PRESSMEDDELANDE

Ordinarie bolagsstämma i Nefab AB (publ)
Ordinarie bolagsstämma har avhållits med aktieägarna i Nefab AB den 16 maj 2003.

Utdelning
Bolagsstämman beslöt, i enlighet med styrelsens förslag, att till aktieägarna dela ut 2,80 kr per aktie, vilket är oförändrat jämfört med föregående år. Avstämningsdagen fastställdes till den 21 maj 2003. Utdelningen beräknas utsändas genom VPC den 26 maj 2003.

Styrelse
Till styrelseledamöter för det kommande verksamhetsåret omvaldes Ing-Marie Nordgren, Jochum Pihl, Björn Svedberg, Hans Nilsson, Reinhold Geijer, Hans Narfström och Lars-Åke Rydh.

Revisorer
Till revisorer för kommande 4 år valdes Bo Magnusson som ordinarie revisor och Linus Brandt som revisorssuppleant.

Ekonomisk information

Delårsrapport januari – juni 2003	12 augusti 2003
Delårsrapport januari – september 2003	29 oktober 2003
Bokslutskommuniké 2003	11 februari 2004

För ytterligare information, kontakta VD Lars-Åke Rydh, tel 070-592 45 70, e-mail lars-ake.rydh@nefab.se eller finans- och ekonomidirektör Anna Stålenbring, tel 070-814 23 44, e-mail anna.stalenbring@nefab.se

Alfta 2003-05-16

Lars-Åke Rydh
VD och Koncernchef

Bilaga
VD's tal till bolagsstämman

Fakta om Nefab
Nefab levererar kompletta förpackningslösningar till internationella industrikoncerner, inom främst teleutrustnings- och fordonsindustrin. Nefab har egna bolag i Europa, Nord- och Sydamerika samt i Asien. Faktureringen uppgick för 2002 till 1 miljard kr. Nefab-aktien är noterad på Stockholmsbörsen.

VD:s tal vid Nefabs bolagsstämma 2003

Herr ordförande, aktieägare och stämmodeltagare !

Det är idag sjunde gången som Nefab har bolagsstämma sedan vi börsnoterades 1996. Antalet stämmodeltagare är färre i år än vad vi vant oss vid. Jag tror att det främst är det bistra börsklimatet som avspeglas på detta sätt, kanske är det valet av veckodag. Nefab som företag är idag mer spännande än någonsin och borde därför egentligen locka betydligt fler stämmodeltagare.

Liksom tidigare år håller vi stämman här i Hälsingland. Nefab blir ett alltmer globalt företag. Idag finns vi representerade i 35 länder och globaliteten blir en allt viktigare konkurrensfaktor. Anläggningen här i Alfta har tvingats banta kostymen väsentligt under de senaste åren. Trots detta är det just Alftaenheten som är själva kärnan i denna globala Nefabstruktur. Här finns fortfarande en väsentlig del av kompetensen och framförallt en viktig del av företagets själ.

RÄTT VÄGVAL

Låt mig gå över till året som gått. När riktlinjerna för år 2002 drogs upp trodde vi på en viss återhämtning av efterfrågan. Många omvärldsfaktorer tydde då på att så skulle bli fallet. Vi bestämde oss emellertid för att planera verksamheten så att Nefab även vid en lägre efterfrågan skulle kunna leverera ett rimligt resultat och ett bra kassaflöde. Denna något försiktiga plan visade sig vara ett klokt vägval.

Teleutrustningsindustrin som 2002 svarade för ca 40 % av vår fakturering, hade ytterligare ett svårt år. Efterfrågan minskade i Europa och Nordamerika. Även Asienmarknaden som tidigare varit mycket stark, drogs med i nedgången. För Nefab innebar detta att leveranserna till teleutrustningsindustrin minskade med ca 90 Mkr i förhållande till året innan. Att fallet inte blev större beror på att vi lyckades ta marknadsandelar under året. Anledningen till att vi lyckades ta marknadsandelar är den starka ställningen vi har i Kina. När våra kunde flyttar produktion från Europa eller Nordamerika till Kina ökar sannolikheten för att vi får förtroendet att leverera förpackningen.

