

Q1

DELÅRSRAPPORT JANUARI - MARS

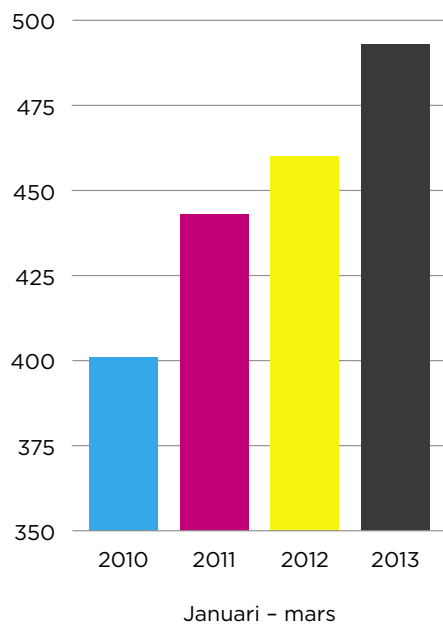
ELANDERS<sup>13</sup>

3	BULLETPPOINTS
4	KONCERNCHEFENS KOMMENTAR
5	TREÅRSÖVERSIKT
5	KONCERNEN
7	MODERBOLAGET
7	ÖVRIG INFORMATION
9	KONCERNENS FINANSIELLA RAPPORTER
14	MODERBOLAGETS FINANSIELLA RAPPORTER
16	KVARTALSDATA
17	FLERÅRSÖVERSIKT
18	ELANDERS ERBJUDANDE & PRODUKTOMRÅDEN
23	EKONOMISKA DEFINITIONER & SPECIFIKA TERMER

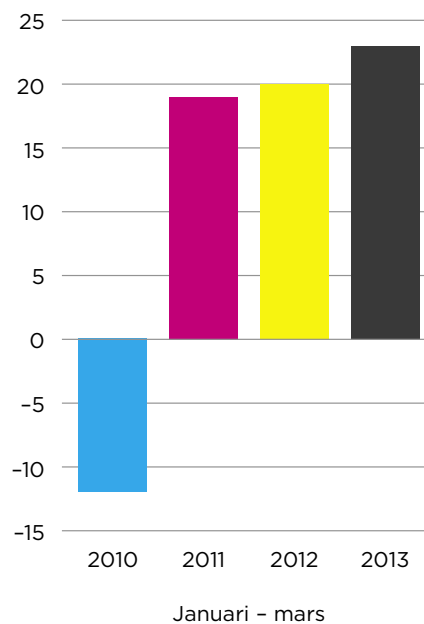
# FÖRSTA KVARTALET

- Omsättningen ökade med 7 % och uppgick till 493 (460) Mkr.
- Rörelseresultatet ökade med 15 % till 23 (20) Mkr.
- Resultat före skatt ökade med 15 % till 16 (14) Mkr.
- Nettoresultatet uppgick till 11 (10) Mkr eller 0,46 (0,50) kronor per aktie.
- Det operativa kassaflödet uppgick till -30 (27) Mkr, varav företagsförvärv utgjorde -20 (0) Mkr.
- Under kvartalet förvärvades etiketryckeriet McNaughtan's Printers i Glasgow, Skottland.

■ NETTOOMSÄTTNING, MKR



■ RÖRELSERESULTAT  
EXKLUSIVE ENGÅNGS-  
POSTER, MKR



# KONCERNCHEFENS KOMMENTAR

*Elanders fortsätter att öka rörelseresultatet jämfört med samma period föregående år. Rörelsemarginalen har också förbättrats, främst på grund av de åtgärder som vidtagits i den löpande verksamheten och de förvärv som genomförts.*

PÅ DEN SVENSKA och tyska marknaden har vi under kvartalet sett en fortsatt avvaktande efterfrågan inom Commercial Print. Vi ser även ett skifte från den traditionella efterfrågan på större upplagor inom offsettryck till kortare serier inom digitaltryck. Det visar att trenden fortsätter då generiskt tryck i långa serier ersätts med mindre upplagor med mer nischad och mottagarpassad information. För oss har de minskade volymerna i offsettryck inneburit en omsättningsminskning i både Sverige och Tyskland under första kvartalet. I koncernen har detta kompenseras av nyförvärven samt av att flera av våra övriga utländska verksamheter har haft en positiv utveckling. Som ett exempel har vi haft fortsatta framgångar i vår verksamhet i Kina där volymerna, främst inom förpackningar, har ökat kraftigt under perioden.

För att möta den minskande efterfrågan inom Commercial Print och öka produktiviteten har processen med att konsolidera våra produktionsenheter intensifierats. Under första kvartalet och under inledningen av det andra kvartalet har bl a beslut fattats i Sverige om att flytta verksamheterna i Västerås och Uppsala till Stockholm samt att stänga produktionen i Falköping och flytta denna till Göteborg. Motsvarande process pågår i Tyskland där all produktion från och

med andra halvåret kommer att vara under samma tak. Alla dessa åtgärder förväntas att ge stora kostnadsbesparingar under kommande år samtidigt som det totala investeringsbehovet minskar, då produktionen koncentreras till färre enheter och en högre utnyttjandegrad kan uppnås.

Integreringen av det amerikanska bolaget Midland, som förvärvades under kvartal 4, 2012, har löpt på enligt plan. Detta bolag är ett viktigt förvärv för Elanders strategi i att vidareutveckla vår roll som global leverantör till globala kunder som har behov av lokala leveranser i olika världsdelar. Vi kan redan nu se flera synergier mellan Midland och våra andra enheter, både i USA och i Europa. Ledningen för Midland är numera även ansvariga för vår verksamhet i Atlanta.

Förvärvet av McNaughtan's i Skottland, som gjordes under inledningen av detta år, ger oss tillgång till en helt ny kundkategori och dessutom breddar det vårt erbjudande inom förpackningar och etiketter.



Magnus Nilsson  
Verkställande direktör och koncernchef

## TREÅRSÖVERSIKT

Mkr	Första kvartalet		
	2013	2012	2011
Nettoomsättning	493	460	443
Rörelsens kostnader	-470	-440	-424
<b>RÖRELSERESULTAT</b>	<b>23</b>	<b>20</b>	<b>19</b>
Finansnetto	-7	-6	-7
<b>RESULTAT EFTER FINANSIELLA POSTER</b>	<b>16</b>	<b>14</b>	<b>12</b>

Mkr	Helår		
	2012	2011	2010
Nettoomsättning	1 924	1 839	1 706
Rörelsens kostnader	-1 805	-1 729	-1 782
<b>RÖRELSERESULTAT</b>	<b>119</b>	<b>110</b>	<b>-76</b>
Finansnetto	-25	-30	-29
<b>RESULTAT EFTER FINANSIELLA POSTER</b>	<b>93</b>	<b>80</b>	<b>-105</b>

# KONCERNEN

## VERKSAMHETEN

Elanders är en global tryckerikoncern med produktionsanläggningar i nio länder på fyra kontinenter. Kunden kan hantera hela sin trycksakslogistik via en enda kontakt hos Elanders, oavsett hur omfattande den är och var i världen produkterna ska levereras. Som stöd för denna process har Elanders utvecklat globala webbaserade beställningsgränssnitt.

Produktområdena utgörs av Commercial Print, Packaging och e-Commerce. Inom dessa områden erbjuder Elanders även tjänster inom web-to-print (W2P), EDI, avancerad premedia, fulfilment samt logistik. Under varumärket fotokasten säljer Elanders fotoprodukter direkt mot konsument i främst Tyskland.

Koncernens produktionsanläggningar finns i Brasilien (São Paulo), Italien (Treviso), Kina (Peking), Polen (Płońsk), Storbritannien (Glasgow och Newcastle), Sverige (Falköping, Göteborg, Malmö och Stockholm), Tyskland (Stuttgart), Ungern (Zalalövó och Jászberény) samt USA (Atlanta och Davenport). Utöver dessa

finns Elanders representerat med försäljningskontor på ett flertal platser.

