

ÅRETS BÖRSBOLAG 2021/2022

PRESENTERAS AV

KANTON

DAGENS FÖRELÄSARE



Pierre Doverklint
Manager, Kanton



Ann-Charlotte Weber
COO & Senior Manager, Kanton



Elias Jönsson
Consultant, Kanton

ÅRETS JURY



Agnetha Jönsson
Analytiker, Dagens industri



Erik Rosenberg Sjöström
Partner och Head of Origination,
Vator Securities & styrelseledamot,
första AP-fonden

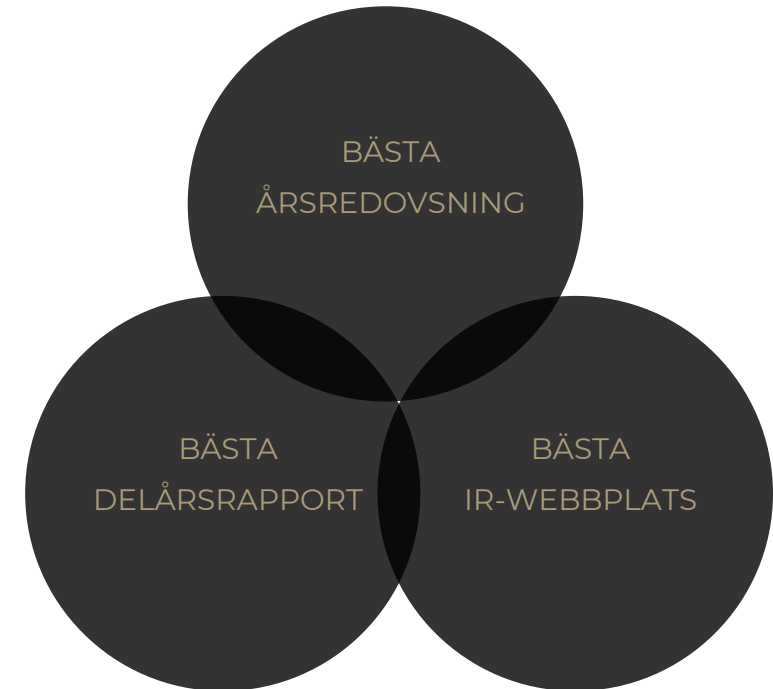


Hans Börneroth
CEO & Senior Adviser, Kanton

OM ÅRETS BÖRSBOLAG

- Årets börsbolag är Sveriges mest omfattande tävling inom finansiell kommunikation och investerarrelationer
- Tävlingen startades 1980 av Aktiespararna och har arrangerats av Kanton sedan 2007.
- Syftet med Årets börsbolag är att höja ambitionsnivån hos bolagen, skapa praxis gällande finansiell och icke-finansiell information till bolagens alla intressenter samt uppnå en mer enhetlig rapportering.
- Varje år utses ett bolag till Årets börsbolag. Vinnaren är det bolag med bäst totalresultat i de tre deltävlingarna:
 - Bästa årsredovisning
 - Bästa delårsrapport
 - Bästa IR-webbplats

ENHETLIG KOMMUNIKATION
ÖKAR TRANSPARENSEN



*En transparent informationsgivning ökar
förtroendet, ger en minskad riskpremie och en
mer rättvis värdering*

| FÖRTROENDE OCH TRANSPARENS

REPUTATION IS YOUR MOST IMPORTANT ASSET – WARREN BUFFET

FÖRTROENDE:

- Förtroende är vitalt för företag av alla storlekar
 - Investerare
 - Kunder
 - Finansiering
 - Kompetenta medarbetare
- Företag med ett högt förtroende har bättre förutsättningar att klarar en krissituation utan att skada sitt rykte
- Hur bygger vi förtroende?
 - B.la. genom ett tydligt syfte, stark kultur, etablerade och tydliga värderingar, involvera intressenterna, jämställd styrning, brett värdeskapande, långsiktighet samt transparens

TRANSPARENS:

- Kvalitativ finansiell rapportering utgör grunden för en fundamental analys
- Nyckelordet är transparens
 - Rapporten ska vara enkel att förstå och ge en heltäckande och rättvis bild av företaget
 - Otydlig information – osäker investering
- Bästa möjliga underlag för värdering:
 - innebär lägre risk och därmed lägre kostnad för kapital,
 - samt en rättvis värdering av aktien

KORT OM KANTON

KANTON

VÅRT ERBJUDANDE

FINANSIELL RAPPORTERING

- Årsredovisningar och delårsrapporter
- Redovisningsteknisk rådgivning inom IFRS
- Proformaredovisning
- Framtagning av PPA
- Nedskrivningsprövning

STRATEGISK IR-RÅDGIVNING

- IR-strategier
- Informationsgivning - MAR
- Företagspresentationer
- Investment Case
- Budskap och paketering av finansiella rapporter och IR-kommunikation

HÅLLBARHETS- REDOVISNING

- Upprätta hållbarhetsrapport
- Implementering av GRI
- Mål, strategier och nyckeltal
- Väsentlighetsanalys och intressentdialog

VÄRDERING

- Företagsvärdering
- Skadeberäkning
- Utredningar
- Expertvittne
- Värdering av t.ex. företag, optioner, tillgångar

BOLAGSSTYRNING

- Dokumentering och effektivisering
- Policydokument och styrdokument
- Implementering av COSO
- Upprätta bolagsstyrningsrapport

BÖRSINTRODUKTION


- IFRS-konvertering
- Utveckling av ekonomistyrning
- Upprättande av finansiella rapporter
- Börsfärdighetstest
- Certified Advisor, Nasdaq
- Mentor, NGM



STATISTIK, TRENDER OCH
GODA EXEMPEL

GRANSKNING OCH STATISTIK

- För att säkerställa objektiv och jämförbar statistik och identifiera trender granskar Kanton samtliga bolag på OMX Stockholm 30 med kriterierna i Årets börsbolag som utgångspunkt
- Underlag för granskningen har varit:
 - Bolagens årsredovisningar för räkenskapsåret 2021 alternativt 2020/2021 för bolag med brutet räkenskapsår
 - Delårsrapporter för perioden januari-september 2021 alternativt niomånadersrapporten 2020/2021 för bolag med brutet räkenskapsår
 - Bolagens IR-webbplatser under perioden maj-juli 2022



OMX Stockholm 30
består av de 30 största och
mest aktivt omsatta aktierna
på Stockholmsbörsen.

TÄVLINGSKRITERIER

Bästa årsredovisning

- Maximalt 33 poäng
- 26 granskningspunkter
- Median 20 poäng

Bästa delårsrapport

- Maximalt 14 poäng
- 10 granskningspunkter
- Median 8 poäng

Bästa IR-webbplats

- Maximalt 23 poäng
- 20 granskningspunkter
- Median 11 poäng

Kriteriernas huvudområden:

Uttalande från ledande befattningshavare

Bolagsbeskrivning

Flerårsöversikt

Risk- och känslighetsanalys

Webbsändningar

Kontakt

Aktie och ägare

| FOKUSOMRÅDEN

- Uttalande från ledande befattningshavare
- Marknad
- Hållbarhet
- Investment Case
- Finansiella- och icke-finansiella mål
- ❖ Allmänna observationer





UTTALANDE FRÅN LEDANDE
BEFATTNINGSHAVARE

UTTALANDE LEDANDE BEFATTNINGSHAVARE

ÅRETS SPANING



- Uttalanden från ledande befattningshavare har blivit blir bättre och ordförandeordet har blivit ett vanligare inslag, 45 % 2021 mot 21 % 2010. Dock svagt ner från 2019
- Av dessa kommenterade 77 % bolagsstyrningen under 2021, jämfört med 22 % 2010. Oförändrat från 2019
- Ett bolag på OMX Stockholm 30 har ett kombinerat ordförande- och VD-ord
- VD-orden innehåller också överlag mer information än tidigare
- Bland annat kommenterade 100 % (91) av något av orden hur strategiska vägval har inverkat på bolagets utveckling jämfört med 71 % 2010
- Bland delårsrapporterna saknar var femte ett VD-ord. Strax över hälften av VD-orden kommenterar hållbarhetsarbetet bolaget bedriver

10 ABB ANNUAL REPORT 2021

CHAIRMAN AND CEO LETTER

Dear shareholders, customers, partners and employees,

The year 2021 was also characterized by uncertainty caused by the continuing effects of the COVID-19 pandemic, especially in the second half. Although demand increased significantly, it can be seen in ABB's order performance, lower distributions in the global equity market, including our own shares, challenges in supply and tight labor markets. "Navigated our ability to convert" strong order intake into customer delivery. We expect supply chain problems to ease during the course of 2022 and, while being reflective to a concern, it seems likely that the use of ultra-low margin capacity to convert to our end, which is good for ABB's order performance, lower distributions in the global equity market, including our own shares, challenges in supply and tight labor markets. "Navigated our ability to convert" strong order intake into customer delivery. We expect supply chain problems to ease during the course of 2022 and, while being reflective to a concern, it seems likely that the use of ultra-low margin capacity to convert to our end, which is good for ABB's order performance, lower distributions in the global equity market, including our own shares, challenges in supply and tight labor markets.

When it comes to longer term trends, ABB is well-positioned in our attractive markets. Despite the absence of a global agreement on carbon dioxide emissions, the COVID-19 pandemic has demonstrated our resilient operations and making more efficient use of resources, we are well-positioned in our attractive markets. Despite the absence of a global agreement on carbon dioxide emissions, the COVID-19 pandemic has demonstrated our resilient operations and making more efficient use of resources, we are well-positioned in our attractive markets.

Positioned for stronger growth

In 2021, ABB started to reap the benefits of its ongoing transformation. Improved efficiency led to higher demand resulting in a significant increase in orders as well as a marked improvement in profitability in our business areas. We continued to invest in our business areas, focusing on the energy industry, a value adding equipment in robotics, and the development of our Energy Business (Mechanical Power Transmission Division) for \$2.5 billion reach.

We made good progress in building a high-performance culture by implementing our Strategy, and we initiated more significant actions to reduce our own CO₂ emissions and make ABB a more attractive employer. These achievements, which are ongoing in several other areas, and the industry's growth, are contributing to our strong profitability and growth. They will also help us strengthen ABB's position in our markets, where we will continue to invest in sustainable development. In short, our company is now moving forward strongly and with a clear purpose and direction.

In light of our improved financial results, and in line with our policy of paying a sustainable dividend over time, we will be increasing a dividend of 0.80 per share to our shareholders to be paid out at the annual general meeting on March 24, 2022.

At the AGM, we will ask our shareholders to approve the acquisition of shares purchased in the open market during the period that ended on April 5, 2021. The buybacks led to a return of 2.2% of our own shares to our shareholders. We also wish to thank our shareholders for their support and for their continued confidence in ABB. We will also work to ensure that the buyback program that we are not proceeding for consideration at the AGM.

Climate Change

A key objective of our transformation is to build a high-performance culture by empowering our

Typically, over the course of the year, we had several challenges in our core operations. However, our high level of preparedness helped us to further reduce our operational carrying. Thanks to our strong focus on safety, we saw a further reduction in workplace injuries and lost time. We also saw a further reduction in lost time due to workplace injuries and lost time.

Financial performance

Our strong financial performance in 2021 showed that our "ABB Way" operating model, consisting of a clear strategy, a strong focus on safety, and a strong focus on operational carrying. Thanks to our strong focus on safety, we saw a further reduction in workplace injuries and lost time. We also saw a further reduction in lost time due to workplace injuries and lost time.

Our order backlog increased, driven in part by strong demand and our ability to supply-chain challenges. However, customer confidence, the well-timed introduction of new products, the global footprint and multiple sourcing strategy, led to a worldwide shortage of semi-conductors, impacted logistics and a tight labor market in the United States meant that deliveries to customers were delayed starting in the third quarter. We expect the situation to ease over the course of this year.

In light of our improved financial results, and in line with our policy of paying a sustainable dividend over time, we will be increasing a dividend of 0.80 per share to our shareholders to be paid out at the annual general meeting on March 24, 2022.

At the AGM, we will ask our shareholders to approve the acquisition of shares purchased in the open market during the period that ended on April 5, 2021. The buybacks led to a return of 2.2% of our own shares to our shareholders. We also wish to thank our shareholders for their support and for their continued confidence in ABB. We will also work to ensure that the buyback program that we are not proceeding for consideration at the AGM.

Climate Change

A key objective of our transformation is to build a high-performance culture by empowering our

11 ABB ANNUAL REPORT 2021

INTRODUCTION

2021 was a full year of uncertainty and opportunity for our respective divisions, performance and resilience. From our continued ability to adapt to a changing market, performance is measured through a number of key metrics.

To achieve our goals, our operations in our divisions, our Division are required to be led and performed before focusing on growth. At the end of 2021, around 60 percent of our Divisions were in growth, which is a significant improvement from the end of 2020.

Our long-term objective is to shift to more attractive markets, with better quality of resources, which means better growth, higher, less and better working conditions. Among the high growth opportunities are in the areas of energy, field and low-voltage, sustainable transport and data centers.

We will be the number 1 or 2 in all our customer segments.

Strengthening our portfolio

To further strengthen our position in our attractive and growing markets, we plan to acquire at least two more companies in our core markets. We are currently in the process of evaluating potential acquisition targets.

In January 2022, we strengthened our mobility business by taking a controlling stake in United States and in the EV charging company, ChargePoint in China and EV charging provider, ChargePoint.

At the AGM, we will ask our shareholders to approve the acquisition of shares purchased in the open market during the period that ended on April 5, 2021. The buybacks led to a return of 2.2% of our own shares to our shareholders. We also wish to thank our shareholders for their support and for their continued confidence in ABB. We will also work to ensure that the buyback program that we are not proceeding for consideration at the AGM.

Climate Change

A key objective of our transformation is to build a high-performance culture by empowering our

GODA EXEMPEL

GODA EXEMPEL - AXFOOD

” Ett intensivt och historiskt år med stora steg mot vår vision.

När vi nu lägger 2021 bakom oss kan jag konstatera att året som gått nog varit det mest intensiva och omvälvande året i Axfoods historia. Vi har verkat mitt uppe i en pandemi med restriktioner och stora svängningar, samtidigt som vi stärkt våra marknadspositioner och genomfört stora strukturella förändringar som ökar vår konkurrenskraft. Den utveckling vi nu genomgår skapar goda förutsättningar för en långsiktig, lönsam och hållbar tillväxt.

Inom vår koncern är utvecklingstakten just nu mycket hög. Vi bygger en plattform som kommer att stärka vår koncern och skapar tillväxtmöjligheter under många år framåt. När jag nu reflekterar över året som gått kan jag inte annat än att känna en stolthet över våra medarbetares stora engagemang och det vi gemensamt åstadkommit. De framtids-satsningar som nu genomförs hade aldrig varit möjliga om det inte vore för den goda samverkan och gemensamma drivkraft som finns inom vår koncern. Vi skapar ett Axfood för framtiden och jag vill rikta ett tack till alla medarbetare som gör det möjligt.

En föränderlig marknad och omvärld

De marknader vi befinner oss på är stora, stabila och växande, men de är också under förändring. Såväl traditionella som nya marknadsaktörer utmanar, och dagligvarumarknaden utvecklas och förnyas kontinuerligt. Förutsättningarna ändras också med digitaliseringen och nya ekosystem av varor och tjänster. Dessutom ställer våra konsumenter allt högre krav på hälsa och hållbarhet samtidigt som prismedvetenheten ökar.



