

Ronnie Letens tal från Atlas Copcos årsstämma den 29 april, 2013

Aktieägare och gäster,

2012 var ett mycket bra år för Atlas Copco. Vi har uppnått resultat på nya rekordnivåer. Vi etablerade bolag på nya marknader. Vi förvärvade företag som ökade vår närvaro och gav oss nya kunskaper. Framför allt så växte vi organiskt. Vår struktur med fyra affärsområden med varsin servicedivision är ett vinnarkoncept. Kunderna blir nöjdare vilket också säkerställer nya order. Våra framsteg uppmärksammades även externt och vi rankades återigen bland de världsledande företagen inom hållbarhet.

Efterfrågan på våra produkter och tjänster fortsatte att växa förra året. Våra ambitiösa mål för hållbar lönsam utveckling och engagerat arbete av många människor i många länder fortsatte att ge goda resultat.

Vi nådde både rekordförsäljning och rekordresultat under 2012. Intäkterna ökade med 11 procent till 90,5 miljarder kronor och rörelsemarginalen var 21,2 procent. Operativt kassaflöde nästan fördubblades från 6,3 miljarder kronor till 12,2.

Tidigare idag presenterade vi våra resultat för första kvartalet. Efterfrågan var god för service, men svagare för utrustning. Vi uppnådde en ordergång på 21 miljarder kronor, motsvarande en organisk minskning på 11% jämfört med ett starkt första kvartal 2012. Intäkterna var drygt 20 miljarder kronor och rörelsemarginalen var fortsatt över höga 20 procent. På kort sikt förväntas efterfrågan ligga kvar på nuvarande nivå.

Aktiemarknaden utvecklades positivt under 2012 och Atlas Copco-aktien steg med 20,5 procent. Totalavkastningen för Atlas Copco-aktien var i genomsnitt 26,5 procent per år under de senaste 10 åren. Jämför detta med 12,6 procent för Stockholmsbörsen.

Årsstämman kommer senare att rösta för en föreslagen utdelning på 5,50 kronor per aktie, en ökning med 10 procent. I förhållande till vår starka balansräkning är det en lämplig utdelning som upprätthåller vår förmåga att investera i Atlas Copcos tillväxt.

Med vår etablerade struktur med fyra affärsområden är vi väl positionerade för att dra nytta av några av de viktigaste trenderna idag:

- Expansion på tillväxtmarknader
- Fortsatt stark efterfrågan på mineraler
- Investeringar i infrastruktur
- Energieffektivitet och produktivitetskraven från industrin.

Internt har vi fokuserat på ökad närvaro, professionell service, innovation, flödeseffektivitet och på medarbetare. Hållbarhet är integrerad i varje aspekt av dessa fem pelare.

2012 var återigen ett år präglat av många aktiviteter inom våra definierade prioriterade områden. Vi fortsatte att göra långsiktiga investeringar i närvaro i de stora expansiva

regionerna som Asien, Afrika och Sydamerika, men även i mer mogna områden. Målet är att driva lönsam tillväxt. Vi ser varje land som en hemmamarknad och vårt mål är att vara den självklara marknadsledaren inom vart och ett av dem.

Låt mig ta USA som exempel. Det är en marknad som har gjort en stark återkomst som ett industriellt tillverkningsland. Vi har nyligen sett fler investeringar och under 2012 återtog USA positionen som vår största marknad. Som ni kanske minns var Kina den största marknaden i 2011. Idag har vi 110 kontor i USA. Dessutom finns distributörsnätverk som säkerställer att vi når kunder med alla typer av behov. Vi har 14 fabriker och producerar till exempel borrhjull, bergborrverktyg och kompressorer. Totalt har vi nästan 5000 anställda.

Varje år gör Styrelsen en studieresa. Under 2012 besökte vi USA och bland annat två kunder: BMW, som använder både verktyg och kompressorer, samt ett sjukhus som vi försörjer med medicinska luftlösningar. Idag använder vartannat sjukhus i USA våra medicinska luftlösningar såsom våra oljefria kompressorer. Och patienterna andas helt ren luft.

Medan Atlas Copcos fokus ligger på att utveckla och behålla ledande positioner i större tillväxtmarknader, lägger vi också mer resurser i regioner med betydande potential. Afrika är en. Under 2012 etablerade vi nya marknadsbolag i Senegal, Moçambique och i Burkina Faso. Vi vill vara nära våra kunder och ge bästa möjliga service till dem.

Närvaro handlar lika mycket om försäljning och service som det handlar om produktion. Vi har byggt nya fabriker i Indien och i Kina, som just har invigts. De kommer att tjäna efterfrågan på de lokala marknaderna, men även exportera till närområdena. Alla nya fabriker är toppmoderna och byggda i enlighet med LEED - Leadership in Energy and Environmental Design.

