat | — | — | 6 | — | 6 |
| Övrigt totalresultat, netto efter skatt | — | — | -108 | — | -108 |
| Periodens totalresultat | — | — | -108 | 2 745 | 2 637 |
| Aktierelaterad ersättning | — | — | — | 62 | 62 |
| Försäljning av aktier | — | — | — | — | — |
| Utdelning 6,50 kr per aktie | — | — | — | -1 850 | -1 850 |
| Totala transaktioner med aktieägare | — | — | — | -1 788 | -1 788 |
| Utgående balans 31 december 2011 | 1 545 | 3 017 | -11 | 15 949 | 20 500 |

Moderbolagets kassaflödesanalys

| Mkr | 2011 | 2010 |
|---|---------------|---------------|
| Den löpande verksamheten | | |
| Resultat efter finansiella poster | 2 904 | 3 633 |
| Avskrivningar | 265 | 255 |
| I rörelseresultatet redovisad realisationsvinst/–förlust | –31 | 66 |
| Betald skatt | –285 | –5 |
| Kassaflöde från den löpande verksamheten före förändring av rörelsekapital | 2 853 | 3 949 |
| Förändringar av rörelsekapital | | |
| Förändring av varulager | 89 | –38 |
| Förändring av kundfordringar | –154 | –85 |
| Förändring av koncernfordringar | 934 | 861 |
| Förändring av övriga omsättningstillgångar | 270 | –124 |
| Förändring av övriga rörelseskulder och avsättningar | –176 | 473 |
| Kassaflöde från förändringar av rörelsekapital | 963 | 1 087 |
| Kassaflöde från den löpande verksamheten | 3 816 | 5 036 |
| Investeringsverksamheten | | |
| Förändring av aktier och andelar | –3 661 | –1 441 |
| Investeringar i immateriella anläggningstillgångar | –402 | –448 |
| Investeringar i materiella anläggningstillgångar | –81 | –114 |
| Övrigt | –789 | –21 |
| Kassaflöde från investeringsverksamheten | –4 933 | –2 024 |
| Kassaflöde från den löpande verksamheten och investeringsverksamheten | –1 117 | 3 012 |
| Finansieringsverksamheten | | |
| Förändring av kortfristiga investeringar | 908 | 1 936 |
| Förändring av kortfristiga lån | –56 | –628 |
| Förändring av koncerninterna lån | –3 519 | –868 |
| Nya långfristiga lån | 3 495 | – |
| Amortering av långfristiga lån | –960 | –1 014 |
| Utdelning | –1 850 | –1 138 |
| Försäljning av aktier | 39 | 97 |
| Kassaflöde från finansieringsverksamheten | –1 943 | –1 615 |
| Årets kassaflöde | –3 060 | 1 397 |
| Likvida medel vid årets början | 5 266 | 3 869 |
| Likvida medel vid årets slut | 2 206 | 5 266 |

Noter

| Not | | Sida |
|---------------|---|-------------|
| Not 1 | Redovisnings- och värderingsprinciper | 32 |
| Not 2 | Finansiell riskhantering | 40 |
| Not 3 | Redovisning per segment | 43 |
| Not 4 | Nettoomsättning och rörelseresultat | 44 |
| Not 5 | Övriga rörelseintäkter | 44 |
| Not 6 | Övriga rörelsekostnader | 44 |
| Not 7 | Jämförelsestörande poster | 45 |
| Not 8 | Leasing | 45 |
| Not 9 | Finansiella intäkter och finansiella kostnader | 45 |
| Not 10 | Skatt | 46 |
| Not 11 | Övrigt totalresultat | 47 |
| Not 12 | Materiella anläggningstillgångar | 47 |
| Not 13 | Goodwill och övriga immateriella anläggningstillgångar | 48 |
| Not 14 | Övriga anläggningstillgångar | 50 |
| Not 15 | Varulager | 50 |
| Not 16 | Övriga tillgångar | 50 |
| Not 17 | Kundfordringar | 50 |
| Not 18 | Finansiella instrument | 51 |
| Not 19 | Ställda säkerheter för skulder till kreditinstitut | 58 |
| Not 20 | Aktiekapital, antal aktier och resultat per aktie | 58 |
| Not 21 | Obeskattade reserver, moderbolaget | 59 |
| Not 22 | Ersättningar efter avslutad anställning | 59 |
| Not 23 | Övriga avsättningar | 64 |
| Not 24 | Övriga skulder | 64 |
| Not 25 | Ansvarsförbindelser | 65 |
| Not 26 | Förvärvade och avyttrade verksamheter | 65 |
| Not 27 | Anställda och ersättningar | 67 |
| Not 28 | Arvoden till revisorer | 72 |
| Not 29 | Aktier och andelar i intressebolag | 72 |
| Not 30 | Definitioner | 74 |
| | Förslag till vinstdisposition | 75 |
| | Revisionsberättelse | 76 |

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 2012. Balansräkningarna och resultaträkningarna kommer att fastställas av årsstämman den 27 mars 2012.

Koncernredovisning

Koncernredovisningen är upprättad med tillämpning av förvärvs-metoden. Metoden innebär att de tillgångar och skulder samt eventulförpliktelser 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 egetkapital-instrument 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 226 (230). Det totala antalet bolag vid samma tidpunkt var 160 (149).

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 valuta 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.

Segmentsrapportering

Koncernen har sex rörelsesegment. Segmenten är identifierade utifrån koncernens två huvudsakliga affärsområden, Konsumentprodukter och Professionella Produkter. Konsumentprodukter är indelade i fem segment 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 hänför sig och redovisas i finansnettot.

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. Härtill 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.

Immateriella anläggningstillgångar

Goodwill

Goodwill redovisas som en immateriell anläggningstillgång med obestämd nyttjandeperiod till anskaffningsvärde med avdrag för ackumulerad nedskrivning.

forts. Not 1

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 5 till 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 12 år.

Kundrelationer

Kundrelationer aktiveras till verkligt värde i samband med förvärv. Värdena av dessa kundrelationer amorteras över nyttjandeperioden, som bedöms vara mellan 5 och 15 år, enligt den linjära metoden.

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 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 2011 och 2010 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 avspeglar sårkilda 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 via resultaträkningen, förutom för egetkapitalinstrument.

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 prognosticerade transaktioner (kassaflödessäkring) eller som säkring av nettoinvesteringar i utlandsverksamheter.

När säkringen ingås dokumenteras i koncernen förhållandet mellan säkringsinstrument och säkrade poster samt företagets 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 prognosticerad försäljning inträffar. Om resultatet av en säkrad prognosticerad 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 prognosticerade 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 aktier. 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. 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 2,5 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 intäktsförs så att de möter kostnaden som stödet avser.

Nya eller ändrade redovisningsstandarder 2011

The International Accounting Standards Board (IASB) har inte gett ut några standarder eller ändringar av materiell art med tillämpning under 2011.

Nya eller ändrade redovisningsstandarder efter 2011

Följande standarder eller ändringar har utgivits av IASB men är ej tillämpliga för räkenskapsåret som börjar den 1 januari 2012 och kommer inte att förtdistillämpas. Ingen materiell inverkan på Electrolux resultat eller finansiella ställning förväntas vid den slutliga tillämpningen med undantag för IAS 19 som beskrivs nedan.

IAS 1 Utformning av finansiella rapporter: Ändring rörande övrigt totalresultat. (Ändring)¹⁾ Ändringen föreskriver hur poster som redovisas i övrigt totalresultat ska presenteras fördelat på två grupper baserat på om posterna kan komma att omklassificeras till resultaträkningen eller ej. Standarden förväntas inte ha någon inverkan på Electrolux resultat eller finansiella ställning. Standarden avser perioder som börjar den 1 juli 2012 eller senare.

IAS 19 Ersättningar till anställda (Ändring)¹⁾ IAS 19 föreskriver hur företag ska redovisa och presentera ersättningar till anställda. Standarden kräver att ett företag regelbundet bestämmer nuvärdet av förmånsbestämda pensionsplaner och det verkliga värdet av pensionsmedel och redovisar nettot av dessa som en avsättning för ersättningar efter avslutad anställning (nettopensions-skuld). Möjligheten att använda den så kallade korridormetoden (se sidan 36 för en beskrivning) som Electrolux använder idag tas bort. Standarden föreskriver att finansieringskostnaden för nettopensionsskulden beräknas med hjälp av diskonteringsräntan för pensionsavsättningen. Detta innebär att metoden med förväntad avkastning på plantillgångarna tas bort. Alla ändringar i nettopensionsavsättningen ska redovisas när de uppstår som: (i) kostnad för tjänstgöring samt finansieringskostnad i periodens resultat (ii) effekter av omvärderingar i övrigt totalresultat.

Standarden kommer preliminärt att ha följande påverkan på presentationen av Electrolux resultat och balansräkning: Alla historiska oredovisade aktuariella vinster och förluster kommer att inkluderas i redovisningen av nettopensionsskulden. Detta kommer inledningsvis att öka pensionsskulden och minska eget kapital i koncernen. Framtida ändringar i nettopensionsskulden från till exempel ändrad diskonteringsränta eller ändrade livslängdsantaganden kommer att redovisas direkt i övrigt totalresultat. Avskaffandet av den förväntade avkastningen kommer att innebära att koncernens räntekostnad ökar med skillnaden mellan förväntad avkastning och diskonteringsräntan som appliceras på plantillgångarna. Electrolux avser att klassificera nettopensionsavsättningen som en finansiell skuld och redovisa räntekostnaden

forts. Not 1

i finansnettot. För 2011 skulle ändringarna ha inneburit att netto-pensionsavsättningen skulle ha ökat med 3 500 Mkr och att eget kapital skulle ha minskat med cirka 2 800 Mkr efter redovisning av uppskjuten skattefordran. Den ändrade ränteberäkningen och borttagandet av amorteringen på aktuariella vinster och förluster skulle ha minskat periodens resultat med cirka 200 Mkr. Standarden kommer att tillämpas från och med Kv 1 2013 med full retrospektiv tillämpning.

IFRS 10 Consolidated Financial Standards¹⁾, **IFRS 11** Joint Arrangements¹⁾ och **IFRS 12** Disclosure of Interests in Other Entities¹⁾. IFRS 10 innehåller en enda modell för konsolidering och fastställer kontroll som grund för konsolidering.

IFRS 10 ersätter IAS 27 Koncernredovisning och separata finansiella rapporter samt SIC – 12 När skall ett företag för särskilda ändamål, ett SPE, omfattas av koncernredovisningen?

IFRS 11 Joint Arrangements anger principer för finansiell rapportering av deltagarna i så kallade joint arrangements.

IFRS 11 ersätter IAS 31 Andelar i Joint Ventures samt SIC – 13 Överföring av icke-monetära tillgångar från en samägare till ett joint venture i form av ett gemensamt styrt företag.

IFRS 12 omfattar upplysningskrav för dotterföretag, joint arrangements, intresseföretag och ej konsoliderade strukturerade enheter. Standarderna förväntas inte ha någon inverkan på Electrolux resultat eller finansiella ställning men kan komma att påverka redovisningen vid konsolidering i framtiden. Standarderna träder i kraft i januari 2013.

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 instrument¹⁾. 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. Ursprungligen avsågs standarden gälla för perioder som börjar den 1 januari 2013 eller senare. Under 2011 gav IASB ut en ändring som flyttar fram tillämpningsdatumet för IFRS 9 till den 1 januari 2015. Förtida tillämpning tillåts.

Nya tolkningar av redovisningsstandarder

International Financial Reporting Standards Committee (IFRIC) gav inte ut några tolkningar som är tillämpliga för Electrolux.

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 eventualtillgångar och eventualförpliktelser. 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 eventualtillgångar och eventualförpliktelser 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 2011 för materiella tillgångar uppgick till 15 613 Mkr. Värde enligt balansräkningen den 31 december 2011 för goodwill uppgick till 6 008 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 prognosticerade framtida beskattningsbara intäkter, liksom förändringar av skattesatser, kan resultera i

betydande skillnader i värderingen av uppskjutna skatter. Electrolux redovisar per den 31 december 2011 uppskjutna skattefordringar överstigande uppskjutna skatteskulder till ett nettobelopp om 1 853 Mkr. Koncernen hade per den 31 december 2011 förlustavdrag och andra avdragsgilla temporära skillnader uppgående till 6 739 Mkr, som inte beaktats vid beräkningen av uppskjuten skattefordran.

Inkomstskatter

Electrolux avsättningar för osäkra utfall gällande skatterevisjoner 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.

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 2011 års slut uppgick kundfordringarna netto, efter reserveringar för osäkra fordringar, till 19 226 Mkr. Reserveringar för osäkra fordringar uppgick vid årets slut till 904 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 2011 i genomsnitt till 6,5% baserad på historiskt utfall. Diskonteringsräntan som tillämpats vid uppskattningen av förpliktelseerna vid utgången av 2010 och kostnadsberäkningen för 2011 var i genomsnitt 4,9%.

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. Reserveringar för omstrukturering uppgick vid årets slut till 1 723 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 2011 till 1 518 Mkr. Intäkter från utökade garantier redovisas linjärt över avtalsperioden om det inte finns indikationer på att andra metoder bättre motsvarar fullgörandet.

Långsiktiga incitamentsprogram

Electrolux redovisar en reservering för förväntade sociala avgifter som uppstår vid tilldelning av aktier enligt 2009–2011 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.

Twister

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 svåra 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 rapporterar koncernbidrag i resultaträkningen för första gången 2011. 2010-års räkningar har omräknats. 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 som finansiella poster i resultaträkningen. 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 pensionskuld 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 12 år.

Materiella anläggningstillgångar

Moderbolaget redovisar de ytterligare avskrivningar som krävs 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 rapporterings 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. (Samtliga riktlinjer benämns i fortsättningen finanspolicy). Riskhanteringen utförs bland annat med hjälp av derivatinstrument i enlighet med fastställda limiter i finanspolicy. 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 kursen 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 definierats. 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 1 procentenhet skulle minska koncernens ränteresultat med cirka 70 Mkr (110). Se Not 18 på sid 51 för närmare information.

Upplåning

Koncernens skuldhantering sköts 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 eller andra finansiella nyckeltal. 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 2011-års volymer och räntebindningstid på 1,2 år (0,9) för den långfristiga upplåningen skulle en förändring av marknadsräntan med 1 procentenhet påverka koncernens resultat år 2012 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 2011 uppgick till

20 644 Mkr (20 613). 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. Den senaste förändringen av Electrolux rating skedde i november 2010, då Standard & Poor's höjde ratingen för långfristig upplåning från BBB till BBB+.

Rating

| | Långfristig upplåning | Framtids-utsikter | Kortfristig upplåning | Kortfristig upplåning, Nordisk |
|-------------------|-----------------------|-------------------|-----------------------|--------------------------------|
| Standard & Poor's | BBB+ | Stable | 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, köpa tillbaka egna aktier eller göra 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 fördelad förfalloprofil. Högst 5 000 Mkr av upplåningen får i normalfallet ha kortare förfallotid än 12 månader. 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 prognosticerad framtida försäljning ske i utländsk valuta. Med hänsyn tagen till prisbindningsperioder, affärsmässiga förhållanden och konkurrenssituation, kan de olika affärssektorerna ha en säkringshorisont på upp till 8 månader gällande prognosticerade flöden. För säkringshorisonter utanför dessa perioder krävs ett godkännande från Group Treasury. Affärssektorerna får säkra fakturerade flöden från 75% till 100% och prognosticerade flöden från 60% till 80%. Dotterbolagen täcker riskexponeringen i de kommersiella valutaflödena med hjälp av koncernens finansenheter. Group Treasury övertar därmed valutarisken och täcker riskerna externt genom valutaderivat.

forts. Not 2

Den geografiskt utspridda tillverkningen minskar effekterna av valutafluktuationer. Resterande transaktionsexponering är antingen relaterad till intern försäljning från produktionsbolag till säljbolag, eller 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 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 +/-330 Mkr (550), allt annat lika. Kalkylen bygger på intäkter och kostnader i bokslutet för 2011 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, 2011 | Resultatpåverkan, 2010 |
|---------|------------|------------------------|------------------------|
| Valuta | | | |
| BRL/SEK | -10% | -304 | -314 |
| AUD/SEK | -10% | -257 | -273 |
| GBP/SEK | -10% | -180 | -202 |
| CHF/SEK | -10% | -164 | -134 |
| RUB/SEK | -10% | -155 | -164 |
| CAD/SEK | -10% | -118 | -97 |
| DKK/SEK | -10% | -66 | -72 |
| HUF/SEK | -10% | 82 | -15 |
| EUR/SEK | -10% | 411 | 319 |
| USD/SEK | -10% | 810 | 601 |

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. Från den 1 januari 2011 har säkringspolicyn ändrats med innebörden att nettoinvesteringar i utländsk valuta inte ska säkras förutom i följande fall; 1) för att skydda nyckeltal viktiga för koncernens kreditrating

och 2) finansiella klausuler (om sådana finns) och 3) för att skydda nettoinvesteringar motsvarande finansiella investeringar såsom överskottslikviditet. Group Treasury kan med stöd av ett särskilt utfärdat riskmandat göra avvikelser från angivna riktlinjer. Riktlinjerna för säkringarna bestäms av revisionsutskottet för punkt 1 och 2 och för punkt 3 sätts riktlinjerna av Treasury Board. 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 +/- 2 980 Mkr (2 740), allt annat lika. De finansiella derivat som används för säkring skulle med samma värdeförändring påverka koncernens egna kapital med cirka +/- 0 Mkr (570). Vid årsskiftet hade koncernen inga sådana instrument utestående.

För 2011 var riktlinjen för säkring av nettoinvesteringar att endast nettoinvesteringar med ett eget kapital överstigande 60% skulle säkras om inte exponeringen ansågs för hög.

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 +/- 600 Mkr (500) baserat på volymerna under 2011.

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 använder Group Treasury Conti nuos Linked Settlement (CLS). 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 och 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. Kreditlimer 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 baserad 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 sex rörelsesegment. Konsumentprodukter, som bland annat omfattar vitvaror och dammsugare, rapporteras i fem rörelsesegment, det vill säga Vitvaror Europa, Mellanöstern och Afrika, Vitvaror Nordamerika, Vitvaror Latinamerika, Vitvaror Asien/Stillahavsområdet samt Dammsugare och småapparater. Konsumentprodukter avser främst kylskåp, frysar, spisar, torktumlare, tvättmaskiner, diskmaskiner, utrustning för luftkonditionering och mikrovågsugnar. Professionella Produkter rapporteras i ett eget rörelsesegment. Från och med 2011 rapporteras Dammsugare och småapparater som ett eget rörelsesegment. Den finansiella informationen för 2010 för de berörda segmenten har omräknats.

| | Nettoomsättning | | Rörelseresultat | |
|--|-----------------|----------------|-----------------|--------------|
| | 2011 | 2010 | 2011 | 2010 |
| Vitvaror Europa, Mellanöstern och Afrika | 34 029 | 36 596 | 709 | 2 297 |
| Vitvaror Nordamerika | 27 665 | 30 969 | 250 | 1 442 |
| Vitvaror Latinamerika | 17 810 | 16 260 | 820 | 951 |
| Vitvaror Asien/Stillahavsområdet | 7 852 | 7 679 | 736 | 793 |
| Dammsugare och småapparater | 8 359 | 8 422 | 543 | 802 |
| Professionella Produkter | 5 882 | 6 389 | 841 | 743 |
| | 101 597 | 106 315 | 3 899 | 7 028 |
| Koncerngemensamma poster | 1 | 11 | -744 | -534 |
| Jämförelsestörande poster | – | – | -138 | -1 064 |
| Totalt | 101 598 | 106 326 | 3 017 | 5 430 |
| Finansiella poster, netto | – | – | -237 | -124 |
| Resultat efter finansiella poster | – | – | 2 780 | 5 306 |

Jämförelsestörande poster inkluderas inte i rörelsesegmenten i den interna rapporteringen och har därför inte fördelats. Tabellen visar till vilka segment de hänför sig.

Jämförelsestörande poster

| | Nedskrivningar/ omstruktureringar | |
|--|--------------------------------------|---------------|
| | 2011 | 2010 |
| Vitvaror Europa, Mellanöstern och Afrika | -34 | -658 |
| Vitvaror Nordamerika | -104 | -406 |
| Vitvaror Latinamerika | – | – |
| Vitvaror Asien/Stillahavsområdet | – | – |
| Dammsugare och småapparater | – | – |
| Professionella Produkter | – | – |
| Totalt | -138 | -1,064 |

Försäljning mellan segment förekommer med följande fördelning:

| | 2011 | 2010 |
|--|--------------|--------------|
| Vitvaror Europa, Mellanöstern och Afrika | 349 | 310 |
| Vitvaror Nordamerika | 908 | 1 169 |
| Vitvaror Asien/Stillahavsområdet | 339 | 94 |
| Elimineringar | 1 596 | 1 573 |

Segmenten ansvarar för förvaltningen av de operativa tillgångarna och deras resultat beräknas på denna nivå, medan Group Treasury ansvarar för finansieringen på concern- och landnivå. Följaktligen fördelas inte likvida medel, räntebärande fordringar, räntebärande skulder och eget kapital till segmenten.

| | Tillgångar 31 december | | Skulder och eget kapital 31 december | | Nettotillgångar 31 december | |
|--|---------------------------|---------------|---|---------------|--------------------------------|---------------|
| | 2011 | 2010 | 2011 | 2010 | 2011 | 2010 |
| Vitvaror Europa, Mellanöstern och Afrika | 29 877 | 27 481 | 20 427 | 20 668 | 9 450 | 6 813 |
| Vitvaror Nordamerika | 8 138 | 9 072 | 2 822 | 2 060 | 5 316 | 7 012 |
| Vitvaror Latinamerika | 11 634 | 7 228 | 4 166 | 4 082 | 7 468 | 3 146 |
| Vitvaror Asien/Stillahavsområdet | 4 293 | 3 920 | 2 253 | 1 900 | 2 040 | 2 020 |
| Dammsugare och småapparater | 4 951 | 4 057 | 2 741 | 2 334 | 2 210 | 1 723 |
| Professionella Produkter | 2 643 | 2 492 | 1 711 | 1 618 | 932 | 874 |
| Övrigt ¹⁾ | 6 892 | 6 462 | 6 294 | 6 507 | 598 | -45 |
| Jämförelsestörande poster | 117 | 4 | 1 120 | 1 643 | -1 003 | -1 639 |
| | 68 545 | 60 716 | 41 534 | 40 812 | 27 011 | 19 904 |
| Likvida medel | 7 839 | 12 805 | – | – | – | – |
| Räntebärande fordringar | – | – | – | – | – | – |
| Räntebärande skulder | – | – | 14 206 | 12 096 | – | – |
| Eget kapital | – | – | 20 644 | 20 613 | – | – |
| Totalt | 76 384 | 73 521 | 76 384 | 73 521 | – | – |

1) Omfattar koncerngemensamma funktioner och skatteposter.

forts. Not 3

| | Avskrivningar | | Investeringar i anläggnings-tillgångar | | Kassaflöde ¹⁾ | |
|--|---------------|--------------|--|--------------|--------------------------|--------------|
| | 2011 | 2010 | 2011 | 2010 | 2011 | 2010 |
| Vitvaror Europa, Mellanöstern och Afrika | 1 460 | 1 397 | 1 199 | 1 409 | -1 099 | 1 910 |
| Vitvaror Nordamerika | 809 | 1 061 | 700 | 692 | 1 794 | 1 363 |
| Vitvaror Latinamerika | 314 | 266 | 526 | 650 | -3 116 | 825 |
| Vitvaror Asien/ Stilla-havs-området | 173 | 188 | 286 | 198 | 725 | 773 |
| Dammsugare och småapparater | 139 | 147 | 118 | 116 | -13 | 525 |
| Professionella Produkter | 104 | 116 | 287 | 96 | 760 | 863 |
| Övrigt ²⁾ | 174 | 153 | 47 | 60 | -1 278 | -1 290 |
| Jämförelse-störande poster | — | — | — | — | -585 | -375 |
| Finansiella poster | — | — | — | — | -214 | -72 |
| Betald skatt | — | — | — | — | -1 625 | -1 316 |
| Totalt | 3 173 | 3 328 | 3 163 | 3 221 | -4 651 | 3 206 |

1) Kassaflöde från den löpande verksamheten och investeringsverksamheten.

2) Koncerngemensamma funktioner.

Geografisk information

| | Nettoförsäljning ¹⁾ | |
|------------------------------|--------------------------------|----------------|
| | 2011 | 2010 |
| USA | 26 637 | 29 782 |
| Brasilien | 14 633 | 14 231 |
| Tyskland | 5 474 | 5 974 |
| Australien | 5 285 | 5 514 |
| Sverige (koncernens hemland) | 4 210 | 3 353 |
| Italien | 4 092 | 4 609 |
| Kanada | 4 037 | 4 390 |
| Schweiz | 4 027 | 3 667 |
| Frankrike | 3 809 | 4 223 |
| Storbritannien | 2 544 | 2 898 |
| Övriga | 26 850 | 27 685 |
| Totalt | 101 598 | 106 326 |

1) Nettoomsättningen per land är baserad på kundens landstillhörighet.

Värdet på koncernens anläggningstillgångar och immateriella tillgångar i Sverige, som är koncernens hemland, uppgick till 2 361 Mkr (2 093). Värdet på koncernens anläggningstillgångar och immateriella tillgångar utanför Sverige uppgick till 24 406 Mkr (18 107). Enskilda länder med störst värde på anläggningstillgångar och immateriella tillgångar är Italien med 2 958 Mkr (2 877), USA med 3 012 Mkr (2 836) och Egypten med 2 734 Mkr (0).

Not 4 Nettoomsättning och rörelseresultat

Koncernens nettoomsättning i Sverige uppgick till 4 210 Mkr (3 353). Exporten från Sverige uppgick under året till 3 863 Mkr (4 379), varav 3 124 Mkr (3 664) till egna dotterbolag. Försäljning av produkter stod för den övervägande delen av koncernens intäkter. Koncernens intäkter från serviceverksamhet uppgick till 1 258 Mkr (1 247).

Koncernens rörelseresultat inkluderar kursdifferenser som netto uppgick till -53 Mkr (71). De svenska fabriken svarade för 1,6% (2,4) av det totala tillverkningsvärdet. Koncernens kostnader för forskning och utveckling uppgick till 1 669 Mkr (1 597) och redovisas under kostnad för sålda varor.

Årets avskrivningar uppgick till 3 173 Mkr (3 328). Löner, ersättningar och sociala avgifter uppgick till 16 237 Mkr (16 375) och kostnad för ersättningar efter avslutad anställning uppgick till 425 Mkr (741).

Statliga stöd hänförliga till kostnader har redovisats i resultaträkningen som en minskning av motsvarande kostnader med 156 Mkr (96). Statliga stöd som ingår i balansräkningen redovisas som förutbetalda intäkter och kommer att intäktsredovisas över tillgångens nyttjandeperiod. Sådana stöd uppgick 2011 till 121 Mkr (220).

Not 5 Övriga rörelseintäkter

| | Koncernen | | Moderbolaget | |
|----------------------------------|------------|-----------|--------------|------------|
| | 2011 | 2010 | 2011 | 2010 |
| Vinst vid försäljning | | | | |
| Materiella anläggningstillgångar | 198 | 14 | — | — |
| Verksamheter och aktier | 32 | — | 32 | — |
| Övrigt | — | — | 266 | 379 |
| Totalt | 230 | 14 | 298 | 379 |

Not 6 Övriga rörelsekostnader

| | Koncernen | | Moderbolaget | |
|----------------------------------|------------|------------|--------------|-------------|
| | 2011 | 2010 | 2011 | 2010 |
| Förlust vid försäljning | | | | |
| Materiella anläggningstillgångar | -40 | -23 | -1 | -1 |
| Verksamheter och aktier | — | — | -9 | -10 |
| Övrigt | — | — | — | -95 |
| Totalt | -40 | -23 | -10 | -106 |

Not 7 Jämförelsestörande poster

| | Koncernen | |
|--|-------------|---------------|
| | 2011 | 2010 |
| Omstruktureringar och nedskrivningar | | |
| Vitvarufabriken i Kinston, North Carolina, USA | -104 | — |
| Vitvarufabriken i L'Assomption, Kanada | — | -426 |
| Personalneddragningar inom Vitvaror, Europa | -54 | -356 |
| Vitvarufabriken i Revin, Frankrike | — | -71 |
| Vitvarufabriken i Forlì, Italien | — | -136 |
| Vitvarufabriken i Motala, Sverige | — | -95 |
| Återföring av outnyttjad reserv för strukturåtgärder | 20 | 20 |
| Totalt | -138 | -1 064 |

Klassificering per funktion i resultaträkningen

| | Koncernen | |
|--|-------------|---------------|
| | 2011 | 2010 |
| Kostnad för sålda varor | -138 | -1 062 |
| Försäljningskostnader | — | — |
| Administrationskostnader | — | -2 |
| Övriga rörelseintäkter och övriga rörelsekostnader | — | — |
| Totalt | -138 | -1 064 |

Jämförelsestörande poster 2011 avser kostnader för flytt av diskmaskinstillverkning från fabriken i Kinston, North Carolina i USA samt ett tillägg till neddragningsprogrammet i Europa från år 2010. Jämförelsestörande poster 2010 avser utfasning av spistillverkningen 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.