Nyckeltal	2021	2020	Förändring
Nettoomsättning, Mkr	57 891	53 696	7,8%
Butiksomsättning, Mkr	47 835	46 954	1,9%
Nettoomsättning inom e-handeln, Mkr	3 703	2 827	31,3%
Rörelseresultat, Mkr	2 704	2 510	7,7%
Rörelseresultat exkl. jämförelsestörande poster, Mkr	2 690	2 510	7,2%
Rörelsemarginal, %	4,7	4,7	0,0
Rörelsemarginal exkl. jämförelsestörande poster, %	4,6	4,7	0,0
Andel hållbarhetsmärkta varor, %	28,1	28,3	-0,2
Andel matsvinn, %	1,2	1,3	-0,1

Axfood Årsredovisning 2021

Hög aktivitetsnivå och en historisk affär med Bergendahls

Axfood redovisar ett stabilt tredje kvartal med en bra lönsamhet trots höga jämförelsetal. Vi fortsätter att hålla ett högt tempo med betydande fokus på våra framtids-satsningar, och för några veckor sedan skrev vi dagligvaruhistoria i samband med att förvärvet av Bergendahls Food och partnerskapet med City Gross slutfördes.

Det är en spännande tid med febril aktivitet i alla delar av vår koncern. I somras kommunicerade vi nya stora satsningar för att optimera vår logistikplattform. Dessutom har vi fått godkännande av Konkurrensverket och slutfört vårt förvärv av Bergendahls. Förvärvet skapar synergier och stärker vår långsiktiga position på marknaden genom ökad effektivitet, vilket även gynnar partihandelskunder och konsumenter. Integrationen av verksamheterna har inletts och det känns väldigt roligt att välkomna nya kollegor in i Axfoodfamiljen.

Ett stabilt och lönsamt kvartal

Axfood summerar ett kvartal som påverkats av höga jämförelsetal och en låg matpris-inflation. Vi levererade en hög lönsamhet och ökade resultatet justerat för integrationskostnader kopplat till Bergendahlsförvärvet. Axfood växte återigen snabbare än marknaden inom e-handeln och vi fortsätter utveckla vårt digitala erbjudande för att attrahera olika typer av kundgrupper.

I takt med de lättade restriktionerna kring pandemin ser vi en viss förändring i marknadsdynamiken, såsom en fortsatt gradvis återhämtning för butiker i centrala storstadsöarna, restauranger och servicehandeln. Det är också glädjande att se att situationen inom gränshandeln förbättrats. Den betydligt lägre tillväxten inom e-handeln kan till stor del förklaras av en hög tillväxttakt förra året, men den drivs också av att allt fler konsumenter återgått till att handla i fysisk butik.

Fullt fokus framåt för våra koncept

Willys har en unik position på marknaden och som ett bevis på styrkan i konceptet blev Willys nyligen utsett till det varumärke som växer snabbast i värde enligt en stor undersökning genomförd av Brand Finance. Tillväxttalen för Willys är just nu låga men det ska ses mot bakgrund att kedjan var bland de koncept på marknaden som växte mest förra året. Försäljningen för Eurocash ökade väsentligt under kvartalet men var fortfarande en bra bit under 2019 års nivå. Hemköp växte mer än marknaden och redovisade en tydligt förbättrad lönsamhet. Hemköp gynnas av det högre kundflödet i centrala storstadsöarna vilket reflekteras i tillväxten i jämförbar försäljning. Tempo fortsätter att utvecklas väl och växte betydligt mer än marknaden.

Snabbgross gör återigen ett fantastisk kvartal och gynnas av återhämtningen på

restaurangmarknaden. Samtidigt har konceptet stärkts och kundbasen växt under det senaste året vilket bidrar till utvecklingen. I augusti utökade vi Snabbgross Club med en ny butik och ser att medlemsantalet och intresset ökar stadigt.

Dagab levererade återigen ett bra resultat med hög produktivitet trots vissa störningar i den allmänna leverantörskedjan. Vi stärker också vår närvaro i servicehandeln och välkomnade nyligen ST1-kedjan som kund. Aktivitetsnivån inom Dagab är fortsatt mycket hög, och utöver alla stora logistik-satsningar och lanseringar av nya produkter intensifierar vi arbetet med nya system-lösningar och gör förbättringar inom lagerverksamheten för e-handeln.

100 förslag för ett mer hållbart matsystem

Den senaste klimatrapporten från FN:s klimatpanel IPCC visar att det är bråttom med effektiva insatser som skyddar miljön och minskar utsläppen. Nyligen presenterade vi inom Axfood därför vår livsmedelsstrategi Mat 2030 med 100 förslag på satsningar till näringsliv, politik och myndigheter. Vi kommer fortsätta ta vårt ansvar och arbeta intensivt med hållbarhetsfrågor men för att få till verklig positiv förändring vill vi se fler, snabbare och modigare initiativ från beslutsfattare för att underlätta omställningen till ett mer hållbart matsystem.

Mycket energi och stora kliv framåt

Vi stänger ett händelserikt kvartal med en hög utvecklingstakt. Vi ser nu en återgång till det nya normala efter pandemin och anpassar oss efter kundernas ändrade förväntningar och beteenden. Vi är väl positionerade på en marknad i förändring med våra starka och särskiljande koncept. Genom affären med Bergendahls och våra övriga framtids-satsningar tar vi stora kliv under kommande år för att säkra en långsiktig, lönsam och hållbar tillväxt.

Klas Balkow

Vd och koncernchef Axfood AB



”Vi redovisar ett stabilt kvartal med en bra lönsamhet trots höga jämförelsetal. Genom Bergendahlsförvärvet och övriga framtids-satsningar tar vi stora kliv under kommande år för att säkra en långsiktig, lönsam och hållbar tillväxt.”

Axfood Q3 2021



MARKNAD

MARKNAD

Totalt tre poäng fördelade på tre kriterier i årsredovisningen och på IR-webben. Ett kriterium i delårsrapporten som ger två poäng

- Bolagets totala marknadsandel alternativt majoriteten av affärsområdenas/delverksamheternas marknadsandelar kvantifierade i SEK eller procent
- Marknadens/majoriteten av marknadernas storlek i SEK
- Marknadens/majoriteten av marknadernas tillväxt i SEK eller procent
- Avsnitt om utvecklingen inom den marknad/de marknader där bolaget verkar

ÅRETS SPANING



- Omfattande marknadsavsnitt men låga poäng i Årets Börsbolag
- Marknadsandel angavs av 34 % i årsredovisningen och 21 % på IR-webbplatsen
- 34 % beskrev storleken på sin marknad i SEK i årsredovisningen och 7 % på IR-webbplatsen
- Marknadstillväxt angavs av 38 % i årsredovisningen och av 7 % på IR-webbplatsen
- 34 % presenterade marknadsutvecklingen i delårsrapporten

MARKNAD

VIKTIGA MARKNADSAFKTORER

Marknaden är där bolagets utbud möter efterfrågan. Att förstå marknaden är av största vikt för såväl bolaget som dess intressenter

Viktiga faktorer som vi vill förstå när vi läser ett marknadsavsnitt är exempelvis:

- Beskrivning av marknadsmiljön, inklusive mikro- och makrofaktorer
- Tillväxt och drivkrafter
- Marknadstrender och implikationer för bolaget
- Bolagets utveckling och marknadsposition
- Konkurrenssituation
- Förutsättningar för bolagets strategi
- Omständigheter som kan leda till risker och möjligheter

Informationen ska vara bolagsanpassad och väsentlig

MARKNAD

GODA EXEMPEL - AXFOOD OCH EVOLUTION

MARKNAD OCH DRIVKRAFTER

Svensk dagligvaruhandel

Dagligvarubranschen är en viktig del av det svenska näringslivet och en stor arbetsgivare med drygt 100 000 anställda. Branschen är betydande för unga som utgör ungefär en fjärdedel av det totala antalet sysselsatta. På landsbygden är matbutiken ofta navet på orten och erbjuder förutom livsmedel bland annat läkemedel, post- och bankservice.

Dagligvaruhandeln är relativt okänslig för konjunktursvängningar och drivs till stor del av befolkningsökning och inflation. Historiskt har den årliga marknadstillväxten varit mellan två och tre procent. Marknaden är mogen och de tre största aktörerna – Ica, Axfood och Coop – står tillsammans för cirka 90 procent av försäljningen.

Under de senaste åren har tillväxten inom dagligvaruhandeln varit starkast inom lågprissegmentet där Willys är den ledande aktören. Lågprissegmentet representerar ungefär en sjättedel av marknaden och kan delas upp i två undersegment, *hard discount* och *soft discount*. Den största skillnaden mellan segmenten utgörs av utbudet och bredden på sortimentet. Under de senaste fem åren var den årliga genomsnittliga tillväxten inom lågprissegmentet ungefär 7 procent, vilket kan jämföras med marknadens årliga genomsnittliga tillväxt om närmare 4 procent.

Under de senaste åren har dagligvaruförsäljningen på nätet vuxit snabbt men e-handeln står dock fortfarande för en liten andel av dagligvarumarknaden, ungefär 6 procent under 2021.¹⁾ Inom e-handeln är till-

våxten starkare för leveransalternativet upphämtning i butik jämfört med hemleverans.

Axfood uppskattar att försäljningen på marknaden exklusive moms för dagligvaruaktörernas butikskedjor uppgick till ungefär 252 miljarder kronor (233) under 2020. Under 2021 växte den svenska dagligvarumarknaden med totalt 1,3 procent.²⁾ Matprisinflationen var låg och uppgick enligt SCB till 0,4 procent. Efterfrågan på marknaden fortsatte att vara stark och präglades till stor del av konsumenternas ändrade köpbeteende som en följd av coronapandemin. Jämförelsetalen var dock exceptionellt höga som en följd av att det konsumerades mycket mat i hemmen under 2020 från det att pandemin bröt ut. Vissa delar av marknaden fortsatte dock att möta en utmanande situation likt den under 2020, såsom butiker i centrala storstadsögen och i gränshandeln mot Norge. I takt med att restriktionerna kring pandemin lättades ökade dock kundtillströmningen i butiker med sådana lägen. Tillväxten inom e-handeln var betydligt lägre än året innan och uppgick till 24 procent, delvis som en följd av höga jämförelsetal men även som ett resultat av ett ökat kundflöde i fysiska butiker.³⁾ Upphämtning i butik växte med 33 procent samtidigt som tillväxten för hemleverans uppgick till 16 procent.

1) Källa: Dagligvaruindex (Svensk Dagligvaruhandel och HUI Research).

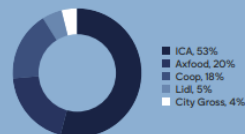


Segmenteringen mot konsument i Sverige 2020

Lågpris		Stormarknad		Traditionell livs		Närservice	Online
Hard discount	Soft discount						
5%	11%	25%		46%		8%	5%
Antal artiklar: 3 000–4 000	5 000–12 000	12 000–20 000		10 000–15 000		1 000–5 000	10 000–15 000
Varumärken: Lidl	Willys, Willys Hemma Eurocash	City Gross ICA Maxi Stora Coop		Hemköp, Coop, ICA Supermarket, ICA Kvantum, med flera		Tempo, Handlar'n, Direkten, ICA Nära, 7 Eleven, Pressbyrå, Coop, med flera	Willys, Mat.se, Hemköp, ICA, Mathem, Coop, med flera
Läge: Bostadsnära och externt	Bostadsnära och externt	Externt		Stadsdelcentra bostadsnära		Trafik- eller bostadsnära	

Källa: Axfoods uppskattning. Helåret 2020 används då fullständig publik information saknas för 2021.

Marknadsandelar dagligvarumarknaden i Sverige 2020



Källa: Axfoods uppskattning för helåret 2020. Helåret 2020 används då fullständig publik information saknas för 2021.

ÅRSREDOVISNING EVOLUTION 2021

Vår marknad

Onlinekasino fortsätter utvecklas starkt på marknaden.

Spelmarknaden

Evolution's tjänster är tillgängliga världen över och produkterna har en global efterfrågan. Enligt H2 Gambling Capital* (H2GC) hade den totala globala spelmarknaden ett uppskattat värde på 359 miljarder EUR (324) år 2021 mätt i bruttopelintäkter. Av detta utgjordes cirka 75 procent (78) av landbaserat spelande, främst monopoliserade statsägda lotteriverksamheter, landbaserade kasinon och spelautomater. Marknaden för onlinespel har vuxit markant snabbare än den totala spelmarknaden de senaste åren. Under de senaste fem åren (2017-2021) låg onlinespel på 16 procent i årlig tillväxttakt, jämfört med minus 1,6 procent för den totala marknaden.

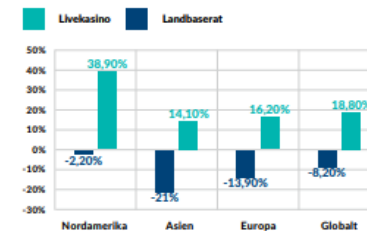
Onlinekasino

Globalt har onlinekasino haft en årlig tillväxttakt på nära 19 procent mellan 2017 och 2021. Livekasino har varit det snabbast växande segmentet inom onlinekasino med en årlig tillväxttakt på 31 procent under samma period, RNG-segmentet hade en tillväxttakt om nära 15 procent. Enligt H2GC hade den globala onlinekasinomarknaden ett uppskattat värde på 23,9 miljarder EUR (19,4) vid utgången på 2021, motsvarande en tillväxt om 23 procent jämfört föregående år. Livekasinomarknaden hade ett uppskattat värde av 7,5 miljarder EUR (6,1) vilket motsvarar en andel om 31,5 procent (31) av den totala onlinekasinomarknaden. RNG-marknaden hade ett uppskattat värde om 16,4 miljarder EUR (13,3).

Den nordamerikanska kasinomarknaden hade ett uppskattat värde om 63,8 miljarder EUR (57,4) vid slutet av 2021. Onlinekasino hade en andel av den totala kasinomarknaden på cirka 8 procent.

För närvarande erbjuder Evolution livekasino och slots i New Jersey, Pennsylvania och Michigan såväl som i Kanada. I Connecticut och West Virginia erbjuder vi slots, vi kommer dock att under 2022 utöka vårt erbjudande i Connecticut genom att även erbjuda livekasino i delstaten. Delstaternas individuella reglering av onlinekasino avgör takten för hur snabbt vi kan expandera i USA.

Årlig tillväxttakt 2017-2021*

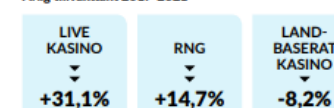


*H2 Gambling Capital: Detailed Global Summary Data (€), 10th Feb 2022

GLOBALA KASINOMARKNADEN 2021



Årlig tillväxttakt 2017-2021



MARKNAD

GODA EXEMPEL – AXFOOD OCH ELECTROLUX

Svensk dagligvaruhandel

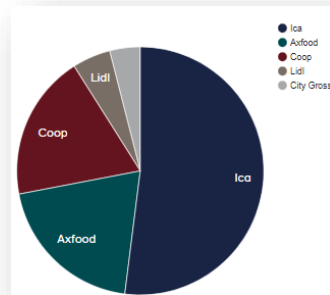
Dagligvarubranschen är en viktig del av det svenska näringslivet och en stor arbetsgivare med drygt 100 000 anställda. Unga utgör ungefär en fjärdedel av dessa. På landsbygden är matbutiken ofta navet på orten och erbjuder förutom livsmedel bland annat läkemedel, post- och bankservice.

Dagligvaruhandeln är relativt okänslig för konjunktursvängningar och drivs till stor del av befolkningsökning och inflation. Marknaden är mogen och de tre största aktörerna – Ica, Axfood och Coop – står tillsammans för cirka 90 procent av försäljningen.

Under de senaste åren har tillväxten inom dagligvaruhandeln varit starkast inom lågprissegmentet där Willys är den ledande aktören. Lågprissegmentet representerar 15 procent av marknaden och kan delas upp i två undersegment, hard discount och soft discount. Den största skillnaden mellan segmenten utgörs av utbudet och bredden på sortimentet. Mellan 2015 och 2019 var den årliga genomsnittliga tillväxttakten inom lågprissegmentet mer än 5 procent, vilket kan jämföras med marknadens årliga genomsnittliga tillväxttakt om närmare 3 procent.

Under de senaste åren har dagligvaruförsäljningen på nätet vuxit snabbt men e-handeln står dock fortfarande för en liten andel av dagligvarumarknaden, närmare 5 procent under 2020. Inom e-handeln är tillväxten betydligt starkare för leveransalternativet upphämtning i butik jämfört med hemleverans.

