



2011/12

**VOLVO
PERSONVAGNAR AB**



FÖRETAGSRAPPORT MED HÅLLBARHET

Vd-ord	2-3
Hållbarhetsansats	4-5
Omvärld	6-7
Kina	8-9
Lönsamhet	10-11
Miljö	12-15
Elektrifiering	16-17
Säkerhet	18-21
Redovisningsprinciper	22
Intressenter	23
Medarbetare	24-27
Återförsäljare	28-29
Leverantörer	30-31
Samhällsansvar	32-33
Hållbarhetsfakta	34-35
Produkter	36
2011 i siffror	37
Styrelse	38
Ledning	39
Detta är Volvo Personvagnar	40
Kontaktuppgifter	





PÅ VÄG MOT HÅLLBAR MOBILITET

Sedan halvårsskiftet 2011 tillämpar Volvo Personvagnar en ny företagsstrategi – Designed Around You. Den strategin ligger nu till grund för vårt företag, våra produkter och vår företagskultur. Vi är ett människocentrerat varumärke och företag – därför står våra kunder i centrum för allt vi gör.

Konsumenter tar idag ett större ansvar och är mer medvetna om vilka val de gör. Allt fler vill verkligen göra skillnad när det gäller miljön och att skapa ett hållbart samhälle. Samma

sak gäller våra anställda. Människor vill arbeta för en god sak och i ett företag som tar ansvar. Eftersom vi är ett företag med global närvaro blir miljöomsorg och socialt ansvarstagande naturliga prioriteringar. Våra bilar står för intelligent tankeväckande lyx och vårt sätt att göra affärer bör återspegla vårt miljöåtagande och vårt bidrag till samhället, både globalt och lokalt.

Vårt ansvar som företag sträcker sig bortom vår egen verksamhet och våra egna anställda. Företagets uppförandekod är ett viktigt dokument, som stödjer vårt åtagande att göra affärer på ett etiskt ansvarsfullt sätt.

Detta är något som krävs av oss alla för att vi ska kunna uppnå företagets mål.

Volvo Personvagnar är ett företag i snabb omvandling och vi vill bidra till att utveckla ett hållbart samhälle. Men vi kommer aldrig att kunna förverkliga det utan partnerskap, samarbete och medvetenhet om de politiska utmaningar som bilindustrin står inför.

Vi tror på elbaserad mobilitet. Och vi tror att den bara kan bli verklighet genom samverkan mellan fordonsindustri, regeringar, infrastrukturleverantörer, elleverantörer och forskningsinstitutioner. I Kina har regeringen till exempel

avsatt 15 miljarder USD till stöd för den inhemska fordonsindustrins forskning och utveckling när det gäller elektrifiering.

Volvo Personvagnars enheter för FoU, tillverkning och inköp bedriver viktig och banbrytande forskning om en ny skalbar produktarkitektur. Samtidigt utvecklar vi nya bränsleeffektiva fyrcylindriga motorer. Vi är också fast beslutna att behålla vår ställning som världsledande aktör inom bilsäkerhet till skydd för förare, passagerare och fotgängare.

Vi kommer också att driva på vår elektrifieringsstrategi. En flotta av vår helt eldrivna Volvo C30 körs nu i Europa och Kina med mycket goda resultat. Och för att visa vår beslutsamhet att bli en ledare inom detta område har vi lanserat Volvo V60 Plug-in Hybrid, världens första dieseldrivna laddhybrid.

De europeiska biltillverkarna står inför mycket tuffa utmaningar när koldioxidlagstiftning som kräver elbilar införs utan stimulansåtgärder som gör dessa bilar prismässigt överkomliga för ett ökande antal konsumenter. Under 2011 såldes färre än 50 000 batteridrivna bilar i Europa, vilket motsvarar en marknadsandel på 0,1 procent.

Den siffran visar att bilmarknaden under överskådlig tid kommer att domineras av traditionella modeller som drivs av förbränningsmotorer, och vi anser därför att det är alldeles för tidigt att räkna ut dem. Effektiviteten förbättras ständigt. Under de senaste två åren har vi sänkt koldioxidutsläppen från Volvos diesel- och bensenmodeller med hela 13 procent.

Drive-E är vårt heltäckande koncept för hållbar bilkörning. Det står för de innovativa idéerna bakom en hel uppsättning tekniska lösningar som ger dig mer kraft, ökad effektivitet och större körglädje, samtidigt som miljön respekteras. Drive-E står för nya, effektiva och kraftfulla motorer, laddhybrider, högeffektiva batterier, start-stoppteknik, system för energiåtervinning och hållbar tillverkning. En mobilitet som är miljöanpassad är central i vår filosofi för intelligent lyx och ligger till grund för varje bilmodell vi tillverkar.

Vi tror att bränsleeffektivitet, elektrifiering och effektiv tillverkning i kombination med intuitiv, människocentrerad design och innovativa säkerhetssystem och lösningar gör oss till framtidens lyxbilsvarumärke. Vi tror också på tillväxt för vårt företag och har satt upp ett globalt säljmål på 800 000 bilar till 2020. Nya fabriker i Kina och fortsatta investeringar i vår europeiska verksamhet kommer att hjälpa oss nå målet.

Vi vill vara Employer of Choice, en attraktiv arbetsgivare. Och vi inser att inget av allt detta kan uppnås utan stöd och engagemang från våra anställda. Med passion för bilar och våra kunder vill vi snabbt gå framåt mot våra högt ställda mål, samtidigt som vi utmanar varandra och respekterar vår gemensamma miljö.

Stefan Jacoby
Verkställande direktör

VIKTIGA HÄNDELSE

Volvo Personvagnar rapporterar ett resultat före finansnetto och skatt på 1 636 MSEK för 2011. Försäljningen ökade med 20,3 procent till 449 255 bilar.

Volvo Personvagnar är nu ett fristående bolag med en ny global strategi – Designed Around You. Flera internationellt erfarna medlemmar har rekryterats till ledningsgruppen för att säkra genomförandet av den nya verksamhetsplanen och för att nå lönsam tillväxt.

Tillkännagivandet av den nya och lättare plattformen, Scalable Product Architecture (SPA), banar väg för framtidens modellutbud. Tillsammans med den nya motor- och elektrifieringsstrategin väntas denna tekniska lösning göra Volvo Personvagnar ledande inom bränsleeffektivitet.

Volvo Personvagnars offensiva framtida produktplaner har skapat stora rekryteringsbehov. Det senaste året har företaget ökat antalet anställda med cirka 2 000 medarbetare.

Världens första dieseldrivna laddhybrid Volvo V60 Plug-in Hybrid når de första kunderna under hösten 2012.

Volvo Personvagnar och Siemens startar ett strategiskt samarbete kring eldrift med fokus på gemensam utveckling av teknik för eldrift, elektronik och laddteknik.

”En hållbar utveckling är en utveckling som tillfredställer dagens behov utan att äventyra kommande generationers möjligheter att tillfredställa sina behov.”

Brundtland (Our Common Future, 1987)

FÖRHÅLLNINGSSÄTT TILL HÅLLBARHET

En hållbar utveckling omfattar tre delar – Ekonomi, Miljö och Socialt ansvar, som för Volvo Personvagnar innebär följande prioriteringar:

Lönsamhet

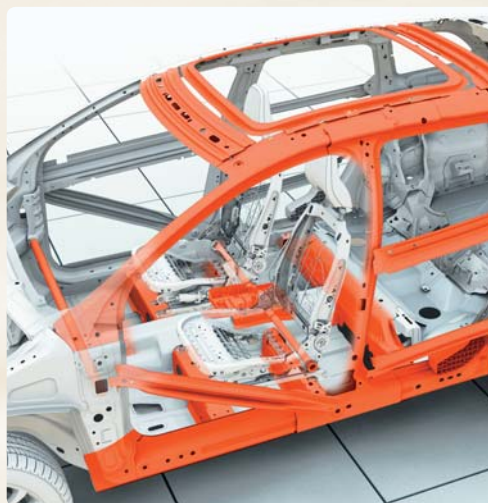
Lönsamhet för Volvo Personvagnar innebär en långsiktigt god affär för företaget, kunden och samhället i stort. Volvo Personvagnars mål är att sälja bilar med lönsamhet i lyxbilssegmentet. Nyckeln till framgång är att skapa bilar runt människan – bilar som möter kundernas drömmar och behov. I lyxkonceptet ingår skandinavisk design, smart ingenjörskonst och intuitiv användning. En offensiv produktplan, inklusive satsningen på nya fabriker och produktutveckling i Kina, öppnar för lönsam tillväxt.

Miljöomsorg

Miljöomsorg bygger på ett helhetsperspektiv där bilens hela livscykel miljöanpassas. Bilarna åskådliggör tydligt Volvo Personvagnars miljöstrategi. Effektivare motorer, elektrifiering och en ny plattform ger förutsättningar för att göra företaget till ett av de ledande i branschen inom bränsleeffektivitet och minskade koldioxidutsläpp. En flotta av helt batteridrivna C30 Electric finns redan på vägarna och under 2012 kommer världens första laddhybrid med dieselmotor, V60 Plug-in Hybrid, att vara klar för leverans till de första kunderna. Volvo Personvagnar fortsätter att lansera bilar med minskad miljöpåverkan, utan att kompromissa med den körupplevelse som kunderna förväntar sig.

Säkerhet

Volvo Personvagnars vision är att år 2020 ska ingen människa skadas allvarligt eller dödas i en ny Volvobil. Att företagets säkerhetsfokus i lika hög grad gäller de nya elbilarna har visats i unika krocktester, där starkströmsbatterier och kablar är oskadade efter kollision. Säkerhetsarbetet grundas bland annat på beteendevetenskaplig forskning och kunskap från verkliga trafiksituationer, vilket har banat väg för nya och framgångsrika innovationer. IIHS (Insurance Institute for Highway Safety) tilldelade inte mindre än fem av Volvos modeller utmärkelsen Top Safety Pick 2012 (Bästa säkerhetsval).



OMSÄTTNING, MDR SEK

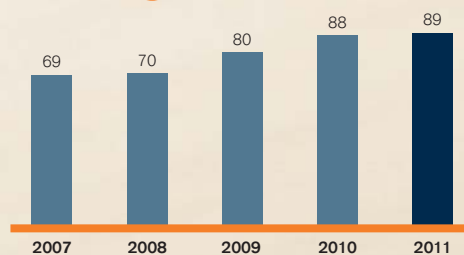
125,5 MDR SEK



Volvo Personvagnar har ändrat till IFRS redovisningsprinciper, vilket påverkar jämförbarheten med tidigare år.