Not 8 Leasing

Finansiell leasing

Koncernens finansiella leasingavtal per den 31 december 2011, redovisade som anläggningstillgångar, uppgick till 4 Mkr (149). Fastigheten med det nordamerikanska huvudkontoret i Charlotte, North Carolina, som tidigare leasades förvärvades under året. Framtida minimileasavgifter i koncernen uppgår till 5 Mkr.

Operationell leasing

Framtida minimileasavgifter i koncernen fördelar sig enligt följande:

| | Operationell leasing |
|---------------|----------------------|
| 2012 | 733 |
| 2013–2016 | 1 638 |
| 2017– | 583 |
| Totalt | 2 954 |

Leasingkostnaderna för 2011 (minimileaseavgifter) uppgick till 839 Mkr (807). I koncernens operationella leasingavtal finns inga variabla avgifter av materiellt värde. Avtalen innehåller inga restriktioner.

Not 9 Finansiella intäkter och finansiella kostnader

| | Koncernen | | Moderbolaget | |
|---|-------------|-------------|--------------|--------------|
| | 2011 | 2010 | 2011 | 2010 |
| Finansiella intäkter | | | | |
| Ränteintäkter | | | | |
| från dotterbolag | — | — | 328 | 641 |
| från övriga | 336 | 329 | 31 | 48 |
| Utdelning från dotterbolag | — | — | 2 150 | 2 560 |
| Koncernbidrag från dotterbolag | — | — | 217 | 227 |
| Övriga finansiella intäkter | 1 | 3 | 1 | 2 |
| Totalt | 337 | 332 | 2 727 | 3 478 |
| Finansiella kostnader | | | | |
| Räntekostnader | | | | |
| till dotterbolag | — | — | -23 | -233 |
| till övriga | -598 | -404 | -474 | -275 |
| Koncernbidrag till dotterbolag | — | — | -52 | -29 |
| Valutakursdifferenser | | | | |
| på lån och derivatkontrakt avsedda för säkring av dotterbolagens eget kapital | — | — | 284 | 218 |
| på övriga lån och derivat | 74 | -16 | -58 | 279 |
| Övriga finansiella kostnader | -50 | -36 | -21 | -18 |
| Totalt | -574 | -456 | -344 | -58 |

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 -37 Mkr (-109). Se Not 18 på sid 51 för information om finansiella instrument.

Not **10** Skatt

| | Koncernen | | Moderbolaget | |
|--|-------------|---------------|--------------|-------------|
| | 2011 | 2010 | 2011 | 2010 |
| Aktuell skatt | -973 | -1 779 | -307 | -165 |
| Uppskjuten skatt | 257 | 470 | 116 | -170 |
| Skatt inkluderad i periodens resultat | -716 | -1 309 | -191 | -335 |
| Uppskjuten skatt relaterad till övrigt totalresultat | -104 | -30 | 6 | 7 |
| Skatt inkluderad i periodens totalresultat | -820 | -1 339 | -185 | -328 |

Uppskjuten skatt under 2011 inkluderar en positiv effekt av ändrade skattesatser uppgående till 7 Mkr (-16). Koncernbokslutet innehåller 157 Mkr (165) i uppskjutna skatteskulder hänförliga till obeskattade reserver i moderbolaget.

Avstämning av effektiv skattesats

| % | 2011 | 2010 |
|--|-------------|-------------|
| Teoretisk skattesats | 31,2 | 31,3 |
| Icke-skattepliktiga/ej avdragsgilla resultatposter, netto | -2,5 | 2,6 |
| Ej aktiverade förlustavdrag | 2,9 | 2,1 |
| Utnyttjade ej tidigare aktiverade förlustavdrag | -5,0 | -6,7 |
| Övriga förändringar i estimat relaterade till uppskjuten skatt | 6,5 | -11,2 |
| Källskatt | 1,3 | 1,0 |
| Övrigt | -8,6 | 5,6 |
| Effektiv skattesats | 25,8 | 24,7 |

Koncernens teoretiska skattesats beräknas utifrån en viktning av koncernens totala nettoomsättning per land multiplicerat med lokal bolagsskattesats.

Ej aktiverade avdragsgilla temporära skillnader

Koncernen hade per den 31 december 2011 förlustavdrag och andra avdragsgilla temporära skillnader uppgående till 6 739 Mkr (4 461), som inte beaktats vid beräkning av uppskjuten skattefordran. De ej aktiverade avdragsgilla temporära skillnaderna förfaller enligt följande:

| | 31 december 2011 |
|----------------------|------------------|
| 2012 | 277 |
| 2013 | 281 |
| 2014 | 237 |
| 2015 | 13 |
| 2016 | 348 |
| Och senare | 4 328 |
| Utan tidsbegränsning | 1 255 |
| Totalt | 6 739 |

Förändringar i uppskjutna skattefordringar och skatteskulder

Tabellen visar uppskjutna skattefordringar och -skulder netto. Uppskjutna skatte tillgångar och uppskjutna skatteskulder summeras 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 |
|---|-------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------------|----------------|------------------------------------|---------------------------|--------------|--|--------------------|---|
| Ingående balans 1 januari 2010 | -676 | 274 | 404 | 228 | 107 | 47 | 315 | 1 175 | 1 874 | - | 1 874 |
| Redovisat i periodens totalresultat | 200 | -30 | -155 | 259 | -16 | 3 | -73 | 252 | 440 | - | 440 |
| Valutakursdifferenser | 37 | -12 | -19 | -25 | -5 | -7 | -9 | -99 | -139 | - | -139 |
| Utgående balans 31 december 2010 | -439 | 232 | 230 | 462 | 86 | 43 | 233 | 1 328 | 2 175 | - | 2 175 |
| 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 |
| Ingående balans 1 januari 2011 | -439 | 232 | 230 | 462 | 86 | 43 | 233 | 1 328 | 2 175 | - | 2 175 |
| Redovisat i periodens totalresultat | 65 | -33 | -162 | -13 | -1 | 2 | 228 | 67 | 153 | - | 153 |
| Förvärv av verksamheter | -36 | 5 | - | - | 5 | - | - | -339 | -365 | - | -365 |
| Övrigt | - | - | - | - | - | - | - | -43 | -43 | - | -43 |
| Valutakursdifferenser | 11 | 2 | 21 | -2 | 2 | -1 | 16 | -116 | -67 | - | -67 |
| Utgående balans 31 december 2011 | -399 | 206 | 89 | 447 | 92 | 44 | 477 | 897 | 1 853 | - | 1 853 |
| Varav uppskjutna skattefordringar | 109 | 256 | 515 | 447 | 100 | 44 | 477 | 2 092 | 4 040 | -1 060 | 2 980 |
| Varav uppskjutna skatteskulder | -508 | -50 | -426 | - | -8 | - | - | -1 195 | -2 187 | 1 060 | -1 127 |

I posten Övriga uppskjutna skattefordringar ingår skattekrediter relaterade till produktion av energieffektiva produkter med 331 Mkr (1 036).

Not 11 Övrigt totalresultat

| | 2011 | 2010 |
|--|-------------|---------------|
| Finansiella tillgångar tillgängliga för försäljning | | |
| Ingående balans 1 januari | 114 | 37 |
| Vinst/förlust till övrigt totalresultat | -91 | 77 |
| Överförd till resultatet | — | — |
| Utgående balans 31 december | 23 | 114 |
| Kassaflödessäkringar | | |
| Ingående balans 1 januari | -147 | -30 |
| Vinst/förlust till övrigt totalresultat | -36 | -147 |
| Överförd till resultatet | 147 | 30 |
| Utgående balans 31 december | -36 | -147 |
| Valutakursdifferenser | | |
| Ingående balans 1 januari | 699 | 1 807 |
| Säkring av nettoinvesteringar | 284 | 218 |
| Valutakursdifferenser | -507 | -1 326 |
| Utgående balans 31 december | 476 | 699 |
| Inkomstskatt | -104 | -30 |
| Övrigt totalresultat, netto efter skatt | -307 | -1 178 |

Inkomstskatter avseende övrigt totalresultat uppgick till -34 Mkr (29) för finansiella instrument för kassaflödessäkringar och till -70 Mkr (-59) för finansiella instrument för säkring av omräkningsexponering på aktier i utländska dotterbolag.

Not 12 Materiella anläggningstillgångar

| Koncernen | Mark och markanlägg- ningar | Byggnader | Maskiner och andra tek- niska anlägg- ningar | Inventarier | Pågående nyanlägg- ningar och förskott | Totalt |
|--|-----------------------------------|--------------|---|--------------|---|---------------|
| Anskaffningskostnader | | | | | | |
| Ingående balans 1 januari 2010 | 1 073 | 8 714 | 31 131 | 1 972 | 900 | 43 790 |
| Årets anskaffningar | 25 | 320 | 1 294 | 284 | 1 451 | 3 374 |
| Överföring av pågående arbeten och förskott | — | 79 | 832 | 1 | -912 | — |
| Försäljningar, utrangeringar m m | -10 | -64 | -871 | -337 | -56 | -1 338 |
| Kursdifferenser | -87 | -689 | -2 285 | -133 | -132 | -3 326 |
| Utgående balans 31 december 2010 | 1 001 | 8 360 | 30 101 | 1 787 | 1 251 | 42 500 |
| Årets anskaffningar | 77 | 128 | 1 057 | 325 | 1 576 | 3 163 |
| Förvärv av verksamheter | 224 | 268 | 288 | 38 | 119 | 937 |
| Avyttring av verksamheter | -26 | -108 | -25 | -1 | — | -160 |
| Överföring av pågående arbeten och förskott | 1 | 81 | 494 | 34 | -610 | — |
| Försäljningar, utrangeringar m m | -31 | -209 | -2 218 | -211 | -12 | -2 681 |
| Kursdifferenser | -19 | -296 | -587 | -16 | -41 | -959 |
| Utgående balans 31 december 2011 | 1 227 | 8 224 | 29 110 | 1 956 | 2 283 | 42 800 |
| Akkumulerade avskrivningar | | | | | | |
| Ingående balans 1 januari 2010 | 202 | 4 246 | 22 515 | 1 514 | -2 | 28 475 |
| 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 |
| Utgående balans 31 december 2010 | 191 | 4 081 | 22 369 | 1 229 | — | 27 870 |
| Årets avskrivningar | 8 | 214 | 2 008 | 190 | — | 2 420 |
| Avyttring av verksamheter | — | -73 | -23 | -1 | — | -97 |
| Överföring av pågående arbeten och förskott | 2 | 9 | -242 | -1 | 232 | — |
| Försäljningar, utrangeringar m m | -23 | -213 | -2 192 | -183 | — | -2 611 |
| Nedskrivningar | — | 3 | 64 | — | — | 67 |
| Kursdifferenser | -4 | -79 | -366 | -13 | — | -462 |
| Utgående balans 31 december 2011 | 174 | 3 942 | 21 618 | 1 221 | 232 | 27 187 |
| Värde enligt balansräkningen 31 december 2010 | 810 | 4 279 | 7 732 | 558 | 1 251 | 14 630 |
| Värde enligt balansräkningen 31 december 2011 | 1 053 | 4 282 | 7 492 | 735 | 2 051 | 15 613 |

forts. Not 12

Materiella anläggningstillgångar ökade i värde under 2011 med 555 Mkr på grund av förvärvet av Olympic Group i Egypten och med 382 Mkr på grund av förvärvet av CTI i Chile. Materiella anläggningstillgångar minskade med 43 Mkr på grund av avyttringen av en fastighet i Australien, och med 15 Mkr på grund av avyttringen av Electrolux Professional AG – Components i Schweiz samt med

5 Mkr på grund av avyttringen av en fastighet i Sverige. Totala nedskrivningar för byggnader och mark under 2011 uppgick till 3 Mkr (236), för maskiner och övriga inventarier till 64 Mkr (386), varav 62 Mkr (192) är relaterade till omstruktureringskostnader för fabriken i Kinston i North Carolina, USA.

Materiella anläggningstillgångar

| Moderbolaget | Mark och markanläggningar | Byggnader | Maskiner och andra tekniska anläggningar | Inventarier | Pågående nyanläggningar och förskott | Totalt |
|--|---------------------------|-----------|--|-------------|--------------------------------------|--------------|
| Anskaffningskostnader | | | | | | |
| Ingående balans 1 januari 2010 | 4 | 57 | 874 | 363 | 7 | 1 305 |
| Årets anskaffningar | — | — | 44 | 10 | 60 | 114 |
| Överföring av pågående arbeten och förskott | — | — | 1 | — | -1 | — |
| Försäljningar, utrangeringar m m | — | — | -1 | -93 | — | -94 |
| Utgående balans 31 december 2010 | 4 | 57 | 918 | 280 | 66 | 1 325 |
| Årets anskaffningar | — | — | 36 | 25 | 20 | 81 |
| Överföring av pågående arbeten och förskott | — | — | 31 | 23 | -54 | — |
| Försäljningar, utrangeringar m m | — | — | -160 | -12 | — | -172 |
| Utgående balans 31 december 2011 | 4 | 57 | 825 | 316 | 32 | 1 234 |
| Accumulerade avskrivningar | | | | | | |
| Ingående balans 1 januari 2010 | 2 | 54 | 666 | 305 | — | 1 027 |
| Årets avskrivningar | — | — | 56 | 18 | — | 74 |
| Försäljningar, utrangeringar m m | — | — | 56 | -94 | — | -38 |
| Utgående balans 31 december 2010 | 2 | 54 | 778 | 229 | — | 1 063 |
| Årets avskrivningar | — | — | 41 | 20 | — | 61 |
| Försäljningar, utrangeringar m m | — | — | -152 | -10 | — | -162 |
| Utgående balans 31 december 2011 | 2 | 54 | 667 | 239 | — | 962 |
| Värde enligt balansräkningen 31 december 2010 | 2 | 3 | 140 | 51 | 66 | 262 |
| Värde enligt balansräkningen 31 december 2011 | 2 | 3 | 158 | 77 | 32 | 272 |

Not 13 Goodwill och övriga immateriella anläggningstillgångar

Immateriella tillgångar med obestämd livslängd

Goodwill per den 31 december 2011 uppgick till ett bokfört värde av 6 008 Mkr. Vidare har rättigheten att i Nordamerika använda varumärket Electrolux, förvärvat år 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 Vitvaror Latinamerika, Vitvaror Europa, Mellanöstern och Afrika samt Vitvaror 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. De kassaflödesgenererande enheterna utförs av affärsområdena.

Nyttjandevärdet har beräknats med hjälp av diskonterade kassaflöden och baseras på treårsprognoser gjorda av koncernled-

ningen. 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. Kalkylräntan som används baseras bland annat på de ingående ländernas inflationstakt, räntenivåer samt landsrisk. Kalkylräntan före skatt som använts under 2011 varierade till huvuddelen mellan 8,7% och 15,8%. För beräkningen av slutvärdet av kassaflöden används den så kallade Gordons modell. Enligt Gordons modell beräknas evighetsvärdet av ett växande kassaflöde som startkassaflödet dividerat med kapitalkostnad minus tillväxt. Kapitalkostnad minus tillväxt har satts till 6% för alla marknader. Detta motsvarar en vägd genomsnittlig kapitalkostnad för koncernen om 11% minus en genomsnittlig nominell tillväxt om 5%. Kapitalkostnaden och tillväxten antas vara högre än genomsnittet i "emerging markets" och lägre i "developed markets", men den

Goodwill, värde av varumärke samt diskonteringsränta

| | 2011 | | | 2010 | | |
|--|--------------|--------------------------|---------------|--------------|--------------------------|---------------|
| | Goodwill | Varumärket Electrolux | Kalkylränta % | Goodwill | Varumärket Electrolux | Kalkylränta % |
| Vitvaror Europa, Mellanöstern och Afrika | 1 971 | — | 12,9 | 368 | — | 9,9 |
| Vitvaror Nordamerika | 379 | 410 | 9,5 | 374 | 410 | 10,1 |
| Vitvaror Asien/Stillahavsområdet | 1 488 | — | 9,7 | 1 468 | — | 10,8 |
| Vitvaror Latinamerika | 1 873 | — | 15,8 | 32 | — | 19,4 |
| Övrigt | 297 | — | 8,7–10,9 | 53 | — | 8,5–11,4 |
| Totalt | 6 008 | 410 | — | 2 295 | 410 | — |

Goodwill och övriga immateriella anläggningstillgångar

| | Koncernen Övriga immateriella anläggningstillgångar | | | | Moder- bolaget | |
|--|--|------------------------|--------------|--------------|---|---------------------------------------|
| | Goodwill | Produktut- veckling | Programvaror | Övrigt | Totalt övriga immateriella anläggnings- tillgångar | Varumärken, programva- ror, m m |
| Anskaffningskostnader | | | | | | |
| Ingående balans 1 januari 2010 | 2 274 | 3 099 | 1 533 | 1 019 | 5 651 | 1 859 |
| 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 | — |
| Utgående balans 31 december 2010 | 2 295 | 2 443 | 2 156 | 1 012 | 5 611 | 2 283 |
| Årets anskaffningar | — | — | 84 | 11 | 95 | — |
| Förvärv av verksamheter | 3 599 | — | 46 | 1 482 | 1 528 | — |
| Intern utveckling | — | 374 | 660 | — | 1 034 | 402 |
| Omklassificering | — | — | 3 | -3 | — | — |
| Årets försäljningar | — | — | — | — | — | — |
| Fullt avskrivna | — | -264 | -30 | -32 | -326 | -3 |
| Nedskrivningar | — | -11 | -14 | -6 | -31 | — |
| Kursdifferenser | 114 | -34 | -18 | 11 | -41 | — |
| Utgående balans 31 december 2011 | 6 008 | 2 508 | 2 887 | 2 475 | 7 870 | 2 682 |
| Akkumulerade avskrivningar | | | | | | |
| Ingående balans 1 januari 2010 | — | 1 736 | 409 | 507 | 2 652 | 496 |
| 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 | — |
| Utgående balans 31 december 2010 | — | 1 237 | 571 | 527 | 2 335 | 653 |
| Årets avskrivningar | — | 420 | 268 | 65 | 753 | 204 |
| Årets förvärv och försäljningar | — | — | — | — | — | — |
| Fullt avskrivna | — | -264 | -30 | -32 | -326 | -3 |
| Nedskrivningar (+)/återföring av nedskrivningar (-) | — | — | — | — | — | — |
| Kursdifferenser | — | -17 | -1 | -20 | -38 | — |
| Utgående balans 31 december 2011 | — | 1 376 | 808 | 540 | 2 724 | 854 |
| Värde enligt balansräkningen 31 december 2010 | 2 295 | 1 206 | 1 585 | 485 | 3 276 | 1 630 |
| Värde enligt balansräkningen 31 december 2011 | 6 008 | 1 132 | 2 079 | 1 935 | 5 146 | 1 828 |

resultaterande differensen antas vara lika för alla marknader över tiden. Företagsledningen anser inte att någon rimligen möjlig förändring i antagandena skulle kunna reducera återvinningsvärdet under dess bokförda värde. 2011-års anskaffningar av goodwill avser goodwill som redovisas i samband med förvärvet av Olympic Group och CTI. För närmare information, se Not 26 på sidan 65.

I posten Övrigt ingår varumärken med 851 Mkr (473) och kundrelationer med mera med 1,084 Mkr (12). Avskrivningar på immateriella tillgångar är i resultaträkningen inkluderade i posten Kostnad för sålda varor med 435 Mkr (439), i posten Administrationskostnader med 247 Mkr (184) samt i posten Försäljningskostnader med 71 Mkr (32). Electrolux kapitaliserade inga upplåningskostnader under 2011.

Not **14** Övriga anläggningstillgångar

| | Koncernen 31 december | | Moderbolaget 31 december | |
|--|--------------------------|--------------|-----------------------------|---------------|
| | 2011 | 2010 | 2011 | 2010 |
| Aktier i dotterbolag | — | — | 27 042 | 23 256 |
| Andelar i övriga bolag | — | — | 209 | 293 |
| Långfristiga fordringar i dotterbolag | — | — | 3 758 | 3 057 |
| Övriga fordringar | 1 212 | 1 307 | 13 | 16 |
| Pensionstillgångar | 1 824 | 1 529 | — | — |
| Totalt | 3 036 | 2 836 | 31 022 | 26 622 |

Not **15** Varulager

| | Koncernen 31 december | | Moderbolaget 31 december | |
|----------------------------|--------------------------|---------------|-----------------------------|------------|
| | 2011 | 2010 | 2011 | 2010 |
| Råmaterial | 3 023 | 2 453 | 31 | 57 |
| Produkter i arbete | 213 | 231 | 1 | 2 |
| Färdiga varor | 8 619 | 8 406 | 19 | 81 |
| Förskott till leverantörer | 102 | 40 | — | — |
| Totalt | 11 957 | 11 130 | 51 | 140 |

Den utgift för varulagret som kostnadsförts ingår i posten Kostnad för sålda varor och uppgick till 72 799 Mkr (73 603) för koncernen.

Reserv för inkurans ingår i varulagrets värde. Nedskrivningsbeloppet under året uppgick till 118 Mkr och återfört belopp från tidigare år uppgick till 121 Mkr för koncernen. Beloppen ingår i resultaträkningen inom Kostnad för sålda varor.

Not **16** Övriga tillgångar

| | Koncernen 31 december | |
|--|--------------------------|--------------|
| | 2011 | 2010 |
| Övriga fordringar | 2 557 | 2 512 |
| Avsättningar för osäkra fordringar | -5 | -29 |
| Förutbetalda kostnader och upplupna intäkter | 823 | 778 |
| Förutbetalda räntekostnader och upplupna räntointäkter | 287 | 308 |
| Totalt | 3 662 | 3 569 |

I posten Övriga fordringar ingår mervärdesskatt samt övrigt.

Not **17** Kundfordringar

| | 2011 | 2010 |
|---|---------------|---------------|
| Kundfordringar | 20 130 | 20 129 |
| Avsättningar för osäkra fordringar | -904 | -783 |
| Kundfordringar, netto | 19 226 | 19 346 |
| Avsättningar i förhållande till kundfordringar, % | 4,5 | 3,9 |

Per den 31 december 2011 uppgick koncernens avsättning för osäkra fordringar till 904 Mkr (783). 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

| | 2011 | 2010 |
|---|-------------|-------------|
| Avsättningar 1 januari | -783 | -869 |
| Förvärv av verksamheter | -63 | — |
| Nya avsättningar | -132 | -143 |
| Kundförluster | 57 | 147 |
| Valutakursdifferenser och övriga förändringar | 17 | 82 |
| Avsättningar 31 december | -904 | -783 |

Det bokförda värdet på fordringarna är lika med det verkliga värdet, eftersom effekten av diskontering inte är väsentlig. 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 31,5% (36,9) av totala kundfordringar. Avsättningar och ianspråktagande av reserven för osäkra kundfordringar har tagits över resultaträkningen och är inkluderade i försäljningskostnaderna.

Tidsanalys av förfallna kundfordringar

| | 2011 | 2010 |
|--|---------------|---------------|
| Kundfordringar som inte förfallit | 18 030 | 18 393 |
| Upp till 2 månader förfallna | 795 | 625 |
| 2-6 månader förfallna | 281 | 216 |
| 6-12 månader förfallna | 87 | 112 |
| Mer än 1 år förfallna | 33 | — |
| Förfallna kundfordringar, ej nedskrivna | 1 196 | 953 |
| Nedskrivna kundfordringar | 904 | 783 |
| Kundfordringar totalt | 20 130 | 20 129 |
| Andel förfallna kundfordringar, inklusive nedskrivna, % | 10,4 | 8,6 |

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 2011 uppgick koncernens nettoupplåning till 6 367 Mkr (-709). Tabellen nedan visar hur Electrolux beräknar nettoupplåning.

Nettoupplåning

| | 31 december | |
|--|---------------|---------------|
| | 2011 | 2010 |
| Kortfristiga lån | 1 301 | 894 |
| Kortfristig del av långfristiga lån | 2 030 | 1 177 |
| Kundfordringar med regressrätt | 839 | 1 068 |
| Kortfristiga lån | 4 170 | 3 139 |
| Derivat till verkligt värde | 314 | 476 |
| Upplupna räntekostnader/ förutbetalda ränteintäkter | 83 | 68 |
| Kortfristiga lån totalt | 4 567 | 3 683 |
| Långfristiga lån | 9 639 | 8 413 |
| Total upplåning | 14 206 | 12 096 |
| Placeringar med löptid upp till 3 månader | 6 966 | 10 389 |
| Placeringar med mer än 3 månaders löptid | 337 | 1 722 |
| Derivat till verkligt värde | 249 | 386 |
| Förutbetalda räntekostnad/ upplupen ränteintäkt | 287 | 308 |
| Likvida medel | 7 839 | 12 805 |
| Nettoupplåning | 6 367 | -709 |
| Kreditfacilitet (500 MEUR, 3 400 Mkr) ¹⁾ | 7 865 | 7 907 |

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 | |
|--|--------------|---------------|
| | 2011 | 2010 |
| Placeringar med löptid upp till 3 månader | 6 966 | 10 389 |
| Placeringar med mer än 3 månaders löptid | 337 | 1 722 |
| Derivat till verkligt värde | 249 | 386 |
| Förutbetalda räntekostnad/ upplupen ränteintäkt | 287 | 308 |
| Likvida medel | 7 839 | 12 805 |
| % av annualiserad nettoomsättning ¹⁾ | 13,9 | 18,9 |
| Nettolikviditet | 3 272 | 9 122 |
| Fast räntebindningstid, dagar | 18 | 34 |
| Effektiv ränta, % (årsgenomsnitt) | 3,6 | 2,8 |

1) Likvida medel plus den outnyttjade kreditfaciliteten på 500 MEUR och 3 400 Mkr dividerat med omsättningen på årsbasis.

Under 2011 uppgick likvida medel, inklusive en garanterad kreditfacilitet på 500 MEUR och 3 400 Mkr, till 13,9% (18,9) av omsättningen på årsbasis. Nettolikviditet, i tabellen ovan, definieras som likvida medel minus kortfristiga lån.

Räntebärande skulder

Under 2011 förföll eller amorterades långfristiga lån med 1 161 Mkr. Förfallen har refinansierats med 1 500 Mkr och ytterligare 2 000 Mkr har lånats upp. Utöver detta har ett bilateralt lån på 1 000 Mkr med förfall under 2013 förlängts till 2017.

Per den 31 december 2011 uppgick koncernens totala räntebärande skulder till 12 970 Mkr (10 484), varav 11 669 Mkr (9 590) avser långfristig upplåning inklusive förfall under de kommande 12 månaderna. Långfristig upplåning med förfall inom ett år uppgår till 2 030 Mkr (1 177). 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, 11 250 Mkr (8 796), har skett på moderbolagsnivå. Electrolux har sedan 2010 en outnyttjad garanterad kreditfacilitet på 3 400 Mkr med förfall 2017. I december 2011 ersattes en outnyttjad garanterad kreditfacilitet från 2005, på 500 MEUR, med förfall 2012. Den nya garanterade kreditfaciliteten på 500 MEUR har förfall 2016 med option att förlängas med ytterligare två år. 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 årsslutet 2011 var den genomsnittliga räntebindningstiden för långfristig upplåning 1,2 år (0,9). 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 3,7% (3,2).

Verkligt värde på räntebärande lån var 12 993 Mkr. Verkligt värde på räntebärande lån, inklusive swaptransaktioner för att hantera räntebindningen, uppgick till 12 981 Mkr. Lån och ränteswap har marknadsvärderats för att verkligt värde ska kunna redovisas. Electrolux kreditvärdering har tagits i beaktande vid värdering av lån.

forts. Not 18

Av följande tabell framgår bokförda värden på koncernens räntebärande skulder.

