

## Pressmeddelande

Stockholm den 9 maj 2011

### Electrolux höjer ribban för hållbarhetsredovisning

**Electrolux produkter med bästa miljöprestanda svarade för 22% av det totala antalet sålda enheter och 35% av Electrolux bruttovinst 2010. Försäljningen av Green Range-produkter, som har den bästa energi- och vattneffektiviteten, har stadigt ökat sedan lanseringen 2008. Detta är några av slutsatserna i Electrolux resultatöversyn för hållbarhetsarbetet 2010, *Sustainability matters*, där koncernen presenterar sin strategi och sina framsteg i att integrera hållbarhet i verksamheten.**

Riktlinjerna från Global Reporting Initiative (GRI) är den mest ansedda hållbarhetsstandarderna för rapportering av miljöprestanda, läget för arbetsförhållanden och mänskliga rättigheter, samt samhällsengagemang. *Sustainability matters* är integrerad i onlineversionen av Electrolux [årsredovisning](#) och uppbyggd kring ett klickbart GRI-index, vilket gör det möjligt för läsarna att fördjupa sig i hur koncernen möter olika hållbarhetsfrågor.

"Rapporten presenterar inte bara vår strategi och hur vi avser att uppnå den, den beskriver också de frågor som är mest relevanta för vår verksamhet och hur vi arbetar tillsammans med våra intressenter för att vara kvar i toppen. Aldrig tidigare har vår hållbarhetsrapportering varit så sammankopplad med årsredovisningen", säger Henrik Sundström, global hållbarhetschef i Electrolux.

Ett starkt fokus ligger på följande fyra frågor: klimatförändringar, etisk affärsverksamhet och säkra arbetsförhållanden, ansvarsfulla inköp samt omstruktureringar. Rapporten beskriver hur Electrolux hanterar problem och informerar också om mer än 70 resultatindikatorer som har definierats enligt GRI.

Andra uppgifter i rapporten är att Electrolux har minskat energianvändningen med 25% sedan 2005, och satt mål till 2014 för transporter (15% minskade koldioxidutsläpp från transporter) och vattenanvändning (20% minskning), samt att lång- och kortsiktiga produktmål för energi-, vatten- och kemikalieanvändning kommer under 2011.

"Under 2010 inledde vi processen med att utveckla en plan för att stärka våra hållbarhetsansträngningar. Vi förbättrade vårt grepp om växande globala utmaningar. Vi förbättrade vår kunskap om hur dessa kommer att påverka konsumentbehov och affärsklimat. 2011 kommer att innebära ändrad hastighet för Electrolux", säger Keith McLoughlin, VD och koncernchef i Electrolux.

Den fullständiga rapporten på engelska samt en kort PDF-version av den kan laddas ner på <http://annualreports.electrolux.com/2010/en/sustainability/sustainabilitymatte/sustainability-matt.html>.

För mer information, kontakta Electrolux Pressjour, +46 8 657 65 07.

Electrolux är en av världens ledande tillverkare av hushållsmaskiner samt motsvarande utrustning för professionell användning. Konsumenter köper 40 miljoner Electrolux-produkter i 150 länder varje år. Företaget fokuserar på att, baserat på bred och djup konsumentinsikt, ta fram innovativa produkter designade med omtanke om användaren och som möter konsumenters och professionella användares behov. I Electrolux produktsortiment ingår kylskåp, diskmaskiner, tvättmaskiner, spisar, luftkonditionering



och småapparater så som dammsugare under välkända varumärken som Electrolux, AEG, Eureka och Frigidaire. Under 2010 hade Electrolux en omsättning på 106 miljarder kronor och 52 000 anställda. För mer information besök [www.electrolux.com/press](http://www.electrolux.com/press) och [www.electrolux.com/news](http://www.electrolux.com/news).