

Ronnie Letens, Atlas Copcos VD och koncernchef, tal till aktieägarna på Atlas Copcos årsstämma i Stockholm den 28 april 2015.

Aktieägare och gäster,

Idag är en väldigt speciell dag för Atlas Copco. Inte nog med att vi har vår årsstämma. Det är också Atlas Copcos årliga säkerhetsdag. I varje land där vi finns genomför våra kollegor program för att säkerställa en total säkerhetskultur inom vår Grupp. Trafiksäkerhet är ett av våra fokusområden eftersom nästan hälften av våra medarbetare, service- och försäljningspersonal i synnerhet, har ett fordon som sin arbetsplats. Olyckorna i vår verksamhet fortsätter att minska, men vi är inte nöjda förrän vi har nått vårt mål om noll olyckor. Alla ska komma hem oskadda efter en dag på jobbet.

Låt oss ta en titt på våra resultat. Affärsklimatet var utmanande under 2014 med varierande efterfrågan på Atlas Copcos produkter och tjänster. Tillverkningsindustrin utvecklades bra. Fordonsindustrin växte vilket gynnade vår verktygsverksamhet. Orderingången för små och medelstora kompressorer samt för vakuum ökade. Bygg- och anläggningsindustrin var mer eller mindre oförändrad. Gruvsektorn hade en mycket låg efterfrågan på utrustning och precis som under 2013 var vi tvungna att ta till tuffa åtgärder för att säkra konkurrenskraften.

Trots dessa omständigheter, ökade vår orderingång med en procent organiskt i fjol. Vi uppnådde rekordförsäljning med bra bidrag från den växande serviceverksamheten och strategiska förvärv. Det operativa kassaflödet var nära 14 miljarder kronor och rörelsemarginalen var 18,2 procent. Vår strategi fortsätter som tidigare; vi har ytterligare stärkt vår starka marknadsposition och vi förstärkte vår serviceverksamhet.

Vårt uppdrag är att leverera hållbar lönsam tillväxt. Tillväxten måste ske på ett ansvarsfullt sätt, annars blir det ingen tillväxt. Hållbarhetsaspekter och insatser är integrerade i vårt sätt att göra affärer. I vår värld inkluderar detta allt från kompetensutveckling och etiskt beteende till utvecklingen av nya innovativa produkter som erbjuder kunder ännu högre produktivitet.

Vi har ambitiösa mål för energieffektivitet och fortsätter att minska våra CO₂-utsläpp i förhållande till kostnad för sålda varor i hela värdekedjan. Ännu viktigare, vi lanserar många nya produkter som dramatiskt sänker våra kunders energiförbrukning. Ledningssystem finns på plats för att se till att vi skyddar miljön, hälsa, säkerhet och kvalitet i vår verksamhet.

Våra framgångar inom hållbarhetsområdet har uppmärksammats internationellt och vi rankades bland de bästa företagen i världen i de mest prestigefyllda indexen. Global 100 presenteras vid World Economic Forum i Davos varje år. Vi har varit på listan åtta gånger. I Dow Jones Sustainability index är vi bland de bästa i vår bransch.

Om man tittar på utvecklingen på aktiemarknaden, ökade Atlas Copcos A-aktie med 22 procent förra året. Totalavkastningen för Atlas Copco-aktien har i genomsnitt varit 22 procent per år de senaste 10 åren. Jämför detta med 11,6 procent för Nasdaq Stockholm.

Tidigare idag presenterade vi vårt resultat för det första kvartalet. Vi rapporterade en ökning på 12 procent i orderingången för det första kvartalet, med stöd av valuta. Intäkterna var 24.7 miljarder kronor och vi hade en rörelsemarginal på 18.3 procent. Inom den närmaste tiden, väntas den sammantagna efterfrågan öka något.

Trots svängningar på marknaden, är vi övertygade om att vi befinner oss i en stark position för att fortsätta att dra nytta av viktiga globala trender: Den fortsatta utbyggnaden av tillväxtmarknader som Asien, Afrika / Mellanöstern och Sydamerika. Den urbanisering som tillsammans med en stigande befolkning kräver mer investeringar i infrastruktur och driver efterfrågan på mineraler. Efterfrågan från industrin för ökad produktivitet och energieffektivitet.

Vi kommer att dra nytta av dessa trender genom att bygga på våra strategiska pelare. De är närvaro, innovation, service, effektivitet och medarbetare

Idag är vi närvarande i 91 länder med cirka 44 000 anställda. Tillsammans serverar vi kunder i 185 länder.