Upplåning

| Emitterat/löptid | Typ av lån | Räntesats, % | Valuta | Nominellt värde (i valuta) | Bokfört värde totalt 31 december | | |
|---|--------------------------------|--------------|--------|----------------------------|----------------------------------|---------------|--|
| | | | | | 2011 | 2010 | |
| Obligationslån¹⁾ | | | | | | | |
| 2007–2012 | SEK MTN Program | 4,500 | SEK | 2 000 | — | 2 057 | |
| 2008–2013 | Euro MTN Program | Rörlig | EUR | 85 | 756 | 762 | |
| 2008–2014 | Euro MTN Program | Rörlig | USD | 42 | 290 | 286 | |
| 2008–2016 | Euro MTN Program | Rörlig | USD | 100 | 690 | 680 | |
| 2009–2014 | Euro MTN Program | Rörlig | EUR | 100 | 893 | 901 | |
| 2011–2013 | Euro MTN Program | Rörlig | SEK | 1 000 | 1 000 | — | |
| 2011–2016 | Euro MTN Program | Rörlig | SEK | 1 000 | 999 | — | |
| 2011–2016 | Euro MTN Program | Rörlig | SEK | 1 500 | 1 540 | — | |
| Obligationslån totalt | | | | | 6 168 | 4 686 | |
| Övriga långfristiga lån¹⁾ | | | | | | | |
| 1996–2036 | Lån till fast ränta i Tyskland | 7,870 | EUR | 42 | 355 | 362 | |
| 2007–2013 | Långfristigt banklån i Sverige | Rörlig | SEK | 300 | 300 | 300 | |
| 2008–2017 | Långfristigt banklån i Sverige | Rörlig | SEK | 1 000 | 1 000 | 1 000 | |
| 2008–2015 | Långfristigt banklån i Sverige | Rörlig | EUR | 120 | 1 071 | 1 082 | |
| 2008–2015 | Långfristigt banklån i Sverige | Rörlig | PLN | 338 | 680 | 768 | |
| 2010–2021 | Lån till fast ränta i USA | 6,000 | USD | 22 | — | 150 | |
| Övriga långfristiga lån | | | | | 65 | 65 | |
| Övriga långfristiga lån totalt | | | | | 3 471 | 3 727 | |
| Långfristiga lån totalt | | | | | 9 639 | 8 413 | |
| Kortfristig del av långfristiga lån²⁾ | | | | | | | |
| 2007–2011 | SEK MTN Program | 5,250 | SEK | 250 | — | 255 | |
| 2007–2012 | SEK MTN Program | 4,500 | SEK | 2 000 | 2 030 | — | |
| 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 | |
| Kortfristig del av långfristiga lån totalt | | | | | 2 030 | 1 177 | |
| Övriga kortfristiga lån | | | | | | | |
| | Kortfristiga lån i Egypten | Rörlig | EGP | 634 | 726 | — | |
| | Kortfristiga lån i USA | Rörlig | USD | 51 | — | 345 | |
| | Övriga kortfristiga lån | | | | 575 | 549 | |
| Övriga kortfristiga lån totalt | | | | | 1 301 | 894 | |
| Kundfordringar med regressrätt | | | | | 839 | 1 068 | |
| Kortfristiga lån totalt | | | | | 4 170 | 3 139 | |
| Derivat till verkligt värde, skuld | | | | | 314 | 476 | |
| Upplupna räntekostnader och förutbetalda ränteintäkter | | | | | 83 | 68 | |
| Total upplåning | | | | | 14 206 | 12 096 | |

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 3,0 år (3,3) vid slutet av 2011. Av nedanstående tabell framgår återbetalningsplanen för den långfristiga upplåningen.

Återbetalningsplan för långfristig upplåning per den 31 december

| | 2012 | 2013 | 2014 | 2015 | 2016 | 2017– | Totalt |
|-------------------------------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|---------------|
| Förlags- och obligationslån | — | 1 756 | 1 183 | — | 3 229 | — | 6 168 |
| Banklån och andra lån | — | 365 | — | 1 751 | — | 1 355 | 3 471 |
| Kortfristig del av långfristiga lån | 2 030 | — | — | — | — | — | 2 030 |
| Totalt | 2 030 | 2 121 | 1 183 | 1 751 | 3 229 | 1 355 | 11 669 |

Övriga räntebärande placeringar

Räntebärande fordringar avseende kundfinansieringar till ett belopp om 85 Mkr (82) 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 kreditrisken 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 prognosticerat transaktionsflöde, import och export, på helårsbasis för 2012 liksom ingångna säkringar vid bokslutet 2011.

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 2011 till 0 Mkr (-14). Säkringseffekten på rörelsens intäkter uppgick 2011 till -412 Mkr (-489). I årsbokslutet uppgick de icke-realiserade valutakursförlusterna på terminskontrakt som bokats mot övrigt totalresultat till -11 Mkr (-122).

Prognosticerat transaktionsflöde och säkringar

| | BRL | AUD | RUB | GBP | CHF | CAD | THB | HUF | EUR | USD | Övrigt | Totalt |
|---------------------------------|--------------|------------|--------------|------------|------------|------------|-------------|-------------|---------------|---------------|--------------|----------|
| Valutainflöde, lång position | 2 650 | 2 310 | 1 560 | 1 650 | 1 560 | 950 | 530 | 3 500 | 11 460 | 1 510 | 11 550 | 39 230 |
| Valutautflöde, kort position | -120 | -240 | — | -40 | -30 | — | -1 190 | -4 300 | -15 470 | -9 290 | -8 550 | -39 230 |
| Transaktionsflöde, brutto | 2 530 | 2 070 | 1 560 | 1 610 | 1 530 | 950 | -660 | -800 | -4 010 | -7 780 | 3 000 | — |
| Säkring | -180 | -1 230 | -330 | -860 | -810 | -480 | 420 | 410 | 1 240 | 2 430 | -610 | — |
| Transaktionsflöde, netto | 2 350 | 840 | 1 230 | 750 | 720 | 470 | -240 | -390 | -2 770 | -5 350 | 2 390 | — |

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 värdehierarki.

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, det vill säga som prisnoteringar eller indirekt, det vill säga erhållna från prisnoteringar.

Nivå 3: Data för tillgången eller skulden som inte i sin helhet baseras på observerbara marknadsdata.

forts. Not 18

Tabellen nedan visar koncernens tillgångar och skulder värderade till verkligt värde enligt verkligt värdehierarkin.

Verkligt värdehierarki

| | 2011 | | | | 2010 | | | |
|---|--------------|------------|----------|--------------|--------------|------------|----------|--------------|
| | Nivå 1 | Nivå 2 | Nivå 3 | Totalt | Nivå 1 | Nivå 2 | Nivå 3 | Totalt |
| Finansiella tillgångar | | | | | | | | |
| Finansiella tillgångar | 517 | — | — | 517 | 577 | — | — | 577 |
| Finansiella tillgångar till verkligt värde via resultaträkningen | 315 | — | — | 315 | 284 | — | — | 284 |
| Finansiella tillgångar som kan säljas | 202 | — | — | 202 | 293 | — | — | 293 |
| Derivatinstrument | — | 252 | — | 252 | — | 386 | — | 386 |
| Derivat då säkringsredovisning ej är tillämplig, dvs innehav för handel | — | 40 | — | 40 | — | 118 | — | 118 |
| Derivat då säkringsredovisning tillämpas | — | 212 | — | 212 | — | 268 | — | 268 |
| Kortfristiga investeringar och kassa och bank | 514 | — | — | 514 | 2 411 | — | — | 2 411 |
| Finansiella tillgångar till verkligt värde via resultaträkningen | 514 | — | — | 514 | 2 411 | — | — | 2 411 |
| Finansiella tillgångar totalt | 1 031 | 252 | — | 1 283 | 2 988 | 386 | — | 3 374 |
| Finansiella skulder | | | | | | | | |
| Derivatinstrument | — | 324 | — | 324 | — | 483 | — | 483 |
| Derivat då säkringsredovisning ej är tillämplig, dvs innehav för handel | — | 115 | — | 115 | — | 57 | — | 57 |
| Derivat då säkringsredovisning tillämpas | — | 209 | — | 209 | — | 426 | — | 426 |
| Finansiella skulder totalt | — | 324 | — | 324 | — | 483 | — | 483 |

Förändringar inom Nivå 3

| | 2011 | 2010 |
|---|---------------------------------------|---------------------------------------|
| | Finansiella tillgångar som kan säljas | Finansiella tillgångar som kan säljas |
| Finansiella tillgångar | | |
| Ingående balans | — | 217 |
| Vinst/förlust till periodens resultat | — | — |
| Vinst/förlust till övrigt totalresultat | — | 29 |
| Omklassificerat till Nivå 1 | — | -246 |
| Utgående balans | — | — |
| Summa periodens vinst/förlust till resultatet | — | — |
| Summa periodens vinst/förlust till resultatet för tillgångar som innehas vid utgången av perioden | — | — |

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 2011 | | 31 december 2010 | |
|--|------------------|------------|------------------|------------|
| | Tillgångar | Skulder | Tillgångar | Skulder |
| Ränteswapar | 101 | 94 | 88 | 63 |
| Kassaflödessäkringar | — | 68 | 5 | 51 |
| Säkringar av verkligt värde | 93 | — | 75 | — |
| Innehav för handel | 8 | 26 | 8 | 12 |
| Valutaränteswapar | — | — | — | — |
| Kassaflödessäkringar | — | — | — | — |
| Säkringar av verkligt värde | — | — | — | — |
| Innehav för handel | — | — | — | — |
| FRA och ränteterminer | — | — | 22 | 21 |
| Kassaflödessäkringar | — | — | — | — |
| Säkringar av verkligt värde | — | — | — | — |
| Innehav för handel | — | — | 22 | 21 |
| Valutaderivat (terminer och optioner) | 151 | 230 | 274 | 399 |
| Kassaflödessäkringar | 119 | 141 | 86 | 331 |
| Säkringar av nettoinvesteringar | — | — | 102 | 44 |
| Innehav för handel | 32 | 89 | 86 | 24 |
| Råvaruderivat | — | — | 2 | — |
| Kassaflödessäkringar | — | — | — | — |
| Säkringar av verkligt värde | — | — | — | — |
| Innehav för handel | — | — | 2 | — |
| Totalt | 252 | 324 | 386 | 483 |

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 esti-

meras 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 | -3 682 | -2 398 | -6 552 | -1 355 | -13 987 |
| Nettoreglerade derivat | 37 | -24 | 1 | — | 14 |
| Bruttoreglerade derivat | -104 | — | — | — | -104 |
| varav utflöde | -19 171 | -20 | — | — | -19 191 |
| varav inflöde | 19 067 | 20 | — | — | 19 087 |
| Leverantörsskulder | -18 490 | — | — | — | -18 490 |
| Finansiella garantier | -1 276 | — | — | — | -1 276 |
| Totalt | -23 515 | -2 422 | -6 551 | -1 355 | -33 843 |

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

| | 2011 | 2010 |
|--|------|------|
| Säkringar av verkligt värde, netto | — | — |
| varav räntederivat | 9 | -69 |
| varav justering av verkligt värde på lån | -9 | 69 |

forts. Not 18

Vinst/förlust, intäkter och kostnader på finansiella instrument

| | 2011 | | | | 2010 | | | |
|--|---|---|--------------------|--------------------------|---|---|--------------------|--------------------------|
| | Vinst/ förlust i resultat- räkningen | Vinst/ förlust i övrigt total- resultat | Ränte- intäkter | Ränte- kost- nader | Vinst/ förlust i resultat- räkningen | Vinst/ förlust i övrigt total- resultat | Ränte- intäkter | Ränte- kost- nader |
| Rapporterat i rörelseresultatet | | | | | | | | |
| Finansiella tillgångar och skulder till verkligt värde via resultaträkningen | -408 | — | — | — | -487 | — | — | — |
| Derivat då säkringsredovisning ej är tillämpbar, dvs innehav för handel | 4 | — | — | — | 2 | — | — | — |
| Valutaderivat relaterade till kommersiella flöden då säkringsredovisning tillämpas, dvs kassaflödessäkringar | -412 | — | — | — | -489 | — | — | — |
| Lånefordringar och kundfordringar | 359 | — | — | — | 559 | — | — | — |
| Kundfordringar/leverantörsskulder | 359 | — | — | — | 559 | — | — | — |
| Finansiella tillgångar som kan säljas | 1 | -91 | — | — | 2 | 77 | — | — |
| Övriga aktier och andelar | 1 | -91 | — | — | 2 | 77 | — | — |
| Nettovinst/-förlust, intäkter och kostnader | -48 | -91 | — | — | 74 | 77 | — | — |
| Rapporterat i finansnettot | | | | | | | | |
| Finansiella tillgångar och skulder till verkligt värde via resultaträkningen | -72 | 395 | 24 | -6 | -675 | 101 | 53 | -57 |
| Derivat då säkringsredovisning ej är tillämpbar, dvs innehav för handel | -77 | — | — | — | -465 | — | — | — |
| Ränterelaterade derivat då säkringsredovisning av verkligt värde tillämpas | 9 | — | — | 46 | -69 | — | — | 81 |
| Ränterelaterade derivat då säkringsredovisning av kassaflöden tillämpas | — | -23 | — | -15 | — | -7 | — | -29 |
| Valutaderivat relaterade till kommersiella flöden då säkringsredovisning tillämpas, dvs kassaflödessäkringar | 13 | 134 | — | — | -10 | -110 | — | — |
| Säkring av nettoinvesteringar då säkringsredovisning tillämpas | — | 284 | — | -37 | — | 218 | — | -109 |
| Övriga finansiella tillgångar till verkligt värde | -17 | — | 24 | — | -131 | — | 53 | — |
| Lånefordringar och kundfordringar | -37 | — | 316 | — | 52 | — | 293 | — |
| Övriga finansiella skulder | 164 | — | — | -626 | 640 | — | — | -430 |
| Övriga finansiella skulder då säkringsredovisning ej är tillämpbar | 163 | — | — | -423 | 291 | — | — | -222 |
| Övriga finansiella skulder då säkringsredovisning är tillämpbar | 1 | — | — | -203 | 349 | — | — | -208 |
| Nettovinst/-förlust, intäkter och kostnader | 55 | 395 | 340 | -632 | 17 | 101 | 346 | -487 |

Not **19** Ställda säkerheter för skulder till kreditinstitut

| | Koncernen 31 december | | Moderbolaget 31 december | |
|------------------------|--------------------------|-----------|-----------------------------|----------|
| | 2011 | 2010 | 2011 | 2010 |
| Fastighetsinteckningar | 84 | 60 | — | — |
| Övrigt | 10 | 10 | 5 | 5 |
| Totalt | 94 | 70 | 5 | 5 |

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 8 212 725 A-aktier och 300 707 583 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 2011 konverterades 850 400 A-aktier till B-aktier på uppdrag av aktieägare.

Aktiekapital

| | Kvotvärde |
|--|--------------|
| Aktiekapital 31 december 2011 | |
| 8 212 725 A-aktier, med kvotvärde 5 kr | 41 |
| 300 707 583 B-aktier, med kvotvärde 5 kr | 1 504 |
| Totalt | 1 545 |
| Aktiekapital 31 december 2010 | |
| 9 063 125 A-aktier, med kvotvärde 5 kr | 46 |
| 299 857 183 B-aktier, med kvotvärde 5 kr | 1 499 |
| Totalt | 1 545 |

Antal aktier

| | Ägda av bolaget | Ägda av andra aktieägare | Totalt |
|---|-----------------|--------------------------|-------------|
| Aktier 31 december 2010 | | | |
| A-aktier | — | 9 063 125 | 9 063 125 |
| B-aktier | 24 255 085 | 275 602 098 | 299 857 183 |
| Omvandling av A-aktier till B-aktier | | | |
| A-aktier | — | -850 400 | -850 400 |
| B-aktier | — | 850 400 | 850 400 |
| Sålda aktier | | | |
| A-aktier | — | — | — |
| B-aktier | — | — | — |
| Aktier 31 december 2011 | | | |
| A-aktier | — | 8 212 725 | 8 212 725 |
| B-aktier | 24 255 085 | 276 452 498 | 300 707 583 |

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. i Indien, kassaflödessäkringar vilka avser värdeförändringar av valuta-säkringskontrakt för framtida valutatransaktioner samt 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

| | 2011 | 2010 |
|--|-------|-------|
| Periodens resultat | 2 064 | 3 997 |
| Resultat per aktie, kr | | |
| Före utspädning | 7,25 | 14,04 |
| Efter utspädning | 7,21 | 13,97 |
| Genomsnittligt antal aktier, miljoner | | |
| Före utspädning | 284,7 | 284,6 |
| Efter utspädning | 286,1 | 286,0 |

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. Aktieprogram inkluderas i beräkningen av utspädningen från och med starten av varje program. Utspädningen från Electrolux incitamentsprogram är hänförlig till 2009-års aktieprogram.

Per den 31 december 2011 hade Electrolux sålt och levererat 0 (243 756) B-aktier till ett sammanlagt nominellt belopp om 0 Mkr (1) till deltagare i Electrolux långsiktiga incitamentsprogram. Genomsnittligt antal aktier uppgick under året till 284 665 223 (284 598 306) och efter utspädning till 286 125 044 (286 017 584).

Not 21 Obeskattade reserver, moderbolaget

| | 31 december 2011 | Boksluts- dispositioner | 31 december 2010 |
|---|---------------------|----------------------------|---------------------|
| Akkumulerade avskrivningar utöver plan | | | |
| Varumärken | 377 | -42 | 419 |
| Licenser | 101 | 19 | 82 |
| Maskiner och inventarier | 93 | 5 | 88 |
| Byggnader | 2 | — | 2 |
| Övrigt | 24 | -14 | 38 |
| Totalt | 597 | -32 | 629 |

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 minimiavkastning 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.

Utöver åtaganden för ålderspension finns i Sverige även åtaganden för familjepension som flertalet av de anställda omfattas av. Detta åtagande är en förmånsbestämd plan som administreras 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 förpliktelseerna i Electrolux-koncernens planer, de åtaganden 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 förpliktelseerna under året samt en avstämning av förändringen av värdet på förvaltningstillgångarna.

Avsättningar för ersättningar efter avslutad anställning uppgick till 287 Mkr (957). Minskningen på 670 Mkr förklaras huvudsakligen av lägre inbetalningar till pensionsstiftelserna samt lägre pensionskostnad. De oredovisade aktuariella förlusterna i planerna för ersättning efter avslutad anställning ökade med 2 159 Mkr till 3 492 Mkr (1 333). Ökningen av förlusterna beror främst på kraftiga fall av diskonteringsräntor för samtliga planer samt en ogynnsam utveckling av förvaltningstillgångarna.

forts. Not 22

Redovisning i balansräkningen

| | 31 december 2011 | | | | 31 december 2010 | | | |
|--|-----------------------|------------------------|--|--------------|-----------------------|------------------------|--|------------|
| | Pensions- förmåner | Sjukvårds- förmåner | Övriga ersättningar efter avslutad anställning | Totalt | Pensions- förmåner | Sjukvårds- förmåner | Övriga ersättningar efter avslutad anställning | Totalt |
| Nuvärde av fonderade förpliktelse | 19 973 | 2 249 | — | 22 222 | 18 332 | 2 068 | — | 20 400 |
| Förvaltningstillgångarnas verkliga värde | -18 468 | -1 331 | — | -19 799 | -18 069 | -1 340 | — | -19 409 |
| Överskott/underskott | 1 505 | 918 | — | 2 423 | 263 | 728 | — | 991 |
| Nuvärde av ofonderade förpliktelse | 739 | — | 638 | 1 377 | 666 | — | 657 | 1 323 |
| Oredovisade aktuariella vinster och förluster | -3 360 | -87 | -45 | -3 492 | -1 532 | 232 | -33 | -1 333 |
| Oredovisade kostnader avseende tjänstgöring under tidigare år | — | — | -21 | -21 | -1 | 1 | -24 | -24 |
| Effekt av begränsningar i förvaltningskostnader | — | — | — | — | — | — | — | — |
| Avsättningar för ersättningar efter avslutad anställning | -1 116 | 831 | 572 | 287 | -604 | 961 | 600 | 957 |
| varav redovisad som | | | | | | | | |
| Förtbetalda pensionskostnader i övriga anläggningstillgångar ¹⁾ | 1 824 | — | — | 1 824 | 1 529 | — | — | 1 529 |
| Avsättningar för ersättningar efter avslutad anställning | 708 | 831 | 572 | 2 111 | 925 | 961 | 600 | 2 486 |

1) Pensionstillgångar är hänförliga till Kanada, Norge, Sverige, Schweiz och Storbritannien.

Förändring i nettoavsättningar för ersättningar efter avslutad anställning

| | Pensions- förmåner | Sjukvårds- förmåner | Övriga ersättningar efter avslutad anställning | Totalt |
|---|-----------------------|------------------------|--|------------|
| Nettoavsättning för ersättningar efter avslutad anställning 1 januari 2010 | | | | |
| Kostnad för förmånsbestämda ersättningar efter avslutad anställning | 226 | 37 | 51 | 314 |
| Inbetalningar av arbetsgivaren | -626 | -192 | -72 | -890 |
| Valutakursdifferenser och övrigt | 8 | -43 | -90 | -125 |
| Nettoavsättning för ersättningar efter avslutad anställning 31 december 2010 | -604 | 961 | 600 | 957 |
| Kostnad för förmånsbestämda ersättningar efter avslutad anställning | -9 | -5 | 43 | 29 |
| Inbetalningar av arbetsgivaren | -479 | -143 | -65 | -687 |
| Valutakursdifferenser och övrigt | -24 | 18 | -6 | -12 |
| Nettoavsättning för ersättningar efter avslutad anställning 31 december 2011 | -1 116 | 831 | 572 | 287 |

Redovisning i resultaträkningen

| | 31 december 2011 | | | | 31 december 2010 | | | |
|--|-----------------------|------------------------|--|------------|-----------------------|------------------------|--|------------|
| | 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 | 198 | 1 | 4 | 203 | 312 | 1 | 4 | 317 |
| Räntekostnad | 865 | 93 | 28 | 986 | 957 | 114 | 35 | 1 106 |
| Förväntad avkastning på förvaltningstillgångar | -1 099 | -88 | — | -1 187 | -1 140 | -90 | — | -1 230 |
| Periodisering av aktuariella vinster eller förluster | 29 | -8 | — | 21 | 92 | -10 | — | 82 |
| Periodisering av kostnad för tjänstgöring under tidigare år | -2 | -1 | 1 | -2 | 5 | -6 | 2 | 1 |
| Effekt av eventuella reduceringar och regleringar | 2 | -2 | 10 | 10 | 15 | 28 | 10 | 53 |
| Effekt av begränsning i förvaltningstillgångar | -2 | — | — | -2 | -15 | — | — | -15 |
| Kostnad för förmånsbestämda ersättningar efter avslutad anställning | -9 | -5 | 43 | 29 | 226 | 37 | 51 | 314 |
| Kostnad för avgiftsbestämda planer | — | — | — | 396 | — | — | — | 427 |
| Kostnad för ersättningar efter avslutad anställning | — | — | — | 425 | — | — | — | 741 |
| Verklig avkastning på förvaltningstillgångar | -735 | — | — | -735 | -1 864 | — | — | -1 864 |

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**

| | 2011 | | | | 2010 | | | |
|---|-----------------------|------------------------|--|---------------|-----------------------|------------------------|--|---------------|
| | Pensions- förmåner | Sjukvårds- förmåner | Övriga ersättningar efter avslutad anställning | Totalt | Pensions- förmåner | Sjukvårds- förmåner | Övriga ersättningar efter avslutad anställning | Totalt |
| Ingående balans 1 januari | 18 998 | 2 068 | 657 | 21 723 | 19 610 | 2 055 | 734 | 22 399 |
| Kostnad för tjänstgöring under innevarande år | 198 | 1 | 4 | 203 | 312 | 1 | 4 | 317 |
| Räntekostnad | 865 | 93 | 28 | 986 | 957 | 114 | 35 | 1 106 |
| Inbetalningar av deltagare i planen | 41 | 16 | — | 57 | 41 | 21 | — | 62 |
| Aktuariella förluster/vinster | 1 458 | 190 | 16 | 1 664 | 222 | 150 | 26 | 398 |
| Periodisering av kostnad för tjänstgöring under tidigare år | -3 | — | -2 | -5 | — | — | 15 | 15 |
| Effekt av reduceringar | 6 | -2 | — | 4 | 10 | 32 | 12 | 54 |
| Effekt av regleringar | -5 | — | 6 | 1 | -2 | — | -3 | -5 |
| Valutakursdifferenser | 215 | 38 | -6 | 247 | -1 054 | -117 | -94 | -1 265 |
| Utbetalda förmåner | -1 062 | -168 | -65 | -1 295 | -1 098 | -199 | -72 | -1 369 |
| Övrigt | 1 | 13 | — | 14 | — | 11 | — | 11 |
| Utgående balans 31 december | 20 712 | 2 249 | 638 | 23 599 | 18 998 | 2 068 | 657 | 21 723 |

Avstämning av förändring i verkligt värde av förvaltningstillgångar

| | 2011 | | | | 2010 | | | |
|--|-----------------------|------------------------|--|---------------|-----------------------|------------------------|--|---------------|
| | Pensions- förmåner | Sjukvårds- förmåner | Övriga ersättningar efter avslutad anställning | Totalt | Pensions- förmåner | Sjukvårds- förmåner | Övriga ersättningar efter avslutad anställning | Totalt |
| Ingående balans 1 januari | 18 069 | 1 340 | — | 19 409 | 17 749 | 1 259 | — | 19 008 |
| Förväntad avkastning på förvaltningstillgångar | 1 099 | 88 | — | 1 187 | 1 140 | 90 | — | 1 230 |
| Aktuariella vinster/förluster | -344 | -108 | — | -452 | 581 | 53 | — | 634 |
| Regleringar | — | — | — | — | — | — | — | — |
| Inbetalningar av arbetsgivaren | 479 | 143 | 65 | 687 | 626 | 192 | 72 | 890 |
| Inbetalningar av deltagare i pensionsplaner | 41 | 16 | — | 57 | 41 | 21 | — | 62 |
| Valutakursdifferenser | 185 | 17 | — | 202 | -974 | -76 | — | -1 050 |
| Utbetalda förmåner | -1 062 | -168 | -65 | -1 295 | -1 098 | -199 | -72 | -1 369 |
| Övrigt | 1 | 3 | — | 4 | 4 | — | — | 4 |
| Utgående balans 31 december | 18 468 | 1 331 | — | 19 799 | 18 069 | 1 340 | — | 19 409 |

Förvaltningstillgångarna innehåller aktier utgivna av AB Electrolux till ett verkligt värde av 49 Mkr (86). Under 2012 beräknar koncernen att göra inbetalningar till stiftelserna och utbetalningar av

förmåner direkt till de anställda med sammanlagt 763 Mkr. Under 2011 uppgick inbetalningarna till 687 Mkr, varav 380 Mkr avsåg inbetalningar till koncernens pensionsstiftelser.

forts. Not 22

**Specifikation av förvaltningstillgångar
i procent av totala förvaltningstillgångar**

| % | 31 december | |
|---|-------------|------------|
| | 2011 | 2010 |
| Europeiska aktier | 10 | 16 |
| Nordamerikanska aktier | 15 | 16 |
| Övriga aktier | 10 | 10 |
| Europeiska obligationer | 19 | 19 |
| Nordamerikanska obligationer | 24 | 22 |
| Övriga obligationer | 4 | — |
| Alternativa investeringar ¹⁾ | 12 | 13 |
| Fastigheter | 5 | 3 |
| Kassa och bank | 1 | 1 |
| Totalt | 100 | 100 |

1) Inkluderar hedgefonder och investeringar i infrastruktur.