ANDEL BILAR MED FULL POTT I SÄKERHETSTEST

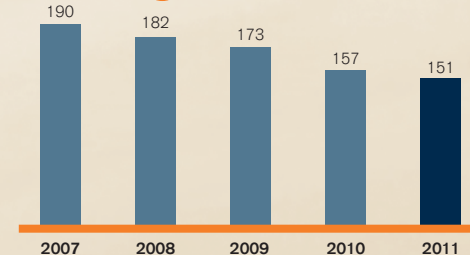
89%



2011 fick Volvo Personvagnar högsta betyg i 81 av 91 tester utförda av externa värderingsinstitut, eller 89 procent.

KOLDIOXIDUTSLÄPP I GENOMSnitt FÖR EU-FLOTTAN, G/KM

-4%



Volvo Personvagnars genomsnittliga utsläppsnivå i Europa sjönk från 157 g CO₂/km till 151 g CO₂/km. Med innovativ teknik, däribland bränsleeffektivitet, el- och hybridteknik, beräknas utsläppen sänkas kraftigt de närmaste åren.



GLOBALA DRIVKRAFTER

Flera oförutsedda händelser stressar världsekonomin under 2011, däribland den arabiska våren, katastroferna i Japan, och översvämningarna i Australien och Thailand. Samtidigt fortsätter eurozonens skuldkris att vara ett mycket konkret hot mot både Europa och den globala ekonomin.

Bilden av en tvådelad världsekonomi förstärks under 2011. Den globala ekonomiska tillväxten minskar, samtidigt som tillväxtekonomierna ökar med omkring sex procent. Medan Japans ekonomi växer kraftigt mot slutet av året efter de katastrofer som drabbat landet, återhämtar sig USA från en mycket låg nivå. Samtidigt

förbereder sig Europa för ett förlorat decennium med nolltillväxt och recession.

Makroekonomiska faktorer är också den drivande kraften bakom råvarupriserna, som styrs mer av externa chocker än av industriella faktorer. Den kraftigaste prisutvecklingen gäller råvaror som är kopplade till oljepriset. Generellt faller dock priserna på de flesta råvaror – dels som en följd av minskad efterfrågan, men också som en konsekvens av att den amerikanska dollarn stärks i takt med att krisen inom eurozonen förvärras.

Räntepolitiken och tillgängligheten till kredit i olika ekonomier styr viljan och förmågan att låna pengar till exempelvis bilköp. De europeiska och amerikanska centralbankerna

behåller sina mycket låga räntenivåer, medan centralbankerna i BRIC-ekonomierna* under hösten 2011 höjer sina styrräntor i inflationsbekämpande syfte.

Internationella miljöfrågor utan styrmedel

Världens miljöfrågor saknar fortfarande politisk konsensus i form av regleringar och lagstiftning. Klimatmötet i Durban slutar i en kompromiss där Kyotoavtalet fortsätter att gälla i väntan på ett nytt avtal som omfattar alla länder. Beslutet om ett klimatavgörande avtal skjuts ytterligare på framtiden, vilket är negativt också för fordonsindustrin. Utvecklingen av miljöanpassade bilar kräver hållbara, långsiktiga och robusta politiska beslut.

Trots inbromsningen i den globala ekonomin är efterfrågan på personbilar fortsatt positiv under 2011. Under året registreras över 63 miljoner bilar globalt, vilket är en uppgång med 2,6 procent jämfört med 2010 och snäppet över den gamla rekordnivån från 2007.

En stärkt export av premiumbilar stöttar den europeiska bilindustrin, som präglas av god försäljning i norra Europa och mycket svag försäljning i södra Europa. USA upplever en bra återhämtning med 12,8 miljoner registrerade bilar, en uppgång med 11,6 procent. I Kina minskar försäljningen något och det är istället Ryssland (+39%) som är den största tillväxtmarknaden under 2011 med 2,5 miljoner sålda nya bilar.

Globala ekonomiska faktorer

Några faktorer som inkluderas i riskbedömningen för en allvarlig global recession är krisen i eurozonen, ett fortfarande sårbart USA, situationen i Iran samt hotande ekonomisk instabilitet på den kinesiska bostadsmarknaden och i banksektorn. Euroländernas ekonomi väntas krympa med -0,7 procent och om inte skuldproblematiken snabbt rättas till kommer den pågående lågkonjunkturen att fördjupas.

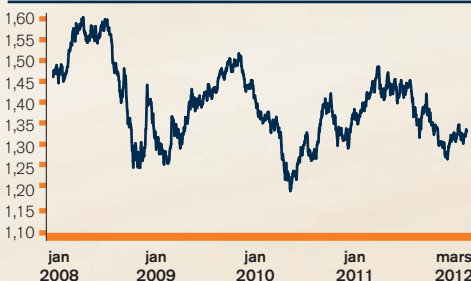
Den globala ekonomiska tillväxten väntas minska från 3,0 procent under 2011 till 2,7 procent under 2012. I Asien väntas en positiv tillväxt på runt 5,5 procent (Kina +7,5–8%) även om regionen inte är immun mot en allvarlig europeisk lågkonjunktur. En förväntad BNP-tillväxt i USA på nära två procent gör att landet troligen slipper hamna i recession. Samtidigt fortsätter landets svaga bostads- och arbetsmarknad att vara ett orosmoln.

Råvarupriserna väntas öka långsamt, men svag ekonomisk tillväxt och efterfrågan talar emot kraftiga prisökningar.

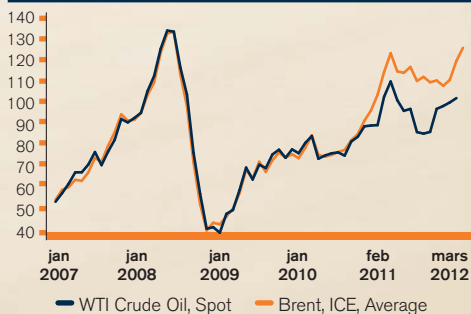
Mellan 2011 och 2015 förväntas den procentuella tillväxten för bilförsäljningen i nya tillväxtmarknader som Indien, Sydkorea, Indonesien och Ryssland (11,3%, 8,8 %, 8,1% respektive 8,0%) att överstiga motsvarande siffra för Kina (7,5%). Även USA, Brasilien, Thailand och vissa afrikanska länder väntas bidra till tillväxten.

* Brasilien, Ryssland, Indien och Kina

VALUTAPRISUTVECKLING, EURO/USD



OLJEPRISUTVECKLING, USD/FAT



FIN SLUTSPURT I ONE TONNE LIFE

Går det att leva ett normalt liv och samtidigt vara klimatneutral? Svenska familjen Lindell antog utmaningen och flyttade in i One Tonne Life-huset i januari 2011. Till sin hjälp hade de bland annat ett energismart hus, en elbil och en expertpanel.

Sex månader senare hade familjen, efter en imponerande slutspurt, minskat sina utsläpp med nära 80 procent och nått 1,5 ton koldioxidutsläpp på årsbasis. I Sverige ligger genomsnittet på 7,3 ton per år.

– Ner till 2,5 ton behövde vi inte göra några större kompromisser med vårt vanliga liv. Sedan blev det tuffare. Att leva på 1,5-tonsnivån var med våra mått mätt en extrem vardag, säger Alicja Lindell.

De största förbättringarna gjordes inom transporter och elförbrukning. Transportutsläppen minskade med över 90 procent, inte minst tack vare att familjens Volvo C30 Electric laddades med el från vattenkraft.

Volvo Personvagnar var en av initiativtagarna till projektet, tillsammans med A-hus och Vattenfall. Även ICA och Siemens deltog i projektet som branschpartners.



Läs mer om projektet på:
www.onetonnelife.se





Kina är idag världens största bilmarknad med över 12 miljoner sålda personbilar under 2011. Volvo Personvagnars nya fabriker blir ett välkommet tillskott för att möta den stora efterfrågan – enbart under fjolåret ökade företagets försäljning i landet med 54 procent.

VOLVO PERSONVAGNAR VÄXER I KINA

I Chengdu i sydvästra Kina står snart en komplett bilfabrik färdig med en kapacitet för 120 000 bilar om året.

– Vi installerar produktionsutrustningen i juni och efter tester och intrimning drar produktionen igång andra halvåret 2013, säger Lars Danielsson, produktionsdirektör i Kina.

I Daqing i nordöstra Kina förbereds parallellt en andra fabrik och därefter planeras en motorfabrik. Målet är att sälja 200 000 bilar på den kinesiska marknaden 2015.

Målsättningen är att bilarna som lämnar fabriken i Chengdu ska ha samma kvalitetsstandard som bilarna som lämnar Torslanda eller Gent.

– Det ska helt enkelt inte vara någon skillnad, vi följer Volvo Global Standards och detta gäller även våra leverantörer, säger Lars Danielsson.

I Kina finns det biltillverkare från hela världen, så både internationella och kinesiska leverantörer finns på plats. De nya fabrikerna byggs med hög miljöstandard.

– Min uppfattning är att miljön tas på stort allvar av kinesiska myndigheter. De krav vi har på våra bilar och fabriker hemma tar vi också med oss till Kina. Vi vill vara en bra arbetsgivare och ett ansvarsfullt företag.



EXPANSION OCH STARKA PRODUKTER

Volvo Personvagnar visar under året en kraftigt ökad försäljning och tillväxt på alla marknader – ett kvitto på att den nya strategin och offensiva produktplanen tagits emot väl av omvärlden och inte minst av kunderna.

Helåret 2011 uppvisar en vinst på 1,6 miljarder SEK, trots att året inneburit stora investeringar i bland annat produktutveckling och utbyggd industriell kapacitet. Framgångsfaktorn är produkter som är designade kring människors behov och livsstil.

Expansion mot hållbar lönsamhet

Volvo Personvagnar är idag ett globalt tillväxtföretag som lägger grunden för långsiktigt hållbar lönsamhet. Eftersom företaget är inne i en kraftig expansionsfas är detta samtidigt en period med tuffa marginaler. En utmaning som under 2011 understryks av omvärldens valutasvängningar och av dyrare råvaror.

Volvo Personvagnar arbetar fokuserat för att möta och överträffa kundernas förväntningar, ett engagemang som resulterar i stora försäljningsframgångar under året. Den globala försäljningen ökar under 2011 med 20,3 procent (totalt 449 255 bilar) jämfört med året innan. Bland de mest framgångsrika marknaderna återfinns Kina, som ökar 54,4

procent jämfört med 2010, Nordamerika (+22,5 procent) och Norden (+13,3 procent).

Försäljningen drivs framförallt av en stark efterfrågan på 60-serien; Volvo S60, V60 och XC60. De bränslesnåla DRIVE-modellerna driver försäljningen i Europa, medan XC-seriens popularitet fortsätter med 36 procent av den totala försäljningen.

