



**Alfa Laval AB:s verkställande direktör och koncernchef
Sigge Haraldsson vid bolagsstämman den 27 april 2004.**

Jag hälsar er hjärtligt välkomna till Alfa Lavals bolagsstämma nummer två!

I dag kommer jag inte bara att prata om föregående år utan även första kvartalet 2004, men jag börjar med 2003.

För drygt ett år sedan deklarerade vi våra utsikter för 2003. Vi sa att orderingången förväntades visa en begränsad ökning under året och att ytterligare besparingsinitiativ kommer att minska den negativa valutaeffekten. Resultatet före skatt kommer att förbättras väsentligt. Hur har det då gått?

Orderingången var 14 145 miljoner svenska kronor och vi tittar på hur orderingången har fördelat sig på per kvartal jämfört med år 2002. Orderingången steg med 1,6 % under första kvartalet, under det andra kvartalet sjönk den med 3 %. Under det tredje och fjärde kvartalet ökade orderingången med 5,6 % respektive 15,7 %. Det intressanta i den här bilden är egentligen att orderingången började ta fart i slutet av det andra kvartalet. Den fortsatte att förbättras under det tredje och fjärde kvartalet och förbättringen är inte en handfull större projekt utan det är jämt fördelat mellan alla de kundsegment, som vi arbetar med i företaget. Om vi tittar på företaget som helhet under 2003, så ökade orderingången med 5 %. Dock, som ni kan se på bilden, så ligger andra halvåret på en nivå som är 10,7%.

Om vi tittar på de kundsegment, som vi arbetar med – vi har 10 kundsegment i företaget, fördelat på två divisioner, Equipment-divisionen och Process Technology-divisionen, så har varje kundsegment totalansvar för sin respektive kundgrupp. Segmenten säljer allt Alfa Laval har att erbjuda till de respektive kundgrupperna i form av produkter, produktpaket, systemlösningar och processlinjer. Om vi illustrerar utvecklingen i kundsegmenten med plus- och minustecken, där plus naturligtvis representerar bättre än motsvarande period år 2002, och där minustecknet är sämre, så ökade orderingången i nio av våra tio segment 2003 jämt med 2002. Enbart i segmentet Processindustri hamnade vi på en lägre nivå. Processindustri är väldigt mycket kemisk processindustri, där de stora kapacitetsrelaterade investeringarna ännu inte har tagit fart. Utsikterna för år 2004 - vi förväntar oss en stark utveckling i alla 10 kundsegmenten. Möjligen kommer segmentet Marine & Diesel 2004 inte att bli bättre än 2003, eftersom 2003 var lite av ett rekordår, men det kommer fortfarande att vara bra. I alla övriga segment förväntar vi oss att orderingången kommer att bli bättre än 2003. Således en stark utveckling i alla kundsegment under 2004.

Om vi nu går in och tittar på ett land, ett viktigt land i Alfa Laval även om alla länder är viktiga, så är detta stort och snabbt växande, Kina. 1984 etablerade vi vårt första säljkontor i Kina. I dag har vi en organisation i Kina med ett huvudkontor i Shanghai och ett antal säljkontor i landet. Vi har 411 anställda och vi har två egna fabriker, helägda av Alfa Laval. En fabrik tillverkar plattvärmeväxlare och en fabrik tillverkar flödesutrustning. Volymerna förser naturligtvis den kinesiska marknaden, men en hel del av volymerna går också på export till andra länder i världen. Orderingången ökade under 2003 med 12 % jämfört med 2002 och Kina representerade föregående år 6 % av koncernens totala orderingång. Ray Field är VD i Alfa Laval, Kina och vi har bett Ray kommentera Marine & Diesel segmentets utveckling i Kina under 2003.

(Se separat film)

Om vi sedan tittar på resten av världen så kan vi se på den här bilden, som visar hur orderingången fördelar sig i regioner, där Norden, Västeuropa och Central- och Östeuropa tillsammans representerar 52% utav Alfa Lavals orderingång, med Nordamerika 17% och Asien

25%. Den snabbast växande regionen under de senast 3-4 åren är Asien. Nordamerika har tappat och Europa har konsekvent legat på en nivå strax över 50%. Sedan har vi ytterligare lite tillskott från Latinamerika och övriga världen, som i huvudsak är Australien och Nya Zeeland.