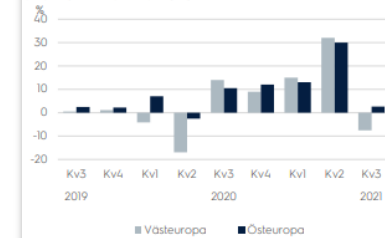
Axfood uppskattar att försäljningen på marknaden exklusive moms för dagligvaruaktörernas butikskedjor uppgick till ungefär 233 miljarder kronor (227) under 2019. Under 2020 växte den svenska dagligvarumarknaden med totalt 7,6 procent. Marknaden gynnades av en ökad konsumtion i hemmen under coronapandemin som en följd av att många valde bort café- och restaurangbesök. Situationen var dock utmanande för butiker i vissa geografiska lägen. Försäljningen inom gränshandeln var på väldigt låga nivåer efter att Norge införde ett karantänkrav mot Sverige och upprätthöllit det under större delen av året. Butiker i centrala storstadslägen upplevde en kraftigt minskad kundtillströmning i takt med det ökade distansarbetet under pandemin. Tillväxten för e-handeln var exceptionellt hög och uppgick till 95 procent med ett stort inflöde av nya konsumenter.



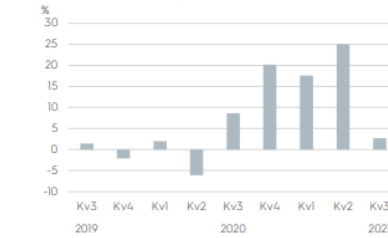
Marknadsöversikt

Under tredje kvartalet minskade efterfrågan i Europa jämfört med året innan, drivet av Västeuropa. Förra årets efterfrågan var stark på grund av den uppdämda efterfrågan från föregående kvartal och statliga stimulansåtgärder. I USA ökade marknadsefterfrågan på vitvaror, även jämfört med ett starkt kvartal förra året, drivet av konsumenternas ökade investeringar i heminredning och återuppbbyggnad av återförsäljarnas lager. För mer information om marknaderna, se avsnittet Affärsområden.

VITVARUMARKNADEN I EUROPA*



VITVARUMARKNADEN I USA*



* Marknadsvolym, förändring mot föregående år, %.

Källor: Europa: Electrolux uppskattning. USA: AHAM. För definitioner se nedan. För övriga marknader finns ingen heltäckande marknadsstatistik.

Vitvarumarknaden

	Kv3 2021	Kv3 2020	Nio månader 2021	Nio månader 2020	Helår 2020
Europa, volym, förändring mot föregående år, %*					
Västeuropa	-8	14	12	-2	1
Östeuropa, exklusive Turkiet	3	11	13	5	8
Europa totalt	-5	13	12	0	3

*Källa: Electrolux uppskattning. Vitvaror inkluderar kylskåp, frysar, tvättmaskiner, torktumlare, spisar, inbyggnadsugnar, inbyggnadshällar, illökar och diskmaskiner.

	Kv3 2021	Kv3 2020	Nio månader 2021	Nio månader 2020	Helår 2020
USA, volym, förändring mot föregående år, %*					
Vitvaror	1	9	14	2	6
Mikrovågsugnar och luftkonditioneringsutrustning	-8	31	15	-3	0
Totalt	-2	14	14	0	4

*Källa: Baserad på AHAM Factory Shipment Report. Tredje kvartalet 2021 är jämförelse av veckor mellan 4 juli 2021 - 2 oktober 2021 mot 5 juli 2020 - 3 oktober 2020. I överensstämmelse med historisk metodik. Vitvaror inkluderar AHAM 6 (tvättmaskiner, torktumlare, diskmaskiner, kylskåp, frysar, spisar och ugnar) samt hällar.



HÅLLBARHET

HÅLLBARHET

Totalt fem poäng fördelade på fem kriterier. Här fokuserar vi på det första av dessa:

- Redogörelse för bolagets väsentlighetsanalys och viktigaste hållbarhetsfrågor samt hur bolagets intressenter har involverats i processen

Konsekvent bedömning för årsredovisning och IR-webbplats

ÅRETS SPANING



- 97 % av OMX Stockholm 30 presenterar hållbarhetsinformation i årsredovisningen
- 83 % av OMX Stockholm 30 presenterar hållbarhetsinformation på IR-webben
- 24 % av OMX Stockholm 30 inkluderar någon form av hållbarhetsrapportering i delårsrapporten
- Antalet ramverk och riktlinjer som stora bolag hänvisar till ökar.

VÄSENTLIGHETSANALYS OCH VIKTIGA FRÅGOR

GRANSKNINGSRESULTAT

- Ett fokuserat hållbarhetsarbete och rapportering baseras på organisationens viktigaste hållbarhetsfrågor vilka identifieras genom en väsentlighetsanalys
- Många bolag är mycket ambitiösa i redogörelsen för sina väsentlighetsanalyser. Men kan generellt bli bättre på att redogöra för de viktigaste frågorna:
 - Vad innebär frågan och varför är den väsentlig?
 - Hur arbetar vi med frågan och hur följer vi upp den?

Av bolagen på OMX Stockholm 30 redogör

90%

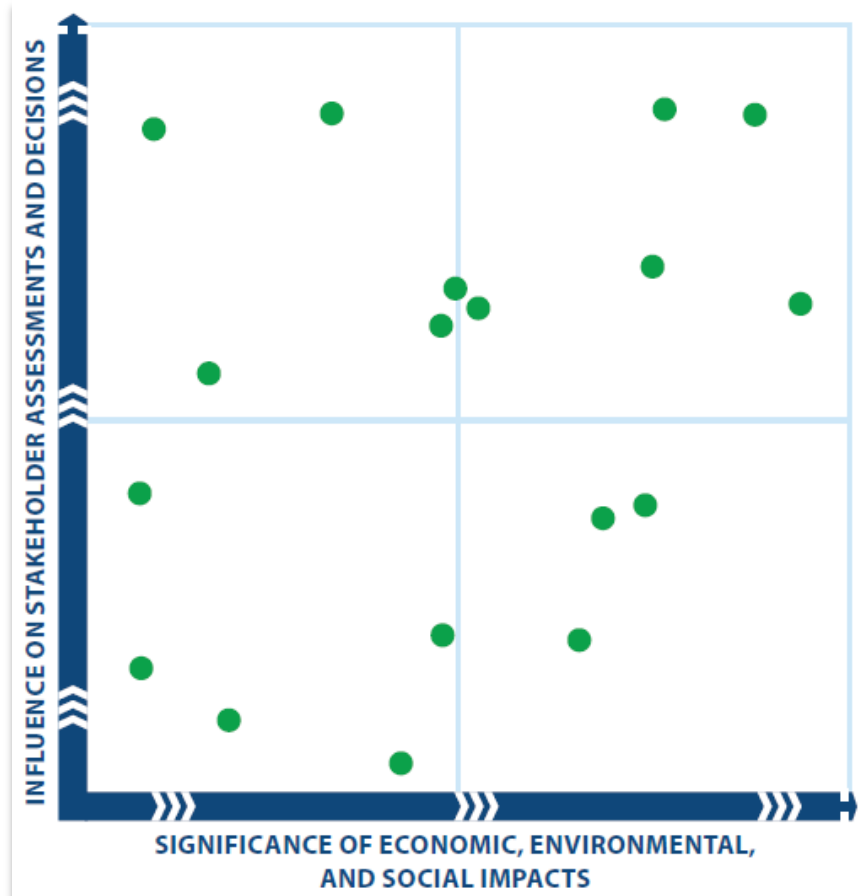
för sin väsentlighetsanalys och viktigaste hållbarhetsfrågor samt hur bolagets intressenter involverats i processen i **årsredovisningen**

55%

för sin väsentlighetsanalys och viktigaste hållbarhetsfrågor samt hur bolagets intressenter involverats i processen på **IR-webbplatsen**

VÄSENTLIGHETSANALYS

VAD OCH VARFÖR?



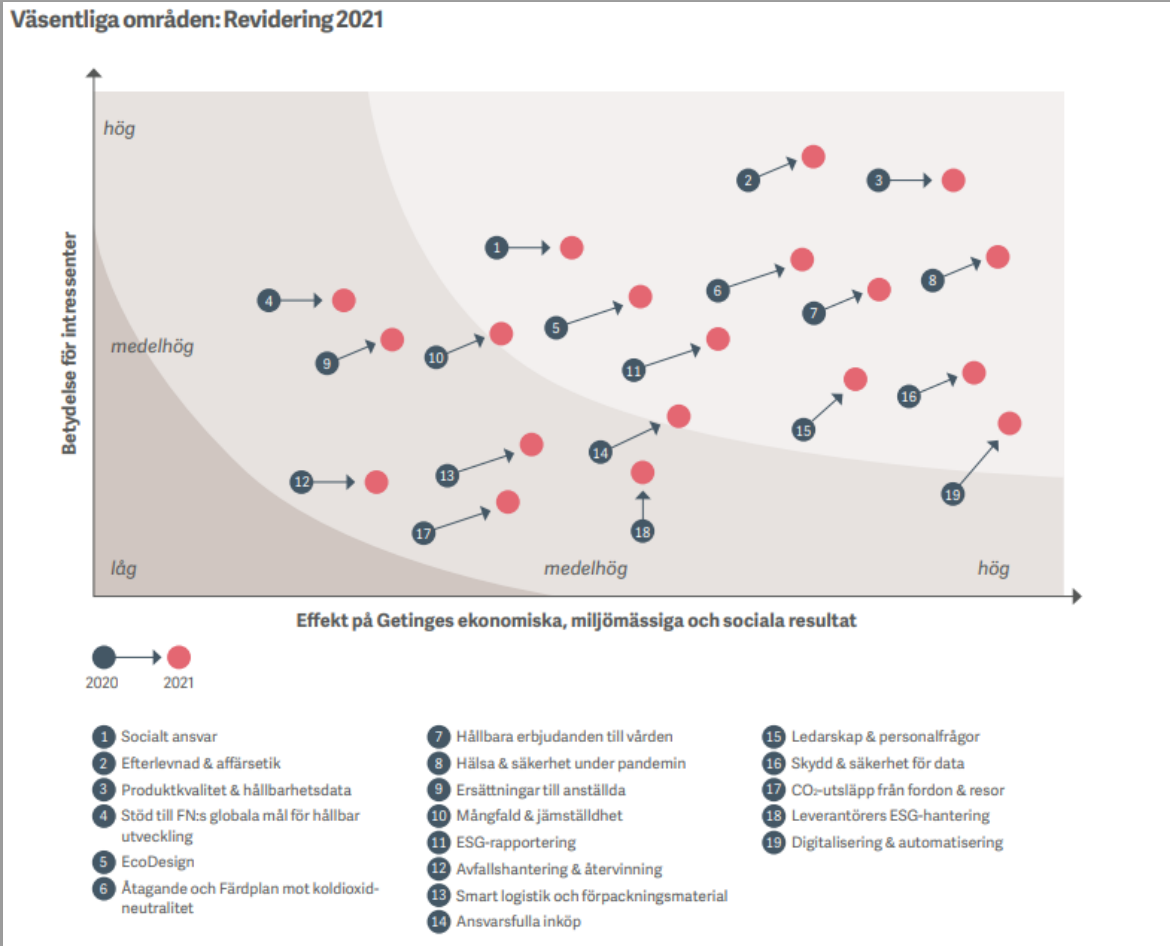
Källa: GRI 2016

Vad är en väsentlighetsanalys?

- Syftar till att på ett systematiskt sätt identifiera de viktigaste hållbarhetsfrågorna för verksamheten så resurser kan användas där de skapar störst nytta
- Processen inkluderar intressenter, intern och extern expertis samt en analys av både risker och möjligheter
- I praktiken handlar det om att:
 - identifiera och prioritera vad som är väsentligt för intressenterna
 - identifiera och prioritera den påverkan (social, miljömässig och ekonomisk) som verksamheten har på omvärlden
 - Ska avspegla frågornas prioritet
 - Ett perspektiv räcker för att en fråga ska anses viktig

VÄSENTLIGHETSANALYS & VIKTIGA FRÅGOR

GODA EXEMPEL – GETINGE



- Tydlig kartläggning av frågornas förflyttning
- Prioritet förtydligas med hjälp av färgkodning
- Frågorna kategoriseras utifrån bolagets fokusområden och beskrivs närmare i en kompletterande tabell
- Intressenternas viktiga frågor och kanaler för dialog presenteras i tillhörande tabell