Under 2012 lanseras flera viktiga produkter, däribland nya Volvo V40 samt konceptbilen XC60 Plug-in Hybrid, som kombinerar eldrift med en bränsleeffektiv fyrcylindrig bensinmotor på 280 hästkrafter. Volvo V60 Plug-in Hybrid – världens första laddhybrid med dieselmotor – når de första kunderna i slutet av 2012.

Parallellt fortsätter utvecklingen av bilar som drivs enbart med el.

Den nya plattformen Scalable Product Architecture, SPA, lanseras med premiär i nya XC90 och parallellt utvecklas också de nya, fyrcylindriga VEA-motorerna – Volvo Environmental Architecture – med högre prestanda och lägre bränsleförbrukning.

Stark utveckling i Kina

2011 är ett år av engagerat förändringsarbete, där affärsplanen konkretiseras och samtliga medarbetare involveras i den nya strategin.

Volymmålet är att sälja 800 000 bilar år 2020. Detta sker genom en stärkt närvaro i företagets huvudmarknader Sverige, USA och Kina, samtidigt som möjligheterna på de nya tillväxtmarknaderna utnyttjas fullt ut. Tillväxtstrategin för den kinesiska marknaden är vital för att nå volymmålet 800 000 bilar till år 2020.

Under 2011 växer Volvo Personvagnar med över 54 procent i Kina, vilket är en stark indikation på att företaget är på rätt väg.

Sedan slutet av 2010 har närvaron i Kina vuxit från en position med ett nationellt säljbolag till att omfatta en heltäckande organisation med försäljning, marknadsföring, inköp, produktutveckling och andra supportfunktioner, med huvudkontor i Shanghai.

Försäljningsnätverket i Kina växer enligt plan och byggnationen av den nya fabriken i Chengdu befinner sig i slutfasen, samtidigt som Volvo Personvagnar avvaktar tillstånd från kinesiska myndigheter att bygga dels en motorfabrik, dels ytterligare en fabrik i Daqing. Målet är att sälja omkring 200 000 bilar på den kinesiska marknaden 2015 genom att

ta del av den starka kinesiska tillväxten inom lyxbilssegmentet samt en utökad marknadsandel.

Leverantörsbasen i Kina optimeras för den globala marknaden. Oavsett var i världen bilarna utvecklas och byggs står kvalitet och säkerhet i fokus. Volvo Personvagnars globala tillverknings- och kvalitetssystem tillämpas var än bilarna byggs.

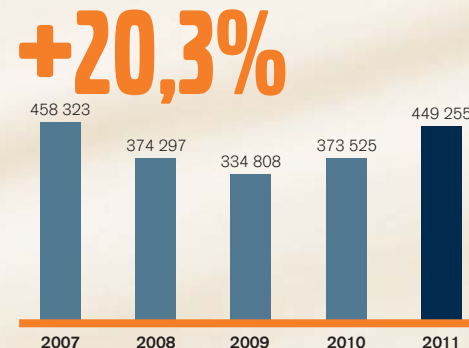
Profilering med människan i centrum

När Volvo Personvagnar inom några år har implementerat den nya, flexibla fordonsarkitekturen SPA och byggt upp sin industriella kapacitet i Kina har företaget skapat en stabil bas för ökad vinst, bättre marginaler och minskad känslighet för valutakursrörelser och andra negativa omvärldsfaktorer.

Volvo är en liten spelare i världens bilindustri, vilket är en position med både för- och nackdelar. På plussidan står möjligheten till större flexibilitet. Ett mindre företag är mer lättroligt och går att styra om på kortare tid. Samtidigt har ett litet företag färre resurser. Det är därför nödvändigt att göra tydliga vägval i forsknings- och utvecklingsarbetet.

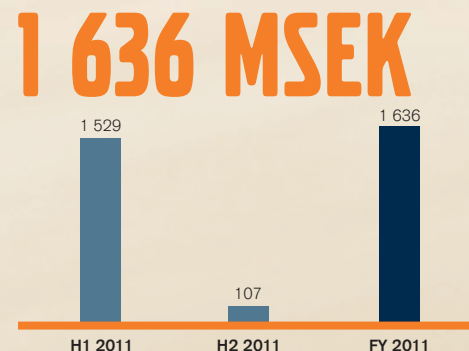
Volvo Personvagnar har alltid varit innovativt när det gäller tekniska lösningar. Nu sätts, i ännu högre grad, fokus på frågor som tillför ett mervärde för kunden. Människan sätts i centrum med hjälp av modern skandinavisk design, skicklig ingenjörskonst och intuitiva bilar.

FÖRSÄLJNING, ANTAL SÅLDA BILAR



Under 2011 ökar den globala försäljningen med 20,3 procent (75 730 bilar) jämfört med året innan.

VINST FÖRE RÄNTOR OCH SKATT, MSEK



Volvo Personvagnar har ändrat till IFRS redovisningsprinciper, vilket påverkar jämförbarheten med tidigare år.



STRATEGISKA MILJÖSAMARBETEN

Volvo Personvagnar har fokus på koldioxid i alla avseenden. Därför omfattar miljöstrategin bilens miljöpåverkan genom hela livscykeln – från utveckling, användning och service till återvinning när bilen skrotas. Störst fokus läggs på själva användningen av bilen, eftersom den påverkar miljön mest.

Satsningarna på nya motorer, elektrifiering och en ny plattform öppnar för effektiva tekniska lösningar som gör Volvo Personvagnars bilar bland de ledande i bilbranschen när det gäller bränsleeffektivitet. Målet är att med människans i centrum skapa lönsamma bilar inom lyxbilssegmentet. En viktig del i arbetet är att

kunderna ska kunna köra en Volvo med gott samvete – och känna att de gör ett miljömässigt bra val – utan att ge avkall på bilens övriga egenskaper.

Allt lägre koldioxidutsläpp

Under 2011 sänktes koldioxidutsläppen från Volvo Personvagnars bilflotta med ytterligare fyra procent. De bränslesnåla dieselmotorerna i DRIVE-familjen bidrog stort till minskningen, däribland C30 DRIVE med 94 gram per kilometer och V50 DRIVE med 99 gram. Idag finns sju modeller med utsläpp under 120 gram koldioxid per kilometer, varav tre som ligger under 100 gram.

Parallellt utvecklas och testas också helt eldrivna bilar. Att lansera elbilar i stor skala är att bryta ny mark i bilvärlden, en utmaning som Volvo Personvagnar tar sig an med stor kraft och energi. Ett exempel är helt batteridrivna Volvo C30 Electric, där körningen ger nollutsläpp. Under 2011/12 har Volvo Personvagnar levererat en flotta på 250 exemplar, som nu rullar i stadstrafik i flera städer och responsen från användarna är mycket positiv. C30 Electric laddas med vanlig hushållsel och har en räckvidd upp till 150 kilometer. Topparten är 130 km/tim och bilen accelererar från 0 till 50 km/tim på 4 sekunder.

Samarbete för miljön

Volvo Personvagnar medverkar i en rad projekt för att lära mer om klimatförändringar och andra miljöfrågor. Långsiktigt hållbara lösningar kräver ett aktivt samarbete med andra företag, offentlig sektor och forskningsvärlden. Volvo Personvagnar har bland annat inlett ett strategiskt samarbete med Siemens med fokus på att utveckla teknik för eldrift, kraftelektronik och laddteknik.

Under 2012 påbörjas produktionen av Volvo V60 Plug-in Hybrid, världens första laddhybrid med dieselmotor som vare sig kompromissar med säkerhet, komfort eller prestanda. Bilens batteri laddas från ett vanligt vägguttag.

Nya effektiva motorer

2013 lanserar Volvo Personvagnar sin nya, egenutvecklade motorfamilj Volvo Environmental Architecture (VEA) – fyrcylindriga bensin- och dieselmotorer som sänker både koldioxidutsläpp och bränsleförbrukning. Motorerna är cirka 40 kilo lättare än dagens motorer och bränsleekonomin förbättras med 15–35 procent beroende på modell. VEA-motorerna kombinerar hög prestanda med lägre utsläpp och är ett utmärkt alternativ för framtiden.

Den nya och lättare plattformen Scalable Product Architecture (SPA) banar väg för en elektrifiering av hela modellutbudet. Först ut med plattformen är nya XC90. Tack vare SPA kan de flesta modeller byggas på samma produktionslinje, oavsett bilens storlek eller komplexitet, vilket ger flexibilitet och effektivt resurstänkade även i tillverkningsprocessen.

Samtidigt som elektrifiering är ett huvudspår in i framtiden, gäller det att minska

koldioxidutsläpp och bränsleförbrukning även i de bilar som har konventionella motorer. Volvo Personvagnars koldioxidstrategi inkluderar också fordon med varierade hybridgrad, effektivare diesel- och bensinmotorer samt en strategi för alternativa bränslen. Hur snabb och hur intensiv utvecklingen blir beror på lagstiftning, energitillgång och kundernas efterfrågan.

Tuffa mål sporrar kreativiteten

Alla marknader där Volvobilar säljs har olika lagkrav och det är en utmaning att hantera dessa ur ett produktplaneringsperspektiv. Lagkrav kan lösas med sofistikerad teknik, men i begreppet hållbar lönsamhet ingår också att skapa bilar som kunderna vill ha och som det finns en marknad för. Undersökningar visar att kunderna gärna köper miljöanpassade bilar, förutsatt dessa samtidigt möter kundens övriga behov och förväntningar.

Som nästa steg i elektrifieringsstrategin utvecklar Volvo Personvagnar testbilar med så

kallade range extenders – en förbränningsmotor som ökar bilens faktiska räckvidd med cirka 1 000 km, utöver de 110 km som bilbatteriet står för. Samtidigt ligger koldioxidutsläppen fortfarande under eller långt under 50 gram per kilometer.

I pipelinen ligger också svänghjulstekniken KERS, som återvinner bromskraft – en lösning som utvecklats inom Formel 1. Svänghjulets lagrade energi driver bilen kortare perioder, vilket minskar bränsleförbrukningen med upp till 20 procent. Samtidigt får förbränningsmotorn en extra injektion som ökar accelerationskraften betydligt.

Framtiden ligger i mindre motorer som, tillsammans med olika grader av elektrifiering, ger lägre bränsleförbrukning utan att kompromissa med körupplevelsen. Volvo Personvagnar har en betydande forsknings- och utvecklingsbudget och ligger i framkant för att erbjuda mobila lösningar för en hållbar utveckling.





MILJÖANSVAR I VARJE PROJEKT

Volvo Personvagnars miljöstrategi omfattar både verksamheten och produkterna och är integrerad i företagets övergripande affärsstrategi.