## OMSÄTTNING OCH RESULTAT

Koncernens nettoomsättning för kvartalet ökade med 7 % till 493 (460) Mkr. Ökningen är i sin helhet hänförlig till de förvärv som gjorts under 2013 och 2012. Den starka kronkursen påverkade omsättningen negativt med närmare 16 Mkr.

I Sverige och Tyskland har Elanders känt av en minskad efterfrågan, framför allt vad gäller produktion av längre serier. Detta har lett till en lägre beläggning i våra offsetenheter, samtidigt som antalet jobb i mindre upplagor har ökat, vilket i sin tur har lett till en högre beläggning i våra digitaltryckerier. Totalt sett har dock omsättningen minskat på dessa båda marknader. De flesta av verksamheterna i övrigt har däremot fortsatt att utvecklas positivt även under 2013.

För att möta den minskande efterfrågan inom Commercial Print och öka produktiviteten har processen med att konsolidera våra produktionsenheter fortsatt. Under första kvartalet och un-

der inledningen av det andra kvartalet har beslut fattats i Sverige om att flytta verksamheterna i Västerås och Uppsala till Stockholm. Samtidigt har även beslut fattats om att stänga produktionen i Falköping och flytta denna till Göteborg. En liknande process pågår i Tyskland där all produktion från och med andra halvåret kommer att vara under samma tak. Dessa åtgärder förväntas att ge stora kostnadsbesparingar under kommande år och minska det totala investeringsbehovet.

Rörelseresultatet för perioden ökade till 23 (20) Mkr, vilket motsvarade en rörelsemarginal om 5 (4) %. Rörelseresultatet påverkades negativt med närmare 1 Mkr av den stärkta kronkursen. Även exkluderat nyförvärven har det skett en resultat- och marginalförbättring jämfört med samma period föregående år. Båda nyförvärven, Midland och McNaughtan's, har bidragit positivt till omsättning och rörelseresultat detta kvartal. Etiketryckeriet McNaughtan's förvärvades av Elanders under februari månad. Bolaget omsätter ca 20 Mkr på helårsbasis och har ett flertal välkända whiskydestillerier som kunder. Produkterna utgörs huvudsakligen av etiketter med extremt hög kvalitet och förädlingsgrad.

Nettoresultatet ökade till 11 Mkr från 10 Mkr samma period året innan. Resultat per aktie uppgick till 0,46 (0,50) kronor. Försämringen i resultat per aktie är hänförligt till det ökade antalet aktier med anledning av den nyemission som genomfördes under andra kvartalet 2012.

Elanders har under åren 2010–2012 lämnat in yrkanden till Skatteverket om återbetalning av moms för åren 2004–2007. Under 2011 och 2012 har Skatteverket fattat följdändringsbeslut för flertalet av Elanders kunder, varefter dessa riktat vidare ett krav mot Elanders. Det är Elanders uppfattning att det inte är möjligt för Skatteverket att genomföra några följdändringsbeslut. I flera domar har Kammarrätten i Stockholm, Göteborg och Jönköping gått på Elanders linje. Skatteverket har nu överklagat vissa domar och ansökt om prövning i Högsta förvaltningsdomstolen. Innan Högsta Förvaltningsdomstolen fastställt domarna anser Elanders att det fortfarande råder stor osäkerhet kring de resterande beloppen för 2004–2007, varmed det är svårt att förutse vilken resultatpåverkan dessa kan få för Elanders.

Den 7 juli 2011 kom Skatteverket med ett ställningstagande kring inkomstbeskattning av tryckerier som begär återbetalning av utgående mervärdesskatt. I detta ställningstagande framgår det att Skatteverket är av den uppfattningen att de tryckerier som har begärt återbetalning av utgående mervärdesskatt ska ta upp inkomsten som intäkt redan det år som begäran har lämnats in till Skatteverket och inte det år när utbetalning har skett eller när inkomsten kan beräknas på ett tillförlitligt sätt, vilket Elanders har tillämpat. Med anledning av detta har Skatteverket upptaxerat Elanders med 70 Mkr för räkenskapsåret 2010. Elanders anser sig ha rätt i denna fråga och har bestridit upptaxeringen. Den totala exponeringen uppgår till ca 16 Mkr, då endast delar av återbetalningen kan kvittas mot de underskottsavdrag som Elanders har. Under första kvartalet förföll Elanders anstånd med betalningen av de 16 Mkr, varvid dessa reglerades. Detta fick ej någon effekt på resultatet för koncernen, då det kompenseras av ett ökat underskottsavdrag, men påverkade Elanders kassaflöde och nettoskuld för perioden negativt.

#### PERSONAL

Under perioden har medelantalet anställda varit 1 809 (1 556), varav 404 (400) i Sverige. Vid slutet av perioden hade koncernen 1 843 (1 551) anställda, varav 404 (398) i Sverige.

#### INVESTERINGAR OCH AVSKRIVNINGAR

Periodens nettoinvesteringar uppgick till 34 (14) Mkr. Koncernens av- och nedskrivningar av anläggningstillgångar uppgick till 25 (22) Mkr. Bortsett från förvärv av verksamheter om 20 (0) Mkr har merparten av periodens investeringar avsett ersättningsinvesteringar.

#### FINANSIELL STÄLLNING, KASSAFLÖDE, SOLIDITET OCH FINANSIERING

Koncernens nettoskuld uppgick per 31 mars 2013 till 745 (660) Mkr. Vid årsskiftet uppgick nettoskulden till 688 Mkr. Anledningen till den ökade skuldsättningen är en högre rörelsekapitalbindning, förvärvet av McNaughtan's samt effekten av den skatt om 16 Mkr som erlagts hänförlig till den upptaxering som Skatteverket gjort av Elanders.

Det operativa kassaflödet för årets första tre

månader uppgick till -30 (27) Mkr. Exklusive företagsförvärv uppgick det operativa kassaflödet till -10 (27) Mkr. Försämringen av det operativa kassaflödet jämfört med samma period

föregående år är nästan i sin helhet hänförlig till den ökade kapitalbindningen samt en högre investeringsnivå.

## MODERBOLAGET

Moderbolaget har under perioden utfört koncerngemensamma tjänster. Medelantalet an-

ställda var under perioden 9 (8) och vid slutet av perioden uppgick antalet anställda till 9 (8).

## ÖVRIG INFORMATION

### ELANDERS VISION

Elanders vision är att bli ett av de ledande grafiska företagen i världen. Med ledande avses inte nödvändigtvis störst, utan det företag som bäst tillgodoser kundernas krav på effektivitet och leveransförmåga.

Elanders strategier för att infria visionen och stödja affärsmodellen är att:

- Utveckla lokala kunder med globala behov till globala kunder.
- Optimera utnyttjandet av koncernens globala produktions- och leveranskapacitet.
- Skapa enhetliga och automatiserade processer inom koncernen.
- Produktutveckla för framtida behov med affärsnytta idag.
- Fortsätta utveckla W2P och EDI-lösningar.
- Öka kraftigt inom förpackningar och lösningar för personifierade produkter.
- Bredda kundbasen och produkterbudandet för att minska konjunkturkänsligheten.

Historiskt sett har merparten av Elanders försäljning varit inom produktområdet Commercial Print. De satsningar som görs på förpackningar, e-Commerce och personifierade produkter är en medveten satsning för att kompensera för det naturliga volymbortfallet inom Commercial Print när traditionellt tryck utsätts för hård konkurrens från digitala medier som t ex läsplattor. Den produktionsapparat som används till Commercial

Print kan med fördel även användas för produktion av förpackningar och personifierade produkter, såsom t ex fotoprodukter.