Med vår etablerade varumärkesportfölj kan vi nå fler kunder och uppfylla olika krav. I Kina till exempel arbetar vi med upp till fyra olika kompressorvarumärken i ett enda industrisegment. Atlas Copco och Chicago Pneumatic våra två globala varumärken är alltid representerade där vi har infört denna strategi. Det är vår ambition. Varje varumärke måste tillföra värde i termer av marknadsandelar och vinst.

Förutom vår organiska tillväxt, är förvärv avgörande för utvecklingen av Atlas Copco. Vi köpte nio företag 2012, med en årlig omsättning på mer än en miljard kronor. Dessa förvärv kommer att öka vår tillväxttakt och öka vår konkurrenskraft i branscher som vi är väl förtrogna med.

Låt mig ge er några exempel:

- Den turkiska tillverkaren Ekomak, som gör industriella skruvkompressorer, ökar vår närvaro i Mellanöstern och i Ryssland.
- Den amerikanska Houston Service Industries, en tillverkare av blåsmaskiner och vakuumpumpar, expanderar vårt erbjudande inom vattenrening och industriella processer.
- I Sverige förvärvades GIA Industri. Företaget tillverkar elektriska gruvtruckar och tillhörande produkter och breddar vårt erbjudande inom gruv- och tunnelborrning.

Atlas Copco har idag kunder i 178 länder. Dessa kunder kan alltid räkna med hög nivå på applikationskunskap och support. De vet att vi är nära dem, redo att ge stöd när som helst.

Att ha en väl utbyggd serviceverksamhet är avgörande av flera skäl: Först ger service oss möjlighet att interagera nästan dagligen med kunden. På så sätt kan vi se till att utrustningen är igång precis som det ska. Våra servicetekniker upplever olika verkliga situationer som våra produkter måste klara. Vare sig det gäller en kompressor på en isig oljeplattform i den stormiga Nordsjön eller bergborrverktyg som används på särskilt hårda material. För det andra är service också en utmärkt källa till idéer för ny utrustning eller program och låter oss snabbt identifiera kundernas behov. För det tredje är kundlojalitet främst byggd i serviceförhållandet och Atlas Copco Service ger oss en möjlighet att stärka vår globala räckvidd och utbud ytterligare. Professionell service ökar också sannolikheten för att kunden kommer att köpa från oss nästa gång behovet uppstår.

Serviceverksamheten växte 12% under 2012. Service står idag för cirka 40 procent av intäkterna. Det är en stadig inkomstkälla för Atlas Copco, och vi strävar efter att denna verksamhet ska visa tvåsiffrig årlig tillväxt under de nästkommande åren.

För att säkerställa att våra serviceorganisationer arbetar på ett professionellt sätt erbjuds ett brett utbud av utbildningar till de 15 000 servicemedarbetare som servar kunder dagligen. Peter Wallenbergpriset i marknadsföring och försäljning kommer i år att belöna ett utbildningsprogram där serviceorganisationen har utvecklat sina kundrelationer och färdigheter. Programmet har resulterat i förbättrad kundnöjdhet.

Vi fortsätter att investera i innovation i alla aspekter. Det kan vara nya innovativa produkter och tjänster, flödeseffektivitet och hållbarhetsaspekter. Låt mig visa en film där några av våra medarbetare beskriver vår innovativa kultur och utmaningarna.

(Film – Innovation at Atlas Copco)

Som visades i filmen, är mångfald ett viktigt medel för att öka kreativiteten. Tack vare professionella digitala system kan vi också arbeta tillsammans på avstånd.

Vi tror att den innovativa processen blir förstärkt genom nära samverkan och samarbete med universitet och externa innovatörer. Därför uppmuntrar vi utomstående att komma till oss med sina idéer. Ett av många sätt att komma i kontakt med våra utvecklingsavdelningar är genom vår hemsida, där vi även förklarar den innovativa processen.

Under 2012 ökade vi våra investeringar i design och utveckling med 24 procent till 2,2 miljarder kronor. Alla nya produkter utvecklas för att möta våra tuffa mål för energieffektivitet, våra säkerhetskrav, och naturligtvis våra höga produktivetsmål.

Atlas Copco lanserade hundratals fina produkter under 2012. För att nämna några

- En serie riggmonterade krossar för effektiv och ekonomisk återvinning.
- Förbättrade tryckluftsfiler som sparar energi.

- Flera kväve- och syregeneratorer som genererar gas på plats och som sparar kundernas driftskostnader.
- Ett åtdragningsverktyg med lågt vridmoment för elektronikindustrin.

Teamet som utvecklat detta system kommer senare idag att hedras med John Munckpriset, vårt innovationspris.

