

**Pressmeddelande**

För mer information,  
kontakta:

Daniel Frykholm  
Electrolux Pressjour  
08 657 65 07

Merton Kaplan  
Investor Relations  
08 738 70 06

VD och koncernchef Jonas Samuelson kommenterar resultatet för andra kvartalet 2017

## Stark resultatförbättring inom koncernen

**Electrolux rörelseresultat förbättrades med närmare 25 procent under det andra kvartalet och rörelsemarginalen uppgick till 6,2 procent. Lönsamheten ökade inom flertalet affärsområden. Detta var ett resultat av fortsatt fokus på att förbättra produktmixen genom en aktiv hantering av produktportföljen och ökad kostnadseffektivitet i verksamheten. Kassaflödet var fortsatt starkt och stärker vår balansräkning ytterligare.**

I EMEA fortsatte våra premiumvarumärken att ta marknadsandelar, framförallt inom inbyggnadssegmentet för köksprodukter. Den pågående lanseringen av nya AEG-produkter har fått starkt genomslag på marknaden. Vi är mycket nöjda med att marginalen fortsätter ligga på en hög nivå, 6,2 procent i kvartalet.

Marknadsefterfrågan på vitvaror i Europa är fortsatt god, med tillväxt på flera marknader i Väst- och Östeuropa, medan utvecklingen i Storbritannien och i Mellanöstern och Afrika är fortsatt svag. Vi förväntar oss att marknaden i Europa totalt sett blir positiv och står fast vid vår prognos om 1 procents tillväxt under 2017.

Verksamheten i Nordamerika fortsatte att visa en stark utveckling. Produktmixen förbättrades tack vare fokus på de mest konkurrenskraftiga produkterna samtidigt som produktiviteten och kostnadseffektiviteten ökade. Detta bidrog till en marginal på 8,4 procent trots fortsatt prispress och lägre försäljningsvolymerna under återförsäljares egna varumärken.

Utvecklingen på marknaden för vitvaror i Nordamerika har under det första halvåret varit stark och vi väntar oss att de goda makroekonomiska förhållandena fortsätter att driva marknadsefterfrågan. Vi höjer därför vår prognos för marknadsutvecklingen och vår bedömning är nu att efterfrågan på vitvaror i Nordamerika för helåret 2017 växer med 3-4 procent.

Verksamheten i Latinamerika upplevde ännu ett kvartal med svaga marknadsförhållanden även om vi såg vissa tecken på en långsam återhämtning. Marknadsvolymerna i Brasilien, Argentina och Chile förbättrades något men den osäkra makroekonomiska situationen i Brasilien kvarstår. Åtgärderna för att förbättra lönsamheten inom verksamheten utvecklas väl. Verksamheterna i Asien/Stillahavsområdet, Hemmiljö och småapparater och Professionella Produkter redovisade starka resultatförbättringar jämfört med motsvarande kvartal 2016.

Vi förväntar oss att volym, pris och mix bidrar något positivt till den organiska försäljningen för helåret, drivet av goda marknadsförhållanden, starka mixförbättringar och framgångsrika produktlanseringar som motverkar fortsatt prispress på marknaden. Vårt arbete med att förbättra kostnadseffektiviteten fortsätter och vi bedömer nu att besparingarna uppgår till 2,3 miljarder kronor för helåret 2017. Prisutvecklingen på råmaterial har i stort varit oförändrad och vi står fast vid vår tidigare förväntan om en negativ effekt av ökade kostnader om 1,4 miljarder kronor för helåret 2017.

I början av juli tecknade vi avtal om att förvärva Best, en europeisk tillverkare av innovativa och väldesignade köksfläktar. Förvärvet gör det möjligt för Electrolux att växa

ytterligare inom det lönsamma inbyggnadsegmentet för kök inom EMEA. Affären väntas slutföras under nästa kvartal och blir det fjärde hittills i år, vilket visar vår ambition att bredda Electrolux produktutbud och expandera inom nya lönsamma marknader och segment.

Under kvartalet har vi även uppdaterat vårt strategiska ramverk genom att koppla vår affärsmodell och modell för lönsam tillväxt till ett tydligt företagssyfte – Shape living for the better – att göra livet bättre och mer hållbart genom att ständigt utveckla nya sätt att skapa smakupplevelser, ta hand om kläder och få en hälsosammare hemmiljö. Detta sätter inriktningen för Electrolux under de kommande åren.

Stockholm den 19 juli 2017

Jonas Samuelson  
VD och koncernchef

Electrolux gör livet bättre och mer hållbart för miljontals människor genom att ständigt utveckla nya sätt att skapa smakupplevelser, ta hand om kläder och få en hälsosammare hemmiljö. Vi är ett ledande globalt vitvaruföretag som sätter konsumenten i centrum i allt vi gör. Genom våra varumärken, som inkluderar Electrolux, AEG, Anova, Frigidaire, Westinghouse och Zanussi, säljer vi mer än 60 miljoner produkter till hushåll och professionella användare på fler än 150 marknader varje år. Under 2016 hade Electrolux en omsättning på 121 miljarder kronor och cirka 55 000 anställda. För mer information besök [www.electroluxgroup.com](http://www.electroluxgroup.com).