Om vi tittar på hur de olika regionerna har utvecklats under 2003 på samma sätt som vi tittade på kundsegmenten, så har vi en utveckling i de nordiska länderna, i västra Europa och i Australien och Nya Zeeland, där orderingången hamnade på en nivå under nivån för 2002. När det gäller de nordiska länderna och västra Europa, så förbättrades läget löpande under året, men inte tillräckligt mycket för att vi skulle kunna komma riktigt på 2002 års nivå. Nordamerika, Latinamerika, Central- och Östeuropa och Asien hade alla en utveckling, som var bättre 2003 än 2002. I Nordamerika hade vi en svag utveckling under första halvåret. Det repade sig under andra halvåret och det fjärde kvartalet i framför allt USA var mycket starkt. I Asien, som var den klart lysande stjärnan under föregående år, utvecklade sig alla länder bra. Japan, Kina, Indien – alla de stora länderna, men även Sydkorea, Taiwan, Filippinerna och Thailand – alla länder i regionen utvecklades bra under föregående år. Om vi tittar på utsikterna för 2004, så säger vi att alla regioner kommer att utvecklas positivt under detta år.

Låt oss studera ytterligare ett viktigt land – Indien. 1937 grundades Alfa Laval i Indien. Det är ett företag, där vi äger 64 %. Det är noterat på börsen i Mumbai. Företaget har 1031 anställda, vi har tre fabriker, en som tillverkar plattvärmeväxlare, en som tillverkar flödesutrustning och en som tillverkar separatorer och dekantrar. Även här är det naturligtvis så att vi förser den lokala indiska marknaden med produkter, men vi exporterar också en hel del från Indien till andra Alfa Laval länder. Orderingången ökade med 21 % under 2003 och Indien representerar 4% av koncernens totala försäljning. Nu skall ni få några korta kommentarer om utvecklingen under 2003 i Indien från Satish Tandon, som är VD i vårt indiska bolag.

(Se separat film)

Som sagt, orderingången tog fart i slutet av andra kvartalet och vi hade en bra tillväxt under tredje och fjärde kvartalet. När man tittar på marknadens tillväxt, så ligger den i storleksordningen 2-3 %, vilket innebär med den tillväxt vi har haft, att vi inte bara ser en starkare efterfrågan, utan vi ser också att vi har tagit marknadsandelar. De marknadsandelarna har vi tagit med hjälp av ett tillväxtprogram, som vi har drivit i företaget under de senaste 1-1,5 åren och som nu börjar ge resultat. Ett bra exempel är produktutveckling. Vi investerar varje år 2,5 % av vår försäljning i Forskning och Utveckling. Vi introducerar varje år på marknaden 25-30 nya produkter. Vi är marknadsledare och vi bör ligga på ungefär den nivån. Det ni ser här på bilden är ett exempel på de produktlanseringar, som har gjorts under 2003.

Låt mig ge några korta kommentarer. Från vänster har vi är en rostfri pump, som har mycket, mycket fina hygieniska egenskaper och som kommer att bli viktig inom framför allt livsmedelsområdet. Därefter Aldec G2 som är en ny dekanter, eller rättare sagt en ny serie av dekantrar. Med lanseringen av den nya serien blir vi betydligt mer konkurrenskraftiga i en marknad som är mycket konkurrensutsatt. Den tredje produkten är en ny plattvärmeväxlare. Vi har historiskt arbetat huvudsakligen med vätska/vätska i våra plattvärmeväxlare, där vi har höga marknadsandelar. Vi har nu använt samma teknologi och utvecklat en plattvärmeväxlare för ånga och gaser. Det betyder att vi flyttar den teknologi, som vi historiskt har använt mest för vätska/vätska in på ång- och gasmarknaden, vilket är en intressant framtidsmarknad. Den fjärde produkten, som heter Culturefuge är en separator, som är speciellt utvecklad för bioteknikmarknaden, som får ta hand om och separera de känsliga produkter som hanteras i olika typer av bioteknik- och läkemedelsapplikationer. Den sista produkten, som syns här på bilden är Alfa Nova. Det är en ny kategori av lödda plattvärmeväxlare, där vi har introducerat en ny patenterad lödteknik, som ger oss möjlighet att komma in på marknader, som vi tidigare inte har haft möjlighet att bearbeta.