Varje verksamhet rapporterar vilka insatser som görs för att möta företagets miljömål och strategiska inriktning. I Volvo Personvagnars miljöråd samlas alla enheter för att styra, leda och knyta samman företagets miljöfrågor.

Volvo Personvagnar har utvecklat ett arbetssätt som tydligt väver in miljöhänsyn vid starten av varje projekt. Redan i tidiga projekteringsfaser finns nu checklistor som säkrar att miljöfrågorna är med från början.

Etableringen av produktionen i Kina pågår

för fullt och för samtliga anläggningar eftersträvas en hög miljöprestanda i enlighet med Volvo Personvagnars miljöstandard. Den största miljöpåverkan från bilfabriker är utsläpp till luft och vatten från måleriet. För att minimera utsläppen av flyktiga organiska ämnen och emissioner till vatten installeras samma process och reningsteknik som i belgiska Gent, där miljöprestandan vid anläggningen är bland de ledande i Europa.

Energieffektivitet för minskade koldioxidutsläpp

På energiområdet arbetar Volvo Personvagnar kontinuerligt med att minska företagets totala användning, eftersom den utgör en stor del av

Volvo Personvagnars sammanlagda miljöpåverkan. En viktig del är att maximera återvinningen av spillvärme och att ersätta fossila bränslen med förnybara bränslen. Totalt har Volvo Personvagnar den senaste femårsperioden sänkt energianvändningen med 30 procent.

Fabrikerna i Sverige och Belgien använder sedan 2008 endast energi från förnybara källor, framförallt vattenkraft, vilket har lett till att anläggningarna lyckats halvera sina koldioxidutsläpp. I Gent-fabriken levereras också 15 procent av elförbrukningen från tre vindkraftverk som är placerade på företagets mark. Målet är en helt klimatneutral energiförsörjning år 2020.

Precis som i Europa, investerar Volvo Personvagnar i Kina i modern teknik för att minska energianvändningen och det gäller inte minst ventilation och värmeåtervinning. På transportsidan kommer en stor del av godset att gå via Yangtze-floden.

Effektiva logistiklösningar

Volvo Personvagnar arbetar aktivt med logistiklösningar för att minska klimatpåverkan från företagets godstransporter. Lastbilstransporterna har under många år optimerats, vilket ger fulla laster, fler delar per pall och fyllda returfrakter.

Vid längre avstånd och större volymer är det dock angeläget att hitta alternativa lösningar. Volvo Personvagnar söker ständigt efter bättre alternativ och samarbetsformer för transporterna mellan pressfabriker och bilfabriker, samt mellan Europa och Asien – och det gäller både tåg- och sjötransporter.

De plåtrester som återvinns från Volvo Personvagnars karosstillverkning i Olofström går med specialtillverkade tåg till andra delar av landet för återvinning. Dessa transporter ersätter 5 000 lastbilsfrakter och sänker koldioxidutsläppen med 55 procent på ett år. Företaget arbetar också kontinuerligt med att ersätta interna fordon som drivs med fossila bränslen, med eldrivna fordon, vilket minskar miljöpåverkan och förbättrar arbetsmiljön.

Minskad miljöpåverkan på vatten och luft

Volvo Personvagnar arbetar målmedvetet för att minska företagets totala miljöpåverkan på vatten genom att använda metoden Global Water Footprint, som mäter både kvaliteten på utgående vatten och den totala vattenanvändningen. På luftsidan är målerierna i Göteborg och Gent sedan decennier bland de bästa när det gäller att minimera utsläpp av lösningsmedel.

Sedan våren 2011 har Volvo Personvagnar också en gemensam global avfallshanteringsprocess – ett arbetssätt som kontinuerligt ger både miljömässiga och ekonomiska fördelar.

Volvo Personvagnar följer aktivt hur miljölagstiftningen utvecklas i de länder där företaget bedriver verksamhet och för en öppen och kontinuerlig dialog med såväl nationella som lokala myndigheter. Företaget deltar dessutom i olika nätverk i ett flertal länder.

MINSKAD ENERGIANVÄNDNING SEDAN 2007

-30%



I Gent-fabriken levereras 15% av elen från tre vindkraftverk som är placerade på företagets mark.





I november 2012 börjar serieproduktionen av V60 Plug-in Hybrid
– världens första laddhybrid med dieselmotor och Volvo Personvagnars
mest tekniskt avancerade bilmodell någonsin.

V60 PLUG-IN HYBRID I PRODUKTION

V60 Plug-in Hybrid kombinerar en snål dieselmotor med eldrift, där batteriet laddas från ett vanligt vägguttag. Föraren väljer med en enkel knapptryckning mellan ren eldrift, hybridläge eller extra kraft, en flexibilitet som öppnar för minimala koldioxidutsläpp och maximal körglädje.

– Det är en helt ny bil och ett helt nytt sätt att bygga på, så det är en väldigt spännande resa att vara med på, säger produktionsledare Johnny Lindberg vid fabriken i Torslanda.

Johnny leder produktspecialisterna, som alla är certifierade hybridtekniker. Teamet engagerades redan tidigt i utvecklingsarbetet för att ta fram underlag för hur bilen ska byggas och sedan dela med sig av sin kunskap till montörerna.

– Vi började med att jobba virtuellt för att bestämma hur och i vilken ordning detaljerna ska monteras. Sedan överförde vi det optimala flödet till banan och installerade den nya utrustningen.

Produktionsmässigt är det framför allt monteringen av batteriet, högspänningskablagen och elmotorn på bakaxeln som är den stora skillnaden jämfört med en vanlig V60.

– Just nu bygger vi fortfarande testbilar, utvärderar och ser vad vi kan förbättra. När serieproduktionen väl drar igång har vi redan byggt och testat 120 laddhybrider.

Volvo V60 Plug-in Hybrid har utvecklats i ett unikt partnerskap med elkraftsleverantören Vattenfall. När bilen drivs helt med el, ger körningen nollutsläpp. Räckvidden är då upp till 50 km. I hybridläget samverkar el- och dieselmotorn för så miljöanpassad körning som möjligt (49 gram koldioxid per kilometer, 0,19 liter per mil). För extra kraft ger de båda motorerna tillsammans 215+70 hästkrafter och kraftfull acceleration.



NYTÄNKANDE FÖR ÖKAD SÄKERHET

Volvo Personvagnars vision är att ingen människa ska dödas eller skadas i en ny Volvo år 2020. Därför utgår allt säkerhetsarbete från människan; i första hand föraren, men också passagerarna och människorna i bilens omgivning.

Företagets målmedvetna arbete med säkerhet har gjort bilarna världsledande på området med innovationer som trepunktsbältet, den bakåtvända bilbarnstolen och fotgängarskyddet Pedestrian Detection med full autobroms.

Från att traditionellt ha arbetat med att utveckla krocksäkra bilar, har Volvo Personvagnars utvecklingsarbete allt mer inriktats på aktiva säkerhetslösningar, där föraren

kontinuerligt får den information som behövs för att fatta rätt beslut och därmed undvika farliga situationer. I linje med den nya strategin Designed Around You skapas nytänkande lösningar som formar miljön efter förarens behov och förmåga.

Vägleda, förebygga och skydda

Idag ligger Volvo Personvagnar i frontlinjen även för förebyggande, aktiv säkerhet genom utvecklingen av system som håller föraren välinformerad och alert. Om föraren inte lyckas hantera en situation, kan bilen i vissa fall göra det. Reagerar föraren inte i tid, kan bilens system varna och automatiskt aktivera bromsarna. I de fall där olyckan är ett faktum, tar de

passiva säkerhetslösningarna vid och hjälper till att skydda människorna i bilen.

För att Volvo Personvagnars vision ska bli verklighet krävs ett helhetsgrepp på ansvaret för trafikmiljön. Utgångspunkten är att framtidens samhälle behöver gemensamma lösningar för att klara alla delar av trafiksäkerheten. Därför är företaget aktivt i en rad samarbeten med andra företag, myndigheter och organisationer. Ett exempel är EuroFOT, där 28 olika partners samarbetar med fälttester inom aktiv säkerhet med stöd av EU-kommissionen för att bättra förstå interaktionen mellan förare, bil och trafikmiljö.

Lyckade försök med fordonståg

Snart väntas bilar kunna kommunicera med såväl andra fordon på vägen som resten av trafikmiljön. I EU:s SARTRE-projekt (Safe Road Trains for the Environment) samarbetar sju europeiska partners för att skapa miljöeffektiva och säkra fordonståg. I december 2011 genomfördes de första framgångsrika försöken där bilar färdades i konvoj ledade av ett ledarfordon.

Volvo Personvagnar deltar som enda biltillverkare i projektet, som nu är inne i sin slutfas. Fordonståg frigör tid från bilkörandet och ökar trafiksäkerheten tack vare att distraktionen för förarna minskar och därmed också risken för misstag under långkörningar. Dessutom leder lägre luftmotstånd till att bränsleåtgången minskar med upp till 20 procent.

Tydlig minskning av olyckor

Volvo Personvagnar är ledande på området aktiv säkerhet, med lösningar som Pedestrian Detection med full autobroms och City Safety, ett automatiskt bromssystem som bidrar till att, vid låga hastigheter, undvika eller reducera konsekvenserna av en olycka.

I USA och Europa har flera försäkringsbolag satt lägre premier på bilar med City Safety, eftersom antalet olyckor har minskat kraftigt. En ny rapport från amerikanska IIHS (Insurance Institute for Highway Safety) visar att olycksfrekvensen minskat med 22 procent. Samtidigt minskade försäkringskraven för personskador med 51 procent och verkstadsräkningarna med över 20 procent.

Trafikolyckor med fotgängare är vanliga och får ofta allvarliga konsekvenser. 2010 lanserades därför Volvo Personvagnars unika system

Pedestrian Detection med full autobroms, som upptäcker, varnar och bromsar för plötsligt uppdykande gångtrafikanter. Om alla bilar vore utrustade med Pedestrian Detection med full autobroms skulle antalet omkomna fotgängare i trafiken enligt Volvos beräkningar minska med 24 procent och i särskilda fall med upp till 85 procent, enligt en forskningsrapport (Pedestrian fatality risk as a function of car impact speed, Rosén and Sander, 2009).

