

Ronnie Leten, VD och koncernchef Anförande på Atlas Copcos årsstämma den 26 april 2016

Aktieägare och gäster,

Atlas Copco finns överallt. Vi har mer än 43 000 engagerade medarbetare baserade i 92 länder. De levererar hållbara produktivitetslösningar till kunder i 183 länder.

Vi är ett bolag med stark företagsidentitet och gemensamma värderingar. Samtidigt som vi är mycket olika när det gäller de många språk vi talar, hur gamla vi är, de länder och kulturer vi representerar, och de kompetenser och erfarenheter som vi tillför vårt bolag.

Vi tror att mångfald gör oss starkare. Sjutton procent av våra kollegor är kvinnor, även i procent av chefer. Och det finns 51 nationaliteter bland våra 400 toppchefer.

Atlas Copco handlar om människor som får det att hända. Därför är deras säkerhet och hälsa avgörande. Genom fokuserade aktiviteter, minskade antalet olyckor ytterligare under 2015 och vår sjukfrånvaro stannade på en låg nivå.

Mitt jobb som VD är att hålla oss samman och se till att vi levererar en hållbar lönsam tillväxt även i det mycket utmanande klimatet som vi upplever just nu. Jag är glad över att så många av er har kommit hit i dag för att lära sig mer om vårt fina bolag och vad vi gör. Låt oss börja med att se på resultatet för 2015.

Flyg- och bilindustrin visade stark efterfrågan för våra monteringsverktyg och system. För stora kompressorer var året utmanande. Under andra hälften av året försvagades efterfrågan på små och medelstora kompressorer. Även efterfrågan från bygg- och anläggning, och olja och gas var svag. Inom gruvindustrin fortsatte investeringarna att minska. Det är nu tredje året i rad vi ser denna utveckling. Vår serviceverksamhet fortsatte att växa. Några av de viktiga större marknaderna som USA, Brasilien, Kina och Ryssland minskade eller till och med krympte.

I detta tuffa affärsklimat med en blandad efterfrågan rapporterade vi solida resultat. Intäkterna ökade med nio procent och för första gången hade vi intäkter på över hundra miljarder svenska kronor. Rörelsemarginalen stannade över nitton procent. Det operativa kassaflödet nådde också en rekordnivå under förra året.

För några timmar sedan redovisade vi resultatet för det första kvartalet. 2016. Ordervolymer låg kvar på samma nivå som förra året, medan gruvverksamheten var fortsatt mycket svag. Vår serviceverksamhet fortsatte att växa. Framöver förväntar vi att efterfrågan för Gruppen kommer att stanna på nuvarande nivå.

Vi ökade vår närvaro ytterligare förra året och har expanderat till nya produktsegment, som gränsar till våra nuvarande verksamheter. Ett exempel är ett tyskt företag som tillhandahåller laboratorie- och kalibreringstjänster för fordons-, tillverknings- och flygindustrin. Vi tog ytterligare steg in i vakuumindustrin och har träffat avtal om att förvärva vakuumverksamheten Leybold. Vi hoppas kunna genomföra affären senare i år.

Vi har fortsatt att utveckla vår serviceverksamhet, som nu genererar fyrtiofyra procent av våra intäkter. Mer än tolv tusen servicetekniker har åtagit sig att stödja våra kunder på bästa sätt för att säkerställa att produkterna presterar på topp.

Kommer ni ihåg vår strategi? Vårt uppdrag, vision och strategi vägleder vår inriktning och verksamhet. Våra fem strategiska pelare kommer att se till att vi fokuserar på rätt områden. Pelarna är närvaro, innovation, service, effektivitet, och medarbetare. Alla våra operativa enheter baserar sin verksamhet på våra pelare.

Hållbarhet är integrerat i varje steg i vår verksamhet. Förra året genomförde vi ett grundligt arbete för att se vad våra intressenter, inklusive externa parter, anser att vi bör fokusera på att vara framgångsrika även på längre sikt.

Fem prioriteringar har identifierats som de mest relevanta och de är viktiga för oss alla. Prioriteringarna är, att agera enligt högt ställda värderingar, att investera i säkerhet och välbefinnande, att utveckla för hållbar produktivitet, att skapa de mest kompetenta teamen, och att använda resurser på ett ansvarsfullt och effektivt sätt.

Ytterligare fokus på våra prioriteringar kommer att hjälpa oss att möta och övervinna några av de problem som världen står inför. Vi måste agera i dag för att säkra framtida tillväxt.

Utan tvekan går världen igenom stora förändringar; Vi är mitt i en digital resa som ökar hastighet och transparens och erbjuder nya sätt att arbeta på och utvecklas. Parallellt anpassar sig världen till att uppfylla de höga krav som ställs på bättre resurseffektivitet och minskad användning av bränsle. Detta stämmer väl överens med våra kunders önskan om nya innovativa produkter och lösningar som kommer att öka deras produktivitet och göra dem mer konkurrenskraftiga.

