

VD Lars Renströms tal vid bolagsstämman den 27 april 2005.

Mina damer och herrar, aktieägare och anställda.

Stark tillväxt 2004

Alfa Laval visade styrka under 2004 då orderingången överträffade företagets förväntningar och ökade med 15 procent i fast valuta till 15,7 miljarder kronor.

2004

Rörelsens resultat blev cirka 1,7 miljarder och rörelsemarginalen 11,3 procent.

Två externa faktorer under 2004

Försvagningen av den amerikanska dollarn har under 2004 varit den externa faktor som kraftigast påverkat Alfa Lavals resultat. Jämfört med 2003 var rörelsemarginalen mer än 300 miljoner kronor lägre på grund av valutaförändringar, där försvagningen av den amerikanska dollarn haft störst inverkan.

För att motverka försvagningen ökar vi successivt vår tillverkning och våra inköp i länder vars valutor är knutna till den amerikanska dollarn. Stigande materialpriser har också varit en viktig faktor under året. Alfa Laval har historiskt kunnat föra över prishöjningar till sina kunder.

Även under 2004 har vi kunnat kompensera oss för merparten av materialprisökningarna, dock finns det en eftersläpning inom några kundsegment. Dessutom arbetar vi för att minska effekten av prisökningarna genom omkonstruktion av produkter och byte av material.

Finansiella mål

Under inledningen av 2005 gjorde styrelsen en översyn av företagets finansiella mål och bibehöll tillväxt- och avkastningsmålet.

Marginalmålet justerades till 10 –13 procent, baserat på att valutakurserna förändrats väsentligt sedan målet sattes för några år sedan.

Det innebär egentligen en uppjustering av målet med hänsyn till aktuella valutakurser då en direkt omräkning skulle ha gett målet 9 – 12 procent.

Stark geografisk närvaro

Den starka geografiska närvaron är en av Alfa Lavals främsta styrkor. De snabbväxande marknaderna Kina, Indien och Ryssland tillhör våra största marknader.

Under 2004 ökade orderingången i Asien med 21 procent. I Indien var tillväxten 30 procent och i Kina 39 procent, vilket gör Kina till vår nästa största marknad efter USA.

En viktig prioritet är att ytterligare förstärka den lokala närvaron på de snabbväxande marknaderna. I Indien och Kina accelererar utbyggnaden av den lokala tillverkningen, både för att komma närmare de snabbväxande marknaderna och för att utnyttja dessa länder som en bas för global försörjning.

Såväl den indiska som den kinesiska valutan följer den amerikanska dollarn, vilket innebär att detta även är ett sätt att balansera vår dollarexponering.

Direkta förädlingstimmar i Asien

Vid utgången av 2004 utfördes närmare 40 procent av de direkta förädlingstimmarna i produktionen i Asien och vid utgången av 2007 ligger vi på närmare 45 procent.

Packinox

I mars 2005 förvärvade Alfa Laval det franska företaget Packinox. Packinox kunder finns inom raffinaderi och petrokemisk industri.

Företaget är känt globalt för sin nischapplikation inom stora svetsade plattvärmeväxlare med hög prestanda.

Packinox är ett bra exempel på kompletterande förvärv. Förvärvet av Packinox breddar vårt produktsortiment och kommer att ge goda synergieffekter.

Försäljningen under 2005 förväntas uppgå till cirka 450 miljoner kronor och företagets resultat kommer redan under 2005 att bidra till koncernens vinst per aktie.

Plattvärmväxlare

På den här bilden ser vi hur Packinox breddar vårt sortiment vid höga tryck och temperaturer. Längst ner till vänster ser vi Alfa Laval's traditionella värmväxlare för måttliga tryck och temperaturer. För 5-10 år sedan tog vi steget upp till högre temperaturer och tryck med den egenutvecklade AlfaRex-värmväxlaren och Compabloc via ett franskt förvärv.

I och med förvärvet av Packinox har Alfa Laval en produkt för mycket höga temperaturer och tryck. Dessutom finns möjligheter till merförsäljning av Alfa Laval's produkter genom Packinox' kontaktnät inom raffinaderi och petrokemisk industri.

Nya produkter grunden för lönsam tillväxt

Nya produkter grunden för lönsam tillväxt. För att stärka våra ledande marknadspositioner utvecklar vi våra produkter kontinuerligt. Vi investerar mellan 2,5 och 3 procent av vår omsättning i forskning och utveckling. Detta är en uthållig nivå.

Alfa Laval skall öka den andel av försäljningen som kommer från nya produkter genom att snabba upp processen från förstudie till att produkten har introducerats hos kund. Det är grunden för lönsam tillväxt och stabila priser.

Varje år lanserar Alfa Laval mellan 25 och 30 nya produkter.

Miljöapplikationer skapar tillväxt

Alfa Laval har flera produktapplikationer med miljöprofil där vi renar vätskor och gaser.

Ett exempel är applikationer till marinindustrin som hjälper rederierna att klara myndigheternas allt hårdare miljökrav på utsläpp från fartyg.

Rederiernas efterfrågan ökar på produkter som kan lösa dessa krav och Alfa Laval har bland annat produkter inom följande tre miljöområden:

- Länsvatten, där Alfa Laval's separatormodul renar länsvattnet från olja på ett mycket effektivt sätt
- Ballastvatten. Förra sommaren såg vi tidningsartiklar om hur växtligheten på havsbotten utanför den svenska västkusten trängdes bort av asiatiska växter.