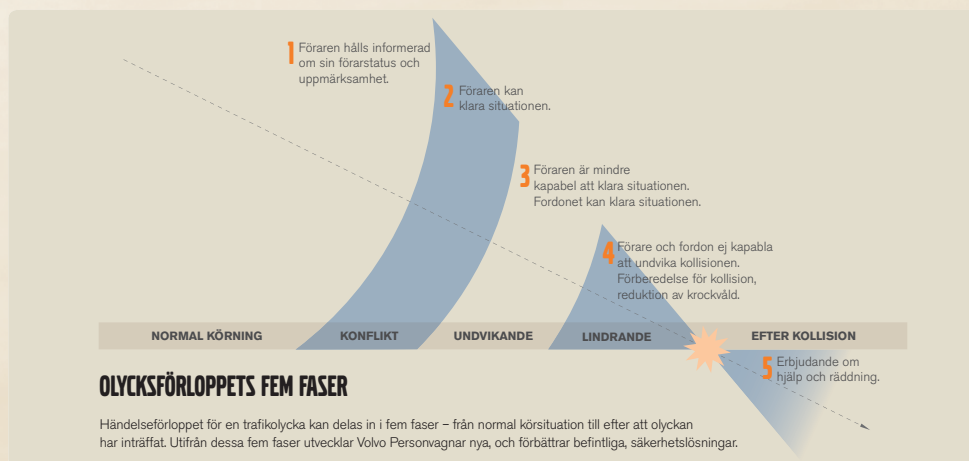
Fler nyheter i nya Volvo V40

I mars 2012 premiärvisades nya V40 med världsnymheten Pedestrian Airbag Technology. Krockkudden ingår som en del i Volvo Personvagnars omfattande fotgängarskydd. Sensorer i fronten känner av att det är en fotgängare som blir påkörd och aktiverar krockkudden, som lyfter bakre delen huven och därefter vecklar ut sig över delar av vindruteområdet. Kombinationen av den lyfta motorhuven och den uppblåsta krockkudden bidrar till att mildra kollisionen och fotgängarens islag vid en påkörning.

En annan nyhet som lanserades i nya V40 är Lane Keeping Aid, ett system som fysiskt håller kvar bilen i filen om föraren av misstag lämnar sin fil. Sedan tidigare finns Lane Departure Warning, som ger föraren en varnande ljudsignal.

Med över 80 års erfarenhet av bilsäkerhet har Volvo Personvagnar utvecklat ett metodiskt arbetssätt för ständiga förbättringar och utveckling. Här ingår bland annat företagets egen haverikommission, som är unik i sitt slag och under de senaste dryga 40 åren samlat in olycksdata från mer än 40 000 Volvobilar i Sverige.

Säkerhetsfokus genomsyrar hela företaget och arbetet baseras på forskning om människan och kunskap från verkliga trafiksituationer. Det rör sig om ett omfattande utvecklingsarbete och fältstudier för att se hur människor agerar i olika situationer. Redan idag pågår också tester mot individanpassning, det vill säga lösningar som helt anpassas efter den person som kör bilen.





På testbanan används en uppstoppad älg för att på bästa sätt testa den nya tekniken.



Nästa steg i Volvo Personvagnars utveckling av aktiv säkerhet är ett system som varnar och automatiskt bromsar för djur på vägen. Det nya systemet introduceras på marknaden om ett par år.

ANIMAL DETECTION FÖRHINDRAR VILTOLYCKOR

– Det är en vidareutveckling av tekniken i Pedestrian Detection där vi nu lägger till teknik som upptäcker djur och ger bättre mörkerprestanda, säger Andreas Eidehall, teknisk specialist inom aktiv säkerhet.

I Sverige sker 47 000 viltolyckor varje år. När älgar är inblandade är konsekvenserna speciellt svåra eftersom älgens långa ben och höga tyngdpunkt gör att överkroppen träffar bilens oskyddade del, vindrutan. Även i Nordamerika är älgar ett stort problem, medan hjortar är inblandade i flest olyckor i Tyskland.

– Vi utgår från olycksstatistik och tar de största utmaningarna först. Först tog vi oss an fotgängarolyckorna, ett stort problem med många dödsoffer. Nu arbetar vi med viltolyckor, framför allt älg och hjort, eftersom vi fokuserar på de största djuren och svåraste personskadorna, säger Andreas Eidehall.

Det nya systemet kommer att bestå av en radarsensor och en infrarödkamera som kan registrera trafiksituationen. När vilt upptäcks på eller vid sidan av vägen varnar systemet så att föraren kan bromsa själv. Om föraren inte hinner agera så bromsar bilen automatiskt – med full bromskapacitet om så behövs.

Målet är att undvika olyckan helt. Men eftersom djur kan dyka upp mycket snabbt, är det en fördel om farten åtminstone hinner sänkas till under 80 kilometer i timmen.

– Då blir det sällan några allvarliga skador eftersom airbags och balkar räcker för att skydda föraren; ett bra exempel på hur aktiv och passiv säkerhetsteknik jobbar ihop, säger Andreas Eidehall.

Projektet att utveckla ett säkerhetssystem som minskar risken för kollisioner med vilda djur är en del av Volvo Personvagnars vision för 2020 – att ingen ska dö eller drabbas av allvarliga skador i en ny Volvo.

TRANSPARENS OCH JÄMFÖRBARHET

För elfte året i rad redovisar företaget hållbarhetsfrågor, de senaste fyra åren i denna integrerade företagsrapport med hållbarhet.

Ny uppförandekod antagen

Under 2011 antog styrelsen Volvo Personvagnars första uppförandekod som fristående bolag. Uppförandekoden är ett policydokument som beskriver företagets etiska värderingar och regler. Samtliga anställda måste känna till och följa uppförandekoden, som speglar vår fasta föresats att bedriva verksamheten på ett etiskt och korrekt sätt.

Volvo Personvagnar stödjer flera viktiga internationella initiativ, som tillsammans med uppförandekoden bildar ett ramverk för företagets hållbarhetsredovisning. Nedanstående två initiativ samt regelbundna intressentdialoger ger den grund och de riktlinjer som behövs för att bedriva ett seriöst och ändamålsenligt hållbarhetsarbete.

Volvo Personvagnar stödjer Global Compact

Global Compact ställer krav på ökad transparens. Volvo Personvagnar var ett av de första

företagen som undertecknade Global Compact 2000. Volvo Personvagnar deltar också i Global Compact Nordic Network.

Global Reporting Initiative

Global Reporting Initiative (GRI) är en oberoende organisation som utvecklar globala riktlinjer för hållbarhetsredovisning. Riktlinjerna är frivilliga och utvecklas kontinuerligt genom en intressentdialog. Ett GRI-index och en fullständig GRI-rapport finns på Volvo Personvagnars hemsida: www.volvocars.com/sustainability/GRI

Väsentliga frågor för intressenterna

Volvo Personvagnar grundar hållbarhetsarbetet på en aktiv intressentdialog och en regelbunden uppföljning av de frågor som intressenterna tycker är viktigast. Exempel på genomförda intressentdialoger är "Electromobility" i Bryssel med nyckelpersoner kopplade till fordonsindustrin, seminarier om SARTRE-samarbetet om fordonståg samt seminariet "Innovation Towards Zero" i Washington om vad som krävs för att utveckla bilar fria från koldioxidutsläpp.



GLOBAL COMPACTS TIO PRINCIPER

MÄNSKLIGA RÄTTIGHETER

Princip 1 Företagen ombeds att stödja och respektera skydd för internationella mänskliga rättigheter inom den sfär som de kan påverka; och **Princip 2** försäkra sig om att deras eget företag inte är delaktiga i brott mot mänskliga rättigheter.

ARBETSVILLKOR

Princip 3 Företagen ombeds att upprätthålla föreningsfrihet och ett faktiskt erkännande av rätten till kollektiva förhandlingar; **Princip 4** avskaffande av alla former av tvångsarbete; **Princip 5** faktiskt avskaffande av barnarbete; och **Princip 6** avskaffandet av diskriminering vid anställning och yrkesutövning.

MILJÖ

Princip 7 Företag ombeds att stödja försiktighetsprincipen vad gäller miljörisker; **Princip 8** ta initiativ för att främja större miljömässigt ansvarstagande; och **Princip 9** uppmuntra utveckling och spridning av miljövänlig teknik.

KORRUPTION

Princip 10 Företag bör motarbeta alla former av korruption, inklusive utpressning och bestickning.

DIALOG FÖR FORTSATT FRAMGÅNG

Volvo Personvagnars intressenter bidrar med nya perspektiv och förväntningar, som företaget försöker beakta och balansera så långt det är möjligt. Denna öppna och konstruktiva dialog är en viktig del i företagets fortsatta framgångar.

Det är genom att lyssna på kunderna och möta deras förväntningar som varaktiga relationer skapas. Volvo Personvagnar sätter människan i centrum och utformar bilarna utifrån kundernas behov.

Volvo Personvagnar arbetar för en kreativ, öppen och inkluderande arbetsmiljö där med-

arbetarna utvecklas och mår bra. Medarbetarundersökningar, medarbetarsamtal och dialog med arbetstagarorganisationer är viktiga verktyg för att lyssna och skapa engagemang och en hållbar företagskultur.

Leverantörerna har stor betydelse för Volvo Personvagnars framgångar och är en central del av verksamheten. I företagets samhällsansvar ingår att ställa tydliga krav och att stötta leverantörerna för att lyfta frågor som arbetsvillkor och miljöomsorg.

Dialogen med ideella organisationer öppnar för fler perspektiv på aktuella samhällsfrågor. Samarbetet med aktörer som represen-

terar olika intressen bidrar till en gemensam förståelse för samhällets utmaningar.

Ett aktivt samarbete mellan näringsliv och forskning ger förutsättningar för långsiktigt hållbara lösningar. För att fortsatt ligga i

"Kommissionen tror fullt och fast att bra ekonomi är en vital faktor. Bilföretagen måste kunna tjäna pengar på detta. Elbilen blir en viktig del av ekvationen."

Jos Delbeke, EU-kommissionens chef för klimatkommunikation



I mars 2012 anordnade Volvo Personvagnar en EU-debatt i Bryssel där deltagare från EU-kommissionen, universitet, intresseorganisationer och företag i branschen diskuterade utmaningarna kopplade till EU:s utsläppsmål.

framkant inom teknik- och konceptutveckling bedriver Volvo Personvagnar ett omfattande forsknings- och utvecklingsarbete inom både klimat-, miljö- och sociala frågor.

Övergripande samhällsfrågor som påverkar verksamheten, däribland miljö och säkerhet, kräver en fortlöpande dialog med myndigheter. Ett exempel är det långsiktiga samarbetet med Trafikverket med målet att skapa förutsättningar för bättre trafiksäkerhet i framtiden.

Volvo Personvagnar rapporterar fortlöpande till huvudägaren Zhejiang Geely Holding Group. Genom regelbunden dialog utvecklas ambitioner och inriktning inom strategiska områden – från kundrelationer och nya modeller till framtida utmaningar som hållbar mobilitet.