**Aktuariella antaganden uttryckta
som vägt genomsnitt**

| % | 31 december | |
|---|-------------|------|
| | 2011 | 2010 |
| Diskonteringsränta | 4,1 | 4,9 |
| Förväntad långsiktig avkastning på förvaltningstillgångar | 6,5 | 6,8 |
| Förväntade löneökningar | 3,7 | 3,8 |
| Årlig ökning av sjukvårdskostnader, innevarande år | 8,0 | 8,0 |

- För att bestämma diskonteringsräntan använder koncernen AA-klassificerade företagsobligationer som motsvarar längden av pensionsförpliktelsen. Om det inte finns några företagsobligationer används i stället statsobligationer som grund för att bestämma diskonteringsräntan. I Sverige används bostadsobligationer för att bestämma diskonteringsräntan.
- Förväntad långsiktig avkastning på förvaltningstillgångarna beräknas utifrån antagandet att räntebärande tillgångar avkastar i linje med 10-åriga företagsobligationer. Aktieinnehav antas avkasta en riskpremie på 5% över nivån för 10-åriga statsobligationer. Alternativa tillgångsslag beräknas årligen avkasta 4% mer än tremånaders Libor. Vad gäller allokeringen mellan tillgångsslagen används benchmarkallokeringen i beräkningen då denna anses representera den långsiktiga allokeringen.
- 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 procentenhet avseende öknings-takten av framtida sjukvårdskostnader skulle ha följande effekt:

Sjukvårdskostnader – Känslighetsanalys

| | 2011 | | 2010 | |
|---|---------------------|------------------------|---------------------|------------------------|
| | Ökning med 1%-enhet | Minskning med 1%-enhet | Ökning med 1%-enhet | Minskning med 1%-enhet |
| Effekt på kostnad för tjänstgöring och räntekostnad | 9 | -8 | 11 | -9 |
| Effekt på den förmånsbestämda förpliktelsen | 245 | -209 | 210 | -181 |

Sammandrag för perioderna

| | 31 december | | | | |
|---|-------------|---------|---------|---------|---------|
| | 2011 | 2010 | 2009 | 2008 | 2007 |
| Förmånsbestämd förpliktelse | -23 599 | -21 723 | -22 399 | -23 185 | -20 597 |
| Verkligt värde av förvaltningstillgångarna | 19 799 | 19 409 | 19 008 | 13 989 | 14 008 |
| Överskott/underskott | -3 800 | -2 314 | -3 391 | -9 196 | -6 589 |
| Förändringar av pensionsförpliktelsema baserade på erfarenhet | 208 | 425 | 222 | 217 | -221 |
| Förändringar av förvaltningstillgångarna baserade på erfarenhet | -452 | 634 | 1 130 | -1 665 | -38 |

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 pensionskulden enligt svenska redovisningsprinciper tar inte hänsyn till framtida löneökningar.
- Diskonteringsräntan för den svenska skuldberäkningen bestäms av PRI och var för 2011 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 |
|---|--------------|------------|--------------|
| Ingående balans 1 januari 2010 | 1 217 | 374 | 1 591 |
| Kostnader för tjänstgöring innevarande år | 31 | 13 | 44 |
| Räntekostnad | 62 | 19 | 81 |
| Övrig förändring av kapitalvärdet | — | — | — |
| Utbetalda förmåner | -44 | -36 | -80 |
| Utgående balans 31 december 2010 | 1 266 | 370 | 1 636 |
| Kostnader för tjänstgöring innevarande år | 118 | 43 | 161 |
| Räntekostnad | 60 | 17 | 77 |
| Övrig förändring av kapitalvärdet | — | — | — |
| Utbetalda förmåner | -49 | -35 | -84 |
| Utgående balans 31 december 2011 | 1 395 | 395 | 1 790 |

Förändring av verkligt värde på förvaltningstillgångarna

| | Fonderat |
|--|--------------|
| Ingående balans 1 januari 2010 | 1 587 |
| Verklig avkastning på förvaltningstillgångarna | 110 |
| Inbetalningar och gottgörelse till/från stiftelsen | 61 |
| Utgående balans 31 december 2010 | 1 758 |
| Verklig avkastning på förvaltningstillgångarna | -38 |
| Inbetalningar och gottgörelse till/från stiftelsen | 7 |
| Utgående balans 31 december 2011 | 1 727 |

Redovisning i balansräkningen

| | 31 december | |
|---|-------------|-------------|
| | 2011 | 2010 |
| Kapitalvärde av pensionsförpliktelser | -1 790 | -1 636 |
| Verkligt värde av förvaltningstillgångar | 1 727 | 1 758 |
| Överskott/underskott | -63 | 122 |
| Begränsning av tillgångsvärdet i enlighet med svenska redovisningsprinciper | -332 | -492 |
| Nettoavsättning för pensionsförpliktelser | -395 | -370 |
| varav redovisat som avsättning för pensioner | -395 | -370 |

Redovisning i resultaträkningen

| | 2011 | 2010 |
|---|------------|------------|
| Kostnad för tjänstgöring innevarande år | 161 | 44 |
| Räntekostnad | 77 | 81 |
| Kostnad för förmånsbestämda pensionsplaner | 238 | 125 |
| Försäkringspremier | 69 | 74 |
| Kostnad för avgiftsbestämda pensionsplaner | 69 | 74 |
| Särskild löneskatt/avkastningsskatt | 63 | 46 |
| Försäkringskostnad FPG | 1 | 1 |
| Pensionskostnad | 371 | 246 |
| Gottgörelse från stiftelsen | -43 | — |
| Redovisad pensionskostnad | 328 | 246 |

Electrolux svenska pensionsstiftelse

Sedan 1998 har pensionskulden för koncernens moderbolag och svenska dotterbolag avseende PRI-pension tryggats genom en pensionsstiftelse. Marknadsvärdet på stiftelsens tillgångar uppgick per den 31 december 2011 till 2 048 Mkr (2 086) och skulderna till 1 657 Mkr (1 505). I de svenska bolagen redovisades per den 31 december 2011 sammanlagt 152 Mkr (58) som skuld till pensionsstiftelsen. Inbetalningar till stiftelsen uppgick under 2011 till 58 Mkr (73) avseende pensionskulden per den 31 december 2010. Gottgörelse från stiftelsen under 2011 uppgick till 52 Mkr (0).

Not **23** Övriga avsättningar

| | Koncernen | | | | | Moderbolaget | | | |
|---|-----------------|------------------|--------------|--------------|--------------|-----------------|------------------|-----------|------------|
| | Omstrukturering | Garantiåtaganden | Ersättningar | Övriga | Totalt | Omstrukturering | Garantiåtaganden | Övriga | Totalt |
| Ingående balans 1 januari 2010 | 1 684 | 1 796 | 1 016 | 2 783 | 7 279 | 29 | 140 | 41 | 210 |
| 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 | — | — | — | — |
| Utgående balans 31 december 2010 | 1 791 | 1 555 | 982 | 3 195 | 7 523 | 58 | 132 | 56 | 246 |
| 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 |
| Ingående balans 1 januari 2011 | 1 791 | 1 555 | 982 | 3 195 | 7 523 | 58 | 132 | 56 | 246 |
| Förvärv av verksamheter | — | 56 | — | 396 | 452 | — | — | — | — |
| Gjorda avsättningar | 695 | 744 | 272 | 721 | 2 432 | 31 | 97 | 16 | 144 |
| lanspråktaga avsättningar | -684 | -794 | -225 | -711 | -2 414 | -14 | -6 | -17 | -37 |
| Återförda outnyttjade belopp | -66 | -38 | — | -90 | -194 | -16 | — | — | -16 |
| Valutakursdifferenser | -13 | -5 | 13 | -129 | -134 | — | — | — | — |
| Utgående balans 31 december 2011 | 1 723 | 1 518 | 1 042 | 3 382 | 7 665 | 59 | 223 | 55 | 337 |
| varav kortfristiga avsättningar | 1 004 | 754 | — | 607 | 2 365 | 44 | 30 | 5 | 79 |
| varav långfristiga avsättningar | 719 | 764 | 1 042 | 2 775 | 5 300 | 15 | 193 | 50 | 258 |

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 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 2012 och 2013.

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 kassaflöden relaterade till avsättningarna för ersättningskrav och övriga avsättningar är osäker.

 Not **24** Övriga skulder

| | Koncernen 31 december | | Moderbolaget 31 december | |
|--------------------------------------|--------------------------|---------------|-----------------------------|--------------|
| | 2011 | 2010 | 2011 | 2010 |
| Semesterlöneskuld | 796 | 812 | 146 | 153 |
| Övriga upplupna personalkostnader | 974 | 1 390 | 110 | 229 |
| Upplupna räntekostnader | 83 | 68 | 81 | 52 |
| Förutbetalda intäkter | 363 | 286 | — | — |
| Övriga upplupna kostnader | 5 288 | 5 385 | 474 | 648 |
| Övriga skulder | 2 993 | 2 966 | — | — |
| Totalt | 10 497 | 10 907 | 811 | 1 082 |

I 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 | |
|---|--------------------------|--------------|-----------------------------|--------------|
| | 2011 | 2010 | 2011 | 2010 |
| Kundfordringar med regressrätt | — | — | — | — |
| Borgens- och övriga ansvarsförbindelser | | | | |
| till förmån för dotterbolag | — | — | 1 265 | 1 448 |
| till förmån för externa motparter | 1 276 | 1 062 | 155 | 154 |
| Kapitalvärde av pensionsåtaganden utöver skuldfört belopp | — | — | 8 | 6 |
| Totalt | 1 276 | 1 062 | 1 428 | 1 608 |

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 kontraktssenliga 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. Målen involverar käranden som framställt likartade krav mot ett flertal andra bolag som inte ingår i Electrolux-koncernen.

Per den 31 december 2011 uppgick antalet pågående mål till 2 714 (2 800) med totalt cirka 2 843 (cirka 3 050) käranden. Under 2011 tillkom 1 005 nya mål med 1 006 käranden och 1 091 mål med cirka 1 211 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 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 inverkan på verksamheten eller framtida resultat.

Electrolux försäkringsgivare för Husqvarna Belgium S.A.

En gasexplosion inträffade i juli 2004 på Husqvarna Belgium S.A:s ("Husqvarna") fabrik i Ghislenghien, Belgien, och resulterade i 24 dödsfall, mer än 100 skadade personer och omfattande materiella skador. Olyckan orsakades av ett brott på en underjordisk industriell gasledning. Husqvarna-koncernen delades ut till Electrolux aktieägare 2006.

I ett domslut från juni 2011 fann hovrätten i Mons, Belgien, efter flera års rättegångar, att Husqvarna och fem andra parter är skyldiga till olyckan och solidariskt ansvariga för de skadestånd som kan komma i fråga. Husqvarna har överklagat domen till den belgiska högsta domstolen, som väntas ta ställning till frågan under 2012.

En tillförlitlig uppskattning av de totala skadeståndsbeloppen för olyckan kan ännu inte göras. Såsom tidigare dotterbolag till Electrolux omfattas Husqvarna av Electrolux försäkringsprogram för 2004. Dessa program är återförsäkrade av externa försäkringsbolag. Electrolux bedömning är att de skador som Husqvarna kan ha försäkringskydd för under Electrolux försäkringsprogram är täckta av de externa återförsäkringsprogrammen.

Not 26 Förvärvade och avyttrade verksamheter

Förvärv 2011

| | Olympic Group | CTI | Totalt |
|---|---------------|--------------|---------------|
| Förvärvslikvid | | | |
| Kontant betalning ¹⁾ | 2 556 | 3 804 | 6 360 |
| | 2 556 | 3 804 | 6 360 |
| Förvärvade tillgångar och skulder till verkligt värde | | | |
| Materiella anläggningstillgångar | 555 | 382 | 937 |
| Övriga immateriella tillgångar | 516 | 1 012 | 1 528 |
| Varulager | 577 | 734 | 1 311 |
| Kundfordringar | 195 | 763 | 958 |
| Övriga omsättnings- och anläggningstillgångar | 236 | 310 | 546 |
| Leverantörsskulder | -223 | -189 | -412 |
| Övriga rörelseskulder | -574 | -886 | -1 460 |
| Omsättningstillgångar klassificerade som att de innehas för försäljning | 537 | — | 537 |
| Förvärvade nettotillgångar, totalt | 1 819 | 2 126 | 3 945 |
| Kassa och bank | 34 | 114 | 148 |
| Upplåning | -723 | -499 | -1 222 |
| Förvärvad nettoskuld | -689 | -385 | -1 074 |
| Minoritetsintresse | -69 | -41 | -110 |
| Goodwill | 1 495 | 2 104 | 3 599 |
| Totalt | 2 556 | 3 804 | 6 360 |

1) Före försäljning av tillgångar som innehas för försäljning i Olympic Group.

forts. Not 26

Förvärv av Olympic Group

Den 8 september 2011 avslutade Electrolux sitt offentliga uppköpserbud avseende aktierna i Olympic Group och förvärvade då totalt 59 074 122 aktier, motsvarande 98,33% av aktierna och rösterna i bolaget. Uppköpserbudet offentliggjordes i juli 2011 efter att avtal träffats med Paradise Capital om att förvärva dess majoritetspost om 52% i Olympic Group. Totalt har Electrolux erlagt ett belopp om 2 556 Mkr för de förvärvade aktierna i Olympic Group, vilket erlades kontant i början av september 2011.

Olympic Group är en ledande tillverkare av vitvaror i Mellanöstern, med en volymandel av den egyptiska marknaden på cirka 30%. Olympic Group har 7 100 anställda och tillverkar tvättmaskiner, kylskåp, spisar och varmvattenberedare.

Förvärvet är en del i Electrolux strategi att växa på tillväxtmarknader som Mellanöstern och Afrika. Electrolux och Olympic Group har under närmare 30 år utvecklat ett framgångsrikt affärs-samarbete i regionen, vilket idag omfattar teknologi, komponentförsörjning, distribution och varumärkeslicensiering.

Försäljningen för Olympic Group, exklusive de två intressebolagen Namaa och B-Tech som ej tillhör kärnverksamheten och som avyttrats efter förvärvet, uppgick för 2010 till cirka 2,3 miljarder EGP (2,5 miljarder kronor) och det underliggande rörelseresultatet till cirka 265 miljoner EGP (280 Mkr). Detta motsvarar en marginal på 11% och ett nettoresultat på cirka 190 miljoner EGP (200 Mkr).

Olympic Group ingår i Electrolux konsoliderade redovisning från och med den 1 september 2011 inom affärsområde Vitvaror Europa, Mellanöstern och Afrika.

Efter förvärvet har Electrolux sålt Olympic Groups aktier i bolagen Namaa and B-Tech samt vissa andra tillgångar till Paradise Capital för ett totalt belopp om 522 Mkr eftersom de inte hör till Olympic Groups kärnverksamhet. Enligt avtalet med Paradise Capital kommer ytterligare tillgångar att säljas under 2012. Olympic Groups avsikt är att offentliggöra ett uppköpserbud avseende de aktier som innehas av minoritetsägarna i Olympic Groups dotterbolag Delta Industrial-Ideal S.A.E. till ett pris av 21,4 egyptiska pund (EGP) per aktie. Den totala köpeskillingen för dessa aktier beräknas inte överstiga 116 Mkr. Den slutliga köpeskillingen beror på hur många som accepterar erbjudandet.

Efter genomförandet av ovanstående transaktioner kommer den totala erlagda nettoköpeskillingen för Electrolux innehav om 98,33% i Olympic Group att uppgå till cirka 2 135 Mkr.

Kostnaderna för förvärvet uppgick till 24 Mkr för 2010 och 43 Mkr för 2011 och har rapporterats som administrationskostnader i Electrolux resultaträkning.

Förvärvsanalysen fastställer att goodwill uppgår till ett värde av 1 495 Mkr. Goodwill hänför sig i huvudsak till synergier inom produktutveckling, tillverkning och försäljning samt till ökad marknads närvaro i den nordafrikanska regionen, vilken förväntas visa ekonomisk tillväxt framöver. Ingen av goodwillposterna förväntas kunna användas för skatteavdrag. Goodwilltillgångarna har testats för nedskrivning inom affärsområde Vitvaror Europa, Mellanöstern och Afrika.

Olympic Group har ingått ett sjuårigt managementavtal med

Paradise Capital för att säkra fortsatt teknik och management-support till Olympic Group mot en årlig avgift på 2,5% av Olympic Groups nettoomsättning. Avgiften redovisas som administrationskostnader.

Förvärvsavtalet med Paradise Capital innehåller sedvanliga skadeståndsbestämmelser som ger Electrolux rätt till ersättning under vissa omständigheter beskrivna i avtalet.

Minoritetsägandet i Olympic Group uppgår till 6,1% inklusive de aktier i Olympic Groups dotterbolag som för närvarande innehas av minoritetsaktieägare och uppgår till ett värde av 69 Mkr i förvärvsbalansen. Värdet på minoritetsandelen är baserat på minoritetsägarnas proportionella andel av Olympic Groups totala nettotillgångar.

Förvärv av CTI

Den 14 oktober 2011 förvärvade Electrolux 7 005 564 670 aktier i Compañia Tecno Industrial S.A. (CTI) genom ett offentligt uppköpserbud på Santiago Stock Exchange. Electrolux förvärvade även 127 909 232 aktier, motsvarande 96,90% av rösterna i dotterbolaget Somela S.A., genom ett offentligt uppköpserbud på Santiago Stock Exchange.

I Chile tillverkar och säljer CTI-koncernen kylskåp, spisar, tvättmaskiner och varmvattenberedare under varumärkena Fensa och Mademsa, och är den ledande tillverkaren med en volymmarknadsandel på 36%. I Argentina har CTI-koncernen en ledande position under varumärket GAFA och i Chile är Somela den största leverantören av mindre hushållsapparater. CTI har 2 200 anställda och två produktionsanläggningar i Chile och en produktionsanläggning i Argentina. Under 2010 uppgick CTI:s koncernförsäljning till 203 miljarder chilenska pesos (cirka 2,9 miljarder kronor). Förvärvet är ett led i Electrolux strategi att växa på tillväxtmarknader och medför stora försäljnings- och tillväxtsynergier.

De förvärvade aktierna representerar 97,79% av rösträtterna i CTI och gav Electrolux kontroll över företaget. Kontanterbudet föregicks av ett avtal med Sigdo Koppers och vissa närstående parter om att köpa deras majoritetspost i CTI, uppgående till 64% av utestående aktier i bolaget, i budet. CTI-koncernen ingår i Electrolux konsoliderade redovisning från och med oktober 2011 inom affärsområdena Vitvaror Latinamerika samt Dammsugare och småapparater. Electrolux resultaträkning inkluderar 3 månaders försäljning och resultat från CTI-koncernen.

Den totala köpeskillingen för förvärvet av aktierna i CTI-koncernen uppgick till 3 804 Mkr och kontant betalning erlades under oktober månad 2011. Den preliminära förvärvsanalysen innebär att goodwill uppgår till ett värde av 2 104 Mkr. Goodwillvärdet kan komma att justeras efter att förvärvsanalysen har slutförts och den slutliga värderingen av till exempel byggnader och land har fastställts. Goodwill hänför sig i huvudsak till synergier inom produktutveckling, tillverkning och försäljning samt till ökad marknads närvaro i södra delen av Latinamerika vilken förväntas visa ekonomisk tillväxt framöver. Ingen av goodwillposterna förväntas kunna användas för skatteavdrag. Goodwilltillgångarna har testats för nedskrivning inom affärsområdena Vitvaror Latinamerika och Dammsugare och småapparater.

Förvärvsavtalet med Sigdo Koppers innehåller sedvanliga skadestandsbestämmelser som ger Electrolux rätt till ersättning för vissa miljö- och skatterisker under vissa omständigheter beskrivna i avtalet.

Minoritetsandelen i CTI-koncernen uppgår till 2,36% och uppgår till ett värde av 41 Mkr. Värdet på minoritetsandelen är baserat på minoritetsägarnas proportionella andel av CTI-koncernens totala nettotillgångar. Efter förvärvet har Electrolux köpt ytterligare 22 143 092 aktier från minoritetsägare för totalt 17 Mkr.

Kostnader för förvärvet uppgick till 56 Mkr under 2011 och har rapporterats som administrationskostnader i Electrolux resultaträkning.

Försäljning och resultat från förvärvade bolag

Försäljning och rörelseresultat för förvärvade bolag var 1 690 Mkr respektive -24 Mkr. Resultatet inkluderar förvärvsrelaterade effekter som till exempel effekten av omvärdering av varulager. Konsoliderad försäljning för Electrolux och förvärvade bolag skulle ha varit 104 910 Mkr om förvärven skett per den 1 januari 2011. Beräkningen av kombinerat resultat från årets början visas ej eftersom beräkningen försvåras av att bolagen hade olika redovisningsregler före förvärven.

Avyttrade företag

| | Avyttringar | |
|---|-------------|-----------|
| | 2011 | 2010 |
| Anläggningstillgångar | 63 | 3 |
| Varulager | 13 | — |
| Kundfordringar | 20 | 31 |
| Övriga omsättningstillgångar | 522 | 11 |
| Övriga skulder och avsättningar | -4 | -19 |
| Nettotillgångar | 614 | 26 |
| Utbetald köpeskilling | 821 | 7 |
| Nettoupplåning i förvärvad/såld verksamhet | — | — |
| Påverkan på koncernens likvida medel | 821 | 7 |

I sålda verksamheter under 2011 ingår avyttringen av aktieinnehavet i de egyptiska bolagen Namaa och B-Tech enligt den överenskommelse som gjordes i samband med förvärvet av den egyptiska Olympic-koncernen. Elementdivisionen med bas i Schweiz, ingående i segmentet Professionella Produkter, såldes under första kvartalet 2011. Vidare avyttrades fastigheter i Australien, Schweiz, Sverige och Egypten under året.

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 11 Mkr erhöles under 2011 som köpeskilling för denna avyttring.

Not 27 Anställda och ersättningar

Anställda och ersättningar

Genomsnittligt antal anställda under 2011 uppgick till 52 916 (51 544) personer. Av dessa var 36 590 (33 748) män och 16 326 (17 796) 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/employees-by-country

Genomsnittligt antal anställda per geografiskt område

| | Koncernen | |
|----------------|---------------|---------------|
| | 2011 | 2010 |
| Europa | 21 667 | 23 030 |
| Nordamerika | 9 178 | 10 076 |
| Övriga världen | 22 071 | 18 438 |
| Totalt | 52 916 | 51 544 |

Löner, andra ersättningar och sociala kostnader

| | 2011 | | | 2010 | | |
|---------------------------|------------------------|---------------------|---------------------|------------------------|---------------------|---------------------|
| | Löner och ersättningar | Sociala kostnader | Totalt | Löner och ersättningar | Sociala kostnader | Totalt |
| Moderbolaget | 857 | 387 | 1 244 | 831 | 575 | 1 406 |
| (varav pensionskostnader) | — | (103) ¹⁾ | (103) ¹⁾ | — | (246) ¹⁾ | (246) ¹⁾ |
| Dotterbolag | 12 280 | 2 713 | 14 993 | 11 847 | 3 122 | 14 969 |
| (varav pensionskostnader) | — | (322) | (322) | — | (495) | (495) |
| Koncernen totalt | 13 137 | 3 100 | 16 237 | 12 678 | 3 697 | 16 375 |
| (varav pensionskostnader) | — | (425) | (425) | — | (741) | (741) |

1) Inkluderar kostnader enligt lokala redovisningsregler med 13 Mkr (12) avseende tidigare verkställande direktörer (nuvarande VD:s kostnad redovisas i hemlandet).

forts. Not 27

Löner och andra ersättningar till styrelse, ledande befattningshavare och övriga anställda

| | 2011 | | | 2010 | | |
|-------------------------|---|------------------|---------------|---|------------------|---------------|
| | Styrelseledamöter och ledande befattningshavare | Övriga anställda | Totalt | Styrelseledamöter och ledande befattningshavare | Övriga anställda | Totalt |
| Moderbolaget | 33 | 824 | 857 | 44 | 787 | 831 |
| Övriga | 185 | 12 095 | 12 280 | 198 | 11 649 | 11 847 |
| Koncernen totalt | 218 | 12 919 | 13 137 | 242 | 12 436 | 12 678 |

Av styrelsemedlemmar i koncernen var 120 män och 37 kvinnor, varav 5 män och 4 kvinnor i moderbolaget. Ledande befattningshavare i koncernen utgjordes av 178 män och 52 kvinnor, varav 8 män och 3 kvinnor i moderbolaget. Koncernens totala pensionskostnader för styrelsemedlemmar och ledande befattningshavare uppgick för 2011 till 34 Mkr (33).

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 arvudet som ska avsättas för utskottsarbete. Arvudet utbetalas i förskott varje kvartal. Därmed avser utbetalt arvode för 2011 1/4 av beslutat arvode vid årsstämman 2010 och 3/4 av beslutat arvode vid årsstämman 2011. Totalt kontant utbetalda ersättningar under 2011 uppgick till 5,4 Mkr, varav 4,8 Mkr avsåg ordinarie ersättning och 0,6 Mkr ersättning för utskottsarbete.

Ersättning till styrelsen 2011

| Tkr | Ersättning för | | |
|---|----------------------|----------------|-------------------|
| | Ordinarie ersättning | utskottsarbete | Ersättning totalt |
| Marcus Wallenberg, ordförande | 1 600 | 55 | 1 655 |
| Peggy Bruzelius, vice ordförande | 550 | 200 | 750 |
| Lorna Davis | 475 | 37 | 512 |
| Hasse Johansson | 475 | 57 | 532 |
| John S. Lupo | 475 | — | 475 |
| Keith McLoughlin, VD | — | — | — |
| Johan Molin (t o m årsstämman 2011) | 119 | 18 | 137 |
| Torben Ballegaard Sørensen | 475 | 85 | 560 |
| Ulrica Saxon (fr o m årsstämman 2011) | 356 | — | 356 |
| Caroline Sundewall (t o m årsstämman 2011) | 119 | 28 | 147 |
| Barbara Milian Thoralfsson | 475 | 120 | 595 |
| Ola Bertilsson | — | — | — |
| Gunilla Brandt | — | — | — |
| Ulf Carlsson | — | — | — |
| Total ersättning 2011 | 5 119 | 600 | 5 719 |
| Omvärdering av syntetiska aktier från föregående styrelseperiod | -3 027 | — | -3 027 |
| Total ersättningskostnad 2011 inklusive omvärdering av syntetiska aktier | 2 092 | 600 | 2 692 |

Syntetiska aktier

Årsstämmorna 2008, 2009 och 2010 beslutade att en del av arvudet 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 mandatperioderna 2008/2009, 2009/2010 och 2010/2011 har kunnat välja mellan att få 25% eller 50% av arvudet för styrelseuppdraget i syntetiska aktier. Resterande del av arvudet utbetalas kontant. Utländska styrelseledamöter har dock kunnat välja att få 100% av arvudet kontant. De syntetiska aktierna medför rätt att femte året efter stämmans beslut 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. Vid utgången av 2011 fanns 35 923 (34 465) syntetiska aktier utestående till ett sammanlagt värde av 3,9 Mkr (6,6). Det upplupna värdet på 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 2011. Intäkten från omräkning av syntetiska aktier under 2011 var 3,0 Mkr. Inga aktier kontantavräknades under 2011.

Ersättningsutskottet

Styrelsens arbetsordning föreskriver att ersättningen till VD ska föreslås av ersättningsutskottet. Utskottet består av styrelsens ordförande och ytterligare två ledamöter. Under 2011 bestod utskottet av Barbara Milian Thoralfsson (ordförande), Marcus Wallenberg och Johan Molin. Efter april ersattes Johan Molin av Lorna Davis.

Ersättningsutskottet lämnar förslag till årsstämman på principer för ersättning till VD och andra medlemmar i koncernledningen. Ersättningsutskottet lämnar därvid förslag till styrelsen avseende ersättning till VD 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 2011 sammanträdde utskottet åtta gånger.

Allmänna principer för ersättning till koncernledningen

Årsstämman 2011 godkände de föreslagna principerna för ersättning. Dessa principer och ersättning till medlemmarna i koncernledningen under 2011 beskrivs nedan.

Electrolux övergripande principer för ersättning lägger stor vikt vid befattning, individuell prestation, gruppens prestation och att ersättningen ska vara konkurrenskraftig i medlemmens anställningsland eller region.

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 skäligen 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 högre 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. För mer information, se sidan 70.

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 9 878 000 kr (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 direktören

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 5 185 000 kr (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 245 Mkr (155).

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 2011 var 5,4% (3,5).

Sektorchefernas rörliga lön under 2011 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 maximum på 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 2011 betalades ingen rörlig ersättning för inläsning. Det finns inga ytterligare extraordinära arrangemang för inläsning. Enskilda medlemmar i koncernledningen är berättigade till ytterligare rörlig kompensation i samband med rekrytering. Kompensation utbetalas delvis under förutsättning att medlemmen är fortsatt anställd i slutet av 2012 respektive 2013. Under 2012 ska 6,0 Mkr utbetalas inom ramen för liknande rekryterings kompensationsarrangemang. Under 2011 har 3,2 Mkr utbetalats inom ramen för liknande rekryterings kompensationsarrangemang.