Kvalitetskultur	Affärsetik & ansvarfullt ledarskap	Engagerade medarbetare	MIS & samhällsengagemang
<ul style="list-style-type: none"> • Kontinuerligt förbättra produkter, tjänster och processer • Uppreka våra erbjudanden genom kundtest och innovation • Att säkerställa att Getinge gör rätt saker på rätt sätt, varje dag och varje del av företaget 	<ul style="list-style-type: none"> • Säkerställa att verksamhetens genomsnitt på ett etiskt och ansvarfullt sätt: våra interna och externa samverkan • Ha en kompetent, mångfaldig och inkluderande organisation • Uppreka Getinges ledarskap för att främja en öppen och transparent kultur. • Kontinuerligt möjliggöra och hjälpa till ett ansvarfullt ledarskap 	<ul style="list-style-type: none"> • Skapa upp en levande organisation som är medarbetarna att utvecklas och växa • Skapa ett starkt engagemang hos medarbetarna • Lagbaserat och konstruktivt för att bidra och implementera effektiva och lönsamma lösningar till nytta för kunderna och Getinges medlemmar 	<ul style="list-style-type: none"> • Bidra till en hållbar värld genom marknad och ett hållbart samhälle genom att nära samarbeta med kunder • Integriera EcoDesign i produktutveckling och våra tillgångar i alla delar av verksamheten, med fokus på ett etiskt och ansvarfullt ledarskap • Förkorta och skydda våra medarbetares förläsnings och arbetstid
<p>Fokusområden</p> <ul style="list-style-type: none"> • Ytliga refer & ansvar • Kontinuerligt förbättringar 	<p>Fokusområden</p> <ul style="list-style-type: none"> • Ethik & Compliance: Effektivitet av lagar och regler, etiska, kommersiella, uppgiftsmässiga och globala principer och regler • Integriera hållbarhetsdata i ledarskapet: Getinges kundtest och innovationer är grunden för alla arbeten och alla aktiviteter som möjliggör och säkerställer hållbarhet • Mångfald & jämlikhet: Getinges Engagemang för hållbarhet till att säkerställa ett ansvarfullt ledarskap bland de anställda 	<p>Fokusområden</p> <ul style="list-style-type: none"> • Flexibla arbetsplatser: Omställning av arbetsplatser med fokus på effektivitet och digitalisering • Uppreka organisationen: Skapa förutsättningar för alla medlemmar att bidra till bolagets mål och agera ansvarfullt utifrån bolagets värdegrund • Medarbetarsamverkan: Förkorta tiden mellan medarbetare och ledare och ha förhållningssätt för medlemmar 	<p>Fokusområden</p> <ul style="list-style-type: none"> • EcoDesign & miljövård: Getinge Engagemang till att utveckla och förbättra våra produkter och tjänster till kvalitet • Hälsa & säkerhet: Ett globalt fokus på säkerhet och hälsa och säkerhetsplaner i syfte att hålla bollen mellan medlemmar, kunder och leverantörer • Getinge samhällsengagemang: Engagemang i lokalsamhället, samhällsengagemang och hållbarhetsengagemang
<p>Aggrimering</p> <p>Detta område omfattar alla delar av organisationen, konkurrens och affärsmodellerna inom Getinge</p> <p>Konsekvensanalys</p> <p>En starkt kvalitetsdriven säkerställa framgång för verksamheten, kundlojalitet och begynnande av verksamheterna</p> <p>Getinge högkvalitativa styrningssystem för att säkerställa hög kvalitet i alla delar av verksamheten och i syfte att säkerställa ett etiskt och ansvarfullt ledarskap och externa samverkan. Detta lägger grunden till att begripa risker och undvika negativa effekter från av lagar och regler i alla affärsområden</p>	<p>Aggrimering</p> <p>Detta område omfattar alla delar av organisationen, konkurrens och affärsmodellerna inom Getinge</p> <p>Konsekvensanalys</p> <p>Engagemang med medlemmar är nyckeln till att agera ansvarfullt i Getinge affärsstrategi, så våra förväntade mål och värden säkerställs i ett hållbart och ansvarfullt ledarskap</p> <p>Getinge främjar hållbarhetsdata genom att bygga på omvandling av våra processer och tjänster och utvärdera förändringar i syfte att säkerställa ett etiskt och ansvarfullt ledarskap. Detta lägger grunden till att begripa risker och undvika negativa effekter från av lagar och regler i alla affärsområden</p>	<p>Aggrimering</p> <p>Detta område omfattar alla delar av organisationen, konkurrens och affärsmodellerna inom Getinge</p> <p>Konsekvensanalys</p> <p>För Getinge innebär ett hållbart samhälle ett företag som utvecklas och växa genom att nära samarbeta med kunder på ett etiskt, socialt och miljövänligt sätt</p> <p>Att minska företagets utsläpp utgör ett av våra största utmaningar, utan att påverka våra medlemmars hälsa och säkerhet. Detta lägger grunden till att begripa risker och undvika negativa effekter från utsläpp</p>	<p>Aggrimering</p> <p>Detta område omfattar alla delar av organisationen, konkurrens och affärsmodellerna inom Getinge</p> <p>Konsekvensanalys</p> <p>Getinge Engagemang till att utveckla och förbättra våra produkter och tjänster till kvalitet</p> <p>Getinge Engagemang till att utveckla och förbättra våra produkter och tjänster till kvalitet</p>
<p>Styrning</p> <p>Information om allmän styrning av Getinges hållbarhetsprogram finns i avsnittet Hållbarhetsstyrning i denna rapport på sidorna 70 och 71 samt i Mer information om styrningen av specifika frågor och indikatorer finns i Getinge Sustainability - ESG Addendum for Annual Report 2021 respektive QR-kod på sidorna 70 och 71 i denna rapport.</p>	<p>Styrning</p> <p>Information om allmän styrning av Getinges hållbarhetsprogram finns i avsnittet Hållbarhetsstyrning i denna rapport på sidorna 70 och 71 samt i Mer information om styrningen av specifika frågor och indikatorer finns i Getinge Sustainability - ESG Addendum for Annual Report 2021 respektive QR-kod på sidorna 70 och 71 i denna rapport.</p>	<p>Styrning</p> <p>Information om allmän styrning av Getinges hållbarhetsprogram finns i avsnittet Hållbarhetsstyrning i denna rapport på sidorna 70 och 71 samt i Mer information om styrningen av specifika frågor och indikatorer finns i Getinge Sustainability - ESG Addendum for Annual Report 2021 respektive QR-kod på sidorna 70 och 71 i denna rapport.</p>	<p>Styrning</p> <p>Information om allmän styrning av Getinges hållbarhetsprogram finns i avsnittet Hållbarhetsstyrning i denna rapport på sidorna 70 och 71 samt i Mer information om styrningen av specifika frågor och indikatorer finns i Getinge Sustainability - ESG Addendum for Annual Report 2021 respektive QR-kod på sidorna 70 och 71 i denna rapport.</p>

Intressentdialog	Intressent	Prioriterade ämnen	Kanaler för dialog
Medarbetare		<ul style="list-style-type: none"> • Ett etiskt och ansvarfullt företag 2025 • Flexibla arbetsplatser • Lönsam organisation och utbildning • Produkter och tjänsterinnovation, EcoDesign • Åtagande socialt ansvar 	<ul style="list-style-type: none"> • Möten, intervjuer och workshops • Surveyer • Medarbetarsamverkan 2021 • Getinge (intern digital plattform)
Kunder		<ul style="list-style-type: none"> • Produktkvalitet, effektivitet och säkerhet, innovation och lönsamhet • Produkt hållbarhetsdata (Risk och analys, miljöförklarationer) • EcoDesign: Användbarhet och återvinning av förpackningsmaterial, minskning av avfall • Produkter miljövänliga, program för utsläpp produkter 	<ul style="list-style-type: none"> • Möten och intervjuer • Analyser av arbetsförhållanden och krav från tillgångsorganisationer • Finansiella rapporter inklusive ESG- och hållbarhetsrapportering • Produkttest och information och utbildningsprogram • Getinge.com
Samarbetspartners		<ul style="list-style-type: none"> • ESG-rapportering • Hållbara inköp • Digitalisering av processer och datahantering 	<ul style="list-style-type: none"> • Möten och intervjuer med leverantörer, finansiella intressenter, ESG-rapportering • Finansiella rapporter inklusive ESG- och hållbarhetsrapportering • Kommunikation och utbildning i syfte att förbättra leverantörer och uppfylla kraven för affärspartners • Getinge.com
Investorer, aktieägare och revisorer		<ul style="list-style-type: none"> • Färdplan mot hållbarhetsdata på kvartalsbasis • Färdplan mot koldioxidneutralitet • Utvärdering av redovisningsstandarder och format för ESG-rapportering • Ekonomisk effektivitet, material och immateriella tillgångar • Styrning och efterlevnad • Långsiktig lönsamhet och ekonomisk tillväxt 	<ul style="list-style-type: none"> • Möten, intervjuer och workshops • Revisionsprocess för hållbarhetsprogram • Finansiella rapporter inklusive ESG- och hållbarhetsrapportering, ESG-utslag • Kapitalmarknadslag • Kapitalmarknadsförhållanden

VÄSENTLIGHETSANALYS & VIKTIGA FRÅGOR

GODA EXEMPEL – SCA ÅRSREDOVISNING OCH IR-WEBB

Intressentdialoger			
Interaktion med bolagets intressenter har under år 2021 anpassats till coronapandemin. Under år 2021 har därför få fysiska träffar och excursioner genomförts jämfört med ett normalt år. Digitala former har ersatt då detta varit möjligt.			
Intressentgrupp	Hur vi för dialog	Huvudsakliga områden	Hur vi arbetar med frågorna
Kunder och konsumenter	Kundbesök, intervjuer, deltagande i kundevent och konferenser, mässor, utskick, hemsida, sociala medier	Klimatrytta, miljöpåverkan, miljömärkning, fiberinlöp, skogsbruk, biologisk mångfald, mänskliga rättigheter, rennärning, hälsa och säkerhet, kundnytta, resurseffektivitet, innovation, kvalitet, produktsäkerhet, utveckling av tryckpapper	<ul style="list-style-type: none"> Kundundersökningar och kundbesök Nära dialog med kunder för att utveckla bolagets värdekedja Dialog om klimatavtryck, ansvarfullt skogsbruk, produktsäkerhet Utbildning i uppförandekod och leverantörstandard Utveckling av nya produkter och servicekoncept tillsammans med kunder Livscykelanalys av produkter Besök hos kund av SCAs experter inom olika områden Kunder som genomför revisioner av SCAs verksamhet Kundtidningar till exempel SCA Wood Magazine och New Ways Miljömärkningar med mera, exempelvis WWF ECI
Medarbetare	Må- och utvecklings-samtal, arbetsplats-träffar, samverkans-möten, webbenkäter, intranät, interna utbildningar, ledarträffar	Hälsa och säkerhet, värdegrund och kultur på arbetsplatsen, attrahera och rekrytera, kompetens-utveckling, successionsplanering, ersättnings- och affärs- och arbetsförhållanden, resurseffektivitet, miljöpåverkan, produktutveckling, strategisk utveckling, utveckling av tryckpapper	<ul style="list-style-type: none"> Koncernens ZERO-arbete för utveckling av hälso- och säkerhetskulturen, ISO 45001-certifiering (tidigare OHSAS 18001) Riskanalys och hantering i samband med pandemi Interna digitala kanaler (intranät, elektroniska skärmar, instagram och webinar) Samrådsverksamhet och separata möten kring omstrukturering Sundsvall Samtalsverktyget "Hur är det hos oss?" och utbildning i SCAs uppförandekod, antikorrupktion och affärsetik Deltagande i digitala studentmässor och samverkan med utbildningsväsendet SCAs Ingenjörspodd och personaltidning SCA Inside Introduktionsutbildning för nyanställda, kompetenshögande insatser, ledarskapsträning, Early career program och internship
Investerare och ägare	Investerarträffar, till exempel i samband med kvartalsrapporter, kapitalmarknadsdag, risk-rapporter, årsstämma, intervjuer, hemsida	Finansiell utveckling, marknads-utskick, hållbarhet, tillväxtområden, utdelning och finansiella mål, skogsvärdering, riskhantering, bolagsstyrning	<ul style="list-style-type: none"> Årsstämma 15 april 2021 Löpande investerare- och analytiker möten under året Roadshows i samband med kvartalsboksut Riskhantering som del av förvaltningsberättelsen i årsredovisningen
Leverantörer	Uppföljningsmöten, offertförfrågningar och upphandlingar, intervjuer, hemsida, utveckling av tryckpapper	Hälsa och säkerhet, leverantörskontroller, affärs- och mänskliga rättigheter, energiförbrukning, resurseffektivitet, klimatpåverkan, utveckling av tryckpapper	<ul style="list-style-type: none"> SCAs leverantörstandard som del av avtal Leverantörbedömningar och uppföljningsmöten Riskbaserad leverantörrevision på plats Utbildning av inköpspersonal Bedömning av länder och leverantörer utifrån hållbarhetsaspekter EcoVadis plattform Uppföljningsmöten med enskilda leverantörer
Privata skogsägare	Skogsägarträffar, fysiska och digitala, möten, kundtidning, hemsida, sociala medier	Långsiktigt och hållbart skogsbruk, skötselmetoder, skogsbruksplaner, ägarerätt, skogsbrukscertifiering, naturhänsyn, lönsamhet	<ul style="list-style-type: none"> Affärskontakter löpande under året Nöjdhetsintervjuer med privata skogsägare Skogsägarträffar, ett fåtal under år 2021 följd av pandemin Vidareutvecklat Skogsvinge™ för ökad kundnytta Samarbete med Skogs-certifiering Prosilva AB (grupp-certifiering för privata skogsägare) Kundtidningen Din Skog
Intresse-organisationer	Möten i specifika frågor, intervjuer, rapporter till miljö-märkningar och hållbarhetsindex, hemsida	Skogsbruk, biologisk mångfald, klimat- och miljöfrågor, resurseffektivitet, grön energi, mänskliga rättigheter, jakt, rennärning	<ul style="list-style-type: none"> Intressentdialoger Medlemskap och engagemang i organisationer som Skogsindustrierna, Confederation of European Paper Industries (CEPI), FSC och PEFC Deltagande i fortsatt utveckling av den svenska FSC-standard, andra standarder och miljömärkningar Fältbesök i bolagets skogar Samarbete med BirdLife för att återställa våtmarker och för att gynna förutsättningarna för fåglar, så som slaguggla Dialog med referensgrupper i Mångfaldsparker
Samhälle	Dialogmöten, lokala evenemang, samråds-möten, intervjuer, hemsida	Hälsa och säkerhet, miljöfrågor, lokala frågor, förnybar energi, rennärning, arbetsmarknad, utbildning, samhällsengagemang, mångfalds-frågor, mänskliga rättigheter	<ul style="list-style-type: none"> Dialoger med lagstiftare, myndigheter, kommuner och opinionsbildare Samråd och dialog kring investeringar, tillståndsansökan, sysselsättning och andra lokala frågor Samrådsmöten med lokala samebyar och närboende till SCAs industrier och skogar Styrelserepresentation eller deltagande i organisationer för regional utveckling, exempelvis Handelskamrarna och Ung Företagsamhet i de nordliga länen Deltagande i Skogen i skolan Tillsyn och årliga rapporter till myndigheter, till exempel miljörapport

SCA årsredovisning 2021



SCA IR-webb 2021

VIKTIGA FRÅGOR

GODA EXEMPEL – VOLVO GROUP

Väsentliga frågor och sammanfattning av huvudsaklig påverkan

GRI-fråga	Kommentarer på huvudsaklig påverkan och avgränsningar
Ekonomiskt resultat	Risker och möjligheter är i huvudsak relaterade till omställningsaspekterna av kundbehov, utsläppsregler, teknikutveckling och knappa råvaror.
Energi och utsläpp	Med fokus på klimatförändringar och behovet av att ställa om till en ekonomi med låga koldioxidutsläpp, är minskad miljöpåverkan från kundernas användning av våra produkter en central drivkraft för verksamheten. Mer än 95% av energi och utsläpp som avser produktens livscykel inträffar under kundens användningsfas. Det är också viktigt att minska utsläppen i koncernens egna verksamheter och vid godstransporter.
Anställning	Att löpande förbättra arbetsplatser, skapa arbetstillfällen och göra anpassningar till marknadens efterfrågan avser i första hand koncernens egna verksamheter.
Relationen mellan arbetstagare/ledning	En social dialog som är baserad på respekt skapar bättre arbetsplatser och kan bidra till effektiv hantering av verksamheterna.
Mångfald och lika möjligheter	Mångfald driver resultat för bolaget och jämlikhet i samhället.
Träning och utbildning	Utbildning möjliggör matchning av kompetens till behov för anställda, koncernen och kunder och hjälper till att skapa anställningsmöjligheter.
Arbetsmiljö	Tyngdpunkten ligger på våra egna verksamheter och anställdas arbetsituationer men omfattar även kravställning gentemot leverantörer.
Kundens hälsa och säkerhet	Hälsa och säkerhet avseende produktanvändningsfasen och den bredare påverkan på trafiksäkerhet och slutanvändarnas arbetsmiljö.
Bedömning av leverantörers miljöpåverkan och sociala påverkan	Leverantörerna utgör en förlängning av koncernens verksamhet. Påverkan avser huvudsakligen leverantörer i första ledet och fokusområdena omfattar sociala frågor liksom innovation för minskad miljöpåverkan.
Mänskliga rättigheter (inklusive delfrågor)	Omfattar potentiell påverkan på mänskliga rättigheter inom koncernens verksamheter, leverantörskedjan, verksamheter hos affärspartners och i relation till användningen av sålda produkter.
Antikorruption	Volvokoncernen fördömer alla former av korruption. Korruption snedvrider marknaden, stör den fria konkurrensen, bryter mot lagar och undergräver social utveckling.