### RISKER OCH OSÄKERHETSFAKTORER

Elanders indelar risker i omvärldsrisk (trycksakens framtid och konjunkturkänslighet), finansiell risk (valuta-, ränte-, finansierings- och kreditrisk) samt verksamhetsrisk (kundkoncentration, driftsrisk, risker i rörelsekostnader samt avtal och tvister). Dessa risker jämte känslighetsanalys beskrivs utförligt i koncernens årsredovisning för 2012. De händelser som skett i omvärlden sedan årsredovisningen offentliggjordes bedöms inte ha medfört att några väsentliga risker tillkommit eller att någon förändring i hur koncernen arbetar med dessa jämfört med beskrivningen i årsredovisningen för 2012.

### SÄSONGSVARIATIONER

Koncernens omsättning och därmed intjäning är utsatt för säsongsvariationer. Normalt sett är det fjärde kvartalet starkt för Elanders.

### HÄNDELSE EFTER BALANSDAGEN

Under april månad har beslut fattats om att flytta produktionen i Falköping till Göteborg, varmed ett varsel har lagts. Av de som varslats kommer vissa personer att erbjudas anställning i Göteborg. Denna strukturåtgärd förväntas ge kostnadsbesparingar framöver, men med full

effekt först från och med första kvartalet 2014.

I övrigt har inga väsentliga händelser inträffat efter balansdagen fram till dagen för denna rapportens undertecknande.

#### UTSIKTER FÖR FRAMTIDEN

Bolaget fortsätter att effektivisera, integrera förvärvade enheter och utveckla globala affärer. Bolaget förutser en fortsatt positiv resultatutveckling.

#### GRANSKNING OCH REDOVISNING

Denna rapport har inte granskats av bolagets revisorer. Delårsrapporten har för koncernen upprättats enligt Årsredovisningslagen och IAS 34 Interim Financial Reporting och för moderbolaget i enlighet med Årsredovisningslagen.

Samma redovisningsprinciper och beräkningsmetoder har använts som i den senaste årsredovisningen.

#### KOMMANDE RAPPORTER FRÅN ELANDERS

Q2 2013 12 juli 2013

Q3 2013 23 oktober 2013

Q4 2013 27 januari 2014

Mölnlycke den 7 maj 2013



Magnus Nilsson  
Verkställande direktör och koncernchef

#### KONTAKTINFORMATION

Ytterligare information om Elanders finns tillgänglig på vår hemsida, [www.elanders.com](http://www.elanders.com), eller kan efterfrågas via e-post från [info@elanders.com](mailto:info@elanders.com).

Frågor kring denna rapport kan ställas till:

**Magnus Nilsson**  
VD och koncernchef  
Tel. 031-750 07 50

**Andréas Wikner**  
Ekonomidirektör  
Tel. 031-750 07 50

**Elanders AB (publ)**  
(org. nr. 556008-1621)  
Box 137, 435 23 Mölnlycke  
Tel. 031-750 00 00



## RESULTATRÄKNINGAR I SAMMANDRAG

Mkr	Första kvartalet	
	2013	2012
Nettoomsättning	493,4	459,8
Kostnad för sålda varor och tjänster	-383,4	-376,1
<b>BRUTTORESULTAT</b>	<b>110,0</b>	<b>83,7</b>
Försäljnings- och administrationskostnader	-91,2	-68,4
Övriga rörelseintäkter	5,7	6,4
Övriga rörelsekostnader	-1,9	-2,2
<b>RÖRELSERESULTAT</b>	<b>22,6</b>	<b>19,5</b>
Finansiella poster, netto	-6,9	-5,8
<b>RESULTAT EFTER FINANSIELLA POSTER</b>	<b>15,7</b>	<b>13,7</b>
Skatt	-5,2	-3,7
<b>PERIODENS RESULTAT</b>	<b>10,5</b>	<b>10,0</b>
<b>Periodens resultat hänförligt till:</b>		
- moderbolagets aktieägare	10,5	9,8
- aktieägare utan bestämmande inflytande	-	0,2
<i>Resultat per aktie, kr <sup>1) 2)</sup></i>	<i>0,46</i>	<i>0,50</i>
<i>Genomsnittligt antal utestående aktier, tusental</i>	<i>22 730</i>	<i>19 530</i>
<i>Utestående aktier vid periodens utgång, tusental</i>	<i>22 730</i>	<i>19 530</i>
Mkr	Senaste 12 mån	Helår 2012
Nettoomsättning	1 957,8	1 924,2
Kostnad för sålda varor och tjänster	-1 564,4	-1 557,2
<b>BRUTTORESULTAT</b>	<b>393,3</b>	<b>367,0</b>
Försäljnings- och administrationskostnader	-336,6	-313,9
Övriga rörelseintäkter	77,7	78,5
Övriga rörelsekostnader	-12,8	-13,1
<b>RÖRELSERESULTAT</b>	<b>121,6</b>	<b>118,5</b>
Finansiella poster, netto	-26,2	-25,1
<b>RESULTAT EFTER FINANSIELLA POSTER</b>	<b>95,4</b>	<b>93,4</b>
Skatt	-50,3	-48,9
<b>PERIODENS RESULTAT</b>	<b>45,1</b>	<b>44,5</b>
<b>Periodens resultat hänförligt till:</b>		
- moderbolagets aktieägare	45,2	44,6
- aktieägare utan bestämmande inflytande	-0,1	-0,1
<i>Resultat per aktie, kr <sup>1) 2)</sup></i>	<i>2,02</i>	<i>2,05</i>
<i>Genomsnittligt antal utestående aktier, tusental</i>	<i>22 446</i>	<i>21 646</i>
<i>Utestående aktier vid periodens utgång, tusental</i>	<i>22 730</i>	<i>22 730</i>

<sup>1)</sup> Resultat per aktie, före och efter utspädning.

<sup>2)</sup> Resultat per aktie beräknas genom att periodens resultat hänförligt till moderbolagets aktieägare divideras med genomsnittligt antal utestående aktier under perioden.

## RAPPORT ÖVER TOTALRESULTATET

Mkr	Första kvartalet	
	2013	2012
<b>PERIODENS RESULTAT</b>	<b>10,5</b>	<b>10,0</b>
Omräkningsdifferenser, netto efter skatt	-21,9	-12,2
Kassaflödessäkringar, netto efter skatt	-0,1	4,1
Säkring av nettoinvestering i utlandet, netto efter skatt	1,7	0,6
<b>SUMMA KOMPONENTER SOM KOMMER ATT OMKLASSIFICERAS TILL ÅRETS RESULTAT</b>	<b>-20,3</b>	<b>-7,5</b>
<b>SUMMA ÖVRIGT TOTALRESULTAT FÖR PERIODEN</b>	<b>-20,3</b>	<b>-7,5</b>
<b>SUMMA TOTALRESULTAT FÖR PERIODEN</b>	<b>-9,8</b>	<b>2,5</b>
<b>Totalresultat för perioden hänförligt till:</b>		
- moderbolagets aktieägare	-9,8	2,3
- aktieägare utan bestämmande inflytande	-	0,2

Mkr	Senaste	Helår
	12 mån	2012
<b>PERIODENS RESULTAT</b>	<b>45,1</b>	<b>44,5</b>
Omräkningsdifferenser, netto efter skatt	-40,1	-30,4
Kassaflödessäkringar, netto efter skatt	-5,0	-0,8
Säkring av nettoinvestering i utlandet, netto efter skatt	3,0	1,9
<b>SUMMA KOMPONENTER SOM KOMMER ATT OMKLASSIFICERAS TILL ÅRETS RESULTAT</b>	<b>-42,1</b>	<b>-29,3</b>
<b>SUMMA ÖVRIGT TOTALRESULTAT FÖR PERIODEN</b>	<b>-42,1</b>	<b>-29,3</b>
<b>SUMMA TOTALRESULTAT FÖR PERIODEN</b>	<b>3,0</b>	<b>15,2</b>
<b>Totalresultat för perioden hänförligt till:</b>		
- moderbolagets aktieägare	3,1	15,3
- aktieägare utan bestämmande inflytande	-0,1	-0,1

Då Elanders förmånsbestämda pensionsplaner som redovisas enligt IAS 19 ej är väsentliga får de förändringar i IAS 19 som trätt i kraft inte någon väsentlig påverkan på koncernens resultat och finansiella ställning. Totala pensionsförpliktelser uppgick till 15 Mkr vid periodens slut. Någon omräkning av jämförelseåret har därför inte gjorts och ej heller någon aktuariell beräkning per 31 mars 2013.