Löpande under åren har vi med vårt utvecklingsarbete tänjt på de tekniska gränserna och därmed också den potentiella marknaden för vår typ av kompakta värmeväxlare. Om man tittar på historien för våra värmeväxlare, så startade den 1931 när en man som hette Pontus Larsson, utvecklade och designade den första plattvärmeväxlaren. Pontus Larsson är för övrigt son till den svenska målaren Carl Larsson. Över tiden har vi sedan utvecklat konceptet och det finns ett antal varianter, som har tillkommit sedan dess. Var och en av de här varianterna har hjälpt till att öka storleken på marknaden för kompakta värmeväxlare och att öka vår försäljning. Alfa Nova, det senare tillskottet var det jag visade på föregående bild, där vi alltså ytterligare tänjer på de tekniska gränser, som naturligtvis finns i alla typer av produkter. Ett exempel på en gräns, som vi har flyttat väsentligt med hjälp utav Alfa Nova är temperaturgränsen. Tidigare typer av lödda plattvärmeväxlare klarade av temperaturer upp till 225°. Med denna produkt kan vi arbeta med temperaturer upp till 550°. Alfa Nova är definitivt en framtidsprodukt.

Vårt tillväxtprogram är mycket mer än produktutveckling. Det består faktiskt av sex olika program. Vi arbetar med dessa program över hela världen, i alla bolag och det är naturligtvis en del av bakgrunden till den ökade orderingången.

En viktig del i vårt tillväxtprogram är naturligtvis den förvärvade tillväxten. Om vi tittar på organisk och förvärvad tillväxt tillsammans, så har vi kommunicerat till marknaden att vi skall ha en snitttillväxt på 5 % per år över en konjunkturcykel. Det har kommit synpunkter att 5 % är konservativt och jag är den förste att hålla med, men vi har också sagt att det finns ingen anledning att över huvudtaget fundera på att revidera tillväxttalet förrän vi med viss säkerhet befinner oss på den här nivån. Våra 5% har vi fördelat med 3 % organisk tillväxt och 2% förvärvad tillväxt. Just 2 % förvärvad tillväxt indikerar ju att det vi pratar om är små och medelstora köp. Under föregående år förvärvade vi två företag. Det första var ett danskt företag, Toftejorg, med en omsättning 2002 på 210 miljoner kronor. Det konsoliderades i Alfa Laval den 1 januari 2003. De är marknadsledare på utrustning för tankrengöring. Det är framför allt två segment som berörs. Det ena är Marine & Diesel och det andra är Sanitary. Nyförsäljningen under 2003 ökade med 15% jämfört med 2002.

Det andra företaget var bioKinetics, som omsatte ca 550 miljoner kr 2002. Det konsoliderades med Alfa Laval den 2 oktober 2003 och där säljer vi processprodukter för bioteknik- och läkemedelsindustrin. Detta ger oss utvecklingsmöjligheter inom det segment, som vi kallar för Life Science, som vänder sig till bioteknik- och läkemedelsindustrin och som är en av de marknader vi ser som en tillväxtmarknad. Företaget är huvudsakligen verksamt i Nordamerika och vi skall naturligtvis hjälpa till att med vår organisation skapa marknadsnärvaro i de europeiska och de asiatiska marknaderna.

I två olika pressmeddelanden, i december respektive mars i år, har vi informerat att vi har initierat och driver en process mot förre ägaren till bioKinetics, mot bakgrund av redovisningsfelaktigheter. Så är läget för närvarande och det finns inte något nytt att tillägga.

Nu återvänder vi till siffrorna. Resultat efter planenliga avskrivningar, 1 627 miljoner kronor, vilket innebär en rörelsemarginal på 11,7 %. Under 2002 var nivån 12 %. Om vi tittar på hur resultatet varierat per kvartal under de senaste tre åren, har vi har rört oss runt 12 %-nivån.

Tittar vi på resultatet med och utan valutaeffekt, så kan vi se att 2002 hade vi ett resultat efter planenliga avskrivningar på SEK 1 755 miljoner kronor och 2003, som jag tidigare sagt SEK 1 627 miljoner kronor, en negativ differens på 128 miljoner. Om jag rensar bort valutaeffekter på SEK 273 miljoner, som är helt och hållet relaterade till den svaga dollarn, så ser vi att vi har en förbättring SEK 145 miljoner. Vi har lyckats att med besparingar kompensera drygt hälften av den negativa valutaeffekten.