Volvo Årsredovisning 2021

- Transparent redogörelse för väsentliga frågor och hur bolaget arbetar med dessa
- Frågorna kopplas till utvalda globala mål
- Kvalitativ och kvantitativ uppföljning



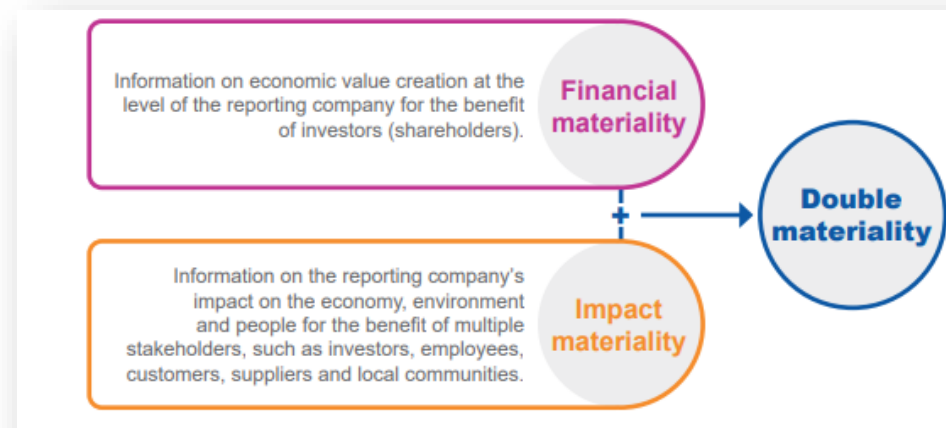
VÄSENTLIGHET

ETT BEGREPP UNDER UTVECKLING

- GRI Standards 2021
 - Väsentliga frågor är de frågor som reflekterar en organisations mest betydande påverkan på ekonomi, miljö och människor, inklusive deras mänskliga rättigheter
 - Påverkan kan vara positiv och negativ, faktisk eller potentiell
 - Väsentlighetsmatrisens intressentaxel får inte samma centrala betydelse
- ESRS - Dubbel väsentlighet
 - Den påverkan verksamheten har på hållbarhetsfrågor och hur hållbarhetsfrågor påverkar den egna verksamheten

GRI 2021:

Påverkan är den effekt en organisation har och kan ha på ekonomi, miljö och människor, inklusive deras mänskliga rättigheter, som ett resultat av deras aktiviteter eller affärsrelationer



Källa: GRI



INVESTMENT CASE

INVESTMENT CASE

Bedöms i årsredovisningen och på IR-webbplatsen enligt samma kriterium

Totalt 3 poäng i respektive deltävling för uppfyllande av kriteriet:

”En samlad redogörelse för motiven till att investera i bolaget”

- *[Redogörelse utifrån **värde drivande faktorer på makro-, bransch- respektive företagsnivå** eller en kombination]*

ÅRETS SPANING

- Förbättring sedan ÅBB 2019 och en kontinuerlig ökning över tid.
- 31 % av bolagen på OMX30 uppfyller kriteriet i årsredovisningen
- 34 % av bolagen på OMX30 uppfyller kriteriet på IR-webbplatsen
- En brittisk studie från 2018 påvisade att ca 13% av de 275 största noterade bolagen i Storbritannien hade ett investment case och knappa 8 % presenterade samma investment case på IR-webbplatsen som i årsredovisningen*

*Källa: Design Portfolio – Building the investment case 2018

| INVESTMENT CASE

VARFÖR BEDÖMER VI INVESTMENT CASE?

- Ett investment case är en möjlighet att på ett enkelt och tydligt sett väcka intresse för bolaget på kapitalmarknaden
 - Det behöver inte vara uttömmande, men kan locka läsaren till vidare fördjupning
- Många bolag beskriver sina verksamheter och alla dess delar utförligt genom hela framvagnen. Men det är inte alltid lika självklart för en läsare varför bolaget vore en bra investering
- Med ett fokuserat investment case kan berättelsen som skapas i resten av den finansiella kommunikationen knytas ihop
- Ett investment case kan bidra med en insikt om hur bolaget själva ser på en investering och ökad transparens

INVESTMENT CASE

EXEMPEL – SKF

SKF beskriver:

- Vad bolaget har gjort
- Hur det har "förvandlat" bolaget
- Att det resulterat i framgång för bolaget
- Varför bolaget har en tätposition framöver
- Och hur bolaget ska växa lönsamt

Dessutom:

- Hur ett högre delat värde för SKF, kunder och miljö ska levereras
- Vilket bolag SKF ska vara 2030

STRATEGI OCH VÄRDESKAPANDE

Varför investera i SKF

En investering i SKF är en investering i "intelligent and clean growth". Med **intelligent** menar vi förmågan att förse våra kunder med uppkopplade och skräddarsydda lösningar och att utnyttja teknik för att göra vår verksamhet effektivare. Med **clean** refererar vi till vår förmåga att möjliggöra en mer hållbar industri och samtidigt bedriva vår egen verksamhet på ett transparent och ansvarsfullt sätt.

De genomförda förändringarna sedan 2015 ...

- Optimerat affärsportföljen.
- Avyttrat tillgångar som inte tillhör kärnverksamheten.
- Prioriterat kundfokus.

AVYTTRAT KAPITAL SEDAN 2015

7,2 mdkr

... har förvandlat företaget ...

- Från cykliskt till icke-cykliskt med fokus på 40 globala kundsegment och att leverera stabila marginaler oberoende av affärsklimatet.
- Från industris tungviktare till flexibel cleantech.
- Till att erbjuda våra kunder nya produkter och tjänster och nya arbetssätt.



... och gjort att vi framgångsrikt klarat prövningarna i extraordinära tider.

2021 var ett starkt år för oss
Vi har lyckats anpassa produktionen för att tillgodose kundernas behov under en av de mest utmanande begränsningarna i den globala leveranskedjan någonsin. I den här dynamiska miljön lyckades SKF ändå leverera mycket stark tillväxt och rörelsemarginal. Ännu ett kännetecken på marginaluthållighet.

JUSTERAD RÖRELSEMARGINAL 2021

13,3%

FÖRSÄLJNING 2021

82 mdkr

SKF har en tätposition för att ytterligare öka "intelligent and clean growth" ...

SKFs förmåga att bemästra komplexiteten i att tillgodose kundernas behov inom en rad olika industrier och på många olika platser är en av våra största styrkor och en nyckel till våra framgångar.

Viktiga megatrender och ökade investeringar i elektrifiering, digitalisering och regionalisering skapar förutsättningar för SKF att öka efterfrågan på vår kompetens och våra erbjudanden.

Sammanfattningsvis är SKF väl positionerat för att växa inom prioriterade områden, där stark efterfrågan stämmer överens med vår förmåga att differentiera och leverera kundvärde.

... och vi kommer nu att öka vår lönsamma tillväxt ...

Vi kommer att öka vår lönsamma tillväxt genom:

- Fokus på befintliga industrier med hög tillväxtpotential.
- Ompositionering av fordansverksamheten.
- Utveckling av erbjudanden för framtida tillväxtindustrier, exempelvis vätgashantering och koldioxidavskiljning.
- Stärka eftermarknads- och serviceerbjudandet för att nå större delar av marknaden.

MÅL FÖR RÖRELSEMARGINAL

14,0%

... och leverera högre delat värde – för SKF, kunderna och miljön ...

- Att leverera både ekonomiskt och miljömässigt värde är nyckeln till SKF:s strategi. SKF kommer att växa och ta marknadsandelar genom att erbjuda enastående värde och göra smarta förvärv.
- SKF tar täten för cirkulära affärsmodeller vilket tydligt visar koncernens stora engagemang för en hållbar ekonomi.
- Genom att skapa och hitta kundvärde genom den produktiviteten som tillförlig rotation innebär, kan SKF och kunderna sträva mot gemensamma mål – att sänka kostnader och minska resurslöseri, risker och miljöpåverkan.
- Tillsammans gör detta SKF ännu starkare, en uthållig cleantech-verksamhet med höga marginaler.

... och göra SKF till ett helt annat företag 2030.

Ett framgångsrikt genomförande av vår strategi kommer att leda till ett annat SKF än idag. Till 2030 kommer vi att sträva efter att:

- Växa snabbare och fördubbla vår affär, med förbättrade marginaler.
- Vara mer fokuserade och effektiva.
- Vara kundens förstahandsval som teknisk samarbetspartner.
- Leda utvecklingen av hållbara lösningar.

INVESTMENT CASE

EXEMPEL – ASSA ABLOY

ASSA ABLOY lyfter på ett enkelt och effektivt sätt fram varför de vore en bra investering genom åtta punkter:

- Bransch
- Marknadsposition
- Lönsam tillväxt
- Innovation
- Förvärv
- Varumärken
- Effektivitet
- Hållbarhet

För att ytterligare underbygga caset presenteras även relevant finansiell information.

Aktieägarinformation

ASSA ABLOY som investering

Vi är världsledande inom accesslösningar. Sedan ASSA ABLOY bildades 1994 har vi skapat stora värden för kunder och aktieägare, genom att ständigt optimera vår produktion och utveckla nya, innovativa produkter som tillgodoser kundernas behov och efterfrågan. Här beskriver vi de viktigaste faktorerna till varför vi skapar värden för kunder och aktieägare.

+127%
ökad försäljning
under 10 år

+139%
ökad vinst per
aktie under 10 år

31 mdr
SEK

utdelning under 10 år

1 Gynnsam bransch - Starka underliggande trender ökar efterfrågan på accesslösningar, bland annat när det gäller att uppfylla våra mest grundläggande behov av trygghet och säkerhet. Branschens digitalisering gör det möjligt för oss att erbjuda smidigare lösningar och övergå till ett mer tjänstebaserat erbjudande. Dessutom ökar efterfrågan på mer hållbara och motståndskraftiga ASSA ABLOY-produkter till följd av den starka tillväxten inom hållbara byggnader och stadsmiljöer runt om i världen.

2 Ledande marknadsposition - Vi har världens största installerade bas av lös- och accesslösningar samt medarbetare med omfattande kunskaper om dessa lösningar. Genom uppgraderingar och nya lösningar bibehåller vi denna position. Två tredjedelar av våra intäkter kommer från eftermarknaden, vilket ger oss en stabil kund- och intäktbas. Vår stabila eftermarknad gör oss mindre sårbara för cyklisk efterfrågan som påverkar många andra branscher.

3 Kontinuerlig, lönsam tillväxt - Våra intäkter har ökat med över 9 procent år efter år sedan senaste bio åren och den justerade rörelsemarginalen har varit stabil på över 16 procent, bortsett från pandemin. Vi fortsätter att fokusera på tillväxt genom kundrelevans och kostnadseffektivitet i allt vi gör, vilket möjliggör kontinuerlig, lönsam tillväxt. Övergången till elektromekaniska produkter möjliggör också lönsam tillväxt på lång sikt.

4 Investeringar i innovation - Vi investerar cirka 4 procent av våra intäkter i forskning och utveckling. Med tanke på vår storlek ger det oss en stark konkurrensfördel, både på kort och lång sikt. Vår innovationskapacitet bygger på våra gemensamma plattformar samt den globala räckvidden och lokala kompetensen inom vår innovationsorganisation. Målet är att produkter som lanserats under de senaste tre åren ska utgöra 25 procent av vår totala försäljning.

5 Många framgångsrika förvärv - Sedan ASSA ABLOY bildades 1994 har vi förvärvat fler än 300 bolag över hela världen. I många fall utgörs förvärven av ledande accessleverantörer på sina respektive marknader med

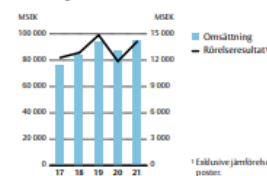
välutvecklade kundbas och varumärken. När synergierna har realiserats utvecklar vi dessa verksamheter samt ökar deras lönsamhet och marginaler. Strategin har varit framgångsrik och våra förvärvade bolag har genererat signifikanta värden efter att de har integrerats. Under 2021 meddelade vi att vi avser förvärva Hardware and Home Improvement-divisionen inom Spectrum Brands, vilket gett ett tillkott till ASSA ABLOY:s omsättning om cirka 15 procent och utgör ett viktigt strategiskt steg i att utveckla vår verksamhet i det nordamerikanska bostadssegmentet.

6 Stark varumärkesportfölj - Vi använder en fler-varumärkesstrategi för att kombinera våra globala och lokala styrkor. ASSA ABLOY är vårt koncernvarumärke och blir i allt större utsträckning ett ledande kommersiellt varumärke för dörrar, lös och relaterad service. Vi har också starka huvudvarumärken inom våra viktigaste verksamhetsområden. Dessa inkluderar Yale, som är ett av världens mest välkända varumärken för bostadslös, och HID Global, vilket är ledande inom säkra identiteter. Totalt har vi cirka 130 associerade varumärken som hjälper oss att skapa och behålla lojala kunder över olika marknader och regioner.

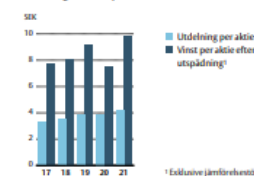
7 Operationell effektivitet - Vår tillverkning är uppbyggd kring lokal monterering nära kunderna, anpassad efter lokala standarder, med produktion av vissa strategiska komponenter förlagd till större fabriker. Det gör att vi kan leverera våra produkter snabbt och effektivt till kunderna. Vi fortsätter också att optimera leverantörskedjan, produktsortimentet och vår närvaro med hjälp av Lean-processer och automatisering.

8 Ledande hållbara lösningar - Vi åtog oss att uppfylla vetenskapligt baserade mål under 2020. Detta kommer fortsatt att stärka vår konkurrenskraft ytterligare och skapa affärsmässiga incitament för produktion och produktutveckling. När vi utvecklar nya produkter är vår ambition att minimera miljöpåverkan och koldioxidutsläpp samt maximera hållbara egenskaper som energieffektivitet under själva användningsfasen och återvinning i slutet av produkternas livscykel.

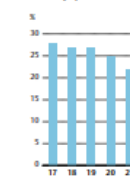
Omsättning och rörelseresultat



Utdelning och vinst per aktie



Andel nya produkter





FINANSIELLA- & ICKE-FINANSIELLA MÅL

FINANSIELLA- & ICKE-FINANSIELLA MÅL

Totalt 4 poäng fördelade på fyra kriterier för finansiella mål

- Finansiella mål
- Motivering till val av finansiella mål
- Utfall av finansiella mål i form av en kvantifierad redogörelse
- Uppföljning av finansiella mål i form av en kvalitativ diskussion kring utfallet

Totalt 4 poäng fördelade på fyra kriterier för hållbarhetsrelaterade mål (del av granskningsområdet hållbarhet)

- Kvantifierade hållbarhetsrelaterade mål
- Motivering till val av hållbarhetsrelaterade mål
- Utfall av hållbarhetsmål
- Uppföljning av hållbarhetsmål i form av en kvalitativ diskussion kring utfallet

Konsekvent bedömning för ÅR, och IR-webbplatsen för båda mål-kriterierna

FINANSIELLA MÅL

ÅRETS SPANING



- Ökning av rapportering av finansiella mål, dess utfall och uppföljning från 2019 med fortsatt stort utrymme för förbättring
- En stor andel av bolagen presenterar de finansiella målen kvantitativt, men betydligt färre följer upp kvalitativt
- På IR-webbplatsen förde dvs. enbart 10 % av bolagen en kvalitativ diskussion av utfallet på uppsatta mål

Av bolagen på OMX Stockholm 30 redovisar:

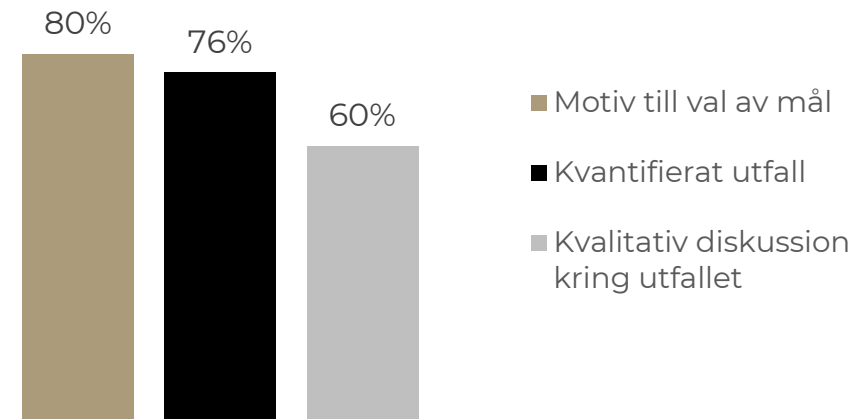
86%

Finansiella mål i årsredovisningen

55%

Finansiella mål på IR-webbplatsen

Av de 86 % som presenterade finansiella mål i årsredovisningen hade:



ICKE-FINANSIELLA MÅL

ÅRETS SPANING

- Bolagen presterar bättre i denna kategori jämfört med finansiella mål
- Allt fler bolag kartlägger sin verksamhet mot de Globala målen för hållbar utveckling
- Hållbarhetsmål integreras och presenteras i allt större utsträckning tillsammans eller i anslutning till övriga mål

Av bolagen på OMX Stockholm 30 redovisar:

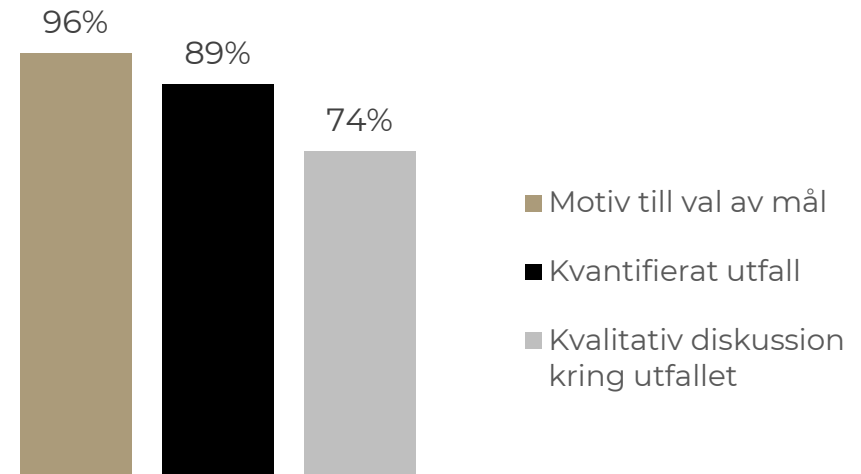
93%

kvantifierade hållbarhetsrelaterade mål i årsredovisningen

72%

kvantifierade hållbarhetsrelaterade mål på IR-webbplatsen

Av de 93 % som presenterade kvantifierade hållbarhetsrelaterade mål:



FINANSIELLA OCH -ICKE FINANSIELLA MÅL

GODA EXEMPEL – INVESTOR

Investor kombinerar i sin årsredovisning 2021 finansiella och icke-finansiella mål och presenterar dem tillsammans med aktuella och historiska utfall och kommentarer.