## RAPPORT ÖVER KASSAFLÖDEN I SAMMANDRAG

Mkr	Första kvartalet	
	2013	2012
<b>RESULTAT EFTER FINANSIELLA POSTER</b>	<b>15,7</b>	<b>13,7</b>
Justering för poster som inte ingår i kassaflödet	22,4	19,1
Betald skatt	-23,9	-4,8
Förändringar i rörelsekapital	-41,4	2,6
<b>KASSAFLÖDE FRÅN DEN LÖPANDE VERKSAMHETEN</b>	<b>-27,3</b>	<b>30,6</b>
Nettoinvesteringar i immateriella och materiella tillgångar	-14,5	-14,8
Förvärv av verksamhet	-19,9	-
Förändring av långfristiga fordringar	0,9	0,6
<b>KASSAFLÖDE FRÅN INVESTERINGSVERKSAMHETEN</b>	<b>-33,5</b>	<b>-14,2</b>
Förändring i lång- och kortfristig upplåning	5,4	-7,9
<b>KASSAFLÖDE FRÅN FINANSIERINGSVERKSAMHETEN</b>	<b>5,4</b>	<b>-7,9</b>
<b>PERIODENS KASSAFLÖDE</b>	<b>-55,4</b>	<b>8,5</b>
Likvida medel vid periodens ingång	168,0	81,2
Kursdifferenser	-1,3	-2,1
<b>LIKVIDA MEDEL VID PERIODENS UTGÅNG</b>	<b>111,3</b>	<b>87,6</b>
<b>NETTOSKULD VID PERIODENS INGÅNG</b>	<b>688,3</b>	<b>675,5</b>
Kursdifferens i nettoskuld	-4,1	0,9
Nettoskuld i förvärvad verksamhet	-6,8	-
Förändring av nettoskuld	67,9	-16,2
<b>NETTOSKULD VID PERIODENS UTGÅNG</b>	<b>745,3</b>	<b>660,2</b>
<b>OPERATIVT KASSAFLÖDE</b>	<b>-29,9</b>	<b>27,1</b>
Mkr	Senaste 12 mån	Helår 2012
<b>RESULTAT EFTER FINANSIELLA POSTER</b>	<b>95,4</b>	<b>93,4</b>
Justering för poster som inte ingår i kassaflödet	100,9	97,6
Betald skatt	-42,4	-23,3
Förändringar i rörelsekapital	3,0	47,0
<b>KASSAFLÖDE FRÅN DEN LÖPANDE VERKSAMHETEN</b>	<b>156,8</b>	<b>214,7</b>
Nettoinvesteringar i immateriella och materiella tillgångar	-71,6	-71,9
Förvärv och avyttringar av verksamheter	-146,1	-126,3
Förändring av långfristiga fordringar	1,9	1,7
<b>KASSAFLÖDE FRÅN INVESTERINGSVERKSAMHETEN</b>	<b>-215,8</b>	<b>-196,5</b>
Förändring i lång- och kortfristig upplåning	95,7	82,4
Utdelning till moderbolagets aktieägare	-9,8	-9,8
<b>KASSAFLÖDE FRÅN FINANSIERINGSVERKSAMHETEN</b>	<b>85,9</b>	<b>72,6</b>
<b>PERIODENS KASSAFLÖDE</b>	<b>26,9</b>	<b>90,8</b>
Likvida medel vid periodens ingång	87,6	81,2
Kursdifferenser	-3,2	-4,0
<b>LIKVIDA MEDEL VID PERIODENS UTGÅNG</b>	<b>111,3</b>	<b>168,0</b>
<b>NETTOSKULD VID PERIODENS INGÅNG</b>	<b>660,2</b>	<b>675,5</b>
Kursdifferens i nettoskuld	-8,6	-3,6
Nettoskuld i förvärvade och avyttrade verksamheter	-14,6	-7,8
Förändring av nettoskuld	108,3	24,2
<b>NETTOSKULD VID PERIODENS UTGÅNG</b>	<b>745,3</b>	<b>688,3</b>
<b>OPERATIVT KASSAFLÖDE</b>	<b>9,6</b>	<b>66,6</b>

## ■ RAPPORT ÖVER FINANSIELL STÄLLNING I SAMMANDRAG

### TILLGÅNGAR

Mkr	31/3 2013	31/3 2012	31/12 2012
Immateriella tillgångar	1 037,9	860,6	1 031,3
Materiella anläggningstillgångar	337,0	312,0	347,1
Övriga anläggningstillgångar	155,6	157,2	140,1
<b>SUMMA ANLÄGGNINGSTILLGÅNGAR</b>	<b>1 530,5</b>	<b>1 329,8</b>	<b>1 518,6</b>
Varulager	117,6	125,4	115,7
Kundfordringar	397,8	364,2	392,5
Övriga omsättningstillgångar	70,1	72,1	66,4
Likvida medel	111,3	87,6	168,0
<b>SUMMA OMSÄTTNINGSTILLGÅNGAR</b>	<b>696,7</b>	<b>649,3</b>	<b>742,6</b>
<b>SUMMA TILLGÅNGAR</b>	<b>2 227,2</b>	<b>1 979,1</b>	<b>2 261,2</b>

### EGET KAPITAL OCH SKULDER

Mkr	31/3 2013	31/3 2012	31/12 2012
<b>EGET KAPITAL</b>	<b>944,0</b>	<b>882,0</b>	<b>953,8</b>
<b>SKULDER</b>			
Ej räntebärande långfristiga skulder	60,0	39,7	56,5
Räntebärande långfristiga skulder	45,2	35,5	46,9
<b>SUMMA LÅNGFRISTIGA SKULDER</b>	<b>105,2</b>	<b>75,2</b>	<b>103,4</b>
Ej räntebärande kortfristiga skulder	366,5	309,6	394,6
Räntebärande kortfristiga skulder	811,6	712,3	809,4
<b>SUMMA KORTFRISTIGA SKULDER</b>	<b>1 178,0</b>	<b>1 021,9</b>	<b>1 204,0</b>
<b>SUMMA EGET KAPITAL OCH SKULDER</b>	<b>2 227,2</b>	<b>1 979,1</b>	<b>2 261,2</b>

## ■ RAPPORT ÖVER FÖRÄNDRINGAR I EGET KAPITAL I SAMMANDRAG

Mkr	Eget kapital hänförligt till moderbolagets ägare	Eget kapital hänförligt till ägare utan bestämmande inflytande	Totalt eget kapital
<b>BELOPP VID ÅRETS INGÅNG 2012</b>	<b>879,5</b>	<b>0,1</b>	<b>879,6</b>
Utdelning till moderbolagets aktieägare	-9,8	-	-9,8
Nyemission	68,8	-	68,8
Årets totalresultat	15,3	-0,1	15,2
<b>BELOPP VID ÅRETS UTGÅNG 2012</b>	<b>953,8</b>	<b>-</b>	<b>953,8</b>
<b>BELOPP VID ÅRETS INGÅNG 2012</b>	<b>879,5</b>	<b>0,1</b>	<b>879,6</b>
Periodens totalresultat	2,3	0,2	2,5
<b>BELOPP VID FÖRSTA KVARTALET UTGÅNG 2012</b>	<b>881,8</b>	<b>0,3</b>	<b>882,0</b>
<b>BELOPP VID ÅRETS INGÅNG 2013</b>	<b>953,8</b>	<b>-</b>	<b>953,8</b>
Periodens totalresultat	-9,8	-	-9,8
<b>BELOPP VID FÖRSTA KVARTALET UTGÅNG 2013</b>	<b>944,0</b>	<b>-</b>	<b>944,0</b>