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

Betalad ersättning till koncernledningen

| Tkr | 2011 | | | | | 2010 | | | | |
|---|------------------------|--------------------------------------|---------------|--------------------------|----------------------------------|------------------------|--------------------------------------|----------------|--------------------------|----------------------------------|
| | Fast lön ¹⁾ | Rörlig lön betald 2011 ²⁾ | Total lön | Långsiktiga aktieprogram | Andra ersättningar ³⁾ | Fast lön ¹⁾ | Rörlig lön betald 2010 ²⁾ | Total lön | Långsiktiga aktieprogram | Andra ersättningar ³⁾ |
| Verkställande direktör ⁴⁾ | 9 878 | 10 503 | 20 380 | — | 2 340 | 9 593 | 9 460 | 19 053 | — | — |
| Övriga medlemmar i koncernledningen ⁵⁾ | 43 641 | 31 066 | 74 707 | — | 7 443 | 49 928 | 47 694 | 97 622 | — | 22 901 |
| Totalt | 53 519 | 41 569 | 95 088 | — | 9 783 | 59 521 | 57 154 | 116 675 | — | 22 901 |

- 1) Beloppet inkluderar semesterlön, betalda semesterdagar samt reseersättning.
- 2) Utbetalad rörlig lön ett år avser föregående års utfall av rörlig kompensation. VD:s rörliga lön under 2011 hänför sig till hans tjänst som Chief Operations Officer Vitvaror.
- 3) Beloppet inkluderar villkorlig rörlig kompensation, övriga ersättningar och ytterligare förmåner såsom bostad och bil.
- 4) VD från och med den 1 januari 2011 var Keith McLoughlin och före det Hans Stråberg.
- 5) Från och med februari 2011 bestod övriga medlemmar i koncernledningen av 11 personer efter att teknik- och utvecklingsdirektören och marknadsdirektören anställdes. Under 2010 bestod övriga medlemmar i koncernledningen av 11 personer.

Intjänad ersättning till koncernledningen

| Tkr | 2011 | | | | | | 2010 | | | | | |
|-------------------------------------|---------------|---|--|----------------------------------|-----------------------|-------------------|---------------|--|--|----------------------------------|-------------------------------------|-------------------|
| | Fast lön | Rörlig lön intjänad 2011 men betalas 2012 | Långsiktiga aktieprogram ¹⁾ | Andra ersättningar ²⁾ | Total pensionskostnad | Sociala kostnader | Fast lön | Rörlig lön intjänad 2010 men betald 2011 | Långsiktiga aktieprogram ¹⁾ | Andra ersättningar ²⁾ | Total pensionskostnad ³⁾ | Sociala kostnader |
| Verkställande direktör | 9 878 | 1 654 | 1 415 | 1 183 | 5 185 | 1 458 | 9 593 | 9 680 | -891 | — | 5 795 | 6 014 |
| Övriga medlemmar i koncernledningen | 43 641 | 8 805 | 1 236 | 6 993 | 16 333 | 9 358 | 50 144 | 52 425 | 11 781 | — | 66 820 | 10 586 |
| Totalt | 53 519 | 10 459 | 2 651 | 8 175 | 21 518 | 10 816 | 59 737 | 62 105 | 10 890 | — | 72 615 | 16 600 |

- 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.

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.

En medlem omfattas av en stängd avgiftsbestämd tilläggsplan där avgiften uppgår till 35% av pensionsgrundande lön. Därutöver utgår 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.

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.

Långsiktiga incitamentsprogram 2009, 2010 och 2011

Årsstämman godkände ett långsiktigt incitamentsprogram för 2011. 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 led-

ningens intressen med aktieägarnas eftersom deltagarna investerar i Electrolux B-aktier.

Tilldelningen av aktier i 2010- och 2011-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 för 2010-års program kommer 25% eller 17% för 2011-års program av det maximala antalet aktier att tilldelas. Nås maxnivån 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 programmet 2009 måste resterande aktier behållas i två år. Den restriktionen gäller inte för 2010- eller 2011-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.

Antal potentiella aktier per kategori och år

| | 2011 Max antal B-aktier ¹⁾ | 2010 Max antal B-aktier ¹⁾ | 2009 Max antal B-aktier ¹⁾ | 2011 Maxvärde, kr ^{2),3)} | 2010 Maxvärde, kr ^{2),3)} | 2009 Maxvärde, kr ^{2),3)} |
|-------------------------------------|---|---|---|--|--|--|
| Verkställande direktör | 34 825 | 29 654 | 54 235 | 5 000 000 | 5 000 000 | 5 000 000 |
| Övriga medlemmar i koncernledningen | 12 537 | 10 676 | 19 525 | 1 800 000 | 1 800 000 | 1 800 000 |
| Övriga chefer, kat. C | 9 403 | 8 007 | 14 644 | 1 350 000 | 1 350 000 | 1 350 000 |
| Övriga chefer, kat. B | 6 269 | 5 338 | 9 763 | 900 000 | 900 000 | 900 000 |
| Övriga chefer, kat. A | 4 702 | 4 004 | 7 322 | 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 92,19 kr för 2009, 168,62 kr för 2010 samt 143,58 kr för 2011, 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 129,22 kr.

2) Det sammanlagda maxvärdet för samtliga deltagare vid tilldelning är 146 Mkr för 2009-års program och 168 Mkr för 2010- och 2011-års program.

3) 2009-års program förväntas nå upp till maxnivån. Nuvarande förväntning är att utfallet för 2010- och 2011-års program inte kommer att nå miniminivå.

Kostnaden för 2011-års program under en treårsperiod beräknas vid ett resultat mellan minimum och maximum uppgå till cirka 125 Mkr, inklusive sociala avgifter. Om den maximala nivån uppnås beräknas kostnaden maximalt uppgå till 242 Mkr. Tilldelning av aktier enligt programmet kommer att medföra en maximal ökning av antalet utestående aktier på högst 0,6%.

För 2011 medförde de långsiktiga incitamentsprogrammen en kostnad i resultaträkningen på 17 Mkr (inklusive en inkomst på 4 Mkr för sociala avgifter), jämfört med en kostnad på 85 Mkr för år 2010 (inklusive 25 Mkr i sociala kostnader). Den totala reserven för sociala kostnader i balansräkningen uppgår till 31 Mkr (37).

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 avgifter har Electrolux för avsikt att sälja ytterligare aktier på marknaden.

Tilldelning inom 2008-års aktieprogram

Resultatet för 2008-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 | |
|---|-----------|-----------|--------------|-----------|
| | 2011 | 2010 | 2011 | 2010 |
| PwC | | | | |
| Revisionsarvoden ¹⁾ | 44 | 46 | 7 | 8 |
| Arvoden för revisionsnära konsulttjänster ²⁾ | 4 | 1 | 3 | 1 |
| Arvoden för skattekonsultationer ³⁾ | 5 | 6 | — | 1 |
| Alla övriga arvoden | 6 | 22 | 3 | 19 |
| Totala arvoden till PwC | 59 | 75 | 13 | 29 |
| Revisionsarvoden till övriga revisionsfirmor | — | 1 | — | — |
| Totala arvoden till revisorer | 59 | 76 | 13 | 29 |

- 1) Revisionsarvoden består av arvoden för det årliga revisionsuppdraget och andra revisionstjänster som är av den karaktären att de enbart kan utföras av den årsstämvalde 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.

Not **29** Aktier och andelar i intressebolag

Innehav i intressebolag

| | 2011 | 2010 |
|------------------------------------|-----------|-----------|
| Ingående balans 1 januari | 17 | 19 |
| Förvärv | — | — |
| Rörelseresultat | 1 | — |
| Utdelningar | — | — |
| Skatt | — | — |
| Avyttringar | — | — |
| Övrigt | — | -2 |
| Kursdifferenser | — | — |
| Utgående balans 31 december | 18 | 17 |

Bolag klassificerade som innehav tillgängliga för försäljning

| Videocon Industries Ltd., Indien | Innehav, % | Bokfört värde |
|----------------------------------|------------|---------------|
| 2011 | 2,9 | 202 |
| 2010 | 2,9 | 293 |

I posten Intressebolag är goodwill inkluderad med 2 Mkr (2) per den 31 december 2011.

Koncernens andel av och relation till intressebolagen, vilka samtliga är onoterade, var per den 31 december 2011 enligt nedan:

Intressebolag

| | 2011 | | | | | | | | | |
|---|------------|---------------|--|----------|-------------|----------|-----------------|---------------|-------------------|----------------|
| | Innehav, % | Bokfört värde | Relation till Electrolux ¹⁾ | | | | Resultaträkning | | Balansräkning | |
| | | | Fordringar | Skulder | Försäljning | Inköp | Intäkter | Nettoresultat | Totala tillgångar | Totala skulder |
| Sidème, Frankrike | 39,3 | 14 | 31 | — | 185 | 1 | 482 | 2 | 157 | 127 |
| European Recycling Platform, ERP, Frankrike | 24,5 | 4 | — | — | — | — | 27 | 1 | — | — |
| Totalt | | 18 | 31 | 0 | 185 | 1 | 509 | 3 | 157 | 127 |

1) Ur Electrolux synvinkel.

Koncernens andel av och relation till intressebolagen, vilka samtliga är onoterade, var per den 31 december 2010 enligt nedan:

| | 2010 | | | | | | Resultaträkning | | Balansräkning | |
|---|------------|---------------|--|-----------|-------------|-----------|-----------------|---------------|-------------------|----------------|
| | Innehav, % | Bokfört värde | Relationer till Electrolux ¹⁾ | | Försäljning | Inköp | Intäkter | Nettoresultat | Totala tillgångar | Totala skulder |
| | | | Fordringar | 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 |
| Totalt | — | 17 | 44 | 51 | 241 | 86 | 548 | 2 | 428 | 383 |

1) Ur Electrolux synvinkel.

Dotterbolag

Större bolag som ingår i koncernen

| | | Innehav, % |
|----------------|--|------------|
| Argentina | Frimetal S.A. | 100 |
| 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 |
| Chile | Compañía Tecno Industrial S.A. | 98,08 |
| | Somela S.A. | 98,17 |
| Danmark | Electrolux Home Products Denmark A/S | 100 |
| Egypten | Olympic Group Financial Investment S.A.E. | 98,33 |
| 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 C.V. | 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 |
| Schweiz | Electrolux AG | 100 |
| Spanien | Electrolux Home Products España S.A. | 100 |
| | Electrolux Home Products Operations España S.L. | 100 |
| Storbritannien | Electrolux Plc | 100 |
| | Electrolux Professional Ltd. | 100 |
| Sverige | Electrolux Laundry Systems Sweden AB | 100 |
| | Electrolux HemProdukter AB | 100 |
| | Electrolux Professional AB | 100 |
| | Electrolux Floor Care and Small Appliances AB | 100 |
| Tyskland | Electrolux Deutschland GmbH | 100 |
| | Electrolux Rothenburg GmbH Factory and Development | 100 |
| Ungern | Electrolux Lehel Kft | 100 |
| USA | Electrolux Home Products, Inc. | 100 |
| | Electrolux North America, Inc. | 100 |
| | Electrolux Professional Inc. | 100 |
| Österrike | Electrolux Hausgeräte GmbH | 100 |
| | Electrolux CEE Ges.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.

Not **30** Definitioner

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.

Förslag till vinstdisposition

Tusen kronor

| | |
|--|-------------------|
| Styrelsen föreslår att årets vinst jämte balanserade vinstmedel disponeras som följer: | 15 938 484 |
| Till aktieägarna utdelas 6,50 kronor per aktie ¹⁾ | 1 850 324 |
| I ny räkning överföres | 14 088 160 |
| Totalt | 15 938 484 |

1) Beräknat på antal utestående aktier per den 1 februari 2012. Som avstämningsdag för rätt till kontantutdelning föreslås den 30 mars 2012.

Styrelsen har föreslagit att årsstämman 2012 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 konjunkturläget. Eget kapital i bolaget hade varit 45,3 Mkr 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 2012

Marcus Wallenberg
Styrelsens ordförande

Peggy Bruzelius
Vice ordförande

Lorna Davis
Styrelseledamot

Hasse Johansson
Styrelseledamot

John S. Lupo
Styrelseledamot

Ulrika Saxon
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

Revisionsberättelse

Till årsstämman i

AB Electrolux (publ)

Organisationsnummer 556009-4178

Rapport om årsredovisningen och koncernredovisningen

Vi har reviderat årsredovisningen och koncernredovisningen för AB Electrolux för år 2011. Bolagets årsredovisning och koncernredovisning ingår i den tryckta versionen av detta dokument på sidorna 5–75.

Styrelsens och verkställande direktörens ansvar för årsredovisningen och koncernredovisningen

Det är styrelsen och verkställande direktören som har ansvaret för att upprätta en årsredovisning som ger en rättvisande bild enligt årsredovisningslagen och en koncernredovisning som ger en rättvisande bild enligt internationella redovisningsstandarder IFRS, såsom de antagits av EU, och årsredovisningslagen, och för den interna kontroll som styrelsen och verkställande direktören bedömer är nödvändig för att upprätta en årsredovisning och koncernredovisning som inte innehåller väsentliga felaktigheter, vare sig dessa beror på oegentligheter eller på fel.

Revisorns ansvar

Vårt ansvar är att uttala oss om årsredovisningen och koncernredovisningen på grundval av vår revision. Vi har utfört revisionen enligt International Standards on Auditing och god revisionssed i Sverige. Dessa standarder kräver att vi följer yrkesetiska krav samt planerar och utför revisionen för att uppnå rimlig säkerhet att årsredovisningen och koncernredovisningen inte innehåller väsentliga felaktigheter.

En revision innefattar att genom olika åtgärder inhämta revisionsbevis om belopp och annan information i årsredovisningen och koncernredovisningen. Revisorn väljer vilka åtgärder som ska utföras, bland annat genom att bedöma riskerna för väsentliga felaktigheter i årsredovisningen och koncernredovisningen, vare sig dessa beror på oegentligheter eller på fel. Vid denna riskbedömning beaktar revisorn de delar av den interna kontrollen som är relevanta för hur bolaget upprättar årsredovisningen och koncernredovisningen för att ge en rättvisande bild i syfte att utforma granskningsåtgärder som är ändamålsenliga med hänsyn till omständigheterna, men inte i syfte att göra ett uttalande om effektiviteten i bolagets interna kontroll. En revision innefattar

också en utvärdering av ändamålsenligheten i de redovisningsprinciper som har använts och av rimligheten i styrelsens och verkställande direktörens uppskattningar i redovisningen, liksom en utvärdering av den övergripande presentationen i årsredovisningen och koncernredovisningen.

Vi anser att de revisionsbevis vi har inhämtat är tillräckliga och ändamålsenliga som grund för våra uttalanden.

Uttalanden

Enligt vår uppfattning har årsredovisningen upprättats i enlighet med årsredovisningslagen och ger en i alla väsentliga avseenden rättvisande bild av moderbolagets finansiella ställning per den 31 december 2011 och av dess finansiella resultat och kassaflöden för året enligt årsredovisningslagen, och koncernredovisningen har upprättats i enlighet med årsredovisningslagen och ger en i alla väsentliga avseenden rättvisande bild av koncernens finansiella ställning per den 31 december 2011 och av dess resultat och kassaflöden enligt internationella redovisningsstandarder, såsom de antagits av EU, och årsredovisningslagen. Förvaltningsberättelsen är förenlig med årsredovisningens och koncernredovisningens övriga delar.

Vi tillstyrker därför att årsstämman fastställer resultaträkningen och balansräkningen för moderbolaget och koncernen.

Rapport om andra krav enligt lagar och andra författningar

Utöver vår revision av årsredovisningen och koncernredovisningen har vi även reviderat förslaget till dispositioner beträffande bolagets vinst eller förlust samt styrelsens och verkställande direktörens förvaltning för AB Electrolux för år 2011.

Styrelsens och verkställande direktörens ansvar

Det är styrelsen som har ansvaret för förslaget till dispositioner beträffande bolagets vinst eller förlust, och det är styrelsen och verkställande direktören som har ansvaret för förvaltningen enligt aktiebolagslagen.

Revisorns ansvar

Vårt ansvar är att med rimlig säkerhet uttala oss om förslaget till dispositioner beträffande bolagets vinst eller förlust och om förvaltningen på grundval av vår revision. Vi har utfört revisionen enligt god revisionssed i Sverige.

Som underlag för vårt uttalande om styrelsens förslag till dispositioner beträffande bolagets vinst eller förlust har vi granskat styrelsens motiverade yttrande samt ett urval av underlagen för detta för att kunna bedöma om förslaget är förenligt med aktiebolagslagen.

Som underlag för vårt uttalande om ansvarsfrihet har vi utöver vår revision av årsredovisningen och koncernredovisningen granskat väsentliga beslut, åtgärder och förhållanden i bolaget för att

kunna bedöma om någon styrelseledamot eller verkställande direktören är ersättningsskyldig 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 de revisionsbevis vi inhämtat är tillräckliga och ändamålsenliga som grund för våra uttalanden.

Uttalanden

Vi tillstyrker att årsstämman disponerar vinsten enligt förslaget i förvaltningsberättelsen och beviljar styrelsens ledamöter och verkställande direktören ansvarsfrihet för räkenskapsåret.

Stockholm den 24 februari 2012
PricewaterhouseCoopers AB

Anders Lundin
Auktoriserad revisor
Huvudansvarig

Björn Irlé
Auktoriserad revisor

Elva år i sammandrag

| Mkr | 2011 | 2010 | 2009 | 2008 | 2007 |
|--|---------|---------|---------|---------|---------|
| Nettoomsättning och resultat | | | | | |
| Nettoomsättning | 101 598 | 106 326 | 109 132 | 104 792 | 104 732 |
| Organisk tillväxt, % | 0,2% | 1,5% | -4,8% | -0,9% | 4,0 |
| Avskrivningar | 3 173 | 3 328 | 3 442 | 3 010 | 2 738 |
| Jämförelsestörande poster | -138 | -1 064 | -1 561 | -355 | -362 |
| Rörelseresultat | 3 017 | 5 430 | 3 761 | 1 188 | 4 475 |
| Resultat efter finansiella poster | 2 780 | 5 306 | 3 484 | 653 | 4 035 |
| Periodens resultat | 2 064 | 3 997 | 2 607 | 366 | 2 925 |
| Kassaflöde | | | | | |
| EBITDA | 6 328 | 9 822 | 8 764 | 4 553 | 7 575 |
| Kassaflöde från den löpande verksamheten före förändringar av rörelsekapital | 4 283 | 7 741 | 6 378 | 3 446 | 5 498 |
| Förändringar av rörelsekapital | 1 116 | -61 | 1 919 | 1 503 | -152 |
| Kassaflöde från den löpande verksamheten | 5 399 | 7 680 | 8 297 | 4 949 | 5 346 |
| Kassaflöde från investeringsverksamheten varav investeringar | -10 049 | -4 474 | -2 967 | -3 755 | -4 069 |
| Kassaflöde från den löpande verksamheten och investeringsverksamheten | -4 650 | 3 206 | 5 330 | 1 194 | 1 277 |
| Operativt kassaflöde ²⁾ | 906 | 3 199 | 5 326 | 1 228 | 1 277 |
| Utdelningar, inlösen och återköp av aktier | -1 850 | -1 120 | 69 | -1 187 | -6 708 |
| Investeringar i % av nettoomsättning | 3,1 | 3,0 | 2,0 | 3,0 | 3,3 |
| Marginal³⁾ | | | | | |
| Rörelsemarginal, % | 3,1 | 6,1 | 4,9 | 1,5 | 4,6 |
| Resultat efter finansiella poster i % av nettoomsättning | 2,9 | 6,0 | 4,6 | 1,0 | 4,2 |
| EBITDA-marginal, % | 6,2 | 9,2 | 8,0 | 4,3 | 7,2 |
| Finansiell ställning | | | | | |
| Totala tillgångar | 76 384 | 73 521 | 72 696 | 73 323 | 66 089 |
| Nettotillgångar | 27 011 | 19 904 | 19 506 | 20 941 | 20 743 |
| Rörelsekapital | -5 180 | -5 902 | -5 154 | -5 131 | -2 129 |
| Kundfordringar | 19 226 | 19 346 | 20 173 | 20 734 | 20 379 |
| Varulager | 11 957 | 11 130 | 10 050 | 12 680 | 12 398 |
| Leverantörsskulder | 18 490 | 17 283 | 16 031 | 15 681 | 14 788 |
| Eget kapital | 20 644 | 20 613 | 18 841 | 16 385 | 16 040 |
| Räntebärande skulder | 14 206 | 12 096 | 14 022 | 13 946 | 11 163 |
| Nettoupplåning | 6 367 | -709 | 665 | 4 556 | 4 703 |
| Data per aktie | | | | | |
| Periodens resultat, kr | 7,25 | 14,04 | 9,18 | 1,29 | 10,41 |
| Eget kapital, kr | 73 | 72 | 66 | 58 | 57 |
| Utdelning, kr ⁴⁾ | 6,50 | 6,50 | 4,00 | — | 4,25 |
| Kurs på B-aktien vid årets slut, kr | 109,70 | 191,00 | 167,50 | 66,75 | 108,50 |
| Nyckeltal | | | | | |
| Avkastning på eget kapital, % | 10,4 | 20,6 | 14,9 | 2,4 | 20,3 |
| Avkastning på nettotillgångar, % | 13,7 | 27,8 | 19,4 | 5,8 | 21,7 |
| Nettotillgångar i % av nettoomsättning ⁵⁾ | 23,8 | 18,2 | 17,1 | 18,1 | 18,6 |
| Kundfordringar i % av nettoomsättning ⁵⁾ | 17,0 | 17,7 | 17,7 | 17,9 | 18,3 |
| Varulager i % av nettoomsättning ⁵⁾ | 10,5 | 10,2 | 8,8 | 11,0 | 11,1 |
| Skuldsättningsgrad | 0,31 | -0,03 | 0,04 | 0,28 | 0,29 |
| Räntetäckningsgrad | 5,84 | 12,64 | 7,54 | 1,86 | 7,49 |
| Utdelning i % av eget kapital | 9,0 | 9,0 | 6,0 | — | 7,5 |
| Övriga uppgifter | | | | | |
| Genomsnittligt antal anställda | 52 916 | 51 544 | 50 633 | 55 177 | 56 898 |
| Löner och ersättningar | 13 137 | 12 678 | 13 162 | 12 662 | 12 612 |
| Antal aktieägare | 58 800 | 57 200 | 52 000 | 52 600 | 52 700 |
| Genomsnittligt antal aktier efter återköp, miljoner | 284,7 | 284,6 | 284,0 | 283,1 | 281,0 |
| Antal aktier vid årets slut efter återköp, miljoner | 284,7 | 284,7 | 284,4 | 283,6 | 281,6 |

1) Inkluderar Husqvarna som delades ut till Electrolux aktieägare i juni 2006.

2) Kassaflöden från förvärv och avyttringar exkluderade. 3) Jämförelsestörande poster exkluderade. 4) För 2011: Styrelsens förslag. 5) Nettoomsättningen annualiserad.

| 2006 | 2005 | 2005 ¹⁾ | 2004 ¹⁾ | 2003 ¹⁾ | 2002 ¹⁾ | 2001 ¹⁾ | Årlig tillväxt % | |
|---------|---------|--------------------|--------------------|--------------------|--------------------|--------------------|------------------|-------|
| | | | | | | | 5 år | 10 år |
| 103 848 | 100 701 | 129 469 | 120 651 | 124 077 | 133 150 | 135 803 | -0,4 | -2,9 |
| 3,3 | 4,5 | 4,3 | 3,2 | 3,3 | 5,5 | -2,4 | | |
| 2 758 | 2 583 | 3 410 | 3 038 | 3 353 | 3 854 | 4 277 | | |
| -542 | -2 980 | -3 020 | -1 960 | -463 | -434 | -141 | | |
| 4 033 | 1 044 | 3 942 | 4 807 | 7 175 | 7 731 | 6 281 | -5,6 | -7,1 |
| 3 825 | 494 | 3 215 | 4 452 | 7 006 | 7 545 | 5 215 | -6,2 | -6,1 |
| 2 648 | -142 | 1 763 | 3 259 | 4 778 | 5 095 | 3 870 | -4,9 | -6,1 |
| 7 333 | 6 607 | 10 372 | 9 805 | 10 991 | 12 019 | 10 699 | -2,9 | -5,1 |
| 5 263 | 5 266 | 8 428 | 7 140 | 7 150 | 9 051 | 5 848 | -4,0 | -3,1 |
| -703 | -1 804 | -1 888 | 1 442 | -857 | 1 854 | 3 634 | | |
| 4 560 | 3 462 | 6 540 | 8 582 | 6 293 | 10 905 | 9 482 | 3,4 | -5,5 |
| -2 386 | -4 485 | -5 827 | -5 358 | -2 570 | -1 011 | 1 213 | | |
| -3 152 | -3 654 | -4 765 | -4 515 | -3 463 | -3 335 | -4 195 | 0,1 | -2,8 |
| 2 174 | -1 023 | 713 | 3 224 | 3 723 | 9 894 | 10 695 | | |
| 1 110 | -653 | 1 083 | 3 224 | 2 866 | 7 665 | 5 834 | -4,0 | -17,0 |
| -4 416 | -2 038 | -2 038 | -5 147 | -3 563 | -3 186 | -3 117 | | |
| 3,0 | 3,6 | 3,7 | 3,7 | 2,8 | 2,5 | 3,1 | | |
| 4,4 | 4,0 | 5,4 | 5,6 | 6,2 | 6,1 | 4,7 | | |
| 4,2 | 3,4 | 4,8 | 5,3 | 6,0 | 6,0 | 3,9 | | |
| 7,1 | 6,6 | 8,0 | 8,1 | 8,9 | 9,0 | 7,9 | | |
| 66 049 | | 82 558 | 75 096 | 77 028 | 85 424 | 94 447 | 3,0 | -2,1 |
| 18 140 | 17 942 | 28 165 | 23 988 | 26 422 | 27 916 | 37 162 | 8,3 | -3,1 |
| -2 613 | -3 799 | -31 | -383 | 4 068 | 2 216 | 6 659 | | |
| 20 905 | 20 944 | 24 269 | 20 627 | 21 172 | 22 484 | 24 189 | -1,7 | -2,3 |
| 12 041 | 12 342 | 18 606 | 15 742 | 14 945 | 15 614 | 17 001 | -0,1 | -3,5 |
| 15 320 | 14 576 | 18 798 | 16 550 | 14 857 | 16 223 | 17 304 | 3,8 | 0,7 |
| 13 194 | | 25 888 | 23 636 | 27 462 | 27 629 | 28 864 | 9,4 | -3,3 |
| 7 495 | | 8 914 | 9 843 | 12 501 | 15 698 | 23 183 | 13,6 | -4,8 |
| -304 | | 2 974 | 1 141 | -101 | 1 398 | 10 809 | | |
| 9,17 | -0,49 | 6,05 | 10,92 | 15,25 | 15,58 | 11,35 | -4,6 | -4,4 |
| 47 | | 88 | 81 | 89 | 87 | 88 | 9,1 | -1,9 |
| 4,00 | 7,50 | 7,50 | 7,00 | 6,50 | 6,00 | 4,50 | 10,2 | 3,7 |
| 137,00 | | 206,50 | 152,00 | 158,00 | 137,50 | 156,50 | -4,3 | -3,5 |
| 18,7 | | 7,0 | 13,1 | 17,3 | 17,2 | 13,2 | | |
| 23,2 | 5,4 | 13,0 | 17,5 | 23,9 | 22,1 | 15,0 | | |
| 16,5 | 15,7 | 21,0 | 21,2 | 23,6 | 23,1 | 29,3 | | |
| 19,1 | 18,3 | 18,1 | 18,2 | 18,9 | 18,6 | 19,1 | | |
| 11,0 | 10,8 | 13,9 | 13,9 | 13,4 | 12,9 | 13,4 | | |
| -0,02 | | 0,11 | 0,05 | 0,00 | 0,05 | 0,37 | | |
| 6,13 | | 4,32 | 5,75 | 8,28 | 7,66 | 3,80 | | |
| 8,5 | | 8,5 | 8,6 | 7,3 | 6,9 | 5,1 | | |
| 55 471 | 57 842 | 69 523 | 72 382 | 77 140 | 81 971 | 87 139 | -0,9 | -4,9 |
| 12 849 | 13 987 | 17 033 | 17 014 | 17 154 | 19 408 | 20 330 | 0,4 | -4,3 |
| 59 500 | 60 900 | 60 900 | 63 800 | 60 400 | 59 300 | 58 600 | -0,2 | 0,0 |
| 288,8 | 291,4 | 291,4 | 298,3 | 313,3 | 327,1 | 340,1 | | |
| 278,9 | 293,1 | 293,1 | 291,2 | 307,1 | 318,3 | 329,6 | | |

Kvartalsuppgifter

Nettoomsättning och resultat

| Mkr | | Kv1 | Kv2 | Kv3 | Kv4 | Helåret |
|--|--------------------------|---------------|---------------|---------------|---------------|----------------|
| Nettoomsättning | 2011 | 23 436 | 24 143 | 25 650 | 28 369 | 101 598 |
| | 2010 | 25 133 | 27 311 | 26 326 | 27 556 | 106 326 |
| Rörelseresultat | 2011 | 696 | 745 | 1 064 | 512 | 3 017 |
| | Marginal, % | 3,0 | 3,1 | 4,1 | 1,8 | 3,0 |
| | 2011¹⁾ | 696 | 745 | 1 098 | 616 | 3 155 |
| | Marginal, % | 3,0 | 3,1 | 4,3 | 2,2 | 3,1 |
| | 2010 | 1 231 | 1 270 | 1 977 | 952 | 5 430 |
| | Marginal, % | 4,9 | 4,7 | 7,5 | 3,5 | 5,1 |
| | 2010 ¹⁾ | 1 326 | 1 477 | 1 977 | 1 714 | 6 494 |
| | Marginal, % | 5,3 | 5,4 | 7,5 | 6,2 | 6,1 |
| Resultat efter finansiella poster | 2011 | 637 | 696 | 1 119 | 328 | 2 780 |
| | Marginal, % | 2,7 | 2,9 | 4,4 | 1,2 | 2,7 |
| | 2011¹⁾ | 637 | 696 | 1 153 | 432 | 2 918 |
| | Marginal, % | 2,7 | 2,9 | 4,5 | 1,5 | 2,9 |
| | 2010 | 1 211 | 1 269 | 1 901 | 925 | 5 306 |
| | Marginal, % | 4,8 | 4,6 | 7,2 | 3,4 | 5,0 |
| | 2010 ¹⁾ | 1 306 | 1 476 | 1 901 | 1 687 | 6 370 |
| | Marginal, % | 5,2 | 5,4 | 7,2 | 6,1 | 6,0 |
| Periodens resultat | 2011 | 457 | 561 | 825 | 221 | 2 064 |
| | 2010 | 911 | 1 028 | 1 381 | 677 | 3 997 |
| Resultat per aktie²⁾ | 2011 | 1,61 | 1,97 | 2,90 | 0,77 | 7,25 |
| | 2011¹⁾ | 1,61 | 1,97 | 2,96 | 1,01 | 7,55 |
| | 2010 | 3,20 | 3,61 | 4,85 | 2,38 | 14,04 |
| | 2010 ¹⁾ | 3,45 | 4,12 | 4,85 | 4,23 | 16,65 |

1) Exklusive jämförelsestörande poster.

