

Pressmeddelande från Esselte AB

2002-07-12

Esselte lanserar aggressiv tillväxtstrategi efter J.W. Childs förvärv

Sedan J.W. Childs den 11 juli 2002 tillkännagett att man beslutat fullfölja sitt offentliga erbjudande till aktieägarna i Esselte, lanserade det "nya" Esselte aggressiva tillväxtplaner.

Priset för Esselte var 90 kronor per aktie, vilket motsvarar 3,1 miljarder kronor (ca \$330 miljoner).

Efter fullbordandet av J.W. Childs förvärv, kommer Magnus Nicolin att utses till VD och koncernchef i det "nya" Esselte. Fram till 2001 arbetade Magnus Nicolin som vice verkställande direktör i Esselte med operativt ansvar för DYMO och Workspace enheterna.

—Förändringen av ägandet i Esselte innebär ett antal stora fördelar för företaget. Den främsta av dessa fördelar är större finansiell flexibilitet att driva en aggressiv tillväxtorienterad strategi. I takt med att marknaden för kontorsvaror utvecklas kommer konsolideringen i tillverkningsledet att accelerera. Esselte kommer nu att kunna spela en aktiv roll i den här processen.

Innovation och design

Esselte kommer att lägga stor vikt på att utveckla nya produkter för att på så sätt skapa ytterligare försäljningsmöjligheter. Satsningar på produktutveckling, innovation och design kommer att göras inom samtliga av Esseltes divisioner.

Ett tydligt tillväxtområde är DYMO, med produkter för märkning och etikettering. Särskild tonvikt kommer att läggas på att förverkliga potentialen i DYMO. Divisionen har ett produktsortiment som väntas få användning på en lång rad områden utanför den klassiska kontorsarbetsplatsen.

Konsolidering och geografisk expansion

Esselte AB (publ) hemsida:

Reg. nr.
556011 – 4554
Registrerat säte:
Solna, Sverige

Postadress:

Box 1371
171 27 Solna
Sverige

Telefon och

+46 (0) 8 545 219 00
www.esselte.com

Marknaderna för Filing och Workspace är fragmenterade och Esselte har för avsikt att aktivt driva den fortsatta konsolideringen i både USA och Europa, både genom utveckling och förvärv.

Vidare ska Esselte växa genom att expandera geografiskt. I dagsläget har Esselte dotterbolag i 25 länder och exporterar till 120 länder. Nu ska marknadsnärvaron utökas i Öst Europa och i Asien.

Stärka varumärken

Esseltes varumärken får förnyat fokus, liksom stödet till kunder i form av ökade marknadsföringsinsatser riktade mot slutanvändare. Detta kommer bland annat inkludera ett skarpare fokus på design. De ledande varumärkena är DYMO, Pendaflex, Leitz och Esselte.

Kunddriven verksamhet

Esseltes produktutveckling kommer att bli kundstyrd vilket innebär att avsevärda ansträngningar kommer att göras för att etablera och upprätthålla en närmare dialog med kunderna. Investeringar kommer även att göras i system och tillvägagångssätt för att förbättra service och support för Esseltes kunder, bland annat genom en integration med kunders order- och lagersystem.

- Den nya eran i Esselte börjar med att lyssna på våra kunder. Vi ska utveckla våra produkter och vårt erbjudande efter deras behov. Tillsammans med det nya management teamet kommer jag de närmaste veckorna att inleda en "roadshow" för att träffa nyckelkunder på alla våra marknader, säger Magnus Nicolin.

Esselte är den ledande globala tillverkaren av kontorsvaror med årlig försäljning på cirka 11 miljarder kr, dotterbolag i 25 länder, försäljning i mer än 120 länder och cirka 6 500 anställda.

Esselte gör det enklare för människor att organisera den moderna arbetsplatsen. De ledande varumärkena är DYMO, Pendaflex, Leitz och Esselte.

För ytterligare information om Esselte, se hemsidan www.esselte.com.

För vidare information, vänligen kontakta:

Magnus Nicolin

Telefon: +1 516 476 6703



Bob Hawes
SVP - Planning & Business Development, Essekte
Telefon: +44 (0) 1895 87 87 17
E-mail: bhawes@esselte.com

Essekte AB (publ)
hemsida:

Reg. nr.
556011 – 4554
Registrerat säte:
Solna, Sverige

Postadress:

Box 1371
171 27 Solna
Sverige

Telefon och

+46 (0) 8 545 219 00
www.esselte.com