En viktig region är Nordafrika / Mellanöstern, som utgör cirka 5% av de totala intäkterna. I Saudiarabien har vi ett nära samarbete med en distributör sedan många år. Distributören har mer än 200 personer som fokuserar på vår verksamhet. Dessa representerar 20 olika nationaliteter. En handfull av de anställda är kvinnor. Ägaren av distributören är också en kvinna. Jag nämner detta specifikt eftersom förhållandet mellan Sverige och Saudiarabien har varit i gungning. Med anledning av detta vill jag försäkra er om att det inte finns någon skillnad i hur vi arbetar i denna del av världen jämfört med andra platser.

I Mellanöstern-regionen, liksom i alla andra marknader där det finns betydande risker, erbjuder vi utbildning i personlig säkerhet och krishantering. På varje marknad utbildar vi våra medarbetare i vår affärskod, som omfattar FN:s Global Compact. Vi är övertygade om att detta kommer att skapa långvarigt affärsvärde. Anti-korruptionsutbildning är ett fokusområde. Vi kommer aldrig att "köpa" våra order. Vi strävar också efter att agera professionellt i våra kontakter med samarbetspartners.

Atlas Copco är närvarande på marknaderna på många olika sätt; med egen representation, genom distributörer, eller i den digitala världen. Medan majoriteten av våra kunder köper Atlas Copco-märkta produkter, de har en varumärkesportfölj för att välja från. Förra året adderade vi två viktiga varumärken. Båda företagen har gett oss viktiga tekniker och produkter.

Först välkomnade vi Edwards, en ledare inom vakuumlösningar. Det andra teknikförvärvet var Henrob, vilket gjort oss marknadsledande inom självstansande nitning, en mekanisk monteringsmetod för sammanfogning av metaller. Henrobs kundbas är fordonstillverkare som valt att använda lättare material såsom aluminium.

Henrob är nu del av den nya divisionen Industrial Assembly Solutions. Där förenar de krafter med vårt varumärke SCA, som är specialiserat på limning. Tack vare dessa två företag kan vi erbjuda nya monteringsmetoder till vår nuvarande kundbas och även expandera inom nya marknadssegment.

Varje varumärke har en viktig roll och uppfyller specifika kundbehov. Alla erbjuder högkvalitativa produkter och tjänster. Låt mig använda detta tillfälle för att marknadsföra ett av dem, CP, Chicago Pneumatic. CP har utvecklat en App, vilket gör det enkelt för kunderna att välja det verktyg de behöver för sina applikationer. Appen finns på många språk, för mobiltelefoner eller plattor. Det ger en enorm ökning i spridning. Enkelt och sofistikerat på samma gång.

Den innovativa andan hos Atlas Copco är den viktigaste faktorn för vår tillväxt. Vi lanserar ständigt nya produkter och tjänster till de mest krävande kunderna på marknaden. Vi ställer höga förväntningar på varje nytt utvecklingsprojekt. De nya generationerna måste alltid vara mer produktiva, säkrare, ergonomiska och energieffektiva än tidigare generationer.

Förra året lanserade vi ett antal viktiga produkter som uppfyllde dessa kriterier:

- Ett nytt system i våra vältar för vägbyggen som minskar bränsleförbrukning och CO₂-utsläpp då endast den energi som är nödvändig används.
- Flera nya ergonomiska monteringsverktyg som drar åt med samma moment varje gång, oerhört viktigt för vårt erbjudande till fordonsindustrin. Bilkvalitet och säkerhet är så viktigt.
- Kunderna inom gruvindustrin drar nytta av automatisering som gör att maskinoperatörerna kan fjärrstyra borrar eller gruvtruckar på säkert avstånd från gruvan.

Förra året berättade jag hur oerhört stolta vi var över vår nya banbrytande kompressor GA VSD +, som bara förbrukar hälften av den energi som traditionella kompressorer gör. Denna nya kompressor, en ädelsten i mina ögon, var en försäljningsframgång från dag ett. Den ökar kundernas produktivitet samtidigt som den gynnar miljön. Om man jämför med en kompressor från tidigare generation, som har samma kapacitet, förstår man att den nya generationen dessutom använder mindre material och är mindre kostsam att transportera.

Kompressorer används nästan överallt i samhället och industrin. Om varje oljeinsprutad kompressor som säljs i världen var en VSD+ skulle de årliga CO₂-utsläppen minska med mer än 4 miljoner ton, vilket motsvarar utsläpp av nästan 900 000 bilar. För att ge ett perspektiv så var vår egen koldioxidförbrukning var 8 procent av detta. Detta är framtidens kompressor som finns här redan nu.

Vi kan aldrig ta positionen som en ledande innovatör för given och fortsätter att investera i nya utvecklingsprojekt. År 2014 ökade investeringarna i FoU med 30 procent till 3,2 procent av omsättningen, främst tack vare förvärv.