Digitaliseringen erbjuder en enorm mängd möjligheter för industrier. Industrins internet, där alla delar av värdekedjan är anslutna, additiv tillverkning, vilket ökar friheten för produktutvecklare, och sociala nätverk, har tillsammans potential att revolutionera det sätt på vilket organisationer hanterar sina tillgångar och kan leda till helt nya affärsmodeller.

Digitaliseringen påverkar allt vi gör i värdekedjan; hur vi samarbetar med affärspartners i hela leveranskedjan, hur våra produkter utvecklas, används och servas, hur vi når ut till marknaden och positionerar oss på fler och nya platser för att generera leads till vår verksamhet och för att locka framtida medarbetare. Vår ambition är att vara den självklara ledaren i att dra nytta av den digitala resan till gagn för våra kunder. Låt mig ge er några exempel.

Med additiv tillverkning avses processen för framställning av tredimensionella objekt genom att skriva ut dem. Föremålen eller delarna kan ha nästan vilken form som helst, i plast eller metall. Under de senaste åren har vi prövat denna teknik ytterligare. Idag används den främst för prototyper och ger våra produktutvecklare full innovationsfrihet.

I framtiden ser vi en ökad användning av denna teknik. Föreställ er servicetekniker som skriver ut reservdelar i sina bilar på väg till kunderna. Mindre lager kommer att spara kostnader, färre transporter kommer att spara energi och ge snabbare leveranser, då ingen tid går förlorad i inköp, produktion eller tullhantering. Viktigast av allt, kommer vi att ha en nöjd kund som garanteras tillgänglighet till delar och därmed högre produktivitet.

För att öka effektivitet och noggrannhet har våra större distributionscenter högteknologiska lösningar såsom röstplockning, en process där operatören styrs av ett automatiserat röstsysteem. Med detta på plats, har distributionscentret förvandlas från en plocka, packa, och skeppa enhet till ett kompetenscenter för hela leveranskedjan som anpassar logistikflöden efter kundens behov.

Vi har kompetenta och motiverade medarbetare med lång erfarenhet. För att hålla kunskapen på hög nivå vi använder online-utbildning eller e-learning program som ett komplement till klassrumsutbildning. Ett exempel är våra servicetekniker för kompressor som drar nytta av ett strukturerat utbud av kurser omfattande både produktkunskap och professionellt beteende, till exempel om hur man ska hantera en missnöjd kund. Onlineutbildning är ett effektivt sätt att nå ut till många och minska tiden till kompetens. Totalt sett kommer det att göra oss mer konkurrenskraftiga.

Digitaliseringen gör världen mindre. Vi samarbetar och lär av varandra på ett mycket mer effektivt sätt än tidigare. För att bättre kunna hjälpa fordonsindustrin har vi satt upp en process där våra tekniker, oavsett var de befinner sig, kan hjälpa varandra att lösa ett problem. Vi drar nytta av kunskap och erfarenhet oberoende av var i världen vi har våra experter.

Med fler människor som använder digitala enheter som smarta telefoner och surfplattor, ökar våra möjligheter att nå ut bättre. Vi finns och använder våra webbplatser, appar och sociala medier för att attrahera kunder och prospekter. Vi strävar efter att vara "Först i sök". Det handlar om att komma på topp i sökmotorerna så att fler och nya kunder lär känna oss och placera sina order hos oss.

Vår specialiserade uthyrningsverksamhet använder online-databaser för att hitta kunder och informera om vårt erbjudande. Mottagna förfrågningar kommer direkt in i vårt CRM-system, som är ett system för hantering av kundrelationer, och offerter genereras automatiskt. När en offert accepteras, bokas utrustningen. Allt via Internet.

Sedan länge kan företag placera order för reservdelar direkt on-line och följa sina beställningar. Ett exempel är vår globala kundbas inom bygg- och anläggningsindustrin som placerar 35 procent av sina ordrar på nätet.

Digitaliseringen har ökat behovet av mjukvaruingenjörer. Sedan länge har vi våra egna duktiga medarbetare, men vi behöver fler. LinkedIn, Facebook och liknande sociala medier används för att marknadsföra våra varumärken, vi har många som ni vet. Dessa kanaler ger människor en uppfattning om vilka vi är och uppmuntrar till att söka jobb i våra företag.

Digitaliseringen medför också nya risker som vi måste förhindra och om något händer, vara beredd att ta itu med. Vare sig det är cyberattacker, serverfel, virus eller ännu värre, attacker från insidan av företaget, måste vi ha våra beredskapsplaner. En annan risk är att lagstiftningen runt produktutveckling av 3D-tillverkade delar. Här har vi börjat söka våra första patent för att säkerställa att vi skyddar vår immateriella egendom på ett bra sätt.