2) Beräknat på genomsnittligt antal aktier före utspädning och efter återköp av egna aktier.

Antal aktier före utspädning

| | | | | | | |
|--|-------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|
| Antal aktier efter återköp, miljoner | 2011 | 284,7 | 284,7 | 284,7 | 284,7 | 284,7 |
| | 2010 | 284,5 | 284,7 | 284,7 | 284,7 | 284,7 |
| Genomsnittligt antal aktier efter återköp, miljoner | 2011 | 284,7 | 284,7 | 284,7 | 284,7 | 284,7 |
| | 2010 | 284,5 | 284,6 | 284,7 | 284,7 | 284,6 |

Jämförelsestörande poster

| | | | | | | |
|--|-------------|----------|----------|------------|-------------|-------------|
| Avsättningar för strukturåtgärder, nedskrivningar och realisationsvinst/förlust | 2011 | – | – | –34 | –104 | –138 |
| | 2010 | –95 | –207 | – | –762 | –1 064 |

Nettoomsättning per affärsområde¹⁾

| Mkr | | Kv1 | Kv2 | Kv3 | Kv4 | Helåret |
|---|-------------|--------------|--------------|--------------|--------------|---------------|
| Vitvaror Europa, Mellanöstern och Afrika | 2011 | 7 656 | 7 660 | 8 964 | 9 749 | 34 029 |
| | 2010 | 8 921 | 8 603 | 9 395 | 9 677 | 36 596 |
| Vitvaror Nordamerika | 2011 | 6 728 | 7 544 | 7 122 | 6 271 | 27 665 |
| | 2010 | 7 305 | 9 308 | 7 604 | 6 752 | 30 969 |
| Vitvaror Latinamerika | 2011 | 3 998 | 3 708 | 4 101 | 6 003 | 17 810 |
| | 2010 | 3 796 | 3 667 | 3 810 | 4 987 | 16 260 |
| Vitvaror Asien/Stillahavsområdet | 2011 | 1 746 | 1 945 | 1 981 | 2 180 | 7 852 |
| | 2010 | 1 666 | 2 035 | 1 909 | 2 069 | 7 679 |
| Dammsugare och småapparater | 2011 | 1 930 | 1 794 | 2 056 | 2 579 | 8 359 |
| | 2010 | 1 936 | 1 966 | 2 106 | 2 414 | 8 422 |
| Professionella Produkter | 2011 | 1 378 | 1 491 | 1 426 | 1 587 | 5 882 |
| | 2010 | 1 501 | 1 730 | 1 501 | 1 657 | 6 389 |

Rörelseresultat per affärsområde¹⁾

| Mkr | | Kv1 | Kv2 | Kv3 | Kv4 | Helåret |
|--|--------------------|-------------|-------------|--------------|-------------|--------------|
| Vitvaror Europa, Mellanöstern och Afrika | 2011 | 311 | 156 | 444 | -202 | 709 |
| | Marginal, % | 4,1 | 2,0 | 5,0 | -2,1 | 2,1 |
| | 2010 | 499 | 453 | 898 | 447 | 2 297 |
| | Marginal, % | 5,6 | 5,3 | 9,6 | 4,6 | 6,3 |
| Vitvaror Nordamerika | 2011 | -71 | 138 | 107 | 76 | 250 |
| | Marginal, % | -1,1 | 1,8 | 1,5 | 1,2 | 0,9 |
| | 2010 | 299 | 439 | 413 | 291 | 1 442 |
| | Marginal, % | 4,1 | 4,7 | 5,4 | 4,3 | 4,7 |
| Vitvaror Latinamerika | 2011 | 139 | 114 | 222 | 345 | 820 |
| | Marginal, % | 3,5 | 3,1 | 5,4 | 5,7 | 4,6 |
| | 2010 | 206 | 209 | 199 | 337 | 951 |
| | Marginal, % | 5,4 | 5,7 | 5,2 | 6,8 | 5,8 |
| Vitvaror Asien/Stillahavsområdet | 2011 | 174 | 177 | 172 | 213 | 736 |
| | Marginal, % | 10,0 | 9,1 | 8,7 | 9,8 | 9,4 |
| | 2010 | 145 | 207 | 241 | 200 | 793 |
| | Marginal, % | 8,7 | 10,2 | 12,6 | 9,7 | 10,3 |
| Dammsugare och småapparater | 2011 | 114 | 23 | 169 | 237 | 543 |
| | Marginal, % | 5,9 | 1,3 | 8,2 | 9,2 | 6,5 |
| | 2010 | 211 | 122 | 198 | 271 | 802 |
| | Marginal, % | 10,9 | 6,2 | 9,4 | 11,2 | 9,5 |
| Professionella Produkter | 2011 | 177 | 274 | 199 | 191 | 841 |
| | Marginal, % | 12,8 | 18,4 | 14,0 | 12,0 | 14,3 |
| | 2010 | 91 | 207 | 202 | 243 | 743 |
| | Marginal, % | 6,1 | 12,0 | 13,5 | 14,7 | 11,6 |
| Koncerngemensamma kostnader etc | 2011 | -148 | -137 | -215 | -244 | -744 |
| | 2010 | -125 | -160 | -174 | -75 | -534 |
| Totalt, exklusive jämförelsestörande poster | 2011 | 696 | 745 | 1 098 | 616 | 3 155 |
| | Marginal, % | 3,0 | 3,1 | 4,3 | 2,2 | 3,1 |
| | 2010 | 1 326 | 1 477 | 1 977 | 1 714 | 6 494 |
| | Marginal, % | 5,3 | 5,4 | 7,5 | 6,2 | 6,1 |
| Jämförelsestörande poster | 2011 | — | — | -34 | -104 | -138 |
| | 2010 | -95 | -207 | — | -762 | -1 064 |
| Totalt, inklusive jämförelsestörande poster | 2011 | 696 | 745 | 1 064 | 512 | 3 017 |
| | Marginal, % | 3,0 | 3,1 | 4,1 | 1,8 | 3,0 |
| | 2010 | 1 231 | 1 270 | 1 977 | 952 | 5 430 |
| | Marginal, % | 4,9 | 4,7 | 7,5 | 3,5 | 5,1 |

1) Beloppen för 2010 har omräknats i enlighet med den nya rapporteringsstrukturen.

Bolagsstyrningsrapport 2011

Electrolux strävar efter att tillämpa strikta normer och effektiva processer för att säkerställa att all verksamhet skapar långsiktigt värde för aktieägarna och övriga intressenter. Detta omfattar upprätthållande av en effektiv organisationsstruktur, system för internkontroll och riskhantering samt transparent intern och extern rapportering.

Electrolux-koncernen består av cirka 160 bolag, som bedriver verksamhet i över 150 länder. Moderbolag i koncernen är det svenska publika aktiebolaget AB Electrolux, vars aktier är noterade på Nasdaq OMX Stockholm.

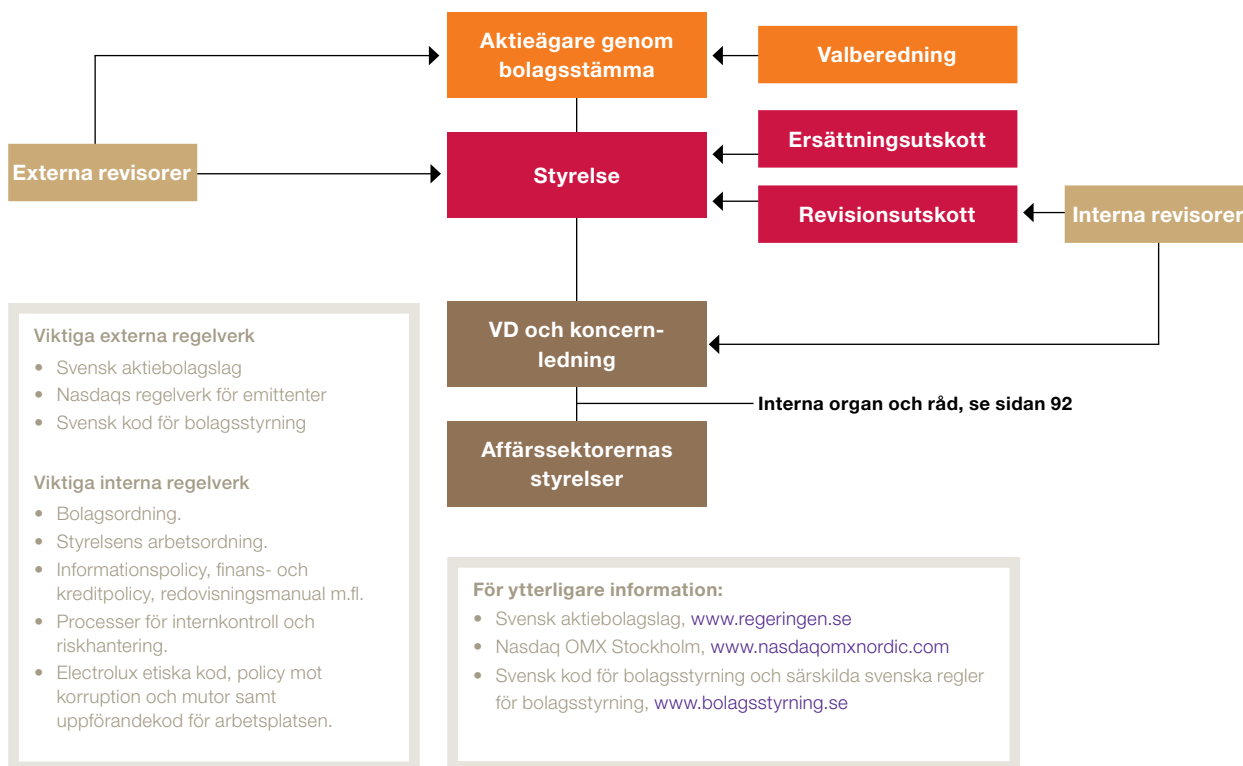
Till grund för styrningen av Electrolux ligger den svenska aktiebolslagen, Nasdaqs regelverk för emittenter och Svensk kod för bolagsstyrning (koden) liksom andra tillämpliga svenska och utländska lagar och regler.

Denna bolagsstyrningsrapport har upprättats som en del av Electrolux tillämpning av koden. Electrolux redovisar inga avvikelser från koden för 2011.

Viktiga händelser 2011

- Keith McLoughlin är ny verkställande direktör och koncernchef från och med den 1 januari 2011.
- Keith McLoughlin och Ulrika Saxon valda till nya styrelseledamöter vid årsstämman 2011.
- Oförändrade arvoden till styrelseledamöterna.
- Prestationsbaserat, långsiktigt incitamentsprogram 2011 för ledande befattningshavare.
- Sex nya utnämningar i koncernledningen.
- Tre nya roller i koncernledningen för närmare samordning av marknadsföring, teknikutveckling och design.
- Fokus på etiskt träningsprogram och s.k. whistleblowingsystem.

Styrningsstruktur



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.

Aktier och aktieägare

Electrolux-aktien är noterad på Nasdaq OMX Stockholm. Enligt bolagets aktiebok, som förs av Euroclear Sweden AB, hade Electrolux vid årsslutet 2011 cirka 58 840 aktieägare. Av det totala aktiekapitalet ägdes 66 procent av svenska institutioner och fonder, 24 procent av utländska investerare och 10 procent av svenska privata investerare, se nedan. Investor AB är största ägare med 15,5 procent av aktiekapitalet och 29,9 procent av rösterna. De tio största aktieägarna representerade 41,4 procent av aktiekapitalet och 52,0 procent av rösterna i bolaget.

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. Såväl A-aktier som B-aktier berättigar ägarna till lika stor andel av tillgångar och vinst och berättigar till lika stor utdelning. Ägarna av A-aktier kan begära konvertering av sina A-aktier till B-aktier. Omvandlingen minskar det totala antalet röster i bolaget. Per den 31 december 2011 uppgick det totala antalet aktier till 308 920 308, varav 8 212 725 utgjorde A-aktier och 300 707 583 B-aktier. Det totala antalet röster uppgick till 38 283 483. B-aktierna representerade 78,6 procent av rösterna och 97,3 procent av aktiekapitalet.

Utdelningspolicy

Electrolux mål är att utdelningen ska motsvara minst 30 procent av årets resultat, exklusive jämförelsestörande poster. Under ett antal år har utdelningsnivån varit betydligt högre än 30 procent.

Årsstämman i mars 2011 beslutade anta styrelsens förslag om en utdelning på 6,50 kronor per aktie för 2010. Styrelsen föreslår en utdelning för 2011 på 6,50 kronor per aktie, uppgående till en total utdelning på 1 850 Mkr.

Aktieägare genom bolagsstämma

Aktieägares rätt att fatta beslut om Electrolux angelägenheter utövas vid bolagsstämma. Electrolux årsstämma hålls i Stockholmsområdet under det första halvåret.

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, antingen 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 2011

Vid årsstämman den 31 mars 2011 i Berwaldhallen i Stockholm var 720 aktieägare närvarande, representerande 49,9 procent av aktiekapitalet och 60,4 procent av rösterna. Verkställande direktörens anförande direktsändes på koncernens hemsida och finns liksom protokoll tillgängliga på www.electrolux.com/bolagsstyrning. Stämman hölls på svenska och simultantolkades till engelska. Verkställande direktörens anförande simultantolkades till svenska.

Ägarstruktur



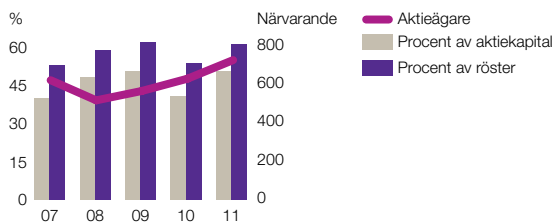
Källa: SIS Ägarservice per den 31 december 2011

Utvecklingen av ägarstrukturen visar inga större förändringar jämfört med året innan.

Utländska investerare anges inte alltid i aktieboken. Utländska banker och andra förvaltare kan registreras för en eller flera kunders aktier och då framgår vanligen inte de faktiska innehavarna i aktieboken. För ytterligare information om ägarstruktur, se ovan.

Informationen om ägarstruktur uppdateras varje kvartal på koncernens hemsida, www.electrolux.com/bolagsstyrning.

Närvaro vid årsstämmor 2007–2011



Vid årsstämman 2011 var 720 aktieägare närvarande, representerande 49,9 procent av aktiekapitalet och 60,4 procent av rösterna.

Samtliga styrelseledamöter och koncernens huvudansvarige revisor närvarade vid stämman.

Beslut vid årsstämman 2011

- Utdelning med 6,50 kronor per aktie för räkenskapsåret 2010.
- Val av de två nya styrelseledamöterna Keith McLoughlin och Ulrika Saxon samt omval av styrelseledamöterna Marcus Wallenberg, Peggy Bruzelius, Lorna Davis, Hasse Johansson, John S. Lupo, Torben Ballegaard Sørensen och Barbara Milian Thoralfsson.
- Omval av Marcus Wallenberg till styrelseordförande.
- Oförändrade arvoden till styrelsen.
- Godkännande av riktlinjer för ersättning till Electrolux koncernledning.
- Prestationsbaserat, långsiktigt incitamentsprogram för 2011 omfattande upp till 170 ledande befattningshavare och nyckelpersoner.
- Bemyndigande om förvärv av egna aktier för finansiering av eventuella företagsförvärv och som säkringsåtgärd för bolagets aktierelaterade incitamentsprogram.
- Antagande av en instruktion för valberedningen som gäller tills vidare.

Årsstämma 2012

Electrolux nästa årsstämma hålls tisdagen den 27 mars 2012 på Stockholm Waterfront Congress Centre i Stockholm.

För ytterligare information om nästa årsstämma, se sidan 104.

Valberedning

Valberedning

Årsstämman beslutar om processen för val av styrelse och, i förekommande fall, revisorer. Årsstämman 2011 antog en instruktion för valberedningen som gäller tills vidare. Instruktionen inbegriper ett tillvägagångssätt för utnämning av en valberedning som består av sex ledamöter. 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 företrädare ska offentliggöras så snart de utsetts. Om aktieägarstrukturen förändras under nomineringsprocessen kan valberedningens sammansättning ändras för att återspegla detta.

Bolagets revisionsutskott biträder valberedningen i arbetet med att föreslå val av revisorer och med förslag till revisorsarvoden. Revisionsutskottet utvärderar revisorerens 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 2011

Valberedningen inför årsstämman 2011 bestod av sex ledamöter. Petra Hedengran från Investor AB ledde valberedningens arbete.

Valberedningen föreslog Keith McLoughlin och Ulrika Saxon till nya styrelseledamöter i Electrolux. En rapport om valberedningens arbete lämnades vid årsstämman 2011. Ytterligare information om valberedningen och dess arbete finns på koncernens hemsida, www.electrolux.com/bolagsstyrning.

Valberedning inför årsstämman 2012

Valberedningens sammansättning inför årsstämman 2012 baseras på ägarförhållandena per den 31 augusti 2011. Valberedningen presenterades i ett pressmeddelande den 23 september 2011.

I valberedningen ingår:

- Petra Hedengran, Investor AB, ordförande
- Kaj Thorén, Alecta
- Marianne Nilsson, Swedbank Robur fonder
- Ingrid Bonde, AMF
- Marcus Wallenberg, Electrolux styrelseordförande
- Peggy Bruzelius, Electrolux vice ordförande

Per den 1 februari 2012 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.

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.

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.
- Process för utnämning av valberedningen, vid behov.
- Revisorer och revisorsarvoden då beslut ska fattas om detta vid följande årsstämma.

Styrelse

Styrelse

Styrelsen har det övergripande ansvaret för Electrolux organisation och förvaltning.

Styrelsens sammansättning

Från årsstämman 2011 består Electrolux styrelse av nio ledamöter utan suppleanter, vilka väljs av årsstämman, och tre ledamöter med suppleanter, vilka enligt svensk lag är utsedda av arbetsstadsorganisationerna.

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. Fem av de nio ledamöterna är utländska medborgare.

För ytterligare information om styrelseledamöterna, se sidan 88–89. Informationen uppdateras regelbundet på koncernens hemsida www.electrolux.com/styrelse.

Oberoende

Styrelsen har bedömts uppfylla tillämpliga krav på oberoende. Bedömningen av varje styrelseledamöts oberoende presenteras i tabellen på sidan 88–89. Marcus Wallenberg har bedömts som oberoende gentemot bolaget och bolagsledningen, men inte gentemot större aktieägare i Electrolux. Keith McLoughlin har bedömts som oberoende gentemot större ägare i Electrolux, men inte gentemot bolaget och bolagsledningen i egenskap av verkställande direktör och koncernchef. Keith McLoughlin saknar väsentliga aktieinnehav och delägarskap i företag som har betydande affärsförbindelser med Electrolux. Keith McLoughlin är den enda medlemmen i företagsledningen som ingår 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.

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 för styrelsen 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 kreditlimit, 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 2011

Styrelsen höll under året åtta ordinarie sammanträden och två extra sammanträden. Samtliga förutom ett hölls i Stockholm. Varje styrelsemedlems deltagande i dessa möten visas i tabellen på sidorna 88–89.

Alla 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.

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.

Ersättning till styrelsen 2009–2011:

| Kronor | 2009 | 2010 | 2011 |
|-----------------------------------|-----------|-----------|-----------|
| Styrelsens ordförande | 1 600 000 | 1 600 000 | 1 600 000 |
| Styrelsens vice ordförande | 550 000 | 550 000 | 550 000 |
| Ledamot | 475 000 | 475 000 | 475 000 |
| Ordförande i revisionsutskottet | 200 000 | 200 000 | 200 000 |
| Medlem i revisionsutskottet | 85 000 | 85 000 | 85 000 |
| Ordförande i ersättningsutskottet | 120 000 | 120 000 | 120 000 |
| Medlem i ersättningsutskottet | 55 000 | 55 000 | 55 000 |

Vid varje ordinarie styrelsemöte redogör verkställande direktören för koncernens resultat och finansiella ställning samt utsikter för kommande kvartal. Dessutom behandlas investeringar, etableringar av nya verksamheter samt förvärv och avyttringar. Inför investeringar över 100 Mkr tas beslut 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. I tabellen nedan finns en översikt av styrelsens arbete under året.

Viktiga styrelseärenden 2011

- Förvärv av Olympic Group i Egypten och CTI i Chile.
- Åtgärder för att förbättra och förfina den rörelsedrivande verksamheten genom anpassning av tillverkningskapacitet, minskning av administrationskostnader och ökade ansträngningar att utnyttja koncernens globala styrka och bredd.
- Nya utnämningar i koncernledningen.
- Upptagande av nya lån i koncernen.
- Utdelningsförslag för räkenskapsåret 2010.

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 styrelsens revisionsutskott, de mest väsentliga redovisningsprinciper som tillämpas i koncernen avseende den finansiella rapporteringen liksom väsentliga förändringar av principerna i rapporteringen. 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, huvudriktning 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

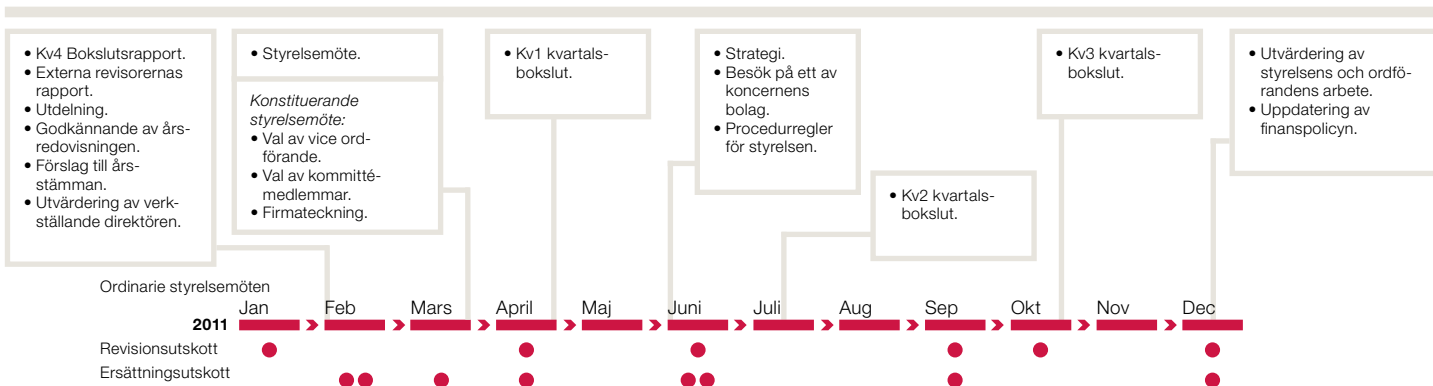
Ersättning till styrelsen bestäms av årsstämman och utgår till de styrelseledamöter som inte är anställda av Electrolux. Arvodet till respektive ledamot, enligt beslut fattat av årsstämman 2011, förblev oförändrat, se sidan 85.

Valberedningen har rekommenderat att styrelseledamöter valda av årsstämman förvärvar och behåller aktier i Electrolux så länge de kvarstår i styrelsen. En styrelseledamots aktieinnehav bör efter fem år motsvara ett årsarvode före skatt.

Styrelseledamöter som inte är anställda av Electrolux är inte inbjudna till 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, se Not 27.

Översikt över olika punkter på styrelsens dagordning och utskottsmöten 2011



Ersättningsutskott Revisionsutskott

Styrelsens 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. De ärenden som behandlats vid utskottsmöten ska protokollföras och rapporteras till styrelsen. Utskottens ledamöter och deras ordföranden utses vid konstituerande styrelsemöte direkt efter valet.

Styrelsen har också etablerat ordningen att ärenden kan hänskjutas till tillfälliga utskott som behandlar specifika frågor.

Ersättningsutskott

En av ersättningsutskottets huvuduppgifter är att föreslå riktlinjer för ersättning till medlemmar i koncernledningen. Ersättningsutskottet föreslår också ändringar i ersättningen till verkställande direktören för beslut i styrelsen, samt granskar och beslutar om ändringar i ersättningen till övriga medlemmar i koncernledningen på förslag av verkställande direktören.

Utskottet består av tre styrelseledamöter: Barbara Milian Thoralfsson (ordförande), Lorna Davis och Marcus Wallenberg. Minst två möten hålls varje år och ytterligare möten kan hållas vid behov.

Under 2011 höll ersättningsutskottet åtta möten. Respektive styrelseledamots deltagande visas i tabellen på sidorna 88–89. Viktiga frågor som togs upp var granskning av ersättning till verkställande direktör och koncernchef, granskning och beslut om förändring av ersättning till medlemmar i koncernledningen, granskning av föreslagen 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 Electrolux ersättningsriktlinjer.

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 säkerställa kvaliteten i den externa rapporteringen.

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), Hasse Johansson 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 2011 höll revisionsutskottet sex möten. Respektive styrelseledamots deltagande visas i tabellen på sidorna 88–89. Företrädare för Electrolux har även 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 sex möten.

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.

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.

CV

Styrelse och revisorer



Marcus Wallenberg

Ordförande

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

Peggy Bruzelius

Vice ordförande

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

Lorna Davis

Född 1959. Bachelor of Social Science and Psychology. Invald 2010. Medlem i Electrolux ersättningsutskott. Global chef för segmentet Småkakor inom Kraft Foods sedan 2011.

Hasse Johansson

Född 1949. Civ. ing. Invald 2008. Medlem i Electrolux revisionsutskott.

John S. Lupo

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

Styrelseuppdrag

Styrelseordförande i LKAB, SEB (Skandinaviska Enskilda Banken AB) och Saab AB. Styrelseledamot i AstraZeneca Plc, Stora Enso Oyj, Knut och Alice Wallenbergs Stiftelse och Temasek Holdings Limited.

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

Styrelseordförande i Kraft Foods China.

Styrelseordförande för Dynamate Industrial Services AB, Lindholmen Science Park AB, Alelion Batteries AB och VIN-NOVA. Styrelseledamot i Fouriertransform AB, Skyllbergs Bruk AB och Calix Group AB.