DESIGNED AROUND YOU AT WORK

Volvo Personvagnars företagsstrategi "Designed Around You" är en tydlig programförklaring, som knyter an till företagets historiska värdegrund. Strategins fokus på människan gäller också Volvo Personvagnar som arbetsplats. Målet är en hållbar arbetsmiljö, där medarbetarna får bästa möjliga förutsättningar för att leverera, utvecklas och må bra.

För att företaget ska nå målet som världens mest framåtsträvande och eftertraktade bilmärke måste människan stå i centrum också inom organisationen. Det är Volvo Personvagnars medarbetare och deras kompetens som är avgörande för att företaget ska lyckas.

Våren 2011 inleddes ett förändringsarbete där den nya strategin lanserades via en rad stora företagsinterna kommunikationsinsatser. Idag är genomförandeprocessen nere på teamnivå. Över hela organisationen arbetar arbetsgrupper med hur "Designed Around You" ska tillämpas i det dagliga arbetet.

– Medarbetarna har välkomnat den nya strategin och vill vara med och förverkliga den. Det finns en stark framtidsstro i företaget, säger Sara Edling, Employer Brand Manager.

Ett centralt projekt under året är "Designed around you@work", som syftar till att skapa bästa möjliga förutsättningar för medarbetarna. Det handlar om bra arbetsmiljö, smarta tekniska hjälpmedel och flexibilitet i tid och rum.

Ny företagskultur

Där företags- och varumärkesstrategin handlar om vad som ska göras, handlar den nya företagskulturen om hur man ska arbeta för att nå dit. I centrum för Volvo Personvagnars nya företagskultur "Aspired Culture" står engagemang och framåtanda.

– Den typ av organisation som vi vill åstadkomma präglas av en passion för våra bilar och

"Samla tvärfunktionella grupper för att diskutera företagets utmaningar."

Ad van Batenburg, Managing Director
VCC Holland

kunder. Vi ska vara snabba, innovativa och lösa våra utmaningar tillsammans. För att nå våra mål måste vi ha en hälsosam organisation och då spelar vår kultur en avgörande roll. Många delar är redan på plats, men kulturarbete är en förändringsresa och måste få ta sin tid, säger Sara Edling.

"Att leda med mod handlar om att våga ta risker för att göra det rätta. Och stötta kollegor som gör detsamma."

David Pan, Vice President HR VCC Kina

Redan idag står Volvo Personvagnar på en stadig grund. Medarbetarna var lojala också under de tuffa åren, vilket är en verklig konkurrensfördel. En av Volvo Personvagnars fem målsättningar för 2020 är att bli "The Employer of Choice", en attraktiv arbetsgivare, inte bara i Sverige utan också globalt. Det vill säga ett företag som människor söker sig till, uppskattar att arbeta för och rekommenderar till sina vänner.

"Ledarskap handlar om närvaro; att finnas där, påverka, inspirera, utmana genom högt ställda mål och låta människor växa."

Anu Lipponen, Logistikchef Torslanda

För att Volvo Personvagnar ska bli en verkligt global verksamhet måste medarbetarna spegla omvärlden. Mångfald är också en förutsättning för att skapa innovativa bilar med människan i centrum. Både forskning och Volvo Personvagnars erfarenhet visar att

heterogena grupper är mer kreativa och fattar mer välgrundade beslut.

Medarbetarna i centrum

I 2011 års medarbetarundersökning ökar resultatet för "Medarbetarnas lojalitet" och "Hur attraktivt Volvo Personvagnar är som arbetsgivare" markant jämfört med året innan, hela 19 procentenheter, vilket är ett kvitto på att företaget går i rätt riktning. Ökningen är generell över hela organisationen.

Nyckeln till att driva förändringsresan mot 2020 i mål är inspirerade ledare i hela den globala organisationen. Som ambassadörer för den nya företagskulturen är ledarna avgörande för att skapa mening och kundfokus genom sin

"Ledarskap handlar om att bygga förtroende - att ta ansvar snarare än att ta kontroll."

Wim Maes, Vice President Marketing, Sales & Customer Service

förmåga att engagera, coacha och uppmuntra medarbetarna till personligt ansvar för företagets högt ställda mål.

Attitydundersökningen visar att medarbetarna överlag är nöjda med ledarskapet, vilket ger ett resultat över benchmark. Inte minst är medarbetarna nöjda med lagandan, de stora möjligheterna till utveckling och att Volvo Personvagnar är ett dynamiskt företag med "fantastiska produkter".

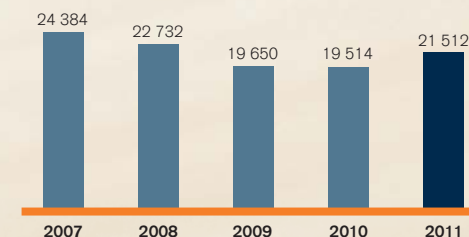
Att unga medarbetare får utrymme och möjligheter är Sara Edling själv ett gott exempel på, eftersom hon kom till Volvo Personvagnar direkt från universitetet. Employer Branding var

hennes specialområde under studietiden och hennes spetskunskap inom området vägde upp bristen på erfarenhet.

– När min kompetens sedan kopplades ihop med erfarna kollegor blev resultatet ett starkt team. Jag har mitt drömjobb och min upplevelse av att jobba för Volvo Personvagnar gör det väldigt lätt att marknadsföra företaget.

ANTAL ANSTÄLLDA

+10,2%







Anastasia Korneva antogs till Volvo Personvagnars Graduate Program direkt efter sin civilekonomexamen. Hon ser många fördelar med programmet, inte minst variationen mellan arbete och utbildning som öppnar för bredare kunskaper och insikter om företaget.

GRÄNSLÖST LÄRANDE FÖR GRADUATES

Det är bara du själv som sätter gränserna för ditt lärande, säger Anastasia.

– Men den största fördelen med programmet är nätverkandet. Att få arbeta i tre olika positioner under tre års tid bygger, på relativt kort tid, ett enormt nätverk i hela företaget. Och då har jag inte ens nämnt det starka nätverk som vi graduate-kollegor bygger inom gruppen.

Anastasia ser oändliga karriär- och utvecklingsmöjligheter inom företaget. Inte minst eftersom Volvo Personvagnar går igenom en spännande förändringsprocess. Just nu arbetar hon som Finance Programme Controller i nära samarbete med ingenjörer.

– Jag trodde aldrig att jag, i min roll, skulle hamna så nära det tekniska området. Det är en verklig utmaning för mig, men det är ju en av tankarna bakom programmet – att bli utmanad.

Var ser du dig själv om några år?

– I ärlighetens namn har jag inga specifika karriärplaner. Ibland kan de planer som vi drar upp för framtiden göra att vi missar andra chanser som dyker upp. Jag föredrar att vara öppen och flexibel inför de möjligheter som kommer i min väg.

Volvo Personvagnars Graduate Program är ett treårigt utvecklingsprogram som syftar till att hitta framtidens ledare inom företaget. Deltagarna rekryteras till en tjänst och deltar parallellt i utvecklingsmoduler. Under det första året arbetar deltagarna inom det affärsområde som de rekryterats till, men flertalet får också chansen att pröva andra affärsområden eller arbeta internationellt för att få ett bredare perspektiv.



SERVICE 2.0 FÖRENKLAR FÖR KUNDEN

Volvo Personvagnars kundfokus löper genom hela värdekedjan, från design och produktutveckling till den totala upplevelsen av ägandet.

Återförsäljarna är navet för eftermarknaden, som omfattar allt som händer efter inköpet av bilen – från försäkringar och garantier till service, tillbehör och reparationer. Volvo Personvagnar arbetar intensivt för att underlätta kundernas vardag och bygga goda och långsiktiga relationer.

En rad initiativ håller på att rullas ut på Volvo Personvagnars marknader med målet att sätta en helt ny servicestandard för bilindu-

strin. Det övergripande konceptet Service 2.0 innebär bland annat att bilar som servas hos en av företagets återförsäljare uppdateras med den senaste mjukvaran utan extra kostnad. Dessutom förlängs Volvo Assistance och liknande assistanspaket kostnadsfritt ett år framåt när bilen genomgår service i en auktoriserad Volvoverkstad.

Effektiv och personlig service

Parallellt implementeras bland annat One Hour Stop, ett nytt och lean-inspirerat arbetssätt som skapar ett smart och effektivt arbetsflöde i verkstäderna. One Hour Stop har tre hörnstenar: Lean, team och tekniker med

bred kompetens. Resultatet är att bilen servas eller repareras inom en fast utlovad tid, vilket för en majoritet av kunderna innebär maximalt en timmes väntan.

Varje kund får en personlig servicetekniker, som bokar och planerar jobbet, välkomnar kunden, genomför service och eventuell reparation av bilen samt förbereder och går igenom fakturan. Därför är idén med One Hour Stop i högsta grad också människocentrerad. Teknikerna arbetar i team och får den utbildning, det mandat och det stöd som krävs för att leverera på topp och bygga en personlig relation med kunden. Tack vare lagarbete, kunskapsöverföring och ökad kompetens i teamet

byggs en helhetssyn på kundens behov. Satsningen har fallit mycket väl ut i de länder där konceptet har genomförts, däribland Kina, Spanien och Taiwan.

Hållbarhet genom hela livscykeln

Volvo Personvagnar arbetar kontinuerligt med att minska miljöavtrycket under användarskedet av bilens livscykel. Volvos bilar blir allt mer miljöanpassade och dessutom pågår också ett systematiskt miljöarbete hos återförsäljare och verkstäder.

Företaget säkerställer också att det finns ett nätverk av godkända monterare tillgängliga, så att kunden kan lämna tillbaka sin uttjänta bil utan kostnad. Nästan allt i de nuvarande Volvo-modellerna kan återvinnas, inklusive ädelmetallerna i katalysatorn. Idag återvinns 85 procent av materialet och tio procent går till energiåtervinning.

Varje återförsäljare ska uppfylla Volvo Personvagnars Dealer Standards, där miljöfrågor ingår som ett kravelement. Återförsäljaren ska också utse en miljökoordinator som ansvarar för säker lagring av kemikalier, återvinning och källsortering. Vid starten av nya projekt, som vid införandet av One Hour Stop, ingår miljöhänsyn som en viktig utgångspunkt i arbetsprocessen.

Ständig kompetensutveckling

Vid Volvo Personvagnars globala kompetenscenter i Göteborg utbildas representanter för återförsäljarna och får kunskaper som de sedan för vidare till regionen eller säljbolaget. Vid en nybilsintroduktion tar återförsäljarna exempelvis del av de nya systemen för aktiv säkerhet. Företagets utbildningssystem är välutvecklat och inkluderar allt från nybilsintroduktioner och reparationer till arbetsprocesser och servicefrågor.