För att kompensera bortfallet inom teleutrustningsindustrin intensifierades bearbetningen av bl.a. fordonsindustrin. Effekten blev att faktureringen till fordonsindustrin ökade med 6 % till 111 Mkr och utgör nu 11 % av vår försäljning. Vår ambition är en ytterligare ökad fokus på detta segment. Vår försäljning till fordonsindustrin är projektorienterad. En inte oväsentlig del utgörs av returförpackningar och är av karaktären investeringar. I dagens läge är det svårt att nå avslut. Alla kunder värnar om sin kassa och vill skjuta investeringar på framtiden. Under senare tid har våra framgångar istället varit mera relaterade till eftermarknad och s k CKD. CKD står för completly knock down och innebär att man levererar bilar i delar för slutmontering i annat land. Glädjande är att en del av dessa leveranser sker i Brasilien, en marknad där vi annars haft det tufft de senaste åren.

STARKT KASSAFLÖDE

Faktureringen minskade alltså under året. Vi lyckades emellertid anpassa kostnadsmassan så att bruttomarginalen förblivit relativt stabil. Hur har vi då lyckats klara detta? Med ett successivt högre inslag av handelsprodukter borde väl kostnad för såld vara öka? Det är ett antal olika faktorer som spelar in. Vi har varit snabba att anpassa kapaciteten samtidigt som vi flyttat produktion till s k lågkostnadsländer. Långsiktigt kommer emellertid bruttomarginalen att sjunka, i takt med att andel handelsprodukter ökar. Detta innebär emellertid inte att lönsamheten skall försämras. Vi binder mindre kapital och avkastningen skall därför kunna utvecklas positivt.

Resultatet efter finansiella poster minskade från 2001 års 67 Mkr till 52 Mkr. Kassaflödet efter investeringar uppgick till 150 Mkr att jämföra med minus 35 Mkr föregående år. En av anledningarna till det goda kassaflödet var den låga investeringsnivån. Än viktigare var att vi lyckades frigöra rörelsekapital i form av kundfordringar och varulager. Detta gör att vi idag, alltså efter kvartal ett 2003, har en stark finansiell ställning med en soliditet på 48 % och en likviditetsreserv på ca 300 Mkr.

Den goda likviditeten kan komma väl till pass då det är vår ambition att förstärka vår marknadsposition genom förvärv. Detta gäller företrädesvis Europa. Vi är främst intresserade av bolag som för oss framåt i värdekedjan. Jag talar alltså om service- och återförsäljning, medan producerande enheter har en lägre prioritet när det gäller vårt val av förvärvsobjekt.

Under inledningen av 2003 förvärvade vi ett handelsföretag i Portugal. Företaget är en av landets ledande leverantörer av förpackningslösningar och förvärvet är ett bra exempel på vilken typ av företag vi är intresserade av. Man har alltså en ledande position på den lokala marknaden, man är starka gentemot ett av våra prioriterade kundsegment, i detta fall fordonsindustrin, man erbjuder ett sortiment som tillsammans med god förpackningskompetens löser kundens problem. Vi fortsätter att analysera ett antal olika förvärvsobjekt. Det är min ambition att under innevarande år kunna knyta ytterligare något bolag till Nefabkoncernen.

Allt fler av våra kunder flyttar tillverkning till så kallade lågkostnadsländer. För att finnas på plats och ge kunderna en lokal service och samtidigt förstärka konkurrenskraften, gör Nefab på samma sätt. Under 2002 startades därför en produktionsanläggning i Estland. Denna fabrik, tillsammans med övriga enheter, innebär att vi idag har en god kapacitet för tillväxt. Jag gör därför bedömningen att investeringar i byggnader och maskiner de kommande åren kommer att ligga på en låg nivå, väsentligt under nuvarande avskrivningstakt. Avskrivningstakten är ca 45 Mkr per år medan investeringarna torde ligga på ca 25 Mkr per år.

