



INTELLECTA

PRESSINFORMATION

VDs anförande vid ordinarie bolagsstämma i Intellecta AB den 11 januari 2001

Herr ordförande, mina damer och herrar

Den nya koncernen

Under de två senaste stämmorna har vi pekat på fem strategiska utvecklingssteg som skulle ge koncernen en ny position på aktiemarknaden. Med fokus på tillväxt skulle vi förvärva ytterligare ett bolag inom IT/Internet och göra ett eller flera strukturförvärv inom den grafiska branschen samt, viktigast av allt, förvärva en byrå med inriktning på marknadskommunikation, IR och PR. Vi skulle också utveckla ett s.k. MAM, Media Asset Management-system och, inte minst viktigt, ersätta vårt bolagsnamn Tryckindustri med ett namn som bättre överensstämde med vår verksamhet – ett integrerat kommunikationsföretag.

Idag är vi där, vi förvärvade eller startade sammanlagt sex verksamheter inom IT/Internet och affärskommunikation under förra kalenderåret. I oktober bytte koncernen namn till Intellecta och just nu slutför vi integrationen mellan förvärvet av Stockholmstryckeriet Grafiska Gruppen och Tryckindustri Information.

Satsningen på MAM, Media Asset Management har utvecklats till att omfatta hela kommunikationshanteringen för både marknads-, affärs- och annan kommunikation på olika medier. Tjänsten, eller mer korrekt, tjänstepaketet, är nu klart att erbjudas marknaden under namnet communications management.

När Tryckindustri blir Intellecta tydliggör vi övergången från industriföretag till kunskapsföretag, från grafisk produktion, print, till en balanserad mix av produktionstekniker. Vi markerar också vår inriktning mot ett mer internationellt engagemang – från Sverige till Europa. En utveckling som även fortsättningsvis kommer att ske med hjälp av såväl förvärv som nyetableringar. Vi räknar också med en god organisk tillväxt. Störst blir tillväxten inom elektroniska medier och affärskommunikation men tryck på papper lever vidare och utvecklas mycket bra.

En färsk studie från Rochester Institute of Technology visar att skiftet från pappersburen information, som ju i viss mån redan pågår, kommer att ta minst ett halvt sekel. Den omtalade e-boken kommer att leva sida vid sida med den tryckta men den tryckta versionen kommer att vara mer attraktiv för de flesta läsarna. Så ser det ut inom de flesta av de produktområden som Intellectas tryckerier verkar i. På utbildningssidan kommer dock de elektroniska medierna att ta över snabbare.

Under de första tio åren som börsbolag hade vi en årlig tillväxt på i genomsnitt cirka 15 procent. Trots ett stort antal förvärv och omstruktureringar lyckades vi behålla en vinstmarginal mellan tio och femton procent under större delen av denna tioårsperiod.

Nyckeltalen för det gångna räkenskapsåret visar också att detta år blev mycket starkt med 34 procents tillväxt och en resultatförbättring på 39 procent. Inkluderar man SPP-medlen ökar resultatet med ytterligare 9 MSEK. En resultaträkning proforma, d.v.s. om Intellecta Corporate hade tillhört koncernen under räkenskapsåret 1999/00, visar på en ökning av resultatet med ytterligare 11 MSEK före goodwillavskrivning.

De synergier som vi beräknar att uppnå med förvärvet är omfattande. Förutom kompetensutbyte, förstärkning av koncernledningen och gemensamma utvecklingsprojekt, är det tre områden som skapar uppenbara resultatförbättringar.

- Bolagen i den tidigare Tryckindustrikoncernen liksom Intellecta Corporate kan nu erbjuda sina respektive kunder nya tjänster och produkter.
- Båda parter kommer av samma skäl att kunna attrahera helt nya kunder.
- Intellecta Corporates inköp av grafiska produkter samt IT- och Internettjänster kan göras från de övriga koncernbolagen.

Inledningen av det nya räkenskapsåret

Under den nya koncernens första kvartal, september–november 2000, ökade försäljningen till 96,1 MSEK (80,1). Resultatet efter finansnetto uppgick till 11 MSEK (13,2). Före belastning av goodwill på 1,5 MSEK samt kostnader för byte av namn och företagsprofil, 3 MSEK, uppgick resultatet till 15,5 MSEK (13,2). Som en konsekvens av det senaste årets bolagsförvärv belastades också likviditeten vilket ledde till att de finansiella intäkterna sjönk med 1,3 MSEK. Moderbolagets resultat försämrades därmed med 3,8 MSEK medan lönsamheten i de flesta rörelsedrivande bolagen var mycket god. Samtliga tre affärsområden hade mycket god lönsamhet under perioden. IT/Internetbolagen hade en genomsnittlig vinstmarginal på över 20 procent.

Fortsatt stark tillväxt

Koncernens tillväxt under september–november beror huvudsakligen på det senaste årets förvärv inom affärsområdena Electronic Media och Communication. Efterfrågan från kunderna till koncernens samtliga IT- och Internetbolag har varit, och är, fortsatt mycket god. I Intellecta Corporate, koncernens näst största bolag, är orderingången mycket god inför bolagets högsäsong, som infaller under räkenskapsårets andra och tredje kvartal. Verksamheterna i Warszawa och Köpenhamn som är under omstrukturering respektive uppbyggnad, bidrog endast marginellt till försäljningen inom affärsområdet Communication. I båda bolagen förväntas en positiv utveckling när det gäller produktion av årsredovisningar.