## ■ SEGMENTSRAPPORTERING

Koncernens verksamhet redovisas som ett rapporterbart segment, då det är på detta sätt som koncernen styrs. Koncernchefen har i denna analys identifierats som högste verkställande beslutsfattare och verksamheterna i respektive land eller ibland grupper av länder har identifierats som rörelsesegment. Rörelsesegmenten har därefter slagits samman för att tillsammans bilda ett enda rapporterbart segment, som motsvaras av

koncernen, då samtliga verksamheter har likartade ekonomiska egenskaper, liknar varandra med avseende på produkternas och tjänsternas karaktär, produktionsprocess, kundkategorier etc. Vad beträffar den finansiella informationen för det rapporterbara segmentet hänvisas till koncernens resultat- och balansräkningar.

## ■ FINANSIELLA TILLGÅNGAR OCH SKULDER VÄRDERADE TILL VERKLIGT VÄRDE

De finansiella instrument som redovisas till verkligt värde i Koncernens rapport över finansiell ställning utgörs av derivat identifierade som säkringsinstrument. Derivatet består av valutaterminer samt ränteswappar och används för säkringsändamål. Värderingen till verkligt värde för valutaterminerna baseras på publicerade terminskurser på en aktiv marknad. Värderingen av ränteswappar baseras på terminsräntor

framtagna utifrån observerbara yieldkurvor. Samtliga derivat ingår därmed i nivå 2 i verkligt värdehierarkin. Då samtliga finansiella instrument som redovisas till verkligt värde ingår i nivå 2 har det inte skett någon överföring mellan värderingsnivåerna. Tabellen nedan visar verkligt värde respektive redovisat värde per klass av finansiella tillgångar och skulder, vilka redovisas brutto.

Mkr	31/3 2013	31/3 2012	31/12 2012
Övriga omsättningstillgångar - Derivat för säkringsändamål	-	3,2	-
Ej räntebärande kortfristiga skulder - Derivat för säkringsändamål	5,4	0,4	4,2

För övriga finansiella tillgångar och skulder som värderas till upplupet anskaffningsvärde uppskattas det verkliga värdet vara lika med det bokförda värdet.

## RESULTATRÄKNINGAR I SAMMANDRAG

Mkr	Första kvartalet	
	2013	2012
Nettoomsättning	-	-
Kostnad för sålda varor och tjänster	-	-
<b>BRUTTORESULTAT</b>	-	-
Rörelsekostnader	-6,7	-7,0
<b>RÖRELSERESULTAT</b>	<b>-6,7</b>	<b>-7,0</b>
Finansiella poster, netto	14,5	-2,9
<b>RESULTAT EFTER FINANSIELLA POSTER</b>	<b>7,8</b>	<b>-9,9</b>
Skatt	1,7	2,4
<b>PERIODENS RESULTAT</b>	<b>9,5</b>	<b>-7,5</b>

Mkr	Senaste	Helår
	12 mån	2012
Nettoomsättning	-	-
Kostnad för sålda varor och tjänster	-	-
<b>BRUTTORESULTAT</b>	-	-
Rörelsekostnader	-29,1	-29,4
<b>RÖRELSERESULTAT</b>	<b>-29,1</b>	<b>-29,4</b>
Finansiella poster, netto	86,3	68,9
<b>RESULTAT EFTER FINANSIELLA POSTER</b>	<b>57,2</b>	<b>39,5</b>
Skatt	-22,9	-22,2
<b>PERIODENS RESULTAT</b>	<b>34,3</b>	<b>17,3</b>

## RAPPORT ÖVER TOTALRESULTATET

Mkr	Första kvartalet	
	2013	2012
<b>PERIODENS RESULTAT</b>	<b>9,5</b>	<b>-7,5</b>
Övrigt totalresultat	0,7	-0,4
<b>SUMMA TOTALRESULTAT FÖR PERIODEN</b>	<b>10,2</b>	<b>-7,9</b>

Mkr	Senaste	Helår
	12 mån	2012
<b>PERIODENS RESULTAT</b>	<b>34,3</b>	<b>17,3</b>
Övrigt totalresultat	-1,5	-2,6
<b>SUMMA TOTALRESULTAT FÖR PERIODEN</b>	<b>32,8</b>	<b>14,7</b>

## ■ BALANSRÄKNINGAR I SAMMANDRAG

Mkr	31/3 2013	31/3 2012	31/12 2012
<b>TILLGÅNGAR</b>			
Anläggningstillgångar	1 437,0	1 229,9	1 442,1
Omsättningstillgångar	148,5	154,7	132,3
<b>SUMMA TILLGÅNGAR</b>	<b>1 585,5</b>	<b>1 384,6</b>	<b>1 574,4</b>
<b>EGET KAPITAL, AVSÄTTNINGAR OCH SKULDER</b>			
Eget kapital	792,3	700,5	782,1
Avsättningar	6,4	3,9	6,4
Långfristiga skulder	70,7	65,1	70,7
Kortfristiga skulder	716,1	615,1	715,2
<b>SUMMA EGET KAPITAL, AVSÄTTNINGAR OCH SKULDER</b>	<b>1 585,5</b>	<b>1 384,6</b>	<b>1 574,4</b>

## ■ RAPPORT ÖVER FÖRÄNDRINGAR I EGET KAPITAL I SAMMANDRAG

Mkr	Aktiekapital	Reservfond	Balanserad vinst samt periodens resultat	Totalt eget kapital
<b>BELOPP VID ÅRETS INGÅNG 2012</b>	<b>195,3</b>	<b>332,4</b>	<b>180,7</b>	<b>708,4</b>
Utdelning	-	-	-9,8	-9,8
Nyemission	32,0	-	36,8	68,8
Årets totalresultat	-	-	14,7	14,7
<b>BELOPP VID ÅRETS UTGÅNG 2012</b>	<b>227,3</b>	<b>332,4</b>	<b>222,4</b>	<b>782,1</b>
<b>BELOPP VID ÅRETS INGÅNG 2012</b>	<b>195,3</b>	<b>332,4</b>	<b>180,7</b>	<b>708,4</b>
Periodens totalresultat	-	-	-7,9	-7,9
<b>BELOPP VID FÖRSTA KVARTALET UTGÅNG 2012</b>	<b>195,3</b>	<b>332,4</b>	<b>172,8</b>	<b>700,5</b>
<b>BELOPP VID ÅRETS INGÅNG 2013</b>	<b>227,3</b>	<b>332,4</b>	<b>222,4</b>	<b>782,1</b>
Periodens totalresultat	-	-	10,2	10,2
<b>BELOPP VID FÖRSTA KVARTALET UTGÅNG 2013</b>	<b>227,3</b>	<b>332,4</b>	<b>232,6</b>	<b>792,3</b>