Atlas Copcos serviceverksamhet har utvecklats snabbt och har nu ca 13 000 medarbetare. Tillsammans med våra distributörer täcker vi praktiskt taget hela världen. Idag svarar serviceverksamheten för 43 procent av våra intäkter. Kunderna vill vara säkra på att deras maskiner fungerar bra i alla lägen. Vårt mål är att serva varje maskin som vi har sålt. Och vem kan vara bättre på att utföra service än de som har utvecklat produkten?

Vår serviceverksamhet är strategiskt viktig eftersom den ger en nära relation med våra kunder produktens hela livslängd. Av detta lär vi oss mer om kundernas behov, vilket i sin tur genererar idéer till nya innovativa produkter.

Det finns alltid ett bättre sätt. Detta koncept är djupt förankrat i våra Atlas Copco-gener. Vi arbetar hårt för att hitta nya smartare sätt att bedriva verksamheten. Förra året lanserade vi vårt eget verktyg för att förbättra effektiviteten i bolaget. Det är en pocketguide med tydliga principer och riktlinjer samt bra exempel att lära från. Guiden har översatts till olika språk och sprids och används globalt. Vi har redan infört många effektivitetsåtgärder i vår produktion och våra distributionscenter. Detta har resulterat i kortare ledtider till kund.

Förra året startade vi ett projekt för att öka effektiviteten i våra kontor. Undersökningar visade att utnyttjandet av ytorna var för lågt. Det främsta skälet var att karaktären av vårt arbete har förändrats. Idag spenderar vi bara en begränsad tid vid våra skrivbord. England var först med att skapa ett aktivitetsbaserat kontor. Vi har nu en arbetsplats för våra marknadsbolag, där man väljer att sitta vid den lämpligaste platsen för uppgiften som man arbetar med vid en specifik tidpunkt. Det kan vara en videokonferens eller i ett öppet kontorslandskap. Genom att använda den senaste informationstekniken, har vi underlättat rörligheten för personer inom och utanför kontoret.

Effektivitet handlar också om integration av nya företag och utveckling av synergier. När vi förvärvade Edwards Group var dessa två olika faktorer i fokus.

Medarbetare levererar resultat. Skickliga, motiverade och lojala medarbetare i alla delar av världen är avgörande för våra framgångar. Vi strävar efter att attrahera kompetenta kollegor, som är ivriga att växa. Vi tror att en diversifierad arbetsstyrka gör oss starkare. Därför strävar vi efter mångfald när det gäller kön, ålder och nationalitet.

Andelen kvinnor i Gruppen var 17 procent under 2014 och andelen kvinnor i chefsposition ökade till 16,6 procent. Mångfald är en förutsättning för att nå vårt mål att skapa lönsam tillväxt. Den lokala arbetsstyrkan bör därför spegla kompetenser och mångfald på den lokala marknaden.

Att vara närvarande på så många platser kräver starkt ledarskap. Våra ledare måste kunna möta alla typer av utmaningar ur ett globalt perspektiv och de är vitala för att utveckla verksamheten och förverkliga våra ambitioner. Förra året samlade vi våra mest seniora ledare i Stockholm för ett chefsmöte. Målet var att stärka kulturen, öka förståelsen för vår strategi, utbyta de bästa idéerna och att nätverka. Bland dessa chefer var 54 nationaliteter representerade.

Kompetensutveckling för våra medarbetare är en fortlöpande uppgift och vi söker ständigt efter metoder för att göra detta mer effektivt. Oavsett om det gäller engelska-kurser online eller kunskap om nya produkter. Vi vill förkorta den tid det tar för de anställda att utföra sina uppgifter. Vi tittar också på nya metoder för att utbilda våra kunder. Ett bra exempel är de simulatorer där borrhögssoperatörer kan lära hur man använder vår utrustning.

År efter år står vårt Atlas Copco starkt. Vi skapar värde för våra kunder genom att leverera hållbar produktivitet. Och vi kommer att fortsätta att göra det. Överallt har vi engagerade medarbetare som arbetar för att ge bästa möjliga produkter och service till våra kunder. Vår satsning på produktinnovation kommer att säkerställa kundernas konkurrenskraft och flexibilitet. Våra framgångar uppnås med den mest kompetenta och motiverade arbetskraften i branschen.

Jag vill tacka alla Atlas Copcos anställda för deras engagerade arbete; tillsammans levererar vi resultat. Jag tackar alla våra kunder för deras order och lojalitet till våra varumärken; tack för era höga krav på oss. Till alla våra aktieägare; tack för ert stöd och förtroende i Atlas Copco.

Tack!