Det är ett mycket stort globalt problem att fartyg pumpar ombord stora mängde havsvatten i en del av världen för att därefter pumpa ut samma vatten i en annan del av världen.

Däriigenom introduceras växt- och djurliv i nya, främmande miljöer.

Från och med 2009 kommer lagkrav att träda i kraft för rening av ballastvatten.

Alfa Laval samarbetar med ett svenskt företag och säljer en produkt som kan rena och hantera ballastvatten ombord

- Vevhusventilation. Alfa Laval har utvecklat en luftseparator för att avskilja olja ur den luft som ventileras ut från vevhuset på en dieselmotor.

Fortsatt fokus på eftermarknaden

Alfa Laval's eftermarknadsaffär utgjorde 24 procent av orderingången under 2004. Alfa Laval har under de senaste åren fortsatt att utveckla eftermarknaden, som under 2004 hade en organisk tillväxt på cirka sju procent, vilket betyder att vi överträffade våra långsiktiga tillväxtnål för eftermarknaden.

Det säkerställer kundernas processer samtidigt som det gör Alfa Laval mindre konjunkturkänsligt. Dessutom innebär det att vi ökar intäkterna per kund och knyter kunderna närmare Alfa Laval.

Eftermarknadspotential

Det gör vi bland annat genom ett utökat serviceinnehåll på (*tryck*) våra etablerade marknader samt genom att knyta nyförsäljningen av våra produkter närmare försäljningen av tjänster och produkter inom eftermarknaden.

Dessutom har vi en åldrande installerad bas av utrustning på de snabbväxande marknaderna som inom de närmaste åren kommer att behöva reservdelar och service.

Skalfördelar med kunden i centrum

Vår kundfokus har förstärkts genom att Alfa Laval sedan några år är organiserat efter kundsegment.

För att internt säkerställa produktdimensionen skapades under början av 2005 produktcentrum för höghastighetsseparatorer, dekantrar, plattvärmeväxlare och flödesutrustning.

Genom att samla all kompetens i ett center för respektive produktområde når vi större kritisk massa och bättre slagkraft.

Nya i koncernledningen

Förändringar i koncernledningen under hösten 2004 innebar att Ray Field och Lars Henriksson tillträdde som regionchefer.

De har bred erfarenhet av koncernen och har framgångsrikt lett säljbolag under många år. Från och med 2005 är Jesper Bulskov ny personaldirektör.

Jesper anställdes för två år sedan inom Alfa Laval och har tidigare arbetat på ett flertal företag varav merparten av tiden inom SAS Service Partner.

Strukturrationaliseringar

Alfa Laval arbetar fortlöpande med strukturrationalisering som en normal del av vår verksamhet.

I mars 2005 beslutade vi dessutom att helt stänga enheterna för tillverkning av marinseparatorer i Spanien och för montering av moduler för bioteknik- och läkemedelsindustrin i Kanada. Totalt berörs cirka 250 personer och det första kvartalet har belastats med 125 miljoner kronor i extraordinära kostnader.

Från medio 2005 och de efterföljande tolv månaderna blir besparingen 50 miljoner kronor och därefter ännu högre än så.

Aktiens utveckling

Sedan börsnoteringen den 17 maj 2002 och fram till i fredags, den 22 april, hade Alfa Laval's aktie stigit med drygt 25 procent samtidigt som Stockholmsbörsen som helhet stigit med drygt 15 procent och det industriindex som Alfa Laval mäts mot med 18 procent.

Under 2004 backade Alfa Laval's aktie med två procent samtidigt som Stockholmsbörsen steg med 17 procent och industriindexet steg med 19 procent.

60 procent fler aktieägare under 2004

Alfa Laval kan med glädje konstatera att antalet aktieägare under 2004 ökade med 60 procent till närmare 12 000. En bidragande orsak är att Alfa Laval framgångsrikt repositionerat och vitaliserat varumärket i en serie aktiviteter som visar hur brett företaget arbetar.

Här ser vi ett exempel på några annonser från Alfa Laval. Som ett kvitto på detta erhöll Alfa Laval under 2004 en utmärkelse för långsiktig varumärkesvård.

Stark finansiell ställning

Avslutningsvis kan jag konstatera att Alfa Laval har en stark finansiell ställning.

Vi har en skuldsättningsgrad på endast 38 procent och genererar ett fritt kassaflöde om cirka en miljard svenska kronor per år.

Detta ger handlingsfrihet.

Våra aktieägare skall erhålla en direktavkastning som är konkurrenskraftig jämfört med övrig nordisk verkstadsindustri. Styrelsen antog under inledningen av 2005 en ny utdelningspolicy, som innebär att mellan 40 och 50 procent av nettoresultatet, justerat för övervärden, skall delas ut.

Vidare skall kassaflödet användas till att generera tillväxt såväl organiskt som genom förvärv. Förvärven skall i första hand komplettera Alfa Lavals befintliga affär produktmässigt, geografiskt eller med nya försäljningskanaler.

Den typen av förvärv innebär begränsad risk, snabb integrering i Alfa Laval och tidigt bidrag till lönsam tillväxt.

Tack

Låt mig slutligen rikta ett stort tack till samtliga medarbetare i Alfa Laval-koncernen för mycket fina arbetsinsatser under 2004.