Volvo Personvagnars interna tävling Volvo International Service Training Award motiverar servicetekniker från hela världen att sträva efter perfektion i sitt yrke. Mer än 14 000 deltagare från 71 marknader tävlar varje år i tekniska kunskaper, lagarbete och förmågan att möta kundens behov.

Under 2011 lanserades webbportalen Dealer Development Portal, ett kommunikationsverktyg där alla återförsäljare tar del av viktig information, bland annat sker kommunikationen kring tredjepartsrevisioner via portalen. Tanken är att det dels ska vara lätt att ta emot och besvara viktiga frågor, dels vara enklare att dela kunskap mellan marknader.

RENOVERING EN BRA AFFÄR FÖR KUNDER OCH MILJÖ

Omkring 15 procent av Volvo Personvagnars reservdelsaffär utgörs av artiklar som omsorgsfullt har renoverats till nyskick, något som företaget arbetat med sedan 1945.

Volvo Original Utbytesdelar är ett kostnadseffektivt alternativ för våra kunder och uppfyller samma kvalitet, specifikation och garanti som nyttillverkade komponenter. Ibland till och med bättre, eftersom artiklar till äldre bilmodeller uppdateras till senaste standard. Men framför allt är sortimentet ett miljömässigt bra val, eftersom en renoverad artikel kräver 85 procent mindre råmaterial och 80 procent mindre energi än en nyttillverkad produkt. Volvo Personvagnar återanvänder årligen omkring 1000 ton stål och 600 ton aluminium genom detta arbete.

Idag ingår allt från växellådor till injektorer i sortimentet, som också utökas med allt fler elektronikkomponenter allt eftersom bilarna förändras och utvecklas. Elektronikkomponenter är i de flesta fall förknippade med en destruktionskostnad. Genom renovering uppgaderas istället produkten med den senaste tekniken till ett bättre pris. Detta ger mervärde för kunden och minskad miljöpåverkan. Vissa utbytesartiklar designas redan i produktutvecklingsstadiet för att underlätta eventuell renovering.

ÅTERFÖRSÄLJARE & SERVICEVERKSTÄDER, 2011

	Försäljningsställen	Sålda bilar
Europa inkl. Ryssland	1 434	273 339
USA och Kanada	357	74 088
Kina	131	47 140
Volvo Car Overseas Corporation	361	50 416
Volvo Car International Corporation	0	4 272
Totalt	2 283	449 255



AKTIVT ANSVAR I LEVERANTÖRSKEDJAN

Ett framgångsrikt företag vinner ytterligare affärsfördelar genom att ta ett aktivt ansvar för miljön och samhället. Ansvaret omfattar hela värdekedjan och här utgör leverantörsledet en mycket viktig del. Därför lyfts Volvo Personvagnars värderingar, som mänskliga rättigheter och goda arbetsvillkor, fram som tydliga krav på leverantörerna och ingår i företagets inköpsvillkor.

Ny uppförandekod

Under 2011 antog styrelsen Volvo Personvagnars första uppförandekod som fristående bolag efter att tidigare ha följt Fords regelverk. Uppförandekoden är ett policydokument, som

sammanfattar Volvo Personvagnars etiska värderingar och regelverk. Detta policydokument måste alla anställda känna till och följa. Volvo Personvagnar förväntar sig också att alla affärskontakter och handelspartners följer uppförandekodens principer.

– Vi vill bedriva en seriös och etisk verksamhet. Ett positivt mervärde är att goda arbetsförhållanden leder till en mer pålitlig och effektiv leverantörskedja, säger Kristina Ek Blohm, CSR-chef Inköp.

Volvo Personvagnar stödjer FN:s Global Compact, som är ett initiativ för företag som vill ta ansvar för miljö och sociala frågor med sikte mot en hållbar utveckling.

Kvalitetssäkring i alla led

Kraven på kvalitet, produktutveckling, kostnadseffektivitet, leveransförmåga och miljöomsorg är höga. Volvo Cars Quality through Excellence Award (VOE) är den status Volvo Personvagnar vill att alla leverantörer ska nå upp till för att möta företagets högt ställda krav.

– VOE är ett verktyg som mäter leverantörerna inom områdena kvalitet, miljö och prestanda. Vi arbetar i nära dialog med leverantörerna för att gemensamt skapa bästa möjliga utveckling, säger Kristina Ek Blohm.

Bland grundkraven ingår miljöcertifiering enligt ISO 14001 och kvalitetscertifiering

enligt ISO TS 16949. VQE omfattar också kvalitetssäkring av leverantörens tillverkningsprocesser, arbetsmiljö, säkerhet samt mätning av leveranskvalitet och leveransförmåga.

De bästa leverantörerna bjuds in att delta i Volvo Cars Award of Excellence. Syftet är att belöna insatser utöver det vanliga och uppmuntra till ytterligare förbättringar. Vinnare utnämns inom var och en av kategorierna CSR, teknik, kvalitet och kostnadseffektivitet. 2011 vanns kategorin CSR av Bridge of Weir, som förser Volvo Personvagnar med läder till bilklädselar och interiörartiklar.

Under 2011 lanserades en ny leverantörsportal som effektiviserar kommunikationen mellan Volvo Personvagnar och leverantörerna. Här hittar leverantörerna information om arbetssätt, inköpsvillkor och verksamhetskrav, liksom krav och riktlinjer inom miljö och socialt

ansvar. Portalen har också ett nyhetsverktyg som snabbt kommunicerar nyheter och viktig information.

Utbildningar med lokal anknytning

Volvo Personvagnar stöttar leverantörerna i att utöva ett medvetet och ansvarsfullt ledarskap och genomför, i samarbete med andra bilföretag, globala leverantörsutbildningar inom affärsetik, arbetsförhållanden och miljöansvar. Syftet är dels att lyfta fram värdet av goda arbetsförhållanden, dels att tydliggöra Volvo Personvagnars förväntningar på leverantörerna. Under 2011 genomfördes utbildningar i Turkiet och Indien och under 2012 följer utbildningar i Mexiko och Kina.

– Vi kopplar utbildningarna till lokala förhållanden och lokal lagstiftning, vilket gör dem konkreta och direkt överförbara på det dagliga

arbetet. Detta speglas också i den positiva återkoppling som vi fått från deltagarna, säger Kristina Ek Blohm.

Volvo Personvagnar deltar också i ett internationellt nätverk som utvecklar en gemensam syn på arbetsförhållandena i leverantörskedjan.

Det långsiktiga samarbetet med leverantörer runt om i världen har stor betydelse för Volvo Personvagnars framgångar. Idag levererar omkring 400 leverantörer komponenter till bilarna och ytterligare omkring 3 300 leverantörer förser Volvo Personvagnar med andra produkter och tjänster.





EN DEL AV SAMHÄLLET

Utöver ansvar för produkter och verksamhet tar Volvo Personvagnar ett långsiktigt ansvar för att hitta hållbara lösningar – bland annat genom att stödja forskning och utbildning.

Volvo Adventure

Volvo Adventure drivs i samarbete med AB Volvo och FN:s miljöprogram UNEP och vänder sig till skolungdomar i högstadieskolor. Syftet är att motivera unga människor till engagemang och kreativa lösningar för att förbättra sin närmiljö.

2011 års vinnande lag från Shanghai i Kina tog fasta på att även små steg gör skillnad, speciellt om förändringen sker i stor skala.

Deras projekt fokuserade på den enorma förbrukningen av engångsåtpinnar i Kina. Under två års tid har ungdomarna arbetat för att informera andra skolungdomar i Shanghai om resursslöseriet. Samtidigt uppfann de ett sätt att diska klassiska åtpinnar med hjälp av enzymer.

– De har med stor passion och kunskap lyckats lyfta medvetenheten om problemet och presenterar en alternativ hållbar lösning. De har till och med uppfunnit en rengöringsprodukt. Vi ser fram emot att se projektet sprida sig till andra städer i Kina och till andra länder, sade juryns ordförande Bernard Combes från FN-organet Unesco.

Laget har räknat ut att det går åt 16–25 miljoner träd för att tillverka de cirka 80 miljarder par åtpinnar som varje år slängs i Kina, där det råder stor brist på skog. Projektmedlemmarna besökte bland annat en rad skolor i Shanghai för att dels väcka debatt, dels ge förslag till lösningar. Projektet väckte stort engagemang i skolorna och har även lett till positiva kontakter med myndigheterna. I Volvo Adventure 2012 kom 240 tävlande bidrag in från 45 länder. Finalen avgörs i Göteborg i juni, 2012.



Läs mer på
www.volvoadventure.org



Volvo Adventure 2011

Från vänster till höger, uppifrån och ner

Det vinnande laget från Kina, Shanghai Pinghe School.

Laget från Sydafrika genomför en sydafrikansk dans tillsammans med sina Volvo Adventure-vårdar.

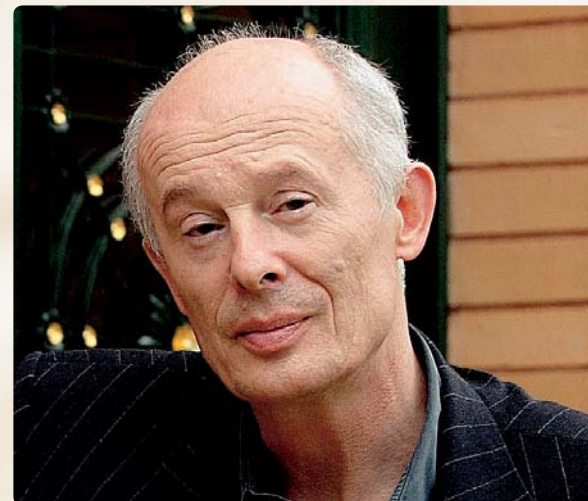
Jury, från vänster - Katarina Sundqvist, Volvo Personvagnar, Bernard Combes, UNESCO, Chris McLean, tidigare vinnare av Volvo Adventure, Jared Abayo, Scout World Organization (ej med på bilden Inge Horkeby, AB Volvo).

Volvos miljöpris till John Schellnhuber

I takt med att forskarvärlden insett att mänsklig aktivitet påverkar jordens klimat har globala miljöstudier blivit en av miljöforskningens snabbast växande grenar.

Årets mottagare av Volvos miljöpris, Professor John Schellnhuber, är världsledande forskare på de komplicerade mekanismer som påverkar den globala miljön. Han arbetar för att bygga broar mellan vetenskap och politik och har varit rådgivare för en rad regeringschefer samt EU:s president Manuel Barroso.