## KVARTALSDATA

Mkr	2013 Q1	2012 Q4	2012 Q3	2012 Q2	2012 Q1	2011 Q4	2011 Q3	2011 Q2	2011 Q1
Nettoomsättning	493	527	456	481	460	538	423	434	443
Rörelseresultat	23	48	13	39	20	57	13	21	19
Rörelsemarginal, %	4,6	9,0	2,8	8,0	4,2	10,6	3,0	4,8	4,3
Resultat efter finansiella poster	16	41	7	32	14	49	4	14	12
Resultat efter skatt	11	8	4	22	10	37	3	9	11
Resultat per aktie, kr <sup>1)</sup>	0,46	0,36	0,19	1,03	0,50	1,92	0,15	0,44	0,58
Operativt kassaflöde	-30	-21	18	42	27	76	-12	12	18
Kassaflöde per aktie, kr <sup>2)</sup>	-1,20	5,58	1,01	1,59	1,57	3,57	-0,90	0,49	1,15
Avskrivningar	25	23	23	23	22	22	22	22	21
Nettoinvesteringar	34	161	16	5	14	2	8	8	10
Goodwill	984	977	872	890	828	834	847	840	831
Balansomslutning	2 227	2 261	2 086	2 049	1 979	2 005	2 037	1 952	1 956
Eget kapital	944	954	936	964	882	880	854	831	811
Eget kapital per aktie, kr	41,53	41,96	41,19	42,42	45,15	45,03	43,75	42,55	41,53
Nettoskuld	745	688	627	642	660	676	750	721	718
Sysselsatt kapital	1 689	1 642	1 563	1 606	1 542	1 555	1 605	1 551	1 529
Avkastning på totalt kapital, % <sup>3)</sup>	4,1	9,0	2,5	10,2	4,8	14,0	4,0	5,8	5,5
Avkastning på eget kapital, % <sup>3)</sup>	4,4	3,5	1,8	9,7	4,4	17,3	1,4	4,2	5,5
Avkastning på sysselsatt kapital, % <sup>3)</sup>	5,4	11,9	3,2	9,8	5,0	14,5	3,2	5,4	4,9
Skuldsättningsgrad, ggr	0,8	0,7	0,7	0,7	0,7	0,8	0,9	0,9	0,9
Soliditet, %	42,4	42,2	44,9	47,1	44,6	43,9	42,0	42,6	41,5
Räntetäckningsgrad, ggr <sup>4)</sup>	5,7	5,6	5,8	5,4	4,5	4,4	2,4	neg.	neg.
Antal anställda vid periodens slut	1 843	1 780	1 600	1 599	1 551	1 582	1 562	1 554	1 523

<sup>1)</sup> Någon utspädningseffekt förekommer ej.

<sup>2)</sup> Kassaflöde per aktie avser kassaflödet från den löpande verksamheten.

<sup>3)</sup> Avkastningsmått är annualiserade.

<sup>4)</sup> Räntetäckningsgraden beräknas på rullande 12 månader.



## FLERÅRSÖVERSIKT - HELÅR

	2012	2011	2010	2009	2008
Nettoomsättning, Mkr	1 924	1 839	1 706	1 757	2 191
Resultat efter finansiella poster, Mkr	93	80	-105	-96	-34
Resultat efter skatt, Mkr	45	60	-84	-74	-26
Resultat per aktie, kr <sup>1)</sup>	2,05	3,09	-6,79	-7,57	-2,62
Kassaflöde från den löpande verksamheten per aktie, kr	9,92	4,32	-4,68	5,60	12,35
Eget kapital per aktie, kr	41,96	45,03	41,94	78,34	89,88
Utdelning per aktie, kr	0,60 <sup>2)</sup>	0,50	0,00	0,00	0,00
Rörelsemarginal, %	6,2	6,0	-4,5	-3,4	0,7
Avkastning på totalt kapital, %	7,4	7,3	-3,2	-2,2	1,7
Avkastning på eget kapital, %	4,8	7,1	-10,6	-9,1	-3,0
Avkastning på sysselsatt kapital, %	7,4	7,1	-4,8	-3,6	0,9
Skuldsättningsgrad, ggr	0,7	0,8	0,9	1,1	1,0
Soliditet, %	42,2	43,9	40,7	36,2	36,8
Genomsnittligt antal aktier, tusental <sup>3)</sup>	21 646	19 530	12 342	9 765	9 765

Resultaten motsvarar de som presenterats i respektive årsredovisning.

<sup>1)</sup> Någon utspädningseffekt förekommer ej.

<sup>2)</sup> Förslag från styrelsen.

<sup>3)</sup> Någon justering avseende historiskt antal aktier har inte gjorts då nyemissionerna under 2010 och 2012 ej innehöll något fondemissions-element.

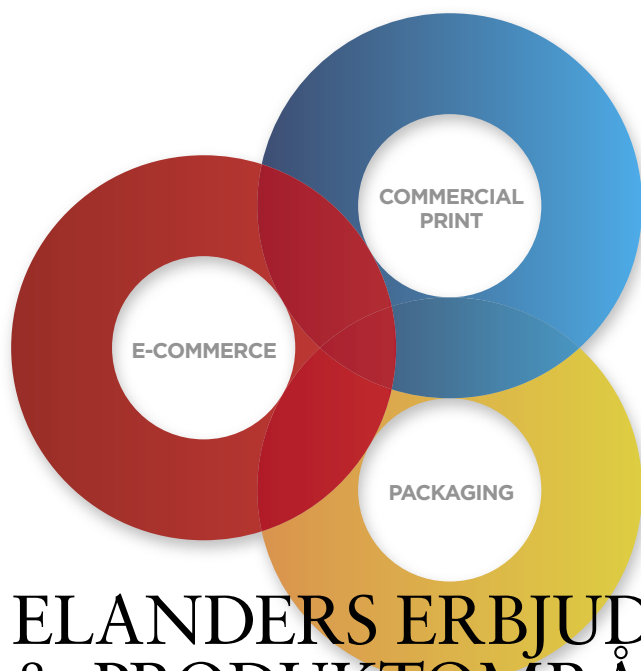
## FLERÅRSÖVERSIKT - KVARTALSPERIODEN

	2013 Q1	2012 Q1	2011 Q1	2010 Q1	2009 Q1
Nettoomsättning, Mkr	493	460	443	401	477
Resultat efter skatt, Mkr	11	10	11	-19	3
Resultat per aktie, kr <sup>1)</sup>	0,46	0,50	0,58	-1,92	0,34
Kassaflöde från den löpande verksamheten per aktie, kr	-1,20	1,57	1,15	-3,11	1,04
Eget kapital per aktie, kr	41,53	45,15	41,53	73,73	91,51
Avkastning på eget kapital, % <sup>2)</sup>	4,4	4,4	5,5	-10,0	1,5
Avkastning på sysselsatt kapital, % <sup>2)</sup>	5,4	5,0	4,9	-3,0	2,8
Rörelsemarginal, %	4,6	4,2	4,3	-3,0	2,5
Genomsnittligt antal aktier, tusental <sup>3)</sup>	22 730	19 530	19 530	9 765	9 765

<sup>1)</sup> Någon utspädningseffekt förekommer ej.

<sup>2)</sup> Avkastningsmått är annualiserade.

<sup>3)</sup> Någon justering avseende historiskt antal aktier har inte gjorts då nyemissionerna under 2010 och 2012 ej innehöll något fondemissions-element.



## ELANDERS ERBJUDANDE & PRODUKTOMRÅDEN

*Elanders agerar på en global marknad och har tre produktområden; Commercial Print, Packaging och e-Commerce. Med produktion i nio länder på fyra kontinenter är Elanders en av få leverantörer som kan erbjuda globala lösningar för all sorts tryckt information.*

COMMERCIAL PRINT omfattar magasin, böcker, kataloger, informations- och marknadsmaterial. Även manualer och produktinformation ingår i denna kategori och hela produktområdet står för närmare 80 procent av Elanders omsättning.

Elanders är en global aktör som kan erbjuda och leverera skräddarsydda lösningar till globala uppdragsgivare, som ofta återfinns inom fordonsindustrin eller bland producenter av konsumentelektronik. Medelstora företag, organisationer och myndigheter är också prioriterade kundgrupper.