Mål och utfall

Genom att fokusera på våra strategiska prioriteringar skapar vi värde och genererar en attraktiv totalavkastning, vilket är vårt övergripande mål.



Övergripande mål Generera en attraktiv totalavkastning

Vårt övergripande mål är att generera en attraktiv totalavkastning. Vårt avkastningskrav uppgår till 8-9 procent per år (riskfri ränta plus marknadens riskpremie). Vi uppstår detta genom våra tre strategiska prioriteringar: öka substansvärdet, generera en stadigt stigande utdelning och nå våra hållbarhetsmål.



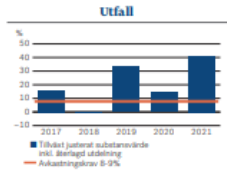
Kommentar

Under 2021 uppgick vår totalavkastning till 55 (19) procent, jämfört med 39 (15) procent för SIBXX avkastningsindex. Under de senaste 20 åren har vår totalavkastning uppgått till 15 procent i genomsnitt, jämfört med 11 procent för SIBXX.



Strategisk prioritering Öka substansvärdet

Tillväxten i vårt justerade substansvärde bör överträffa vårt årliga avkastningskrav. För att uppnå detta äger vi högkvalitativa företag och bidrar till att de växer med lönsamhet. Vi strävar också efter att allokera vårt kapital på ett framgångsrikt sätt.



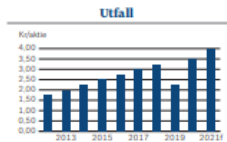
Kommentar

Vårt justerade substansvärde uppgick till 761 (546) mdr kronor vid utgången av 2021, motsvarande en ökning, inklusive återlagd utdelning, om 41 (14) procent. Därmed överträffade substansvärdetillväxten vårt avkastningskrav under 2021. Under de senaste fem åren har den genomsnittliga årliga tillväxten i vårt justerade substansvärde uppgått till 20 procent.



Strategisk prioritering Generera en stadigt stigande utdelning

Investors utdelningspolicy är att generera en stadigt stigande utdelning. Vår utdelningspolicy underbyggs av kassaflöde från alla tre affärsområden: Noterade Bolag, Patricia Industries och Investeringar i EGT.



Kommentar

Styrelsen föreslår en utdelning om 4,00 (3,50) kronor per aktie, att utbetalas i två utbetalningar, 3,00 kronor per aktie i maj 2022 och 1 krona per aktie i november 2022. Baserat på detta förslag har vår utdelning ökat med 8 procent i genomsnitt per år de senaste 5 åren och med 10 procent de senaste 10 åren.



Strategisk prioritering Nå våra hållbarhetsmål

Affärsetik & styrning

Affärsetik och styrning utgör grunden för vårt hållbarhetsarbete. Investors Hållbarhetsriktlinjer (se sid 14) definierar tydliga förväntningar på Investor och våra portföljbolag att utöva sina affärsverksamheter på ett ansvarsfullt och etiskt sätt. Investor har nolltolerans mot bristande affärsetik.

Utfall

96% av våra företag har skrivit under FN:s Global Compact
100% av våra företag har en visseblåsningsfunktion
96% av våra företag har satt mätbara hållbarhetsmål

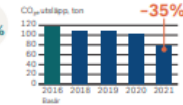
Kommentar

Under 2021 hade Investor en dialog med samtliga portföljbolag avseende hållbarhet. Såväl Investor som varje enskilt portföljbolag har en uppförandekod, en antikorruptionspolicy, en hälso- och arbetsmiljöpolicy, en policy för mänskliga rättigheter och en visseblåsningsfunktion på plats.

Klimat & resurseffektivitet

Investor AB:s utsläpp
Investor står bakom klimatmål förenliga med att begränsa den globala uppvärmningen till 1,5°C. Vårt mål är att nå nettonollutsläpp av växthusgas (scope 1 och 2) per 2030.

Mål -100%



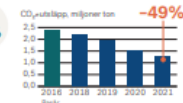
Kommentar

Under 2021 motsvarade utsläppen 77 ton, en minskning med 35 (26) procent jämfört med 2016. Utsläppen från Investor AB är låga då vi inte har någon operativ tillverknings- eller försäljningsverksamhet och vi har en hög andel förnybar el på våra kontor.

Portföljbolagens utsläpp

Investors scope 3-mål är att minska portföljens växthusgasutsläpp med 70 procent per 2030 jämfört med 2016 (företagens scope 1 och 2). Investor uppmanar portföljbolagen att förbinda sig till Parisavtalet och, när det är relevant, till Science Based Targets.

Mål -70%



Kommentar

Under 2021 motsvarade scope 1- och scope 2-utsläppen från våra företag 1 260 500 ton, en minskning med 49 (40) procent jämfört med 2016. 88 (78) procent av våra företag har mål att minska sina scope 1- och 2-utsläpp. Vid utgången av 2021 hade 83 (57) procent av våra företag satt utsläppsmål förenliga med Parisavtalet och 33 (22) procent hade ställt sig bakom Science Based Targets.

Portföljbolagens indirekta utsläpp

Alla våra företag ska ha mål för att minska utsläppen från sina värdekedjor, till exempel relaterade till användningen av deras produkter (portföljbolagens scope 3-utsläpp). Dessutom ska alla företag ha mål för effektiv resursanvändning, relevanta för deras verksamhet.

Mål 100%



Vid slutet av 2021 mätte 75 (74) procent av våra företag scope 3-utsläpp och 63 (43) procent hade reduktionsmål relaterade till sina produkter, tjänster eller värdekedjor. Vad gäller resurseffektivitet och som komplement till scope 3-mål hade 63 (57) procent av företagen satt specifika mål kopplade till resurseffektivitet.

Mångfald & inkludering

Investor AB
Investor anser att team som kännetecknas av mångfald och inkludering stimulerar innovation och bidrar till bättre beslutsfattande. Vårt mål är att bibehålla en könsfördelning om 40/60 i Investors ledningsgrupp. Vi mäter upplevd grad av inkludering bland medarbetarna.

Mål 40/60



Kommentar

Investor mäter upplevd inkludering bland medarbetarna samt deras upplevelse av att bidra till och påverka företagets övergripande strategi. Under 2021 rapporterade medarbetarna en hög grad av inkludering jämfört med extern benchmark, 8,9 (8,9).

Portföljbolagen

Investor uppmanar sina företag att främja mångfald och inkludering. Vårt mål är att nå 40/60 könsfördelning i våra företags styrelser och ledningsgrupper utifrån ett övergripande portföljperspektiv 2030. Samtliga företag ska dessutom mäta upplevd grad av inkludering bland medarbetarna.

Mål 40/60



Portföljbolagens styrelser inkluderade 15 (14) nationalliteter och genomsnittlig andel kvinnor uppgick till 34 (30) procent 2021. I ledningsgrupperna uppgick andelen kvinnor till 26 (25) procent och 23 (23) nationaliteter var representerade. Under 2021 hade 83 (83) procent av våra företag målsättningar rörande mångfald, och 92 (87) procent mätte graden av upplevd inkludering bland medarbetarna.

FINANSIELLA OCH -ICKE FINANSIELLA MÅL

GODA EXEMPEL - SANDVIK

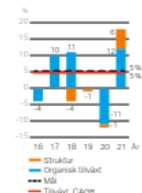
FINANSIELLA MÅL

Sandvik har långsiktiga, finansiella mål med fokus på tillväxt, lönsamhet, utdelning och finansiell ställning. Våra hållbarhetsmål för 2030 har fokus på cirkularitet, klimat, människor och etik.

TILLVÄXT¹⁾

Mål: $\geq 5\%$
Resultat: 5 %

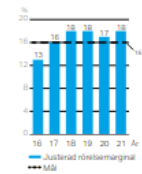
Mål: En tillväxt om minst 5 procent över en konjunkturykel, organiskt och via förvärv.
Resultat: Tillväxten 2016-2021 var 5 procent. Under 2021 var den organiska tillväxten 12 procent och den totala tillväxten, i fasta valutor, var 18 procent.



LÄGSTA EBIT-MARGINAL

Mål: $\geq 16,0\%$
Resultat: 18,3 %

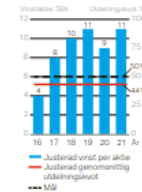
Mål: En lägsta rörelsemarginal om 16 procent, rullande tolv månader och justerad för jämförelsestörande poster och metalpris effekter.
Resultat: Rörelsemarginalen, justerad för jämförelsestörande poster och metalpris, uppgick till 18,3 procent 2021. EBITA-marginalen uppgick till 19,1 procent.



UTDELNINGSKVOT²⁾

Mål: 50 %
Resultat: 44 %

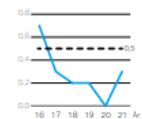
Mål: En utdelningskvot om 50 procent av vinst per aktie, justerad för jämförelsestörande poster, över en konjunkturykel.
Resultat: Den genomsnittliga utdelningskvoten uppgick till 44 procent 2016-2021. En solid prestation resulterade i en föreslagen utdelning om 6 miljarder kronor (8), vilket motsvarar en utdelningskvot om 42 procent.



NETTOSKULDSÄTTNINGSGRAD

Mål: $< 0,5$
Resultat: 0,35

Mål: En nettoskuldssättningsgrad underliggande 0,5.
Resultat: Nettoskuldssättningsgraden uppgick till 0,35 vilket innebär att målet uppnåddes.



¹⁾ Målen för tillväxt och utdelningskvot avser utveckling över en konjunkturykel, här definierat som 2016-2021.

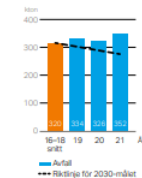
HÅLLBARHETSMÅL

Vi har hållbarhetsmål för 2030 inom fyra områden och för att följa våra framsteg rapporterar vi ett antal nyckeltal för den egna verksamheten. Utöver vår egen verksamhet arbetar vi tillsammans med kunder och leverantörer för att uppfylla målen.

CIRKULARITET

Mål: 280 kton
Resultat: 352 kton

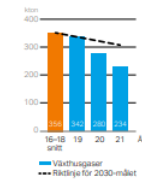
Mål: Vårt mål är att minska vårt avfall med 50 procent till år 2030. För att vara i linje med detta mål bör vi ha minskat avfallet till 280 kton år 2021.
Resultat: Vårt avfall uppgick till 352 kton, vilket är en ökning med 8 procent jämfört med 2020. Ökningen beror på stora avfallsströmmar och ökade aktivitetsnivåer. Målet uppdaterades under 2021 för att bättre reflektera våra ansträngningar mot cirkularitet och vi kommer från och med 2022 att rapportera på det nya målet.



KLIMAT

Mål: 311 kton
Resultat: 234 kton

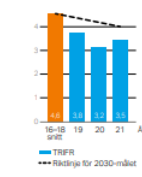
Mål: Vårt mål är att minska våra CO₂-utsläpp med 50 procent till år 2030, en minskning om 50 procent. För att vara i linje med detta mål bör vi ha minskat CO₂-utsläppen till 311 kton år 2021.
Resultat: Under 2021 minskade vi våra CO₂-utsläpp med 16,4 procent till 234 kton, trots ökad produktion och ökat resande. Inköp av fossilfri elektricitet var den största bidragande faktorn.



MÄNNISKAN I FOKUS

Mål: 4,0
Resultat: 3,5

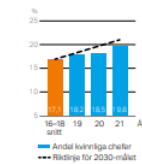
Mål: Vårt mål är att minska vår totala olycksfrekvens (TRFR) till 2,3 fram till år 2030, en minskning om 50 procent. För att vara i linje med detta mål bör vi ha minskat TRFR till 4,0 år 2021.
Resultat: TRFR uppgick till 3,5 (3,2) vilket var en ökning om 9 procent, men fortfarande i linje med våra 2030-mål. Olycksfrekvensen minskade i slutet av året efter en negativ trend under de tre första kvartalen. Ökningen beror främst på ett stort antal mindre allvariga olyckor, vilka stod för 79 procent av den totala ökningen.



FAIR PLAY

Mål: 19,5 %
Resultat: 19,8 %

Mål: Vårt mål är att öka andelen kvinnor på chefspositioner till en tredjedel fram till år 2030. Vårt mål för 2021 var 19,5 procent kvinnliga chefer.
Resultat: Andelen kvinnliga chefer ökade till en ny högsta nivå i slutet av året, 19,8 procent, vilket innebär en ökning om 7,3 procent. I vår plan ingår att accelerera ökningstakten av andelen kvinnliga chefer under kommande år, vilket är nödvändigt för att uppnå 2030-målet.



Baslinen för våra hållbarhetsmål är det genomsnittliga resultatet under åren 2016-2018. Den prickade bröjen är en indikation på hur bra vi ligger till jämfört med 2030-målen. Den totala olycksfrekvensen och CO₂-utsläppen överträffar vad som krävs för att uppnå målen medan avfall och andelen kvinnliga chefer ligger under riktlinjen för att uppnå 2030-målen.

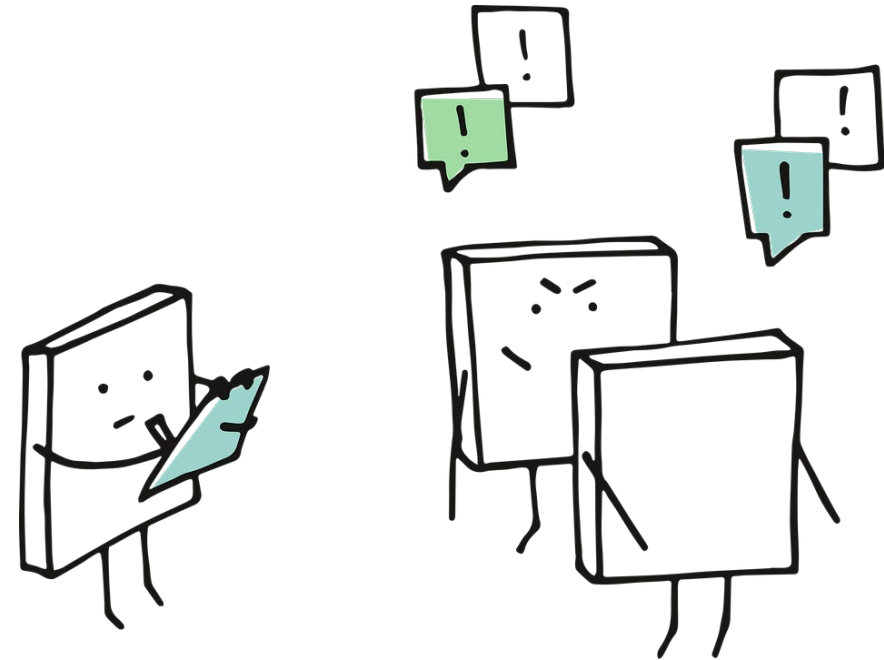


ALLMÄNNA OBSERVATIONER

ALLMÄNNA OBSERVATIONER

MYCKET GÖRS BRA MEN ALLT KAN BLI BÄTTRE

- Fortsatt utveckling av redan högkvalitativa årsredovisningar
- Hur är det med delårsrapporter och IR-webbplatser?
 - IR i tre kanaler
- Median var 20 poäng av 33 möjliga, vid granskningen av stora bolag 2010 var snittet 22,43 av 31 poäng
- Dessa poäng uppnåddes på ett växande sidantal
 - 180 för 2021 jämfört med 143 för 2010
 - Större lär de bli...
- Transparens uppmanas men säkerställ att presenterad information är relevant





IR I TRE KANALER

HUR KONSEKVENT PRESENTERAS INFORMATION I DE TRE KANALERNA?