Det har vi gjort med hjälp av vårt besparingsprogram, som vi har kallat "Beyond Expectations", som introducerades 1999. Då deklarerade vi att vi i slutet av år 2003 skulle ligga på en

besparingstakt av SEK 850 miljoner per år. Vi uppnådde detta under det tredje kvartalet föregående år och vi säger därför att när det gäller Beyond Expectations, så är målet uppnått. Beyond Expectations är avslutat som omstruktureringsprojekt. Det betyder inte att de projekt som finns kvar har stoppats utan de fortsätter naturligtvis, men de blir nu en naturlig del av vår normala verksamhet, en verksamhet där man alltid skall arbeta med effektiviteten.

Om vi tittar på antalet anställda, som är ett bra måttetal på hur egentligen kostnaderna har utvecklats, så kan vi se att antalet anställda har ökat totalt sett i Alfa Laval från 9133 till 9358, men om jag tar bort de förvärv som gjordes under året, Toftejorg och Biokinetics, så visar det sig att vi har haft en reducering med 232 personer över året.

Vinst före skatt SEK 817 miljoner kronor, föregående år var det SEK 372 miljoner kronor. Kassaflödet SEK 1 654 miljoner kronor och året tidigare SEK 1 924 miljoner. Skillnaden i kassaflöde är helt och hållet relaterad till en ökning av rörelsekapitalet. Vi minskade vårt rörelsekapital 2002 med SEK 20 miljoner och vi ökade det under 2003 med SEK 250 miljoner. Under ett flertal år har vi kontinuerligt minskat rörelsekapitalet och nått till en nivå där vi framöver kommer att se variationer, som följer volymförändringarna.

Avkastningen på det sysselsatta kapitalet på 21,3 % är en förbättring i förhållande till året tidigare, en soliditet på 33,3%, också det en förbättring i förhållande till tidigare.

Låt oss nu titta på företagets finansiella mål - vi har tidigare kommunicerat att målet är 5 % tillväxt i snitt över en konjunkturcykel och föregående år kunde vi konstatera att det var det första året på länge som vi låg på den nivån. När det gäller rörelsemarginalen är målet 12-15 % och där har vi då också sagt att vi skall nå en rörelsemarginal på 12 % med hjälp av vårt omstruktureringsprogram "Beyond Expectations". Vi kan också konstatera att 2002 låg vi på 12 % och 2003 låg vi strax under 12%. Vi ligger således på den nivån, men vi har också sagt att vi inte kommer att nå 15 % utan hjälp från tillväxt. Därför är det naturligtvis speciellt glädjande att konstatera att det andra halvåret föregående år var orderingången på en nivå på 10,7 %, vilket då är klart över det snitt på 5 % som vi talar om. Målet för avkastning på det sysselsatta kapitalet är 20%. Föregående år hade 21,3%.

Orderingångstakten låg således andra halvåret 2003 på 10,7 %. Vi såg en ökning av orderingången redan i slutet av det andra kvartalet och framåt och det är naturligtvis då intressant att se hur den har utvecklats under 2004. Hur ser det första kvartalet 2004 ut? Har orderingången fortsatt att vara stark? Har lönsamheten fortsatt att förbättras? Låt oss titta på detta.

Denna bild såg ni tidigare, nämligen hur orderingången fördelar sig per kvartal under 2003, jämfört med motsvarande kvartal 2002 och vi ser också den ökning vi har talat om. Om vi nu lägger till det första kvartalet 2004 kan vi konstatera att orderingången har fortsatt att öka. Under det första kvartalet är ökningen 22,6 % jämfört med det första kvartalet 2003.

Orderingången var 3 929 miljoner kronor och försäljningen 3 184 miljoner kronor. Försäljningen ökade med 6,5 % och exklusive valutaeffekten ökade försäljningen med 12 %. Resultatet efter planerliga avskrivningar var 383 miljoner kronor med 12 % rörelsemarginal. Motsvarande period året tidigare, 2003, var marginalen 10,7 %, således en klar förbättring.

Om vi också tittar på hur valutan har påverkat resultatutvecklingen, så hade vi 2003 ett resultat efter planerliga avskrivningar på 321 miljoner kronor för det första kvartalet, 2004 383 miljoner kronor, dvs. en förbättring med 62 miljoner kronor och om vi dessutom korrigerar för den negativa valutaeffekten på 68 miljoner kronor, så har vi totalt en förbättring på 130 miljoner kronor.

Vinst före skatt är 211 miljoner kronor mot föregående år 141 miljoner kronor. Kassaflödet är 321 miljoner kronor mot föregående år 215 miljoner kronor. Avkastning på det sysselsatta kapitalet är 22 %, också det en förbättring i förhållande till föregående år.