Vi måste få vår digitala resa rätt.

Våra borrhjor är bland de mest tekniskt avancerade på marknaden. De är utrustade med sensorer som sänder information till kunden och våra servicetekniker. Detta möjliggör mer förebyggande underhåll och fler servicemöjligheter. Rapporterna sänds också till våra utvecklingsingenjörer. Baserat på "big data" kan de fortsätta att förbättra våra produkter och göra nästa generation ännu bättre. Att integrera sensorer i våra produkter är en hög prioritet för bolaget inom alla områden. Atlas Copco har sedan länge ett övervakningsprogram för kompressor som erbjuder komplett tillsyn av tryckluftproduktion.

Tack vare digitalisering kan borrhjor fjärrstyras. Gruvverksamhet är alltid kopplad till risker och detta ökar säkerheten för operatören. Riggarna kan till exempel manövreras från ett avstånd på 1 300 kilometer. Det är som att sitta i Stockholm och kör en maskin utanför Moskva, eller i mitt hemland Belgien. Svårt att föreställa sig, eller hur? Oftast vill man dock sitta närmare gruvan än så.

Vartannat sjukhus i USA använder våra kompressorer eller vakuumpumpar, för att transportera medicinska gaser till patienter i behov. Karolinska sjukhuset här intill använder också vår utrustning. Alla sjukhus har larm som indikerar om något går fel, men fram till nu hade larmsystemen ingen funktion som möjliggör aktivt medverkande vid ett nödläge. Med vårt system kan du följa exakt vad som måste göras för att lösa problemet. Denna funktion är tillgänglig i alla språk som talas av sjuksköterskor och läkare.

Vårt bolag välkomnar att världssamfundet har tagit ett stort steg mot klimatförändringarna. Överenskommelsen att hålla den globala uppvärmningen under två grader Celsius kommer också att öka våra affärsmöjligheter. Energieffektiva produkter är en viktig del av vår affärsmodell sedan länge.

Vår största möjlighet att möta kundernas ökande efterfrågan på miljövänliga lösningar är genom innovation. Omkring sju procent av vår arbetsstyrka arbetar inom forskning och utveckling och vi har fortsatt att öka våra investeringar inom detta område. Vi ställer höga ambitioner för varje nytt utvecklingsprojekt. Kommande generationer måste alltid vara mer produktiva, säkrare, mer ergonomiska och energieffektiva än tidigare generationer.

2013 lanserade vi en kompressor med en banbrytande teknik, VSD+. Den använder bara hälften av den energi jämfört med traditionella kompressorer. I år lanserar vi större versioner, vilket innebär att kunder med större tryckluftsbbehov kommer att kunna dra nytta av denna teknik.

Förra året överfördes VSD+ tekniken till vakuumpumparna. Den nya serien var en omedelbar försäljningsframgång och idag en annan viktig kundgrupp som kan dra nytta av stora energibesparingar. Det här är ett bra exempel på hur vi har byggt en innovation på en innovation.

Jag försäkrar er att vi har höga ambitioner för energieffektivitet i vår egen verksamhet och att vi strävar efter att minska våra koldioxidutsläpp i förhållande till kostnaden för sålda varor i hela leveranskedjan.

Vi är stolta över att fortsätta att erkännas som ett av världens mest hållbara företag. Global 100 listan presenteras vid World Economic Forum i Davos varje år. I år rankades vi som världens mest hållbara företag inom maskinindustrin och nummer 34 totalt. Vi har nu varit på listan tio gånger.

Jag vill avsluta mitt anförande där jag började. Med våra medarbetare. Vi finns överallt. Att vara överallt innebär också att vi utsätts för den rådande geopolitiska instabiliteten, terroristattacker, naturkatastrofer eller pandemier var som helst i världen.

Att förebygga och hantera kriser är en del av vårt dagliga arbete och vi har system för att minska riskerna och begränsa effekterna om det värsta skulle hända. Vi tillhandahåller säkerhetssupport till alla våra affärsresenärer och erbjuder regelbundna genomgångar så att alla vet hur man får hjälp om man behöver.

Vi utbildar också vårt medarbetare i vår affärskod för att skydda både individen och vårt bolag. Dessutom har vi en efterlevnadsprocess där alla chefer intygar att de har förstått vad vi står för och är beredda att leva enligt högt ställda etiska värderingar vid alla tidpunkter.

Vår Atlas Copco är ett bolag med en mycket stark företagsidentitet och gemensamma värderingar. Det gör oss unika. Genom att ständigt förstärka vår företagskultur och bygga vidare på vår innovativa anda vi kommer att fortsätta leverera hållbar lönsam tillväxt under de kommande åren.

Tack!