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

Tidigare befattningar

Verkställande direktör och koncernchef i Investor AB 1999–2005. Vice verkställande direktör i Investor AB 1993–1999.

Vice verkställande direktör i SEB (Skandinaviska Enskilda Banken AB) 1997–1998. Verkställande direktör och koncernchef i ABB Financial Services AB 1991–1997.

Verkställande direktör i Kraft Foods China 2007–2011. Ledande befattningar inom livsmedelsindustrin, främst inom Danone i Kina och Storbritannien.

Vice verkställande direktör och chef för FoU i Scania CV AB 2001–2009. Grundare av Mecel AB (del av Delphi Corporation). Chefsbefattningar inom Delphi Corporation 1990–2001.

Partner i Renaissance Partners Consultants 2000–2008. Executive Vice-President i Bassett Furniture 1998–2000. Chief Operating Officer i Wal-Mart International 1996–1998. Senior Vice-President Merchandising i Wal-Mart Stores Inc. 1990–1996.

| | | | | | |
|---|---|--|--|--|---|
| Total ersättning 2011, kr | 1 655 000 | 750 000 | 530 000 | 560 000 | 475 000 |
| Närvaro vid styrelsemöten | 10/10 | 10/10 | 10/10 | 9/10 | 10/10 |
| Närvaro vid ersättningsutskottsmöten | 8/8 ● | | 4/8 ¹⁾ ● | | |
| Närvaro vid revisionsutskottsmöten | | 6/6 ● | | 4/6 ²⁾ ● | |
| Aktieinnehav i AB Electrolux | 5 000 B-aktier. Via företaget: 50 000 B-aktier. Närståendes innehav: 1 000 B-aktier. 11 282 syntetiska aktier ⁴⁾ | 6 500 B-aktier 3 878 syntetiska aktier ⁴⁾ | 2 000 B-aktier 1 334 syntetiska aktier ⁴⁾ | 4 000 B-aktier 6 699 syntetiska aktier ⁴⁾ | 1 200 ADR ³⁾ 0 syntetiska aktier ⁴⁾ |
| Oberoende ⁵⁾ | Nej | Ja | Ja | Ja | Ja |

● Ordförande ● Ledamot

* Caroline Sundewall och Johan Molin avböjde omval till styrelsen och Keith McLoughlin och Ulrika Saxon valdes till nya styrelseledamöter vid årsstämman i mars 2011.

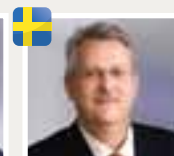
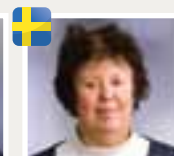
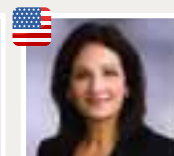
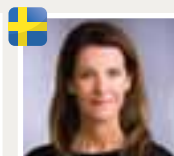
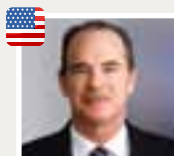
1) Lorna Davis utsågs till ledamot i ersättningsutskottet vid konstituerande styrelsemöte direkt efter årsstämman i mars 2011.

2) Hasse Johansson utsågs till ledamot i revisionsutskottet vid konstituerande styrelsemöte direkt efter årsstämman i mars 2011.

3) Amerikanska depåbevis, American Depositary Receipt.

4) Årsstämmorna 2008, 2009 och 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 för motsvarande börsvärdet vid utbetalningstillfället av en B-aktie i Electrolux. För mer information om syntetiska aktier, se Not 27.

5) För ytterligare information om oberoende, se sidan 85.

**Keith McLoughlin ***

Född 1956. B.S. Eng. Invald 2011. Verkställande direktör och koncernchef i AB Electrolux sedan 1 januari 2011.

Ulrika Saxon *

Född 1966. Ekonomistudier vid Handelshögskolan i Stockholm. Invald 2011. Verkställande direktör i Bonnier Tidskrifter AB sedan 2005 och medlem i Bonnier AB:s koncernledning.

Torben Ballegaard Sørensen

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

Barbara Milian Thoralfsson

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

Ola Bertilsson

Född 1955. LO-representant. Invald 2006.

Gunilla Brandt

Född 1953. PTK-representant. Invald 2006.

Ulf Carlsson

Född 1958. LO-representant. Invald 2001

Styrelseledamot i Briggs & Stratton Corporation.

Styrelseordförande i Svensk Filmindustri, SF Bio, Bonnier Publications i Danmark, Bonnier International Magazines, Mediafy och Mag+. Styrelseledamot i ett flertal företag inom Bonnierkoncernen, bland annat Dagens Nyheter och Bonnier Corporation i USA.

Styrelseledamot i Egmont Fonden, LEGO A/S, Pandora Holding A/S, Systematic Software Engineering A/S, Tajco A/S, AS3-Companies A/S, Monberg-Thorsen A/S i Danmark och VTI Technology OY i Finland.

Styrelseledamot i SCA AB, Telenor ASA, Orkla ASA, Fleming Invest AS och närstående bolag.

Ledande befattningar inom Electrolux: Chef för Vitvaror Nordamerika och vice verkställande direktör i AB Electrolux 2003; Chef även för Vitvaror Latinamerika 2004–2007; Chief Operations Officer Vitvaror 2009. Chefsbefattningar inom DuPont i USA 1981–2003.

Ledande befattningar i ett flertal företag inom Bonnierkoncernen sedan 1998 samt i Matsgård Media 1991–1998.

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.

Verkställande direktör och koncernchef i TeliaSonera Norge 2001–2005. Verkställande direktör och koncernchef i Midelfart & Co 1995–2001. Chefsbefattningar inom marknadsföring och försäljning 1988–1995.

—

475 000

560 000

595 000

—

—

—

8/10*

8/10*

10/10

9/10

10/10

9/10

10/10

8/8 ●

5/6 ●

63 913 B-aktier
0 syntetiska aktier ⁴⁾1 000 B-aktier
0 syntetiska aktier ⁴⁾800 B-aktier
2 682 syntetiska aktier ⁴⁾Via företag:
10 000 B-aktier
0 syntetiska aktier ⁴⁾

0 aktier

0 aktier

0 aktier

Nej

Ja

Ja

Ja

Arbetsgagarledamöter, 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: 14 410 B-aktier.

Revisorer

Vid årsstämman 2010 omvaldes PricewaterhouseCoopers AB (PwC) till bolagets revisorer för en fyraårsperiod fram till årsstämman 2014. För mer information om revisorer, se sidan 90.

Innehav i AB Electrolux per den 31 december 2011. Informationen uppdateras regelbundet på www.electrolux.com/styrelse.

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 förvaltningen av AB Electrolux. Revisorerna genomför även en översiktlig granskning av rapporten för det tredje kvartalet.

Revisionen sker i enlighet med aktiebolagslagen, International Standards on Auditing (ISA) och god revisionssed i Sverige.

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 International Federation of Accountants (IFAC) med avgivande av revisionsberättelse för de legala enheterna.

För ytterligare information om bolagets revisorer, se nedan. För information om arvoden till revisorer samt utförda uppdrag i koncernen, se nedan och Not 28.

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 96. För ytterligare information om riskhantering, se Not 1, Not 2 och Not 18.

Revisorer

Anders Lundin

PricewaterhouseCoopers AB

Född 1956. Auktoriserad revisor. Huvudansvarig. Andra revisionsuppdrag: AarhusKarlshamn AB, AB Industrivärden, 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.

Innehav i AB Electrolux per den 31 december 2011. Informationen uppdateras regelbundet på www.electrolux.com/styrelse.

Arvode till revisorer

| Mkr | 2009 | 2010 | 2011 |
|--|-----------|-----------|-----------|
| PwC | | | |
| Revisionsarvoden | 51 | 46 | 44 |
| Arvoden för revisionsnära konsulttjänster | 3 | 1 | 4 |
| Arvoden för skattekonsultationer | 3 | 6 | 5 |
| Alla övriga arvoden | 5 | 22 | 6 |
| Totala arvoden till PwC | 62 | 75 | 59 |
| Revisionsarvoden till övriga revisionsfirmor | 1 | 1 | – |
| Totala arvoden till revisorer | 63 | 76 | 59 |

För information om arvoden till revisorer samt utförda uppdrag i koncernen, se Not 28.

Styrning av Electrolux

Styrning av Electrolux

Electrolux – ett globalt ledande företag med fokus på kunden

Electrolux är en av världens ledande tillverkare av hushållsmaskiner samt motsvarande utrustning för professionell användning. Konsumenterna köper 40 miljoner Electrolux-produkter i 150 länder varje år. Företaget fokuserar på att, baserat på bred och djup konsumentinsikt, ta fram innovativa produkter designade med omtanke om användaren och som möter konsumentens och professionella användares behov. I Electrolux-produktsortimentet ingår kylskåp, diskmaskiner, tvättmaskiner, spisar, luftkonditionering och småapparater såsom dammsugare under välkända varumärken som Electrolux, AEG, Eureka och Frigidaire.

Electrolux vision och strategi

Electrolux vision är att vara "världsledande i att göra livet lättare och mer bekvämt med hjälp av eldrivna hushållsprodukter".

Starka varumärken och snabba lanseringar av nya, innovativa produkter är viktiga delar i Electrolux strategi. Med starka varumärken kan försäljningen öka på befintliga marknader och samtidigt ge tillträde till nya marknader. Att utveckla produkter baserade på konsumentinsikt, av hög kvalitet och med god design och service som stöds av effektiva verksamheter är avgörande för att uppnå en marknadsledande ställning. Electrolux ambition är att bli det bästa vitvaruföretaget i världen enligt kunder, aktieägare och anställda.

Målsättningen för Electrolux är att växa med uthållig lönsamhet, se finansiella mål nedan.

Respekt och mångfald

Electrolux företagskultur präglas av andan från grundaren Axel Wenner-Grens tid. Hans framgångar byggde på närheten till kunderna och förmågan att hitta nya affärsmöjligheter. Electrolux företagskultur är tillsammans med starka värderingar kärnan i koncernens verksamhet. Medarbetarnas passion för innovation, deras konsumentinsikt och drivkraft att uppnå resultat är utmärkande för verksamheten, se Electrolux kärnvärden nedan.

Hållbarhet

Electrolux har ett hållbarhetstänkande i alla de mer än 150 länder som företaget verkar. Att förstå och vara engagerad i utmaningar som klimatförändringar, att skapa etiska och säkra arbetsplatser samt att vara en ansvarsfull part vid inköp och omstruktureringar är avgörande i strategiarbetet. Värden som respekt, mångfald, integritet, etik, säkerhet och hållbarhet är grundläggande för alla anställda när de är i kontakt med kunder och kollegor världen över. Centrala policier i dessa 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).

I Dow Jones Sustainability World Index (DJSI World) för 2011 utnämndes Electrolux till ledande i sektorn Durable Household Products. Dow Jones hållbarhetsindex utvärderar den prestanda som världsledande företag uppvisar i hållbarhet – i alla branscher på global och regional nivå. Utvärderingen baseras på kriterier som bolagsstyrning, riskhantering, varumärken, minskning av klimatpåverkan, hantering av inköp och arbetsförhållanden.

Under 2011 startades ett etikträningsprogram och ett så kallat whistleblowingsystem infördes – Electrolux Ethics Helpline. Etikträningsprogrammet och införandet av whistleblowingsystemet i hela koncernen kommer att fortgå under 2012.

Riskbedömning

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.

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 till aktieägarna bygger på tre grundstenar: Innovativa produkter, starka varumärken och kostnadseffektiva verksamheter. För att lyckas krävs ett effektivt och kontrollerat risktagande.

Finansiella mål över en konjunkturcykel

Electrolux finansiella mål syftar till att 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.
- Kapitalomsättningshastighet på minst 4 gånger.
- Avkastning på nettotillgångar på minst 25 procent.
- Tillväxt på minst 4 procent i genomsnitt per år.

Nyckeltalen är exklusive jämförelsestörande poster.

Electrolux kärnvärden



Passion för innovation Nyskapande är nyckeln till framgång. Vi söker hela tiden efter nya möjligheter och nya vägar framåt. Vi är alltid öppna för bättre sätt att göra det som ska göras. Vi är inte rädda att ta risker. Med innovation menar vi allt nytt som är värdefullt för kunden.



Kunden i fokus Vi är till för dem som köper och använder våra produkter. De är inte beroende av oss – det är vi som är beroende av dem. De gör oss en tjänst genom att köpa av oss. Därför styr deras behov, önskaningar och synpunkter allt vi gör.



Strävan efter resultat Allt vi gör ska ha en påtaglig, mätbar nytta. Att arbeta hårt är väsentligt – men det gäller också att göra rätt saker. Vi koncentrerar oss på väsentligheterna och söker alltid raka, enkla, informella och resurssnåla arbetssätt. För oss är värde viktigare än volym.

Utvecklingen inom koncernen påverkas starkt av ett antal omvärldsfaktorer, där de väsentligaste riskfaktorerna att hantera för närvarande är: Variationer i efterfrågan, priskonkurrens, kund- och leverantörsexponering, prisförändringar på råmaterial och komponenter samt anpassning av produktionskapaciteten. Utöver dessa risker är koncernen utsatt för risker relaterade till finansverksamheten som exempelvis ränterisker, finansieringsrisker, valutarisker och kreditrisker.

Koncernen har etablerat interna organ och råd för att hantera dessa riskexponeringar, se nedan.

Funktionen för internrevision, Management Assurance & Special Assignments, har 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, se sidan 96.

Ledning och företagsstruktur

Electrolux strävar efter att tillämpa strikta normer och effektiva processer för att all verksamhet ska skapa långsiktigt värde för aktieägarna och övriga intressenter. Detta innebär att upprätthålla en effektiv organisationsstruktur, system för internkontroll och riskhantering samt transparent intern och extern rapportering.

Koncernen har en decentraliserad företagsstruktur där den övergripande ledningen för den operativa verksamheten till stor del utövas av sektorstyrelser.

Electrolux verksamhet är organiserad i sex affärsområden. Inom Vitvaror är sektorerna geografiskt avgränsade, medan sektorerna Professionella Produkter respektive Dammsugare och små apparater är globala. Sju koncernstaber stöttar samtliga sektorer: Ekonomi och finans, Juridik, Personal och organisationsutveckling, Marknadsföring och varumärken, Teknikutveckling, Design samt Kommunikation.

Det finns ett antal interna organ som är forum för förberedelse och beslut inom sina respektive områden. Respektive organ har representanter från berörda funktioner och i de flesta organ ingår verkställande direktören, se nedanstående schema.

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. Sedan oktober 2011 inkluderar Global Major Appliances Leader-

ship Team de fyra sektorcheferna för vitvaror, de ansvariga för tillverkning, teknikutveckling och inköp, ekonomi- och finansdirektören, marknadsdirektören, chefsdesignern samt den ansvariga för Product Boards.

VD och koncernledning

VD och koncernledning

Koncernledningen består av verkställande direktören, de sex sektorcheferna, samt sex stabschefer. Verkställande direktören utses av och får instruktioner från styrelsen. Verkställande direktören utser i sin tur övriga medlemmar i 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.

Koncernledningsmöten hålls varje månad för genomgång av föregående månads resultat, uppdatering av prognoser och planer samt för diskussion kring strategifrågor.

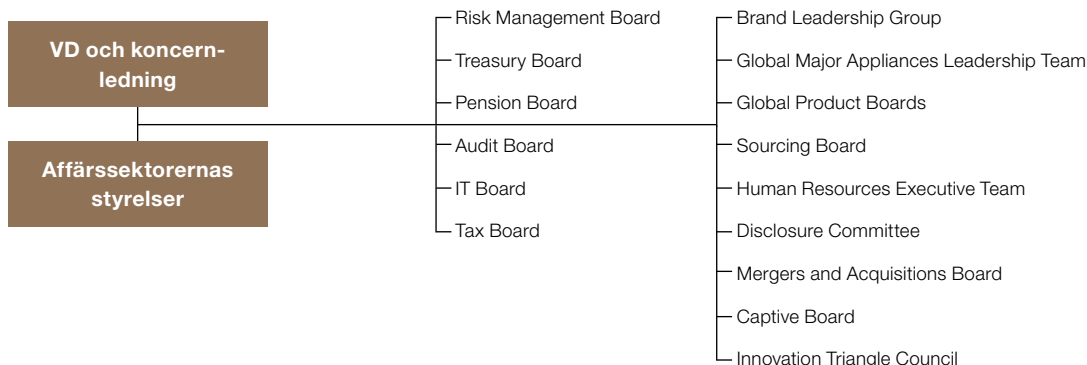
En diversifierad ledningsgrupp

I Electrolux koncernledning finns sex nationaliteter representerade. De flesta i ledningsgruppen har arbetat och bott i två eller fler världsdelar och har arbetslivserfarenhet från internationella konsumentföretag i industrier såsom telekom, fordon et cetera.

Under året tillsattes tre nya roller i koncernledningen; en marknadsdirektör, en teknik- och utvecklingsdirektör och en chefsdesigner. Electrolux har nu den formella strukturen på plats som inom koncernen benämns innovationstriangeln. Den innebär att marknadsförings-, teknikutvecklings- och designfunktionerna ska nära samverka under hela produktutvecklingsprocessen med ett tydligt kund- och konsumentfokus.

För ytterligare information om medlemmarna i koncernledningen, se sidan 94–95. Informationen uppdateras regelbundet på www.electrolux.com/koncernledning.

Interna organ och råd



Viktiga ärenden som avhandlats av verkställande direktören och koncernledningen under 2011

- Global strategi för verksamheten.
- Nya utnämningar i ledningsgruppen.
- Organisationsförstärkning inom produktinnovation, marknadsföring och design.
- Åtgärder för att möta efterfrågeminskningen på mogna marknader såsom prisökningar och anpassning av tillverkningskapacitet och minskning av bemanningen.
- Ökade ansträngningar för att dra fördel av koncernens globala styrka och bredd.
- Förvärven av Olympic Group i Egypten och CTI i Chile.
- Kundvårdsprogram.
- Varumärkesstruktur och dess riktlinjer.
- Förbättringar i produktplaneringsprocessen.
- Införande av etiskt träningsprogram och whistleblowingsystem.
- Aktiviteter för att förbättra Electrolux miljöpåverkan.

Affärssektorernas styrelser

Affärssektorernas styrelser

Cheferna för affärssektorerna är medlemmar av koncernledningen och har ansvar för rörelseresultatet och nettotillgångarna för sina respektive sektorer.

Den övergripande ledningen för 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.

Ersättning till koncernledningen

Riktlinjer för ersättning till koncernledningen beslutas av årsstämman på grundval av förslag från styrelsen. Förändringar i ersättningen till verkställande direktören beslutas sedan av styrelsen baserat på rekommendation från ersättningsutskottet. Förändringar i ersättningarna till övriga medlemmar i koncernledningen beslutas av ersättningsutskottet, baserat på förslag från verkställande direktören, 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 enskildas prestationer och koncernens resultat.

Ersättningen kan bestå av:

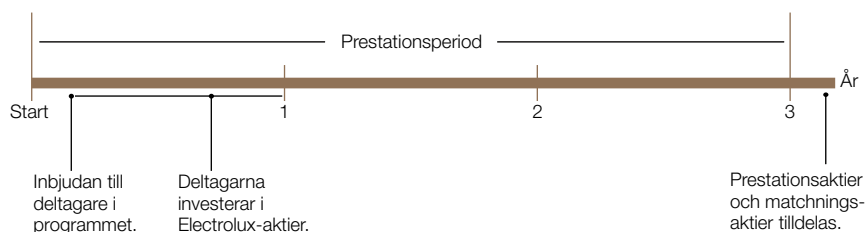
- Fast lön.
- Rörlig lön.
- Andra förmåner såsom pension och försäkringar.

Enligt principen "betalning efter prestation" ska den rörliga lönen utgöra en betydande del av den totala ersättningen till koncernledningen. Rörlig lön ska alltid mätas mot förutbestämda mål samt ha en maximinivå över vilken ingen ersättning utfaller. Målen ska huvudsakligen relatera till finansiella mål, såväl till kortsiktiga prestationsmål (upp till 1 år) som till långsiktiga prestationsmål (3 år eller längre).

Styrelsen kommer att på årlig basis utvärdera huruvida ett långsiktigt incitamentsprogram ska föreslås årsstämman eller inte. Årsstämman 2011 beslutade om ett långsiktigt aktieprogram för upp till 170 ledande befattningshavare och nyckelpersoner.

För ytterligare information om ersättningar och riktlinjer för ersättningar, långsiktiga incitamentsprogram och pensionsförmåner, se Not 27.

Tidslinje för det långsiktiga incitamentsprogrammet för ledande befattningshavare 2011



Electrolux vinst per aktie, exklusive jämförelsestörande poster, måste öka med minst 2% per år innan aktier utdelas.

Deltagare i programmet måste investera i Electrolux-aktier. I slutet av treårsperioden tilldelas en matchningsaktie för varje köpt aktie.

CV Koncernledning



Keith McLoughlin

Verkställande direktör och koncernchef Född 1956. B.S. Eng. I koncernledningen sedan 2003.



Henrik Bergström

Chef för Dammsugare och småapparater Född 1972. Civ. ekon. I koncernledningen sedan 2010.



Jan Brockmann

Teknik- och utvecklingsdirektör (CTO) Född 1966. M. Sc. in Mechanical Engineering, M.B.A. I koncernledningen sedan 2011.



Tomas Eliasson

Ekonomi- och finansdirektör fr.o.m. 13 februari 2012 (CFO) Född 1962. Civ. ekon. I koncernledningen sedan 2012.



Ruy Hirschheimer

Chef för Vitvaror Latinamerika Född 1948. M.B.A. Doktorsprogram i företagsekonomi. I koncernledningen sedan 2008.



MaryKay Kopf

Marknadsdirektör (CMO) Född 1965. B.S. Finance. M.B.A. I koncernledningen sedan 2011.

Tidigare befattningar

Ledande befattningar inom DuPont i USA 1981–2003. Chef för DuPont Nonnovens 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. Chef för Global Operations inom Vitvaror 2009. Verkställande direktör och koncernchef i AB Electrolux 2011.

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. Chef för Dammsugare och småapparater och vice verkställande direktör i AB Electrolux 2010.

Ledande befattningar inom Valeo Group 1994–1999. Projektchef i Roland Berger Strategy Consultants GmbH 2000–2001. Chefsbefattningar inom Volkswagen Group 2001–2010. Anställd i Electrolux som chef för FoU inom Vitvaror 2010. Teknik- och utvecklingsdirektör för koncernen 2011.

Ledande befattningar i ABB-koncernen 1987–2002. Ekonomidirektör i Seco Tools AB 2002–2006. Ekonomi- och finansdirektör i ASSA ABLOY AB 2006–2012.

Executive Vice-President i Alcoa Aluminum i 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. i 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.

Ledande befattningar inom DuPont i Nordamerika, Europa, Mellanöstern och Afrika och globalt 1991–2003. Anställd i Electrolux som marknadschef för Vitvaror Nordamerika 2003. Marknadsdirektör för koncernen 2011.

Styrelseuppdrag

Styrelseledamot i Briggs & Stratton Corporation.

Innehav i AB Electrolux

63 913 B-aktier

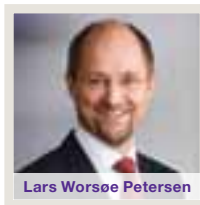
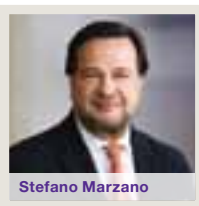
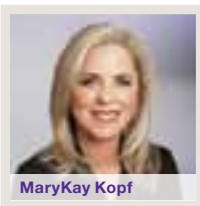
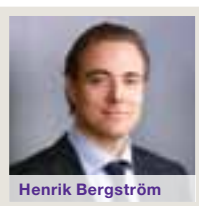
6 621 B-aktier

1 999 B-aktier

0 aktier

35 877 B-aktier

4 136 B-aktier



**Stefano Marzano**

Chefsdesigner fr.o.m. 10 januari 2012 (CDO) Född 1950. Doktors-examen i arkitektur. I koncernledningen sedan 2012.

**Gunilla Nordström**

Chef för Vitvaror Asien/Stillhavsområdet Född 1959. Civ. ing. I koncernledningen sedan 2007.

**Lars Worsøe Petersen**

Personaldirektör, HR Född 1958. M.Econ. I koncernledningen sedan 2011.

**Jonas Samuelson**

Chef för Vitvaror Europa, Mellanöstern och Afrika Född 1968. Civ. ekon. I koncernledningen sedan 2008.

**Jack Truong**

Chef för Vitvaror Nordamerika Född 1962. Ph.D. Chem. Eng. I koncernledningen sedan 2011.

**Cecilia Vieweg**

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

**Alberto Zanata**

Chef för Professionella Produkter Född 1960. Universitetsexamen i elektroteknik med företagsekonomi. I koncernledningen sedan 2009.

Senior designer, Philips-IRE Major Domestic Appliances Division 1973–1978. Design Group Leader, Philips Data Systems and Telecommunications Division 1978–1982. Director, Philips-Ire Design Centre (Major Domestic Appliances Division) 1982–1989. Vice-President and Head of Corporate Industrial Design, Whirlpool International (Whirlpool and Philips joint venture) 1989–1991. Executive Vice-President and Chief Design Officer, Philips 1991–2011. Anställd i Electrolux som chefsdesigner för koncernen 2012.

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/Stillhavsområdet och vice verkställande direktör i AB Electrolux 2007.

Anställd i Electrolux som personalchef för Electrolux i Danmark 1994. Personalchef för Electrolux Vitvaror Europa 1999–2000. Chef för Electrolux Holding A/S i Danmark 2000–2002. Personalchef för Electrolux Vitvaror Nordamerika 2002–2005. Chef för koncernstab Personal i Husqvarna AB 2005–2011. Återanställdes i AB Electrolux som chef för koncernens personal- och organisationsutveckling 2011.

Befattningar inom affärsutveckling och finans i General Motors i 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. Ekonomi- och finansdirektör i AB Electrolux 2008–2011 samt chef för Global Operations inom Vitvaror under 2011. Chef för Vitvaror Europa, Mellanöstern och Afrika och vice verkställande direktör i AB Electrolux 2011.

Befattningar inom FoU och företagsledning i 3M i USA 1989–1997. Business Director i 3M Home Care Business, Europe, Middle East and North Africa 1997–2001. Verkställande director för 3M Thailand Ltd. 2001–2003. Vice-President and General Manager för 3M Global Office Supplies Division 2003–2009. Vice-President och General Manager för 3M Global Construction and Home Improvement Division 2009–2011. Anställd i AB Electrolux som chef för Vitvaror Nordamerika och vice verkställande direktör i AB Electrolux 2011.

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

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.

Styrelseledamot i Atlas Copco AB.

Styrelseledamot i Polygon AB.

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

0 aktier (10 januari 2012)

6 166 B-aktier

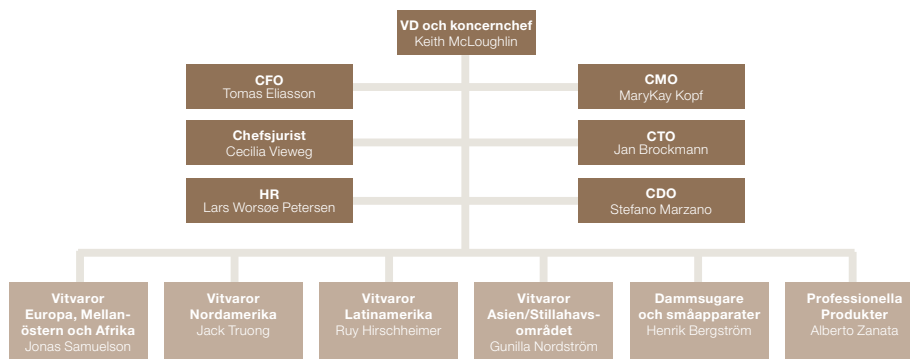
0 aktier

5 004 B-aktier

0 aktier

14 410 B-aktier

16 364 B-aktier

**Förändringar i koncernledningen**

Tomas Eliasson tillträdde som ekonomi- och finansdirektör i Electrolux i februari 2012. Hans företrädare Jonas Samuelson har utnämnts till chef för Vitvaror Europa, Mellanöstern och Afrika. Han efterträdde Enderson Guimarães som har lämnat koncernen.

Stefano Marzano anställdes som chefsdesigner i Electrolux i januari 2012.

Lars Worsøe Petersen anställdes som personaldirektör i oktober 2011. Han efterträdde Carina Malmgren Heander som blivit chef för en ny affärsenhet inom konsumentprodukter med professionella lösningar.