Atlas Copco arbetar med begränsat bundet kapital. Detta kräver snabbhet och effektivitet i våra tillverkningsenheter, vår distribution, i våra finansiella processer och från våra samarbetspartners.

Vi har fortsatt med vår strävan att minska monterings tiden på befintliga linor. Vi implementerar effektiva produktionsmetoder i alla våra fabriker. Som ett resultat kan kunderna dra nytta av kortare och tillförlitligare leveranstider samtidigt som vi minskar våra lager.

Ett flödeseffektivt koncept ställer högre krav på våra leverantörer att leverera rätt mängd vid rätt tidpunkt. Man kan bara uppnå detta med mycket engagerade och professionella leverantörer. Samtidigt måste leverantörerna naturligtvis uppfylla våra hållbarhetsförväntningar. Vi genomför regelbundet revisioner för att säkerställa att de har samma värderingar och ambitioner som Atlas Copco har.

Under 2012 ökade vi också vår administrativa effektivitet genom ett nära samarbete med en extern specialist för finansiella tjänster. Vidare är vi i färd med att förbättra våra IT-system för att bättre stödja våra marknadsbolag i framtiden. Nästa år kan jag berätta mer om resultaten.

Under 2012 stärkte vi vårt koncerngemensamma säkerhetsprogram. Målet är att lyfta fram de skälen för säkerhet och påminna om de säkerhetsåtgärder som medarbetare måste följa. En säker och hälsosam arbetsmiljö är också viktigt för flödeseffektivitet. Vi har ett mål på noll arbetsrelaterade olyckor och sjukfrånvaron ska inte överstiga 2,5 procent. Tyvärr hade vi tre dödsfall under 2012. Vi har vidtagit åtgärder för att se till att detta aldrig händer igen.

Ibland upplever vi situationer som dramatiskt påverkar säkerheten, men som är utom vår kontroll. Liksom jordbävningar, pandemier, eller krig, som i Mali. Alla våra bolag har kommittéer för krishantering på plats, som kommer samlas i det fall en nödsituation uppstår. Vi kommer att fortsätta att intensifiera utbildning i krishantering. Ju bättre förberedda vi är, desto bättre kan vi hantera en oväntad situation.

Vår framgång beror på professionella medarbetare. De levererar värde till kunderna och vinst till företaget. Vi strävar efter att ha ett lag som speglar den globala strukturen och dess krav. Alla våra medarbetare måste leva och andas Atlas Copcos värderingar och införa dem i sina respektive organisationer.

Vi arbetar för att öka mångfalden i alla dimensioner såsom kön, nationalitet och ålder. Vi måste helt enkelt rekrytera från hela talangpoolen. Under 2012 hade vi 49 nationaliteter bland de 371 högsta cheferna. Våra lokala team på respektive marknad måste återspegla

rekryteringsbasen. Här fortsätter vi att lägga extra kraft på att få in fler kvinnor i företaget. För att uppmuntra fler kvinnor att växa inom Atlas Copco har vi etablerat kvinnliga nätverk och specifika mentorskapsprogram för kvinnor är på plats.

För att behålla konkurrenskraften måste vi ha de bästa medarbetarna. Vi erbjuder ett brett utbud av utbildningar för att öka våra medarbetares kompetens och fortsatt vara på topp. Jag sa det ifjol och jag säger det igen: En kurs som alla chefer måste ta varje år är vår affärskod.

Engagerat arbete lönar sig. Vi har ännu en gång hedrats internationellt för vår innovativa anda och vårt hållbarhetsarbete. Atlas Copco har ännu en gång inkluderats i Dow Jones Sustainability Indexes. Tidigare i år var vi också i Global One Hundred listan över världens mest hållbara företag, och i Ethisphere listan över de mest etiska företagen.

Vi är mycket stolta över vår Vatten åt Alla. Denna biståndsorganisation drivs av anställda och hjälper människor i länder där det finns ett behov av att få tillgång till rent dricksvatten. Anställda skänker pengar på frivillig basis och Atlas Copco matchar med dubbla beloppet. Hittills har cirka 1,3 miljoner människor fått tillgång till rent dricksvatten. Vi hoppas kunna hjälpa många, många fler.

För två månader blev ert Atlas Copco mina damer och herrar, vårt Atlas Copco, 140 år. Vi använde tillfället för att stärka vårt kundfokus. Varje verksamhet runt om i världen hade grupparbeten i syfte att betjäna våra kunder ännu bättre. 40 000 medarbetare fick också möjlighet att lära sig mer om vår historia och att fira våra framgångar.

Det är fantastiskt att se att hörnstenarna i Atlas Copcos verksamhet har varit desamma genom åren. Innovation, engagemang och samverkan byggde vår historia, skapade vår nutid och – det är jag övertygad om – kommer att vägleda oss under de kommande 140 åren.

Tack!