

**Pressmeddelande**

För mer information,  
kontakta:

Daniel Frykholm  
Electrolux Pressjour  
08 657 65 07

VD och koncernchef Jonas Samuelson kommenterar resultatet för fjärde kvartalet 2017

## Electrolux når målet för rörelsemarginalen under 2017

**Electrolux rörelsemarginal förbättrades till 6,1 procent under 2017, en ökning med närmare 20%. Därmed togs ett viktigt steg på vägen mot lönsam tillväxt. Ett starkt fokus på att optimera produktportföljen har tillsammans med kostnadseffektiviseringar bidragit till den goda utvecklingen under året, som avslutades med ett starkt fjärde kvartal där den organiska tillväxten uppgick till 4% och marginalen till 6,1%.**

Under 2017 har vi haft ett starkt fokus på att uppnå uthållig lönsamhet genom att optimera produktportföljen och öka kostnadseffektiviteten. Till följd av vårt arbete har samtliga affärsområden förbättrat rörelseresultatet och Electrolux marginal ökade till över 6%. Jag är mycket nöjd med utvecklingen under 2017, i synnerhet med att vi under fjärde kvartalet lyckades växa lönsamt och uppnå en organisk tillväxt på 4%. Detta var ett viktigt steg på vägen mot lönsam tillväxt.

Flertalet affärsområden visade organisk tillväxt under kvartalet. Tillväxten var särskilt stark i Latinamerika där den organiska försäljningen ökade med 30%. Jag är också mycket nöjd med att vårt starka fokus på nya innovativa produkter i EMEA bidragit till att våra premiumvarumärken fortsatte att ta marknadsandelar och bidrog till en organisk försäljningstillväxt om 4%. I Nordamerika ökade försäljningen av produkter under våra egna varumärken men det kompenserade inte för lägre försäljningsvolymerna under återförsäljares varumärken.

Fyra affärsområden uppnådde en rörelsemarginal på över 8% i kvartalet tack vare volymtillväxt och starka mixförbättringar. Den positiva resultatutvecklingen för affärsområdena EMEA, Asien Stillahavsområdet och Hemmiljö och småapparater fortsatte och utvecklingen för Professionella Produkter var fortsatt stabil.

Samtliga affärsområden visade starka resultatförbättringar under 2017. Den positiva resultatutvecklingen inom EMEA fortsatte och marginalen uppgick till 7,2%. Vår verksamhet i Nordamerika uppnådde en rekordhög rörelsemarginal om 6,8% och Asien Stillahavsområdet uppnådde en stark marginal om 7,5%. Resultatet i Latinamerika visade en stabil återhämtning och Hemmiljö och småapparater fortsatte att utvecklas väl med en marginal om 5,5%. Avslutningsvis vill jag lyfta fram Professionella Produkter som fortsatte att växa lönsamt och förbättrade rörelseresultatet, vilket för första gången uppgick till över 1 miljard kronor.

Vi fortsätter att stärka vårt produktutbud och skapa möjligheter för tillväxt på nya marknader och i nya segment genom förvärv. Under kvartalet slutförde vi förvärvet av varumärket Continental i Brasilien. För att utveckla och växa vårt erbjudande ytterligare inom professionell tvätt tecknade vi i januari avtal om att förvärva det tyska bolaget Schneidereit, en leverantör av uthyrningslösningar inom professionell tvätt.

Den goda efterfrågan på flertalet marknader under 2017 förväntas fortsätta under 2018. Vi bedömer att marknadsefterfrågan på vitvaror i Europa växer med 1-2% och i Nordamerika med 2-3% under 2018. Återhämtningen på marknaden i Latinamerika förväntas fortsätta, med en tillväxt på 3-5%.

Priserna på råmaterial har fortsatt att stiga varför vi i nuläget bedömer att kostnaderna för råmaterial i 2018 ökar med cirka 1,2 miljard kronor, med en osäkerhetsfaktor på ytterligare 200 miljoner kronor. Vi fortsätter att genomföra kostnadseffektiviseringar för att motverka dessa ökade råmaterialkostnader. Dessutom genomför vi också tidigare annonserade prishöjningar. Vid nuvarande valutakurser beräknas effekterna av valutaförändringar för koncernen bli något negativa.

Under 2018 tar vi nästa steg mot riktad lönsam tillväxt genom att fortsätta lansera nya innovativa produkter för att skapa förstklassiga konsumentupplevelser. Därför ökar vi våra satsningar på nya produktinnovationer och automatisering för ytterligare lönsam tillväxt och investeringsnivån för 2018 bedöms uppgå till 6 miljarder kronor. En viktig del är de stora investeringar vi annonserat i Nordamerika, som kommer att ge oss ett konkurrenskraftigt nytt produktsortiment av innovativa köksprodukter inom varumärket Frigidaire. Vår ambition är fortsatt att göra livet bättre och mer hållbart genom att utveckla nya sätt att skapa smakupplevelser, ta hand om kläder och få en hälsosammare hemmiljö.

Stockholm, 31 januari 2018  
Jonas Samuelson  
VD och koncernchef

*Denna information är sådan som AB Electrolux är skyldigt att offentliggöra enligt EU:s marknadsmissbruksförordning. Informationen lämnades, genom ovanstående kontaktpersons försorg, för offentliggörande den 31 januari kl. 0800 CET.*

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 2017 hade Electrolux en omsättning på 122 miljarder kronor och cirka 56 000 anställda. För mer information besök [www.electroluxgroup.com](http://www.electroluxgroup.com).