Jack Truong anställdes i Electrolux i augusti 2011 som chef för Vitvaror Nordamerika. Han efterträdde Kevin Scott som har lämnat koncernen.

MaryKay Kopf tillträdde i februari 2011 som marknadsdirektör.

Jan Brockmann tillträdde i februari 2011 som teknik- och utvecklingsdirektör.

Innehav i AB Electrolux per den 31 december 2011. Informationen uppdateras regelbundet på www.electrolux.com/koncernledning.

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.

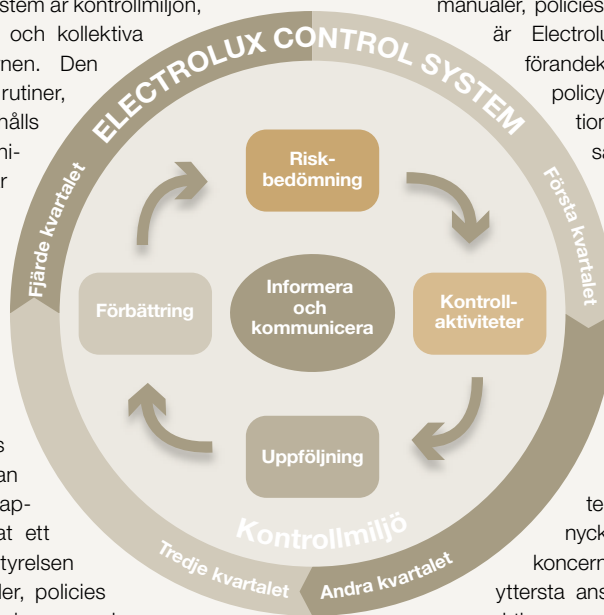


Målet med ECS är att kvalitetssäkra den interna och externa finansiella rapporteringen.

Kontrollmiljö

Grunden för Electrolux Control System är kontrollmiljön, som bestämmer de individuella och kollektiva förhållningssätten inom koncernen. Den definieras genom policier och rutiner, manualer och koder, och upprätthålls med hjälp av Electrolux organisationsstruktur med tydligt ansvar och befogenheter baserade på gemensamma värden.

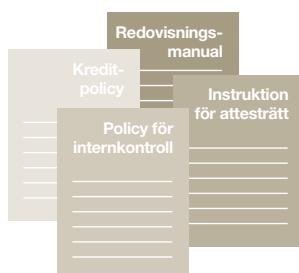
Electrolux styrelse har det övergripande ansvaret för att upprätta ett effektivt system för intern kontroll. Ansvaret för att upprätthålla en effektiv kontrollmiljö är delegerat till verkställande direktören. Koncernens bolagsstyrning beskrivs på sidan 82. Specifikt för den finansiella rapporteringen har styrelsen inrättat ett revisionsutskott som bistår styrelsen beträffande de relevanta manualer, policier samt väsentliga redovisningsprinciper som koncernen tillämpar.



Ansvar och befogenheter definieras i instruktioner för attesträtt, manualer, policier, 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. Koncernledningen har det yttersta ansvaret för intern kontroll inom sina respektive ansvarsområden. Koncernledningen beskrivs på sidorna 94–95.

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 |
|----------------------------|---|---|---|--|---|
| Vanligtvis vem | Senior person inom finansorganisationen inom sektorn 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 processkunskande, men som inte utför de dagliga aktiviteterna i processen, för att säkerställa oberoende. |
| Huvudsakligt ansvar | <ul style="list-style-type: none"> * Följa upp och rapportera effektivitet i kontroller. * Identifiera kunniga resurser för att säkerställa fortlevnad. | <ul style="list-style-type: none"> * Planera, koordinera och följa upp att dokumentation, tester och förbättringar av kontroller utförs i tid. * Stödja processägare, kontrollutförare och testare. | <ul style="list-style-type: none"> * Säkerställa att kontroller implementeras inom processen. * Verkställa förbättringsåtgärder när kontroller har testats och bedömts ineffektiva. | <ul style="list-style-type: none"> * Dokumentera kontrollbeskrivningar. * Utföra kontrollaktiviteter. * Dokumentera utförda kontroller. | <ul style="list-style-type: none"> * Utföra tester av kontrollaktiviteter. * Dokumentera och rapportera testresultat. |

Electrolux Control System Program Office, en avdelning inom internervisionsfunktionen, 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 kurs-tillfällen och av datorbaserad utbildning samt Internet-möten.

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 Program Office en global riskbedömning för att bestämma de enheter, datacenter och processer som ska ingå i ECS-aktiviteterna. Inom koncernen har ett antal 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.

Alla stora enheter arbetar med ECS. De större enheterna täcker cirka 75 procent av koncernens totala externa omsättning och externa tillgångar.

ECS har även införts 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. Omfattningen av ECS är även begränsad för dessa mindre enheter i och med att formell testning, i enlighet med vad som beskrivs nedan, inte är obligatorisk.

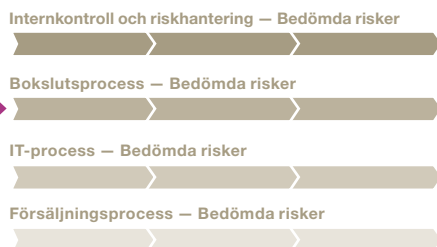
Kontrollaktiviteter

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. | Avstämning mellan huvudbok och kundreskontra utförs, dokumenteras och godkänns. | Manuell kontroll |
| IT-process | Risk för icke-godkända/felaktiga förändringar i IT-miljön. | Alla förändringar i IT-miljön sanktioneras, testas, verifieras och slutgodkänns. | Generell IT-kontroll |
| Försäljningsprocess | Risk för att inte erhålla betalning från kunder i tid. | Kundbetalningar övervakas och utestående betalningar följs upp. | Manuell kontroll |
| Försäljningsprocess | Risk för att ådra sig osäkra fordringar. | Applikationen blockerar säljorder/leveranser automatiskt när kreditgränsen överskrids. | 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 och 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. Uppfölj-

ning 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



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.

Extern rapportering



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.

Stockholm den 1 februari 2012
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 2011 [på sidorna 82–99] och för att den är upprättad i enlighet med årsredovisningslagen.

Vi har läst bolagsstyrningsrapporten och baserat på denna läsning och vår kunskap om bolaget och koncernen anser vi att vi har tillräcklig grund för våra uttalanden. Detta innebär att vår lagstadgade genomgång av bolagsstyrningsrapporten har en annan inriktning och en väsentligt mindre omfattning jämfört med den inriktning och omfattning som en revision enligt International Standards on Auditing och god revisionssed i Sverige har.

Vi anser att en bolagsstyrningsrapport har upprättats, och att dess lagstadgade information är förenlig med årsredovisningen och koncernredovisningen.

Stockholm den 24 februari 2012

PricewaterhouseCoopers AB

Anders Lundin
Auktoriserad revisor
Huvudansvarig

Björn Irlé
Auktoriserad revisor

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.

Prioriteringar och framsteg för hållbarhet

Electrolux har ett åtagande som innebär att växa hållbart genom att leverera långsiktiga värden till kunder, medarbetare, aktieägare och övriga världen. Varje år höjer koncernen prestationsnivån genom att ytterligare integrera hållbarhetsprioriteringarna i affärsverksamheten.

Electrolux strävar efter att bli det bästa vitvaruföretaget i världen. Såväl koncernens mål att bibehålla positionen som branschens hållbarhetsledare som den stödjande hållbarhetsstrategin är nyckelfaktorer för att åstadkomma detta.

Hållbarhetsstrategin

Electrolux hållbarhetsstrategi är inriktad på att tillvarata möjligheter för nya affärsmodeller, produkter, material och marknader och samtidigt insiktsfullt hantera etiska, sociala och miljömässiga risker. Strategin backas upp av ett antal mål för att få mer miljöeffektiva verksamheter och produkter samt absoluta mål för kemikaleanvändning, etik och uppförande, öppenhet och säkerhet.

Identifiera prioriteringar

Hållbarhetsprioriteringarna bestäms av den övergripande affärsstrategin – produkter, varumärken och effektiva verksamheter – samt av de hållbarhetsfrågor som har störst betydelse för företagets intressenter. Till dessa räknas de som påverkas mest av verksamheten och som är mest kritiska för företagets framgång.

Koncernen har utvecklat en materialitetsprocess för att identifiera prioriteringar och justera hållbarhetsstrategin och den årliga resultatredovisningen i frågor som är viktiga för dessa intressenter. Electrolux bevakar utfallen över produktens hela livscykel och följer upp de viktiga intressentgruppernas prioriteringar genom

dialoger, undersökningar, marknadsinformation och information i media. För att ligga steget före i utvecklingen, samråder företaget även med andra intressenter, inklusive myndigheter, industri, opinionsbildare och socialt ansvarstagande investerare, samt tar hänsyn till standarder för hållbarhetsstyrning och hållbarhetsredovisning såsom ISO respektive Global Reporting Initiative (GRI).

Materialitetsprocessen utvecklades ytterligare under året. Den omfattar nu intressentgruppernas prioriteringar och en analys av hållbarhetseffekterna på olika aspekter av affärsstrategin.

Definition av hållbart ledarskap:

Framstående affärsledarskap handlar om att möta dagens behov och vända morgondagens utmaningar till möjligheter. För Electrolux innebär det att växa hållbart med största integritet och bästa miljöprestanda. Det handlar om att förbättra människors liv genom att förstå nya behov och leverera smartare och mer effektiva lösningar till fler människor runt om i världen.

Erkännanden

- Electrolux är branschledare i det prestigefyllda Dow Jones Sustainability World Index för sina långsiktiga resultat inom ekonomi, miljö och socialt ansvar.
- Carbon Disclosure Project: Kvalitet och fullständighet i redovisningen var några av de skäl som gjorde att Electrolux rankades bland de tio bästa nordiska företagen i 2011-års ranking.
- Electrolux rankades som ett av världens mest etiska företag 2011. Denna ranking har 110 företag på sin lista i 38 branscher som överträffar sina branschkollegor.
- Electrolux är branschledare, branschförändrare och guldmedlem i SAM:s Sustainability Yearbook 2012.
- Electrolux vitvaror i Nordamerika har erhållit utmärkelsen US EPA 2011 ENERGY STAR Partner of the Year.



Produkter, tjänster och marknader

Kärnfrågor:

- Innovativa och energi- och vattneffektiva produkter
- Farliga material
- Produktutveckling för återvinning och användning av återvunnet material
- Öka marknaden för mer effektiva produkter
- Utveckla produkter för den växande medelklassen på tillväxtmarknader

Med över 70 procent av den totala miljöpåverkan från vitvaror under användning utgör förbättringar i produkternas effektivitet den mest relevanta frågan i ett livscykelperspektiv. Det är också där företaget kan göra störst skillnad i att minska konsumenternas miljöpåverkan.

Minskad miljöpåverkan

Under 2012 kommer mål att definieras för energi- och vattenförbrukning samt användning av kemikalier. Electrolux har under en lång period gjort framsteg i sina effektivitetsförbättringar. Till exempel förbrukar kylar/frysar av energiklass A++ 66 procent mindre energi än en genomsnittlig kyl/frys från 1995, en förbättring från 574kWh till 196kWh per år.

Ytterligare utmaningar återstår för att förbättra koncernens produktprogram. Dessa förbättringar ska höja ribban för produkt effektivitet samt successivt fasa ut farliga material.

Som en del av målen för 2015 kommer koncernen att öka investeringarna i avancerad teknologi med 20 procent. Prioriteringarna inom FoU är att utveckla produkter för energieffektivitet samt design för återvinning.

Lärdom har dragits av implementeringen av RoHS och REACH lagstiftning i Europa när listan för materialrestriktioner i koncernen har uppdaterats. Varje år reviderar Electrolux sin Restricted Materials List, något som medför strängare krav på leverantörerna.

Tillväxt på marknaden

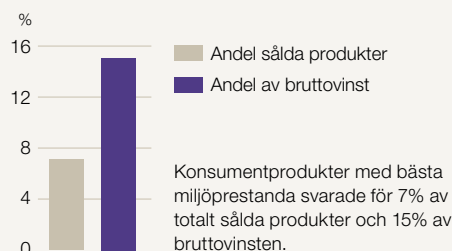
Effektiva produkter är avgörande för fortsatt framgång i verksamheten. Varje år fastställer Electrolux nya kriterier för produkter med bästa miljöprestanda i sitt utbud. Varje marknad har en Green Range av energi- och vattneffektiva produkter baserade på dessa kriterier.

Koncernens affärsenheter måste rapportera den årliga försäljningen av dessa produkter som andel av den totala försäljningen. Under 2011 svarade försäljningen av Green Range för 7 procent av försäljningsvolymen och 15 procent av bruttovinsten, vilket bekräftar att produkter med ledande miljöprestanda genererar en högre vinstmarginal.

Utmaningen att skapa en växande marknad för de mest effektiva produkterna fortsätter, och trots den ekonomiska nedgången är utvecklingen lovande. Energieffektivitet och andra miljöbudskap spelar en allt viktigare roll i marknadsföringen.

I linje med affärsstrategierna ser koncernen även en allt större potential på tillväxtmarknader där den framväxande medelklassen medför ökad press på den begränsade tillgången på vatten och energi.

Green Range globalt



Electrolux sätt att redovisa

Electrolux har ett tredelat tillvägagångssätt för att redovisa hållbarhet, vilket omfattar en utförlig GRI-redovisning på nätet.



2. Electrolux årliga redovisning av hållbarhetsresultat, Sustainability Matters, är uppbyggd kring ett GRI-ramverk för hållbarhetsredovisning och beskrivs i den webbaserade årsredovisningen. Den finns tillgänglig på koncernens hemsida www.electrolux.com/sustainability.



1. Information om hållbarhet är integrerad i hela denna tryckta årsredovisning. Då den riktar sig till aktieägare fokuserar den på hur hållbarhetsfrågor står i relation till affärsstrategin, samt mål och resultat. (Se även sidan 48 i årsredovisningens strategidelen.)



3. Future InSight riktar sig till medarbetare och affärskontakter. Den är en omvärldsrappport som utformats för att stimulera till debatt och den kommunicerar hur koncernen vill förverkliga sin hållbarhetsstrategi genom integration, innovation och partnerskap. Den finns också tillgänglig på www.electrolux.com/sustainability.

Medarbetare och verksamhet

Kärnfrågor:

- Lägre förbrukning av energi och vatten samt mindre avfall och utsläpp
- Affärsetik
- Hälsa och säkerhet
- Mänskliga rättigheter

Att minska miljöpåverkan och göra affärer med integritet minskar risker, stärker varumärket som arbetsgivare och sänker kostnader. Sedan 2005 har Electrolux tack vare målen för energiminimering sparat mer än 300 Mkr årligen i energikostnader.

Minskning av det ekologiska fotavtrycket

Electrolux överträffade energibesparingsmålet för 2012 på 28 procent med 8 procentenheter redan ett år före plan. Koncernen använde därmed 36 procent mindre energi än basnivån 2005 och släppte ut 230 000 ton mindre koldioxid för motsvarande producerad volym. För att bibehålla takten har företaget beslutat om ett ettårigt mål med ytterligare 3,5 procents minskning under 2012 i avvaktan på 2015-års fastställda mål.

Resultatet är också enligt plan med företagets besparingsmål för 2014, med 20 procent för vatten och 15 procent för transporter.

Utbildning, mätning och övervakning

Electrolux grundprinciper är etik, integritet, respekt, mångfald, säkerhet och hållbarhet. De är förankrade i bolagsstyrningsstrukturen genom etikoden, uppförandekoden, miljöpolicy och relaterade ledningsrutiner.

Målsättningar, datainsamling, utbildning, medarbetarsamtal, enkätundersökningar och annan uppföljning av efterlevnad hjälper till att säkerställa att koncernen lever upp till dessa principer. Av 29 (20) anläggningar i definierade riskregioner blev 14 (11) reviderade av team bestående av såväl Electrolux egna revisorer som tredjepartsrevisorer. Värderingar, principer och hållbarhet integreras i ledarskapsprogram. Totalt har 55 (700) workshops genomförts med 1 000 (8 000) deltagare.

Medarbetarundersökningarna återkopplas till koncernen var 18:e månad. Den första mätningen av företagskulturen gjordes

2010. Enligt den ansåg omkring 80 procent att Electrolux är ett företag med integritet. Kompetensutveckling och rättvis ersättning av prestation var däremot områden som behöver förbättras.

Totalt ökade antalet anställda i koncernen med 9 400 genom uppköp av Olympic Group i Egypten och CTI i Latinamerika. Under året initierade koncernen ett program för att införa Electrolux strategi, värderingar och principer i Olympic Group. I samverkan identifierades skillnader i rutiner samt förbättringsområden, säkerhet och miljö. Handlingsplaner har tagits fram och åtgärdsplaner genomförs. Under 2012 kommer detta arbete att fortsätta med vitvarufabriken i Ukraina, som förvärvades 2010, och CTI i Latinamerika.

Ett etiskt förhållningssätt

För att förbättra medarbetarnas förståelse för koncernens förväntningar på individens och företagets etiska ansvar har ett etikprogram lanserats. Detta omfattar en "etisk hjälplinje" som hantteras av tredjepart där medarbetare konfidentiellt kan rapportera misstänkt felaktiga förhållanden. Latinamerika var först med att lansera programmet genom att utbilda 8 100 arbetare och tjänstemän. Utbildningsprogrammet omfattade workshops för såväl ledning och fabriksarbetare samt e-learning och informationsmaterial. Hjälplinjen för Latinamerika öppnade i juni 2011. Under 2012 kommer etikprogrammet att lanseras i Europa.

Säkerhetsnät

Electrolux har som mål att 25 procent av koncernens tillverkande enheter ska uppnå bästa säkerhetsklass till år 2016. Ett globalt ledningsprogram för hälsa och säkerhet omfattar månatlig statistik från alla tillverkande enheter inom vitvaror och tre av fyra fabriker för småapparater. Electrolux Professional har ett eget program som är i linje med koncernens ambitioner och anpassat till de utmaningar som tillverkning av mer hantverksmässiga produkter medför.

Medarbetarundersökningar mäter upplevd prestanda inom hälsa och säkerhet. Under 2011 hade fabriker för vitvaror ett rekordligt antal fall av incidenter på mindre än 1,0, en 50-procentig minskning sedan det mer koncernomfattande säkerhetsprogrammet startade år 2010.

Totala olycksfrekvensen minskade med 42 procent (21), medan bortfallet av arbetsdagar minskade med 36 procent (9).

Mål för energibesparing 2012 (GRI EN18)



■ 2011 ■ 2008
■ 2010 ■ 2007
■ 2009

Koncernens energiförbrukning har minskat med 36% jämfört med 2005, vilket motsvarar en minskning med 230 000 ton koldioxid (justerat för data från IEA 2010). Uppgifterna baseras på data från 47 fabriker, 36 lager och 40 kontor, jämfört med 52 fabriker, 17 lager och 25 kontor under 2005.

Intressenter och samhälle

Kärnfrågor:

- Ansvarsfulla inköp
- Omstrukturering
- Strategiska partnerskap
- Dialog
- Transparens och ansvar

Electrolux mål är ärlighet och transparens i alla delar av verksamheten samt i den påverkan som bolaget har på sin omvärld. Electrolux är engagerat i frågor som påverkar branschen och tar itu med dem under hela värdekedjan. Detta bidrar till att koncernen får större trovärdighet bland intressenter, hittar lösningar och förstärker sin roll i samhället.

Ansvarsfulla inköp

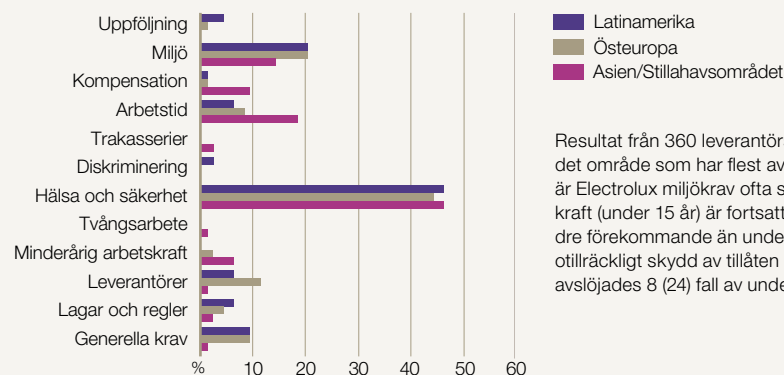
Electrolux strävar efter att inkludera höga standarder för arbete, miljö och mänskliga rättigheter i sina affärsrelationer. Andelen inköp från lågkostnadsländer ökade från 30 procent år 2004 till ungefär 60 procent (56) år 2011, och förväntas öka till 70 procent. Att följa uppförandekod och miljöpolicy är grundläggande och icke-förhandlingsbara kriterier vid utvärdering av samtliga potentiella och existerande leverantörer.

Genom revisioner, utbildning och rapportering strävar programmet för Ansvarsfulla Inköp att skapa stödande och transparenta relationer som upprätthåller leverantörernas arbetssätt för miljö och arbete. Programmet prioriterar leverantörer som bedömts ha medelhög till hög risk. Hållbarhetsrevisorer finns i Asien/Stillhavsområdet, Östeuropa och Latinamerika för att övervaka efterlevnaden. Totalt genomfördes 360 (328) leverantörsrevisioner under 2011, 327 (271) av företagets revisorer och 33 (57) av tredjepartsrevisorer.

Engagera leverantörer i koncernens mål

För att genomföra hållbarhetsstrategin måste Electrolux engagera hela värdekedjan, inklusive leverantörer. Företaget arrangerade en workshop där 40 viktiga kinesiska leverantörer informerades om strategin. En standard för energirapportering lanserades också och pilotprojekt kommer att genomföras under 2012. Dessa verktyg hjälper koncernen att få bättre insikt i leverantörernas energianvändning och energihantering.

Program för ansvarsfulla inköp



Resultat från 360 leverantörsrevisioner under 2011. Hälsa och säkerhet är fortsatt det område som har flest avvikelser följt av området miljö. Efter en revidering 2009 är Electrolux miljökrav ofta strängare än lokala regler. Frågor kring underårig arbetskraft (under 15 år) är fortsatt främst ett problem i Asien/Stillhavsområdet men mindre förekommande än under tidigare år. Merparten av avvikelserna är relaterade till otillräckligt skydd av tillåten ung arbetskraft (16-18 år). I Asien/Stillhavsområdet avslöjades 8 (24) fall av underårig arbetskraft.

Dialog bygger strategin

Pågående dialoger är viktiga i företagets strategi. Under 2011 introducerades dialogplattformen Future InSight för att ytterligare engagera intressenter för hållbarhetsstrategin. Plattformen omfattar en strategirapport, en blogg som inbjuder till synpunkter på strategin och ett diskussionsforum för anställda. Future InSight skapar en bas för engagemang bland intressenter, vilket bidrar till att förverkliga analysen och utveckla strategin.

Omstrukturering

Som en global arbetsgivare påverkar koncernens beslut individer och samhällen. Både när nya verksamheter sätts upp eller vid organisatoriska förändringar är Electrolux mål att göra det ansvarsfullt och transparent och i dialog med dem som påverkas. Omstruktureringsprogrammet har inneburit att hälften av produktionen flyttas till lågkostnadsländer. Detta leder till fördelar för dessa regioner i form av arbetstillfällen, möjligheter för lokala leverantörer, kunskapsöverföring och förbättrad social och miljömässigt standard.

Att lägga ned verksamhet är dock en svår process för samtliga inblandade. Electrolux reducerade sin personalstyrka under 2011 med cirka 1 870 (900) personer. Speciellt berördes verksamheterna i Spanien, Sverige och USA. Inför omstruktureringar startar en process där lokala behov och prioriteringar beaktas. Efter att beslut fattats om stängning eller nedskärning erbjuds anställda stöd i form av till exempel förtidspensionering, utbildning eller karriärcoachning. För att nå en konstruktiv lösning behövs dialog med fackförbund och lokala myndigheter samt fokusering på de anställdas framtida intressen.

Ökad medvetenhet

På samtliga marknader som Electrolux är verksamt är företaget engagerat i utbildningen av konsumenterna. Vac from the Sea är en kampanj för att öka medvetenheten om problemen med plastavfall i världshaven. Den har bidragit till att skapa debatt om behovet av återvinning av plast, en relevant fråga för Electrolux värdekedja. Kampanjen är fortsatt framgångsrik i Asien och Europa. Electrolux Vitvaror i Nordamerika mottog utmärkelsen US EPA 2011 ENERGY STAR Partner of the Year för sin insats för att utbilda konsumenter om programmet ENERGY STAR och för att ha ökat utbudet av kvalificerade produkter.

Årsstämma

Årsstämman äger rum tisdagen den 27 mars 2012 klockan 17.00 på Stockholm Waterfront Congress Centre, Nils Ericsons Plan 4, Stockholm.

Deltagande

Aktieägare som önskar delta i årsstämman ska

- dels vara införd i den av Euroclear Sweden AB förda aktieboken onsdagen den 21 mars 2012,
- dels anmäla sig till Electrolux senast onsdagen den 21 mars 2012.

Anmälan

Anmälan kan göras

- via Internet på koncernens hemsida, www.electrolux.com/arsstamma2012.
- per telefon 08-402 92 79 på vardagar mellan kl. 9.00 och kl. 16.00
- per brev under adress
AB Electrolux,
c/o Euroclear Sweden AB
Box 191
101 23 Stockholm

Vid anmälan bör aktieägare ange namn, person- eller organisationsnummer, adress, telefonnummer samt antalet biträden. 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/arsstamma2012.

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 onsdagen den 21 mars 2012 bör aktieägaren i god tid före denna dag kontakta sin bank eller förvaltare.

Utdelning

Styrelsen föreslår för 2011 en utdelning på 6,50 kronor per aktie motsvarande en utbetalning på totalt cirka 1 850 Mkr. Den föreslagna utdelningen motsvarar cirka 85 procent av periodens resultat, exklusive jämförelsestörande poster. Fredag den 30 mars 2012 föreslås som avstämningsdag för utdelningen. Beräknat datum för utbetalning av utdelning är onsdagen den 4 april 2012.

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.

Viktiga datum för årsstämman 2012

| 2011 | | 2012 | |
|--|--|---|---|
| September | Februari | Mars | April |
| 23 Valberedning utsedd inför årsstämman 2012 | 15 Valberedningens förslag till val av styrelseledamöter 17 Kallelse till årsstämman publiceras | 21 Sista anmälningsdag till årsstämman 21 Sista registreringsdag i aktieboken 27 Årsstämma 2012 30 Föreslagen avstämningsdag för utdelning | 4 Beräknat datum för utbetalning av utdelning |

Händelser och rapporter

På Electrolux hemsida www.electrolux.com/ir finns utökad och uppdaterad information om bland annat Electrolux-aktien och bolagsstyrning samt en plattform för finansiell statistik. Plattformen möjliggör för besökaren att följa Electrolux utveckling grafiskt via diagram per kvartal eller år.



Electrolux Årsredovisning 2011 består av:

- Verksamhet och strategi
- Resultatgenomgång, Hållbarhetsrapport och Bolagsstyrningsrapport

Electrolux årsredovisning finns på

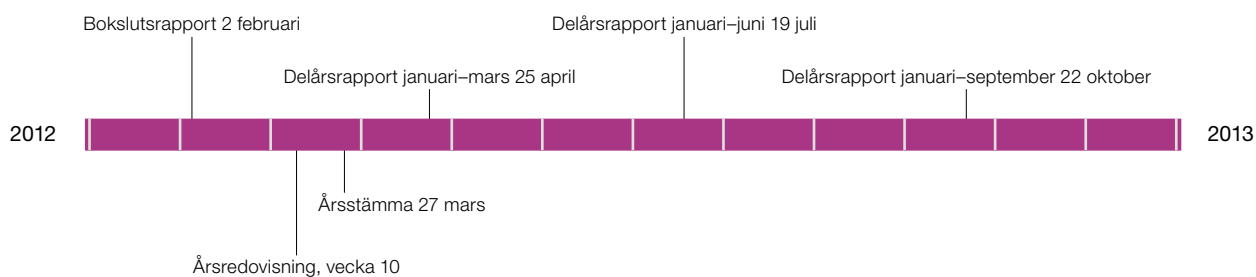
www.electrolux.com/arsredovisning2011

Electrolux delårsrapporter finns på www.electrolux.com/ir

Electrolux GRI-rapporter finns på www.electrolux.com/sustainability



Finansiella rapporter och viktiga händelser under 2012



Electrolux prenumerationsservice finns på www.electrolux.com/prenumerera



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