Återkommande i granskningen

- Inkonsekvens i informationsgivning
- I takt med årsredovisningarnas utveckling
 - Större skillnader
- IR-webben undervärderad i sammanhanget

av bolagen på OMX Stockholm 30 presenterar

83% affärsmodellen i årsredovisningen men bara... **41%** på IR-webben och **10%** i delårsrapporten

69% uppföljning av hållbarhetsmål i form av en diskussion i årsredovisningen men bara... **21%** på IR-webben och **21%** i delårsrapporten

66% utfall av finansiella mål i form av en kvantifierad redogörelse i årsredovisningen men bara... **38%** på IR-webben och **31%** i delårsrapporten

34% marknadens storlek i årsredovisningen men bara... **7%** på IR-webben



ÅRETS BÖRSBOLAG 2021/2022

PRISUTDELNING

ÅRETS BÖRSBOLAG 2021/2022

“Genom en heltäckande årsredovisning där bolaget på ett transparent och enkelt sätt presenterar relevant information löper en röd tråd med utgångspunkt i en tydligt strategisk inriktning. Bolagets löpande finansiella rapportering under årets sker i form av väl genomarbetade och transparenta delårsrapporter som kontinuerligt följer upp relevant marknadsutveckling. Som komplement till bolagets rapporter finns en lättnavigerad hemsida där användaren hitta allt från historiska data till aktuell information avseende verksamheten och dess arbete. Genom att effektivt utnyttja möjligheterna i de tre kanalerna möjliggör bolaget för sina intressenter att fatta välgrundade beslut.”

Med maxpoäng för både årsredovisning och delårsrapport
samt 16 av 23 möjliga poäng för IR-webb.

Vinnare av samtliga deltävlingar med totalt 63 poäng av 70 möjliga i totaltävlingen...

Axfood



Axfood Delårsrapport 1 januari - 30 september 2021 **Q3**

Ett stabilt kvartal med bra lönsamhet

2,2% Ökad omsättning jämfört med samma kvartal föregående år

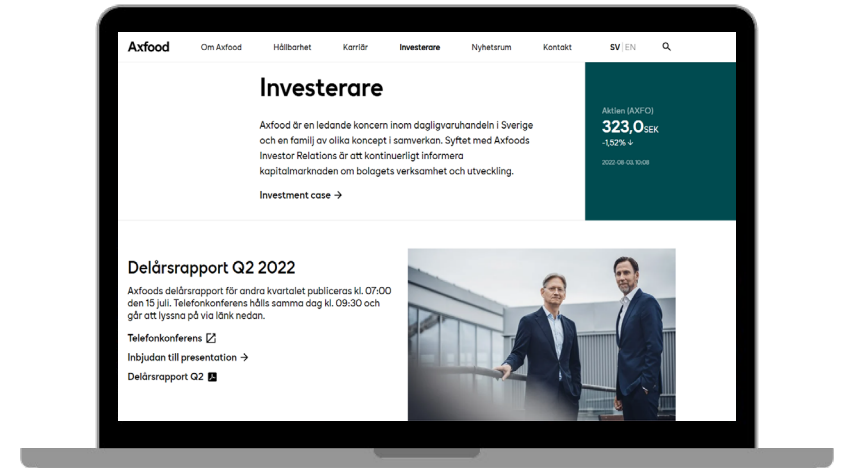
8,9% Ökad rörelsevinst jämfört med samma kvartal föregående år

5,9% Ökad rörelsevinstmarginal jämfört med samma kvartal föregående år

Väsentliga händelser efter balansdagen

Den 1 oktober avslutades köpet av den tidigare ägaren av Axfood i USA, Axfood USA Inc. (Axfood USA). Köpet avslutades genom att Axfood USA blev en dotterbolag till Axfood AB. Köpet har ett värde på 1,1 miljard USD. Köpet har ett värde på 1,1 miljard USD. Köpet har ett värde på 1,1 miljard USD.

Varuhandeln	Q3 2021	Q3 2020	Q3 2021	Q3 2020	Q3 2021	Q3 2020	Q3 2021	Q3 2020
Omsättning	872	848	2,2%	4022	395	105	1420	1399
Rörelsevinst	76	70	8,9%	360	344	5%	210	210
Rörelsevinstmarginal	8,7%	8,3%	0,4 p.p.	8,9%	8,7%	0,2 p.p.	20,2%	20,2%
Nettoresultat	53	53	0%	250	245	2%	145	145
Nettoresultatmarginal	6,1%	6,3%	-0,2 p.p.	6,2%	6,2%	0%	10,3%	10,3%
Resultat per aktie	0,20	0,20	0%	1,00	0,98	2%	0,58	0,58
Resultat per aktie efter skatt	0,15	0,15	0%	0,75	0,74	1%	0,44	0,44
Resultat per aktie efter skatt och minoritet	0,15	0,15	0%	0,75	0,74	1%	0,44	0,44
Resultat per aktie efter skatt och minoritet per aktie	0,15	0,15	0%	0,75	0,74	1%	0,44	0,44



ÅRETS BÖRSBOLAG 2021/2022



JURYNS HEDERSPRIS

JURYNS HEDERSPRIS

- Granskning av OMX Stockholm 30 för jämförelse och statistik
- Samtliga tre IR-kanaler med utgångspunkt från kriterierna för Årets börsbolag
- De fem bolag med högst poäng nominerades till juryns hederspris
 - Investor
 - SKF
 - Volvo Group
 - Electrolux Group
 - Kinnevik

ÅRETS JURY



Agnetha Jönsson

Agnetha är i dag analytiker på Dagens Industri. Hon har i många år följt aktiemarknaden i olika roller, som aktiemäklare hos SEB och aktiechef på Treviso Private Banking. Sedan 2004 har Agnetha arbetat som ekonomijournalist, bland annat som börsredaktör på Affärsvärlden samt som chefredaktör för Aktiespararen och Finansliv.



Erik Rosenberg Sjöström

Erik har arbetat som aktieanalytiker och portföljförvaltare sedan 1997. Erik har bland annat varit ansvarig för den fundamentala aktieförvaltningen på Skandia och är idag Partner och Head of Origination på Vator Securities samt styrelseledamot i Första AP-fonden.



Hans Borneroth

Hans har mer än 20 års erfarenhet från kapitalmarknaden. Hans har arbetat som analytiker, konsult, utredare och föreläsare på bland annat DI Akademi, Aros Securities, Deloitte och Aktiespararnas företagsutbildning med inriktning finansiell ekonomi. Hans är idag Senior Adviser på Kanton Finansiella Rådgivning AB.

| JURYNS BEDÖMNING

UTGÅR FRÅN...

- Subjektiv bedömning
- Transparens och enhetlighet i tre kanaler
- **IR-webb**
 - Användarvänlighet
 - Lättnavigerat och relevant information
 - Fullständiga svenska och engelska versioner
- **Delårsrapport**
 - Transparens
 - Relevanta nyckeltal,
 - Löpande uppföljning av det som förmedlas i årsredovisningen
- **Årsredovisning**
 - Information riktad och anpassad efter mottagaren
 - Övergripande relevans av information
 - Enhetlighet i rapportens delar
 - Relevant information
 - Affärsmodell & strategi
 - Underliggande information som bygger bolagets case
 - Hållbarhet

EXEMPEL PÅ NOMINERADE

GODA EXEMPEL – IR-WEBB

- Lättnavigerad IR-webb
- Vikt vid att webben sänder samma budskap som i rapporterna
- Presentation och beskrivning av mycket information på ett enkelt sätt

investor Om Investor Våra företag Hållbarhet Investerare & media Bolagsstyrning

Hem / Investerare & media /

Investor som investering

En investering i Investor erbjuder en hållbar portfölj med attraktiv värdetillväxtpotential.

I över 100 år har vi framgångsrikt byggt starka och hållbara företag. Med vår långa erfarenhet, vårt målmedvetna team och breda nätverk driver vi initiativ som maximerar långsiktigt värde. Det är det som gör oss till en engagerad ägare.

Våra noterade och onoterade branschledande företag inom verkstad, hälsovård, finansiella tjänster och teknologi är väl positionerade för att tillvarata attraktiva möjligheter relaterade till långsiktiga trender. Det är så vi erbjuder exponering mot lönsam tillväxt.

Vår starka balansräkning och vårt kassaflöde ger oss möjlighet att göra attraktiva investeringar och underbygger vårt mål att generera en stadigt stigande utdelning. Vi bedriver vår verksamhet effektivt med låga förvaltningskostnader i förhållande till våra tillgångar. Det är det som gör Investor till en konkurrenskraftig investering.

Investoraktien i korthet Tickerkoder

Totalavkastningen är det mått som bäst speglar utvecklingen av en aktie i ett investmentbolag som Investor. Totalavkastning är kursutveckling inklusive återinvesterad utdelning.

Investoraktien är noterad på Stockholmsbörsen. Du kan köpa och/eller sälja aktier via någon bank eller annan börsmäklare. De tar då betalt för denna tjänst i form av s.k courtage.

Det nominella beloppet för varje enskild aktie uppgår till 1,5625 kronor. Det finns A-aktier med en röst per aktie och B-aktier med en tiondels röst per aktie. Utdelningen per aktie är densamma för såväl A- som B-aktier.

EXEMPEL PÅ NOMINERADE

GODA EXEMPEL - DELÅRSRAPPORT

- Relevanta nyckeltal som presenteras
- Kontinuerlig uppföljning av bolagets affär och uppsatta mål
- Trender och utmaningar

Nyckeltal

Mkr där annat ej anges	Kv3 2021	Kv3 2020	Jan-sep 2021	Jan-sep 2020
Nettoomsättning	20 146	18 596	60 746	55 280
Justerat rörelseresultat	2 672	2 475	8 578	6 612
Justerad rörelsemarginal, %	13,3	13,3	14,1	12,0
Rörelseresultat	2 588	1 922	8 165	4 859
Rörelsemarginal, %	12,8	10,3	13,4	8,8
Justerat resultat före skatt	2 524	2 273	8 150	5 909
Resultat före skatt	2 440	1 720	7 736	4 156
Nettokassaflöde efter investeringar före finansiering	1 470	2 266	1 277	3 358
Resultat i kronor per aktie efter skatt	3,86	2,59	12,36	6,09
Justerat resultat i kronor per aktie	4,04	3,80	13,27	9,94

Finansiella resultat

Tredje kvartalet 2021
Rörelseresultatet under tredje kvartalet uppgick till 2 588 mkr (1 922). I rörelseresultatet ingick jämförelsestörande poster på -84 mkr (-553) varav -84 mkr (-462) hänför sig till pågående omstruktureringsåtgärder och kostnadsbesparande aktiviteter och 0 mkr (-91) relaterade till uppgörelser med kunder.

Det justerade rörelseresultatet för tredje kvartalet var 2 672 mkr (2 475). Det justerade rörelseresultatet påverkades positivt av försäljnings- och tillverkningsvolymerna, försäljningspriser och kundmix. Det påverkades negativt av valutaeffekter, materialkostnader och logistikkostnader.

Utveckling justerat rörelseresultat, Mkr	Kv3
2020	2 475
Valutapåverkan	-92
Organiska försäljnings- och tillverkningsvolymerna	1 360
Kostnadsutveckling	-1 071
2021	2 672

Nyckeltal	30 sep 2021	30 jun 2021	30 sep 2020
Nettorörelsekapital i % av 12 månaders försäljning	30,5	30,7	28,7
Åvkastning på sysselsatt kapital för 12-månadersperioden, % ¹⁾	15,6	15,4	12,1
Nettoskuld/sättning/ eget kapital, %	44,0	50,1	59,8
Nettoskuld/sättning/ eget kapital, exkl. förmåner efter avslutad anställning, %	12,9	16,8	16,3
Nettoskuld/sättning/EBITDA	1,4	1,5	2,1

1) Justerat för jämförelsestörande poster

- Finansiella intäkter och kostnader, netto, under tredje kvartalet uppgick till -148 mkr (-202). Finansnettot påverkades negativt av valutakursförändringar.
- Skatter uppgick under kvartalet till -618 mkr (-487), vilket resulterade i en effektiv skattesats på 25,3% (28,3%). Skattesatsen föregående år påverkades negativt av källskatt på utdelning, uppskjuten skatt och ej avdragsgilla kostnader.
- Nettokassaflödet efter investeringar, före finansiering, för tredje kvartalet var 1 470 mkr (2 266). Exklusive kassaflöde hänförligt till sålda eller förvärvade verksamheter under tredje kvartalet var det 1 510 mkr (2 266). Minskningen var främst hänförlig till högre rörelsekapital och högre investeringar vilket delvis motverkades av högre rörelseresultat.
- Nettorörelsekapital i procent av årsförsäljningen var 30,5% under tredje kvartalet jämfört med 28,7% under tredje kvartalet 2020. Det påverkades negativt av valutafluktuationer.
- Avsättningar till anställda efter avslutad anställning, netto, minskade med -79 mkr (+636) under tredje kvartalet främst på grund av en engångsbetaling avseende för månsbestämda pensionsplaner i USA.

Fortsatt stark medvind för industriverksamheten, leverans- begränsningar hos kunder påverkar fordonsverksamheten

Under tredje kvartalet låg efterfrågan på en stadig nivå. Industriverksamheten, som står för cirka 75 % av försäljningen, behöll sin kraftiga medvind, trots logistikbegränsningar och kostnadsinflation. Fordonsverksamheten påverkades markant av våra nyckelkunders produktionsminskningar, i synnerhet i septembris. Vi har därför i hela verksamheten arbetat hårt för att mildra de negativa effekterna av dessa yttre faktorer.

Den organiska tillväxten var under kvartalet på 8% där industriverksamheten ökade med hela 13% och fordonsverksamheten minskade med -5%. Försäljningen uppgick under kvartalet till 20 146 (18 596) miljoner kronor. Vi såg en ökning i samtliga regioner, men med en viss utplaning i Asien.

Det justerade rörelseresultatet var 2 672 (2 475) miljoner kronor och den justerade rörelsemarginalen 13,3% (13,3%). Industriverksamheten levererade ett starkt resultat och ökade den justerade rörelsemarginalen till 17% (16%) trots utmanande förhållanden under kvartalet, bland annat kostnadsinflation och logistik tillgänglighet. Vi ser en särskilt stark ökning bland industriella drivsystem, industriell distribution och applikationer till tunga arbetsfordon. Sett till regioner var det Europa, Nordamerika och Latinamerika som stod för de högsta tillväxtriverna.