Asbestrelaterade stämningar i USA, hur ser situationen ut efter det första kvartalet 2004? Det vi kan konstatera är att Alfa Laval Inc., vårt amerikanska dotterbolag, den 31 mars 2004 var instämt som en av många svaranden i sammanlagt 131 asbestrelaterade mål omfattande totalt ca 20 000 käranden. Stämningarna i delstaten Mississippi omfattar ca 99 % av det totala antalet käranden. Vi vidhåller samtidigt vår tidigare bedömning att krav och legala kostnader kommer att täckas av försäkringar och att stämningarna inte i väsentlig grad kommer att påverka koncernens finansiella ställning eller resultat.

Låt oss nu ta ytterligare en titt på orderingången under första kvartalet i år, inte bara totalt sett utan också per segment och regionalt. Låt oss börja med att studera utvecklingen av orderingången för våra olika segment. Vad vi kan konstatera är att samtliga segment har haft en bättre utveckling under första kvartalet 2004 jämfört med samma period föregående år.

En viktig region i världen är vad vi kallar Mid-Europe. Den består av tre länder, Tyskland, Österrike och Schweiz. Alfa Laval startade här runt år 1900, Österrike i slutet på 1800-talet och Tyskland och Schweiz i början på 1900-talet. Vi har 292 anställda i denna region. Orderingången ökade med 11 % under första kvartalet 2004 jämfört med samma period 2003. Regionen motsvarar 7 % av koncernens totala orderingång under första kvartalet. VD i Mid-Europe är Susanne Pahlén Åklundh och ni kommer nu att få höra några korta kommentarer från henne, speciellt relaterade till de marknader, som Process divisionen arbetar med.

(Se separat film)

Låt oss nu titta på orderingången per region. Under första kvartalet har det inte skett några större förändringar vad gäller regionernas proportionerliga andel, jämfört med hur det såg ut i slutet av 2003. Däremot ser vi vissa förändringar på hur orderingången har utvecklats i relation till samma period 2003. Summerat kan man säga att samtliga regioner utom Latinamerika har en orderingång under första kvartalet i år, som var bättre än föregående år. Latinamerika ligger strax under föregående års nivå och representerar 3 %. Nordamerikas positiva utveckling under fjärde kvartalet 2003 fortsatte in 2004. Den positiva utvecklingen under det senaste året fortsätter i Centrala och Östra Europa. Mycket glädjande är att både västa Europa och de Nordiska länderna är bättre än samma period 2003. Detta dels för att det var ett bra tag sedan som vi kunde sätta plus för dessa två regioner och dels för att de tillsammans representerar en ansevärd del av helheten, nästa 45 %. Asien fortsätter att vara bättre än jämförande period, vilket innebär att tillväxten fortsätter med oförminskad styrka, vilket naturligtvis också är glädjande. Även resten av världen utvecklades bättre.

USA representerar 14 % av vår totala orderingång under första kvartalet och är naturligtvis en viktig marknad för oss, så låt oss ta en närmare titt. I USA har Alfa Laval funnits sedan 1885, vilket är samma år som Alfa Laval grundades, så USA har varit med från början. Vi har 742 anställda, 2 fabriker, en som tillverkar plattvärmeväxlare och en som tillverkar flödesutrustning. Orderingången under det första kvartalet i år ökade med 27 % jämfört med samma period 2003. Kirk Spitzer, VD i USA kommer att ge några korta kommentarer om utvecklingen under första kvartalet i år.

(Se separat film)

Utsikterna för helåret 2004 - Alfa Laval förväntar att återhämtningen under andra halvåret 2003 kommer att fortsätta under 2004. Vi har nyss konstaterat att första kvartalet 2004 var ett mycket starkt kvartal. Ökningen under 2004 kommer sannolikt att bli fortsatt stark. Rörelsemarginalen, EBITA-marginalen, exklusive valutaeffekter kommer att fortsätta att förbättras. Under årets

första kvartal kan vi konstatera att vi har en klar förbättring även inkluderat valutaeffekten. Detta är naturligtvis synnerligen uppmuntrande.

Låt mig avslutningsvis bara påminna om vår affärsidé – *”Att optimera prestanda i våra kunders processer. Om och om igen”*. Jag tycker att affärsidén väldigt väl speglar våra ansträngningar och vårt fokus och den ger er en tydlig bild av det värde vi erbjuder och levererar till våra kunder.

Tack!