I Elanders strategi ingår det att på sikt även bli ett alternativ för småföretag när kunden kan lägga tryckorder online och undvika manuell hantering så långt det är möjligt.

Konkurrensen inom Commercial Print är stenhård på egentligen samtliga marknader världen över. Elanders har dock i kraft av sin storlek och sina globala resurser under senare år lyckats med att flytta tryckuppdrag från högkostnadsländerna Tyskland och Sverige till lågkostnadsländerna Ungern och Polen. Sedan 2009 har denna andel tryckeriuppdrag fyrdubblats och trenden ser ut att hålla i sig de närmaste åren.

För tryckeriföretag som inte haft samma möjlighet att flytta produktion som Elanders har utvecklingen i Västeuropa varit mycket tuff. Det har under många år pågått en strukturomvandling av tryckeribranschen i västvärlden och den tog ytterligare fart efter finanskrisen 2008. En

naturlig utslagning av olönsamma aktörer pågår kontinuerligt och har skapat nya möjligheter för Elanders att genomföra strategiska förvärv och ta nya marknadsandelar.

Trots en vikande marknad i främst Europa och USA har Elanders framgångsrikt kunnat möta de nya förutsättningarna genom att addera mervärde till kunderna i form av bland annat logistiklösningar och personifierat tryck.

Ett talande exempel är efterfrågan på manualer från fordonsindustrin. De senaste årens trend är att manualerna blir enklare och tunnare samt att delar av informationen som tidigare trycktes nu återfinns i digital form.

För att möta denna utveckling kan Elanders addera ytterligare värde genom att även erbjuda tryck av förpackningen, sampackning och andra kringtjänster. Samma trend går att hitta bland producenter av vitvaror där Elanders ofta blir en heltäckande tryckleverantör som erbjuder just-in-time-leveranser och lagerhållning.

Från fordonsindustrin ökar efterfrågan på skräddarsydda och chassiunika manualer. Inom detta område har Elanders en lång och djup erfarenhet och ett stort antal av de ledande globala fordonstillverkarna som uppdragsgivare.

PACKAGING är den enskilda del av tryckindustrin som har störst omsättning och allt tyder på att produktområdet kommer fortsätta att växa de närmaste åren. Efterfrågan ligger på en stabil



nivå i Västeuropa och USA och ökar något i Sydamerika. På den asiatiska marknaden väntas förpackningar öka med cirka 35 procent från 2012 till 2016.

Under senare år har Elanders mycket medvetet förvärvat bolag för att kunna ta del av tillväxten inom detta område. Elanders kan erbjuda allt från enkla kartonger till handgjorda exklusiva förpackningar och från små till riktigt stora upplagor.

Elanders har dessutom möjligheten att kombinera förpackningar med personifierat tryck och det är ett område som växer sig starkare för varje år. Tryckuppgifterna i samband med förpackningar blir också allt oftare tekniskt komplicerade vilket kräver speciella maskiner och stor kunskap och erfarenhet bland medarbetarna.

Betydelsen av företagets varumärke blir allt viktigare och driver på utvecklingen mot förpackningar som väcker uppmärksamhet och sticker ut i butikshyllorna. Förpackningen behöver också berätta att du gjort rätt val, om det är en premiumprodukt. Detta är särskilt tydligt för hemelektronik, men trenden återfinns även i andra branscher som kosmetika, läkemedel och livsmedel.

E-COMMERCE är ett prioriterat produktområde för Elanders som på bara några år har vuxit till att utgöra tio procent av koncernens omsättning. Förvärven av fotokasten och dloIm har inneburit

att Elanders även fått hundratusentals konsumenter som kunder.

Produktområdet har en mycket snabb teknisk utveckling och ett köpbeteende bland konsumenterna som ständigt förändras. *e-Commerce* är också ett produktområde som visar tillväxt i både USA och Västeuropa. Elanders specialisering med personifierat tryck är ofta mer regel än undantag. På specialutformade webbplatser kan kunder göra sina beställningar av egna personliga fotoböcker, kalendrar och annat tryckt material. I vissa fall kan kunden även få en överblick av hela processen från beställning till levererad trycksak.

Förutom volymerna är snabbheten i uppdragen imponerande. Inom 48 timmar är kundens kalender, fotobok etc färdig att levereras. Tekniska lösningar gör att det bara tar några minuter att förbereda en fotobok för tryck.

Inom *e-Commerce* är strategin att kunna serva Elanders nuvarande kunder på bästa sätt via beställningsportaler, men även vara ett självklart alternativ för bolag som riktar sig mot slutkonsumenter och där Elanders kan vara en produktionspartner som även kan erbjuda white-labelinglösningar.

# LEVERERAD KUNDNYTTA I VARJE UPPDRAG

*Under ett år producerar Elanders flera tusen kunduppdrag i nio länder och på fyra kontinenter. På följande sidor har vi valt att lyfta fram några exempel för att visa bredden, komplexiteten och användarnyttan i Elanderserbjudande. Av dessa exempel går det att utläsa hur väl den digitala utvecklingen kan samspela med innovativ grafisk industri.*

**BMW**

**COMMERCIAL PRINT:**  
Manualer och annan tryckt information

**PRODUKTION:**  
Elanders i Tyskland

**BESKRIVNING:**  
Elanders är sedan två år leverantör av manualer och annan tryckt information till BMW. För att kunna leverera "just-in-sequence" in till BMW:s produktionslina är Elanders direktuppkopplade och integrerade med deras fabrik i Dingolfing. Exakt det antal kit som efterfrågas levereras och ett kit kan bestå av ett flertal olika trycksaker. Avgörande är antalet och typen av fordon i produktionsprocessen. På så sätt säkerställer Elanders att BMW alltid har rätt antal produkter senast två dagar innan fordonen rullar ut från fabriken. Det innebär cirka 1500 färdigpackade kit om dagen. Elanders levererar även till ett flertal andra stora biltillverkare i premium- och medelklass.



## FRIEND- CALENDAR. COM

**E-COMMERCE:**  
Facebook-applikation och personifierade kalendrar

**PRODUKTION:**  
d|o|m och Elanders i Tyskland

**BESKRIVNING:**  
Under hösten 2012 lanserade Friend-Calendar.com en Facebook-applikation där användare kan skapa en fotokalender med bilder från sina bästa vänner – en för varje månad och tre bilder per vän. Applikationen har en inbyggd algoritm som automatiskt väljer ut vilka vänner som hamnar på bilderna beroende på antalet "likes", kommentarer och övrig interaktion.







## FOTOKASTEN

*PACKAGING  
OCH E-COMMERCE:*  
Advents- och fotokalendrar

*PRODUKTION:*  
Elanders i Tyskland

*BESKRIVNING:*  
Genom fotokasten, Elanders varumärke för att sälja personifierade fotoprodukter på internet, kan vem som helst snabbt och enkelt skapa sin egen skräddarsydda adventskalender. Beställaren väljer mellan 24 egna bilder eller personliga meddelanden som sedan döljer sig i rutorna bakom utsökta chokladhjärtan från den världsledande chokladtillverkaren Lindt.

## TESCO

*COMMERCIAL PRINT:*  
Broschyrer, magasin och butiksmaterial

*PRODUKTION:*  
Elanders i Storbritannien, Polen och Ungern

*BESKRIVNING:*  
Sedan knappt ett år har Elanders ett omfattande uppdrag för Tesco i Storbritannien. Med över 500 000 anställda i 14 länder är Tesco en av världens största dagligvaruhandelskedjor med butiker i Europa, Nordamerika och Asien. Förutom tryckt kommunikationsmaterial i butik innefattar samarbetet flera av Tescos andra affärsområden: Tesco Bank, Tesco Clubcard, Tesco Dobbies, Tesco Photo, Tesco Clothing range - F & F, One Stop Shop and Tesco Events. Uppdraget har även expanderat till Tescos övriga Europaverksamhet. Innan slutet av 2013 är prognosen att samarbetet kommer att fyrubblas i volym.