Fordonsverksamheten påverkades av våra nyckelkunders minskade produktion, ofta med kort varsel, vilket ledde till sämre försäljning, minskad produktivitet och ökade lagernivåer. Trots den fortsatt starka efterfrågan från fordons eftermarknaden hamnade den justerade rörelsemarginalen på 4% (7%) beroende på den volatila efterfrågan från biltilverknarna. Även om den underliggande efterfrågan på bil är stark vill vi måla den fortsatta osäkerheten med åtgärder att skydda våra marginaler, bland annat genom att se över våra handelsvillkor och vår tillverkningskapacitet.

På koncernnivå fortsätter vi att konsolidera vår tillverkningskapacitet och stänger ned ytterligare sex anläggningar fram till årsskiftet, vilket innebär att vi sedan 2019 har stängt ned sammanlagt tolv anläggningar.

Kassaflödet under kvartalet var 1 470 (2 266) miljoner kronor, främst till följd av ökade lager på grund av logistiska flaskhalsar, nedstängningar hos kunder och högre investeringar.

Koncernen har redan ambitiösa mål för att minska koldioxidutsläppen från den egna verksamheten, däribland ett mål om nettoutsläpp fram till 2030. Vi tar nu nästa steg med ambitionen att ha nettoutsläpp av växthusgasar i hela leveranskedjan till 2050. Eftersom stål är den främsta utsläppskällan i vår leveranskedja har vi inlett ett samarbete med partners och leverantörer, bland annat SteelZero, Responsible Steel och Luleå universitet, för att skynda på utvecklingen av fossilfritt stål till våra lager.

I ett mer långsiktigt perspektiv är jag övertygad om vår förmåga att bygga vidare på vårt starka varumärke och tekniska ledarskap. Vårt fokus just nu är att ta fram en färdplan för att skapa den tillväxt som ska hjälpa oss att uppnå våra ekonomiska och operativa mål. Därför har vi tagit ett strategiskt initiativ till en översyn som ska bidra till att hitta sätt att maximera den fulla potentialen i vår nuvarande verksamhet samt prioritera framtida teknik och investeringar i den globala verksamheten. Översynen ska vara slutförd vid årsskiftet och presenteras i samband med helårsresultatet i början av 2022.

När vi blickar framåt mot fjärde kvartalet förväntar vi oss fortsatt utmaningar med kostnadsinflation och leveransbegränsningar. När det gäller försäljningen förväntar vi oss en fortsatt stabil efterfrågan i industriverksamheten. Efterfrågan inom vår fordonsverksamhet kommer fortsatt vara osäker med leveransbegränsningar och produktionsförseningar som leder till anorlunda marknadsvillkor än de som vi upplevde under fjärde kvartalet föregående år. Med tanke på denna osäkerhet förväntar vi oss att den organiska försäljningen under fjärde kvartalet ligger i linje med samma period föregående år.

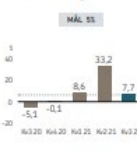
Richard Gustafson
VD och koncernchef



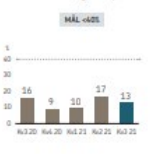
Rörelsemarginal¹⁾



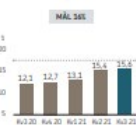
Omsättningstillväxt²⁾



Nettoskuld/eget kapital³⁾



ROCE⁴⁾



Koldioxidneutralitet 2030⁴⁾



- 1) Justerat för jämförelsestörande poster.
- 2) Inklusivt för värdejusteringar för avyttringar.
- 3) Exklusivt pensionsåtaganden.
- 4) Kategorier 1 & 2 CO2e-utsläpp från alla SKFs tillverknings- och lagplattverksamheter.

Omslagsbild: En view från SKFs Tekniska Gymnasium ser på när nulärna mäts och sorteras vid RK-fabriken i Göteborg.

EXEMPEL PÅ NOMINERADE

GODA EXEMPEL - ÅRSREDOVISNING

- Underbyggd hållbarhetsinformation, förankrad i bolagets affär
- Ett längre perspektiv när panedmiåren har inneburit abnormalitet



KUNDERNA KOMMER OMBORD PÅ RESAN

Förändringen mot elektrifiering sker inom hela transportbranschen. Fler och fler företag tar sina första steg på denna resa tillsammans med Volvokoncernen. Här är några exempel:

Under 2021 fick Volvo Lastvagnar en order på 100 Volvo FM Electric-lastbilar från DFDS, norra Europas största frakt- och logistikföretag. Affären var den största kommersiella ordern dittills för Volvos elastbilar, och en av de största någonsin för tunga elastbilar världen över. I januari 2022 beställde DFDS ytterligare 25 lastbilar.

Urby, ett dotterbolag till La Poste Group och Banque des Territoires som specialiserat sig på logistik för den första och sista milen, investerar i en flotta utan utsläpp. De har beställt 20 elektriska Renault Trucks D Z.E.-lastbilar, för stadsdistribution, som kommer att användas i 15 franska städer från 2022.

I Nordamerika lade Volvo Lastvagnars kund Performance Team, A Maersk Company, en order på 16 Volvo VNR Electric-lastbilar – den dittills största kommersiella ordern av den nordamerikanska lastbilsmodellen med nollutsläpp. Manhattan Beer Distributors, en stor öl- och dryckesdistributör baserad i New York City, beställde fem Volvo

VNR Electric-lastbilar – de första batteridrivna lastbilarna med nollutsläpp i Manhattan Beer Distributors flotta med fler än 400 distributionslastbilar.

I juni meddelade Mack Trucks att New York City Department of Sanitation (DSNY) planerade att köpa sju Mack LR Electric-sopbilar, som kommer att användas i samtliga av stadens stadsdelar.

Titta på våra videofilmer på Youtube. Filmerna är på engelska.

Nästa generation Volvo VNR Electric

Inuti den nya revolutionerande tunga, elektriska drivlinan

Volvo Group årsredovisning 2021

Elvaårsöversikt

msd	2011	2012 ¹⁾	2013	2014	2015
Nettoomsättning och resultat					
Nettoomsättning	101 598	109 994	109 101	112 143	123 511
Organisk tillväxt, %	0,2	5,5	4,5	1,1	2,3
Avskrivningar	3 173	3 251	3 556	3 671	3 936
Jämförelsesåterdragne poster ²⁾ / Engångsposter ³⁾	-158	-1 032	-2 475	-1 199	—
Rörelseresultat	3 017	4 000	1 580	3 581	2 741
Resultat efter finansiella poster	2 780	3 154	904	2 997	2 101
Periodens resultat	2 064	2 365	672	2 242	1 568
Kassaflöde					
Kassaflöde från löpande verksamheten	5 399	7 080	4 455	7 822	8 267
Kassaflöde från investeringsverksamheten	-10 049	-4 702	-4 734	-3 759	-3 403
varav investeringar i materiella anläggningstillgångar	-3 163	-4 090	-3 535	-3 006	-3 027
Kassaflöde från den löpande verksamheten och investeringsverksamheten	-4 650	2 378	-279	4 063	4 864
Kassaflöde från den löpande verksamheten och investeringsverksamheten exklusive rörelseförändringar och -ånyttningar	906	2 542	-74	4 132	4 955
Utdelningar samt inlösen och återköp av aktier	-1 850	-1 868	-1 860	-1 861	-1 870
Investeringar i materiella anläggningstillgångar	3,1	3,7	3,2	2,7	2,5
Marginer ⁴⁾					
Rörelsemarginal, %	3,1	4,6	3,7	3,2	2,2
Resultat efter finansiella poster i % av nettoomsättning	2,9	3,8	3,1	2,7	1,7
Finansiell ställning					
Totala tillgångar	76 384	75 194	76 001	85 688	83 471
Nettotillgångar	27 011	25 890	24 961	26 099	21 412
Rörelsekapital	-5 180	-6 505	-5 800	-8 577	-12 234
Kundfordringar	19 226	18 288	19 441	20 663	17 745
Varulager	11 957	12 963	12 154	14 324	14 179
Leverantörsskulder	18 490	20 590	20 607	25 705	24 467
Totalt eget kapital	20 444	15 726	14 308	14 468	15 005
Räntebärande skulder	14 206	13 088	14 905	14 703	13 097
Avsättningar för pensioner och liknande förpliktelser, netto	—	4 479	2 980	4 763	4 509
Nettoskuld	6 567	10 164	10 653	9 631	6 407
Data per aktie, kr					
Periodens resultat	7,25	8,26	2,35	7,83	5,46
Eget kapital	73	56	50	57,52	52,21
Utdelning ⁵⁾	6,50	6,50	6,50	6,50	6,50
Kurs på B-aktien vid årets slut	109,70	170,50	168,50	228,80	205,20
Nyckeltal					
Avkastning på eget kapital, %	10,4	14,4	4,4	15,7	9,9
Avkastning på nettotillgångar, %	13,7	14,8	5,8	14,2	11,0
Nettotillgångar i % av nettoomsättning ⁶⁾	23,8	22,5	21,8	20,4	17,3
Kundfordringar i % av nettoomsättning ⁶⁾	17,0	15,9	17,0	16,2	14,3
Varulager i % av nettoomsättning ⁶⁾	10,5	11,3	10,6	11,2	11,5
Skuldämningsgrad	0,31	0,65	0,74	0,58	0,43
Räntebärande skulder	5,84	2,72	2,11	5,16	3,75
Utdelning i % av totalt eget kapital	9,0	11,8	13,0	11,3	12,4
Övriga uppgifter					
Genomsnittligt antal anställda	52 916	59 478	60 754	60 038	58 265
Löner och ersättningar	13 157	13 785	13 521	14 278	15 858
Antal aktieägare	58 800	51 800	51 500	46 500	45 485
Genomsnittligt antal aktier efter återköp, miljoner	284,7	285,9	286,7	286,5	287,1
Antal aktier vid årets slut efter återköp, miljoner	284,7	286,1	286,2	286,5	287,4

Exempel: Electrolux Group årsredovisning 2021

JURYNS HEDERSPRIS GÅR TILL...

” Enkelhet och transparent kommunikation i alla tre kanaler ger god förståelse för bolagets värdeskapande, framtidsutsikter och aktieägarvärde. Oavsett om mottagaren är en finansiell institution eller privat investerare besvaras frågan om varför man ska investera i bolaget.

I års- och hållbarhetsredovisningen har bolaget ett tydligt investerarperspektiv i beskrivningen av verksamheten, strategi och värdeskapande. Strategiska risker och möjligheter i den gröna omställningen beskrivs utifrån hur det påverkar bolagets kunder och affär. Relevanta nyckeltal och uppföljning mot kvantitativa mål, såväl finansiella som hållbarhetsmål, skapar förståelse för hållbarhetsperspektivet och hur det bidrar till lönsamhet.

Aktuella och historiska finansiella utfall presenteras i en pedagogisk elvaårsöversikt tillsammans med definitioner och tydliga motiveringar till val av nyckeltal. Bolagets delårsrapporter publiceras snabbt, vilket tillsammans med ett relevant innehåll ger en aktuell bild av bolagets utveckling.

Bolagets IR-webb har utvecklingspotential vad beträffar enkelhet att hitta viss information på sidan. Juryn vill understryka vikten av substans, ur ett investerarperspektiv, i den hållbarhetsinformation som bolag förmedlar till kapitalmarknaden, något som årets vinnare gör väldigt väl. ”

VOLVO

VOLVO

LEDER TRANSFORMATIONEN

Volvo-koncernen
Års- och hållbarhetsredovisning
2021



Vår ambition är tydlig. Att driva värdnad socialt, miljömässigt och ekonomiskt innebär att sträva efter transport- och infrastrukturlösningar som är:

- fossilfria**
Klimatförändringen är vår största utmaning. Vår ambition är att göra det möjligt för våra kunder att bli fossilfria och i så stor utsträckning som möjligt driva vår egen verksamhet och leveranskedja.
- säkra**
Människors hälsa, säkerhet och välbefinnande är vår främsta prioritet.
- mer produktiva**
Genom att driva tillika produktivitet och effektivitet i logistiklösningar är det möjligt att erbjuda ett värde till våra kunder som är betydligt större än vad som tidigare varit möjligt. Detta är vår ambition för våra produktivaste kunder.

VOLVO
VOLVO TRUCKS

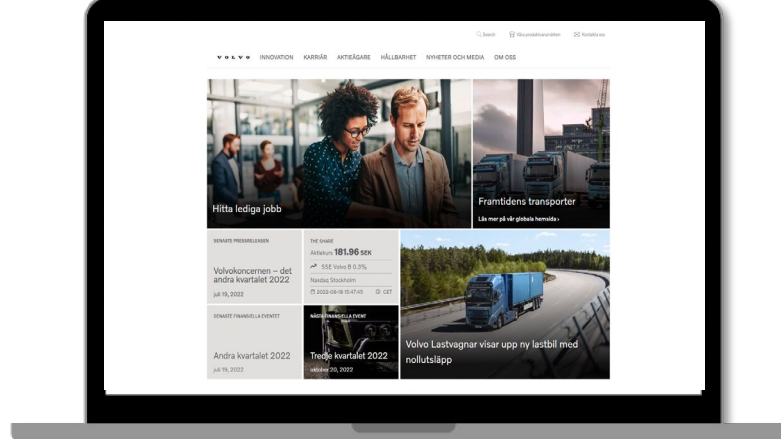
RAPPORT ÖVER DET TREDJE KVARTALET 2021



En Volvo FM9 Electric lastbil på Komatsu-Beer Distribution i Tokyo, Japan. Volvo Trucks, Japan.

- Under Q3 2021 ökade verkställigheten med 17% till 95,6% jämfört med Q3 2020. Årets förväntade verkställigheten är 95,7%.
- Det ökade utnyttjandet av våra lastbilar till 7,3%, motverkande en ökning i driftkostnader på 1,1% till 1,2%.
- Det ökade utnyttjandet av våra lastbilar till 7,3%, motverkande en ökning i driftkostnader på 1,1% till 1,2%.
- Förändrade volymerna led till en positiv påverkan på rörelsebidraget på 100 Mio.
- Resultat per aktie ökade till 0,47 kronor (0,41) per aktie jämfört med föregående kvartal.
- Årsutvecklingen på kapitalmarknaden för Volvo Trucks var 10,1% till 10,1%.
- Årsutvecklingen på kapitalmarknaden för Volvo Trucks var 10,1% till 10,1%.

	Tredje kvartalet 2021	Tredje kvartalet 2020
Nettointäkter	8 000	8 000
Nettointäkter, efter finansiella USD-Tvåsk	8 000	8 000
Erhållna intäkter	7 200	7 200
Andelen i intäkterna, %	90,0	90,0
Rörelsebidrag	1 800	1 800
Rörelsebidrag, efter finansiella USD-Tvåsk	1 800	1 800
Resultat per aktie	0,47	0,41
Resultat per aktie, efter finansiella USD-Tvåsk	0,47	0,41
Årsutvecklingen på kapitalmarknaden	10,1%	10,1%
Årsutvecklingen på kapitalmarknaden	10,1%	10,1%



INNOVATION | KÖRBEHÅLLNING | AKTIEÄGARE | HÅLLBARHET | NYHETER OCH MEDIA | OM OSS

Hitta lediga jobb

FRAMTIDENS TRANSPORTER

Läs mer på vår globala hemsida

SENASTE PRESRELEASEN

THE SWEDISH STOCK EXCHANGE

Volvo-koncernen – det andra kvartalet 2022

181,96 SEK

555 kronor (0,3%)

SENASTE FINANSIELLA TRENDET

ANDRA KVARTALET 2022

Tredje kvartalet 2022

Volvo Lastvagnar visar upp ny lastbil med rollutsläpp

JURYN S HEDERSPRIS 2021/2022

KOMMANDE SEMINARIUM OCH UTBILDNINGAR

21 & 28 September

Webbinarium om kommande krav på hållbarhetsrapportering

4-5 Oktober

IR-certifierad grundutbildning (Di-akademi)

6 oktober & 11 Oktober

Webbinarium om riskarbete inför kommande krav på hållbarhetsrapportering

7-8 Februari

IR-certifierad grundutbildning (Di-akademi)



Mer information om våra kommande seminarium finns på www.kanton.se