För affärsområdet Pre Publish & Print blev försäljningsökningen obetydlig. I Tryckindustri Information, koncernens största bolag, var försäljningen för Finanstryck god medan man noterade en viss nedgång i efterfrågan på reklamtrycksaker. För de övriga grafiska bolagen blev försäljningen i nivå med eller något bättre än föregående år.

Inom Tryckindustri Information samordnas numera såväl Graforama som Grafiska Gruppen, tidigare två egna juridiska personer. Tryckindustri Information är nu ett av Sveriges största arktryckerier. Som ett resultat av den pågående omstruktureringen av de grafiska verksamheterna i Storstockholm skapas en starkare försäljningsorganisation med en egen designbyrå, ArtoDito. Detta sammantaget skapar förutsättningar för en mycket stark utveckling under de närmaste åren.

Duro i Malmö som under november investerat i en åttafärgs arkpress visar en positiv utveckling av såväl försäljning som resultat.

Strålin's försäljning minskade som en konsekvens av att verksamheten Relieftryck överlätits till en egen juridisk person inom koncernen, Relieftryck AB.

On Time Lager och Distribution visade en stark utveckling under perioden.

Prognos för helåret 2000/01

Försäljningen inom befintliga enheter beräknas för innevarande räkenskapsår, uppgå till 400 MSEK (311). Därutöver planeras såväl förvärv som nyetableringar som, beroende av när under året de inträffar, bör bidra till att den totala försäljningen ökar.

I flera av koncernens befintliga enheter finns en stor potential för resultatförbättring. Samtidigt beräknas expansionen medföra ytterligare kostnader för nyetableringar och omstruktureringar. Styrelsen bedömer dock att vinstmarginalen även fortsättningsvis kommer att överstiga tio procent. Prognosen baseras på en fortsatt god efterfrågan på koncernens tjänster och produkter.

Vad skulle kunna dämpa vår lönsamhet?

- Om vi misslyckas med våra nysatsningar
- Om vi lockas att förvärva till överpriser
- Om börsen kraschar så att efterfrågan på prospekt försvinner
- Om vi får en kraftigt försvagad efterfrågan som leder till sämre priser
- Om några av våra större kunder av olika skäl väljer andra leverantörer

Den nya koncernen – en stabil plattform för fortsatt expansion

I samband med förvärvet strukturerades koncernen om i tre affärsområden:

1. Communication – investor relations, företagsprofilering och läkemedelsinformation
2. Pre Publish & Print – digital bild- och texthantering, tryckning inkl. print-on-demand samt distribution
3. Electronic Media – IT och webb med effektiva relations- och affärsfrämjande lösningar

Vår ambition är att skapa tydliga synergier mellan likartade bolag, liksom nya kombinationer av tjänster mellan affärsområdena och mellan ny och traditionell teknik.

Affärsidé

Varje bolag i koncernen har naturligtvis sin egen unika affärsidé. Gemensamt för koncernen gäller följande övergripande affärsidé:

”Vi bistår företag och organisationer i deras värdeskapande processer genom communications management – d.v.s. koordination och optimering av olika slags resurser, som stärker kundens varumärke, relationer och affärer.”

Mål och strategi

Förvärven och nyetableringarna inom affärskommunikation och Internet/IT samt namnändringen ger koncernen en ny position på kapitalmarknaden och skapar en ny plattform för en fortsatt expansiv utveckling.

Intellectas plan för de närmaste tre åren är en tillväxttakt på 40–50 procent vilket gör Intellecta till ett miljardföretag. Målet är att bli Nordens, och ett av Europas, ledande företag inom communications management. Med det menas samordning av ny och etablerad kommunikationsteknik och alla de andra resurser som behövs för att bistå företag med att stärka deras varumärken, relationer och affärer.

Nya Intellecta består av 14 hel- eller delägda företag, som redan idag erbjuder en unik mix av kompetenser, tekniker och resurser. I det nya Intellecta balanseras väletablerade och lönsamma bolag med nystartade eller unga bolag inom tillväxtsegment som inledningsvis kan komma att belastas av kostnader för etablering och utveckling. Denna modell möjliggör snabb tillväxt med begränsat risktagande.

Framgångsfaktorer

Leveranssäkerhet och kvalitet har varit mycket viktiga framgångsfaktorer men krävande kunder och långa kundrelationer är utan jämförelse vår största tillgång. Våra medarbetare i koncernens bolag har under decennier lärt sig att på olika sätt tillgodose de enskilda kundernas önskemål. Köptroheten är därför hög och rörligheten hos majoriteten av kunderna förhållandevis låg. Vår starka kundbas inom viktiga segment och ett omfattande nätverk i de flesta branscher, gör oss därför till en attraktiv affärspartner.

Att, som Intellecta, kunna erbjuda information oavsett medier med en unik mix av olika kompetenser är naturligtvis en viktig konkurrensfördel.

Vi har också en innovativ miljö och en relativt låg personalomsättning som både skapar ett gynnsamt förändringsklimat och stabilitet i organisationen.

Strategiska hörnstenar

Avslutningsvis vill jag nämna några av Intellectas strategiska hörnstenar.

- Växa snabbt med begränsat risktagande
- Stark finansiell plattform – god vinstnivå, positivt kassaflöde och enbetyggande soliditet.
- Produktutveckling med fokus på kundvärde och modulära upplägg
- Balans mellan human- och strukturkapitalbaserad intjäning
- Internationalisering genom bl.a. kommersialisering av produktkoncept