KOMPLETTA LÖSNINGAR

Vår ambition har under de senaste åren varit att utvecklas från att vara leverantör av plywoodlådor till leverantör av kompletta förpackningslösningar. Under 2002 tog vi ytterligare ett viktigt steg i den riktningen. Jag tänker bland annat på kontraktet i Kina med Flextronics. Där ansvarar vi för leveranserna av allt förpackningsmaterial för Microsofts X-Box. Vi köper in förpackningsmaterialet från ett 15-tal underleverantörer. Materialet lagerhålles sedan i en s k logistikhub i anslutning till Flextronics industripark. Vår personal ser till att förpackningarna

levereras in en gång per timma, dygnet runt. När efterfrågan var som störst inför julen, hade vi drygt 40 personer sysselsatta med logistikhanteringen. Varför valdes då Nefab som leverantör? Anledningen var att vi kunde erbjuda såväl förpackningskompetens som förmågan att hantera servicen. Detta är ett exempel som visar att kunden idag inte bara efterfrågar en hårdvara. Han vill arbeta med en leverantör som kan lösa ett problem. Vi kommer att fortsätta på den inslagna vägen och andelen fakturering som utgörs av icke egenproducerade produkter kommer att öka. Andelen uppgår idag till 24 %.

MILJÖFRÅGORNA I FOKUS

Förpackningen har en central roll i kundens miljöarbete. I vår policy definieras att den viktigaste funktionen för förpackningen är att skydda godset och förhindra onödigt resursslöseri. Under ett antal år har vi byggt upp en unik kompetens omkring dessa frågor. Vi kan därför erbjuda kunden såväl rådgivning som den hårdvara som behövs för att lösa problemen inom detta viktiga område.

KOMPETENS – ETT ALLT VIKTIGARE KONKURRENSMEDEL

Vår ambition är som sagt att leverera en totallösning till kunden. Det räcker inte att vara en duktig producent av en bra produkt. Kunden vill ha mer. Därför blir organisationens generella förpackningskompetens allt viktigare. Vi har under senare år arbetat målmedvetet med att utveckla den samlade kompetensen, ett arbete som kommer att fortsätta under 2003. Ett exempel på vårt sätt att arbeta är vår s k kompetensmatris. Vi har här delat in företaget i tre regioner, Europa, Nordamerika och Asien. Inom varje region arbetar ett antal personer med varje specialistområde. Arbetet är mycket decentralt och nätverksorienterat vilket inte driver de centrala kostnaderna.

FÖRVÄNTNINGAR PÅ FRAMTIDEN

Nefabs vision är att vara den globala partnern som levererar kompletta förpackningslösningar. Vårt arbete under 2003 kommer därför att fokuseras på de tre nyckelorden: *Globalitet, Partnerskap* och *Komplett lösning.*

När det gäller *globaliteten* räknar vi med att täcka ytterligare några geografiska områden. Nefab är i förhållande till globaliteten ett relativt litet företag. Att vara närvarande i Brasilien, Nordamerika och Asien kräver mycket framförallt när det gäller management kapacitet och kompetens. Det är emellertid vår övertygelse att globaliteten idag är vår främsta konkurrensfaktor. Förpackningsmarknaden är fragmenterad och endast ett fåtal leverantörer kan ge multinationella kunder den service de önskar.

Genom att fördjupa samarbetet med viktiga kunder inom prioriterade segment har vi ambitionen att förstärka *partnerskapet.* Eftersom vi inte intecknar någon snar förbättring av efterfrågan från teleutrustningsindustrin inriktar vi oss nu även på fordonsindustrin. Fordonsindustrin är som alla vet mycket konkurrensutsatt men vi anser oss kunna identifiera delsegment där man kan tjäna pengar.

En fortsatt satsning på att förflytta Nefab framåt i värdekedjan skall innebära att vi kan erbjuda marknaden en *komplett lösning.* Denna utveckling kommer att ske såväl genom organisk tillväxt som genom förvärv.

Vårt beroende av teleutrustningsindustrin har minskat från som mest drygt 50 %, till knappt 40 % av faktureringen. Andelen är emellertid fortfarande så stor att vi inte genom organisk tillväxt kan nå vårt långsiktiga tillväxtmål på 15 % utan att detta segment återhämtar sig. Vi intar därför idag samma försiktiga hållning som för ett år sedan. Vår ambition är alltså att kunna generera ett rimligt resultat och ett bra kassaflöde även under en period då efterfrågan från teleutrustningsindustrin är svag.

Aktieägare, därmed avslutar jag min presentation av Nefabkoncernens verksamhet 2002.

Tack för er uppmärksamhet.