## **GUNNEBO SLOTT**

**COMMERCIAL PRINT  
OCH PACKAGING:**  
Bok och presentkartong

**PRODUKTION:**  
Boken: Elanders i Sverige  
(Fälth & Hässler)  
Presentkartongen:  
Elanders i Kina

**BESKRIVNING:**  
Gunnebo Slott och Trädgårdar är en av Sveriges främsta 1700-talsanläggningar och ligger vackert beläget i Mölndal, strax söder om Göteborg. För att öka intresset tog Gunnebo Slott och Trädgårdar fram en bok som berättar om slottet, trädgården och odlingarna men även om den ekologiska filosofin kring mat. Boken är tryckt med Elanders egenutvecklade HD-teknik som innebär briljant skärpa och bildtryck även på obestruket papper. En bärande idé med boken är att kommunen och företaget i närheten ska kunna använda sig av boken som present och marknadsföringsmaterial till speciella gäster. Då passar det att boken kan levereras i en speciell presentkartong.



## **VOLVO LASTVAGNAR**

**COMMERCIAL PRINT  
OCH E-COMMERCE:**  
Företagsanpassade  
kalendrar

**PRODUKTION:**  
Elanders i Sverige

**BESKRIVNING:**  
Elanders producerar tre olika kalendrar för Volvo Lastvagnar AB. Totalt erbjuds cirka 300 återförsäljare möjligheten att få kalendrarna individuellt anpassade och tryckta med egen företagslogotyp. Respektive återförsäljare kan beställa önskat antal kalendrar via en webbportal och utifrån beställningarna sätter Elanders upp en optimal och kostnadseffektiv produktionsplan. Efter produktion packas kalendrarna i specialframtagna förpackningar innan de levereras.

# EKONOMISKA DEFINITIONER

## AVKASTNING PÅ EGET KAPITAL

Årets resultat i förhållande till genomsnittligt eget kapital.

## AVKASTNING PÅ SYSSELSATT KAPITAL

Rörelseresultat i förhållande till genomsnittligt sysselsatt kapital.

## AVKASTNING PÅ TOTALT KAPITAL

Rörelseresultat plus finansiella intäkter i förhållande till totala tillgångar.

## EGET KAPITAL PER AKTIE

Eget kapital dividerat med utestående aktier vid årets utgång.

## KASSAFLÖDE FRÅN LÖPANDE VERKSAMHETEN PER AKTIE

Kassaflöde från löpande verksamheten för året dividerat med genomsnittligt antal aktier.

## OPERATIVT KASSAFLÖDE

Kassaflöde från den löpande verksamheten samt investeringsverksamheten, justerat för betald skatt och finansiella poster.

## RESULTAT PER AKTIE

Årets resultat dividerat med genomsnittligt antal aktier.

## RÄNTETÄCKNINGSGRAD

Rörelseresultat plus ränteintäkter dividerat med räntekostnader.

## RÖRELSEMARGINAL

Rörelseresultat i förhållande till nettoomsättning.

## SKULDSÄTTNINGSGRAD

Räntebärande skulder minus likvida medel i förhållande till redovisat eget kapital inklusive minoritetens andel.

## SOLIDITET

Eget kapital (inklusive minoritetens andel) i förhållande till balansomslutningen.

## SYSSELSATT KAPITAL

Totala tillgångar minskade med likvida medel och icke räntebärande skulder.

# SPECIFIKA TERMER

## COMMERCIAL PRINT

Produktion av trycksaker såsom magasin, böcker, kataloger, manualer, marknadsmaterial mm. Kan produceras både med offsetteknik och digitalt. För Elanders utgör Commercial Print ett produktområde.

## DIGITALT TRYCK, DIGITAL PRINTTEKNIK, DIGITAL PRINTNING

Överföring av information till papper sker via en digital fil som skrivs ut i hög hastighet med hjälp av en skrivare (printer). Denna teknik är en förutsättning för Print-on-Demand och möjliggör snabba leveranser i små upplagor. För större upplagor och fyrfärgstryck är fortfarande offsettekniken mer effektiv.

## E-COMMERCE

När beställning görs via e-handelsplattformar direkt av slutkunden. Det omfattar både de fall där Elanders säljer direkt till konsument samt som underleverantör till e-handelsföretag. För Elanders utgör e-Commerce ett produktområde.

## FULFILMENT

Direkt översatt från engelskan: fullbordan. Allt oftare, särskilt inom fordonsindustrin, använd term för ett antal moment mellan tryckprocess och distribution. De kan innefatta förpackning för slutanvändarändamål, streckkodsmärkning, biläggande av andra objekt som plastkort med mera.

## OFFSETTEKNIK

Tryckmetod som innebär att färg och fuktavatten fördelas på tryckplåtar som sedan går emot en gummiduk. Denna tar upp färgen och överför den till papperet. Uttrycket offset kommer av att tryckplåten aldrig är i kontakt med papperet. För mindre upplagor (1000-30 000 ex) används arkoffset där papperet matas in med ett ark i taget i pressen. För större upplagor (över 30 000 ex) är rulloffset ofta mer effektivt. Här matas papperet in i tryckpressen från en rulle. Det tryckta papperet falsas sedan till färdiga ark.

## ONE STOP SHOPPING

Med en enda kontakt får du tillgång till Elanders hela globala och breda produktutbud och kan enkelt beställa de produkter och tjänster du har behov av.

## PACKAGING

En produkt som är tillverkad för att skydda, hantera, leverera och presentera en vara. För Elanders utgör Packaging ett produktområde.

## PREMEDIA

Samlingsbegrepp för de arbetsmoment som föregår tryckning/printning/publicering. Begreppet innefattar layout, typografering, bildretusch och originalframställning. I vår värld ingår också till exempel annonserhantering, filhantering, kvalitetssäkring, tryckplåtsframställning samt databaslösningar för digitalt material.

## PRINT-ON-DEMAND (POD)

Fritt översatt "tryck vid behov". Med hjälp av höghastighets skrivare (printrar) kan trycksaker produceras efter behov och i mycket små upplagor.

## WEB-TO-PRINT (W2P)

Webbaserat beställningsgränssnitt där produktion och distribution av bland annat informations- och marknadsmaterial lätt kan beställas och göras tillgängligt för redigering och beställning via internet.

## WHITE-LABELLING

Detta är ett begrepp som kan likställas med private labelling där detaljhandeln säljer produkter under eget varumärke (t ex Coop, ICA, Tesco m fl), men inte tillverkar produkterna själva, utan låter en leverantör tillverka dessa i stället. White-labelling är utifrån leverantörens perspektiv, där denna tillhandahåller en motsvarande tjänst.





## YOUR WORLDWIDE PRINTING PARTNER

Elanders är en global tryckerikoncern med produktionsanläggningar i nio länder på fyra kontinenter. Produktområdena utgörs av Commercial Print, Packaging och e-Commerce. Inom dessa områden erbjuder Elanders även tjänster inom web-to-print (W2P), EDI, avancerad premedia, fulfilment samt logistik. Under varumärket fotokasten säljer Elanders fotoprodukter direkt mot konsument i främst Tyskland. Koncernen har ca 1800 medarbetare och omsätter drygt

1,9 miljarder kronor. Elandersaktien är noterad på NASDAQ OMX Stockholm, Small Cap.

Koncernens produktionsanläggningar finns i Brasilien (São Paulo), Italien (Treviso), Kina (Peking), Polen (Płońsk), Storbritannien (Glasgow och Newcastle), Sverige (Falköping, Göteborg, Malmö och Stockholm), Tyskland (Stuttgart), Ungern (Zalalövő och Jászberény) samt USA (Atlanta och Davenport). Utöver dessa finns Elanders representat med försäljningskontor på ett flertal platser.