I sin prismotivering framhöll juryn, där flera internationellt ledande forskare ingår, att det krävs just mångsidig, interdisciplinär forskning för att möta de oroande klimatutmaningar som mänskligheten står inför. Därför "finns ingen som bättre än John Schellnhuber kan bidra med internationellt ledarskap för att utveckla och applicera vetenskapliga rön för politiker och beslutsfattare".



Professor John Schellnhuber, vinnare av Volvos Miljöpris 2011.

Professor Schellnhuber leder Potsdam Institute for Climate Impact Research (PIK). Han har på tyska regeringens uppdrag byggt upp detta ledande internationella center inom hållbarhetsforskning. Schellnhuber är också professor i teoretisk fysik vid universitetet i Potsdam utanför Berlin samt gästprofessor vid Santa Fe Institute i USA.

Volvos miljöpris är ett av världens mest respekterade miljöpriser och tilldelas människor som genom sin forskning bidrar till en mer hållbar värld. Priset finansieras av Volvo Personvagnar och AB Volvo, men delas ut av en oberoende stiftelse. Sedan starten har priset delats ut till 38 personer. Bland pristagarna finns många kända namn, varav tre Nobelpristagare.

Läs mer på www.environment-prize.com

HÅLLBARHETSDATA 2011

	2011	2010	2009	2008	2007	Trend ¹	Kommentar	GRI-indikator
ATT SKAPA VÄRDE								
Medarbetarengagemang (%) ²	76	–	–	–	–	n/a	A	
Total försäljning (antal sålda bilar)	449 255	373 525	334 808	374 297	458 323	(+)	B	
ATT TA SOCIALT ANSVAR								
Produktsäkerhet								C
Resultat säkerhetstester								
Andel oberoende säkerhetstester där Volvo Personvagnar fick högsta betyg (%)	89	88	80	70	69	(+)		PR1
Medarbetarnas hälsa och säkerhet								D
Hälsa								
Sjukfrånvaro per tillgängliga timmar (%)	4,4	4,5	4,7	5,0	5,5	(+)		LA7
Arbetssskador								
Andel skador som leder till minst en dags sjukfrånvaro per 200 000 arbetade timmar	0,7	0,6	0,5	0,9	1,5	(–)		LA8
Mångfald och jämställdhet								E
Mångfald och jämställdhet								
Andel kvinnor i ledande befattning (%) ³	21,0	19,6	18,7	18,5	18,0	(+)		LA13, LA14
Jämställdhet								
Förhållande i grundlön mellan kvinnor och män (blue collar) ⁴	0,970	0,790	0,994	0,974	n/a	(+)		LA13, LA14
Förhållande i grundlön mellan kvinnor och män (white collar) ⁴	0,990	1,010	1,034	1,027	n/a	(–)		
Sysselsättning								
Totalt antal anställda	21 512	19 494	19 650	22 732	24 384	(+)		LA1
Omsättning anställda ⁵	2,3	3,3	12,8	9,2	9,1	(+)		LA2
ATT FRÄMJA EKOLOGISK HÅLLBARHET								
Utsläpp från produkten								F
Bränsleeffektivitet								
Genomsnitt bilflottans utsläpp av CO ₂ inom EU (g/km)	151	157	173	182	190	(+)		EN26
Energianvändning vid bilproduktion								G
Total energianvändning vid bilproduktion (MWh)								
Total energianvändning vid bilproduktion (MWh/bil) ⁶	1,30	1,61	1,71	1,59	1,42	n/a		EN3, EN4
Utsläpp vid produktion								
Totala koldioxidutsläpp vid bilproduktion (ton)	59 685	67 585	58 980	68 367	126 735	(+)		EN16
Totala koldioxidutsläpp vid bilproduktion (kg/bil) ⁶	114	190	158	151	311	n/a		
NOx-utsläpp vid bilproduktion (ton)	80	85	71	90	101	(+)		EN20
SOx-utsläpp vid bilproduktion (ton)	<1	<1	<1	<1	1	(=)		EN20
Lösningsmedelsutsläpp vid bilproduktion (flyktiga organiska kolväten) (ton)	828	738	527	712	740	(–)		EN20
Lösningsmedelsutsläpp vid bilproduktion (flyktiga organiska kolväten) (kg/bil)	1,78	1,98	1,80	2,01	1,66	(+)		
Miljöfarligt avfall vid bilproduktion (ton)	11 439	9 087	5 594	9 320	11 395	(–)		EN22

1) Trend indikerar på vilket sätt resultatet utvecklas i förhållande till resultatet året innan i relation till Volvo Personvagnars mål och visioner. Ett plustecken (+) visar att företaget rör sig i rätt riktning mot målen, medan ett minustecken (–) visar att företaget behöver göra mer för att utvecklas åt rätt håll.

2) Ny indikator som ersätter medarbetartillfredsställelse.

3) Endast Kina, Belgien och Sverige sedan 2011.

4) Nya lönegrupper sedan 2011.

5) Endast Sverige och Belgien sedan 2010.

6) Endast produktion i Torslanda, Sverige och Gent, Belgien, sedan 2011.

KOMMENTARER TILL HÅLLBARHETSDATA

A. Medarbetarengagemang

Volvo Personvagnar mäter en gång om året medarbetarnas engagemang genom ett index som kallas Engagement Index (EI). Det globala målet för 2011 var 85, och resultatet blev 76. Engagemanget mäts genom aspekter som energi och tydlighet. Resultat från undersökningen 2011 visar att 22 procent av alla anställda är fullt engagerade medan en tredjedel är mindre engagerade. Vårt långsiktiga mål för EI år 2020 är 95. Tidigare år har medarbetartillfredsställelse använts för att mäta tillfredsställelsen hos anställda; skälet till förändringen är att vi vill sätta mål och mäta resultatet i relation till vår företagskultur, som karaktäriseras av engagemang. Se även GRI/Management Approach Labour Practices and Decent Working Conditions.

B. Försäljning

Volvo Personvagnar visade ökade försäljningssiffror på alla marknader under 2011. Försäljningen har sedan 2010 ökat med 20,3 procent till 449 255 bilar. Kina visar den högsta ökningen med 54,4 procent. Nordamerika växte med 22,5 procent; Norden med 13,3 procent, Europa med 13,1 procent och övriga regioner med 35,7 procent – alla i jämförelse med 2010. Marknadsandelarna förbättrades i alla regioner jämfört med året innan. De förbättrade försäljningssiffrorna har framförallt drivits av en ökad efterfrågan på 60-serien: Volvo S60, V60 samt XC60. Försäljningen av Volvos DRIVE-modeller med lägre koldioxidutsläpp fortsätter att vara drivande i Europa. Målet för 2020 är att öka försäljningen till 800 000 bilar, och Volvo Personvagnars tillväxtplan i Kina är en viktig del för att nå detta mål.

C. Produktsäkerhet

Volvo Personvagnars mål för 2020 är att ingen ska dödas eller skadas i en ny Volvobil. För att nå detta mål fortsätter Volvo Personvagnar sin långa tradition av forskning och sitt arbete med att förstärka säker-

heten i och runt bilarna. Varje år genomförs ett stort antal oberoende säkerhetstester och Volvo Personvagnar har som målsättning att tillhöra de främsta i sin klass. 2011 fick Volvo Personvagnar högsta betyg i 81 av 91 genomförda tester, vilket motsvarar 89 procent av testerna. Se även GRI/Management Approach Product Responsibility och PR1.

D. Medarbetarnas hälsa och säkerhet

I Volvo Personvagnars arbetsmiljödirektiv beskrivs företagets arbetsmiljöpolicy. Ett av Volvo Personvagnars mål är att uppnå världsklass när det gäller hälsa och säkerhet för de anställda. Sjukfrånvaron bland Volvo Personvagnars anställda i Sverige och Belgien har sjunkit sakta men säkert under de senaste åren. Under 2011 uppmätte Volvo Personvagnar den hittills allra lägsta nivån för sjukfrånvaro på företaget, 4,4 procent. Företaget bevakar också arbetsrelaterade olyckor noggrant och följer upp alla skador för att åstadkomma förbättringar och undvika framtida olyckor. Under 2011 nådde företaget ned till ett resultat på 0,7 LTCR (antalet skador med minst en dags sjukfrånvaro per 200 000 arbetade timmar). Se även GRI/Management Approach Labour Practices and Decent Working Conditions samt LA7.

E. Mångfald och jämställdhet

Mångfaldsfrågor har hög prioritet hos Volvo Personvagnar. När det gäller ledande befattningar, har andelen kvinnor nått 21 procent 2011. Företagets nya mångfaldsplan implementerades under 2010 and inkluderar en rad aktiviteter för att öka mångfalden och den nytta som företaget kan dra av den. Se även GRI/Management Approach Labour Practices and Decent Working Conditions samt LA13–LA14.

F. Bränsleeffektivitet

Volvo Personvagnars utveckling av drivlinan för att minska koldioxidutsläppen har börjat visa resultat. Den genomsnittliga utsläppsnivån inom EU har

minskat till 151 gram koldioxid per kilometer för 2011, jämfört med 157 gram koldioxid per kilometer för 2010. Volvo Personvagnar arbetar hårt med att minska energiförluster genom effektiva motorer, växelsystem och elektrifiering. Företaget söker aerodynamisk perfektion i kombination med minskad vikt och minimalt med mekaniska förluster. Elektrifiering kommer att spela en stor roll för att hantera framtidens koldioxidutmaningar, där EU:s förutspådda reglering om 95 gram koldioxid per kilometer till 2020 är ett mål. Andra nyckelfaktorer för företagets framgång är den nya produktplattformen (Scalable Product Architecture, SPA) tillsammans med den nya serien motorer (Volvo Environmental Architecture, VEA). Volvokunder kan nu välja mellan sju olika modeller med koldioxidutsläpp under 120 gram per kilometer, varav tre ligger under 100 gram per kilometer. Se även GRI/Management Approach Environment samt EN26.

G. Produktion och miljö

Volvo Personvagnar har ett genomgående mål att minska den totala energikonsumtionen, och målet är att bli klimatneutrala i produktionen. All inköpt el i Europa kommer från förnybara källor, framför allt vattenkraft. Värme kommer främst från spillvärme och biobränslen genom fjärrvärmenäten. Under 2011 uppgick den totala energikonsumtionen till 854 936 MWh, vilket är något lägre än tidigare år. Motsvarande siffra per fordon minskade under 2011 till 1,30 MWh, jämfört med 1,61 MWh/for don för 2010, vilket är en minskning med nästan 20 procent. Se även GRI/Management Approach Environment samt EN3–EN4.

Läs mer på www.volvocars.com/sustainability/GRI

MODELLPROGRAM

C

S

V

XC



2011 I SIFFROR

VINST FÖRE RÄNTOR & SKATT, MSEK

2011	1 636
------	-------

Volvo Personvagnar har ändrat till IFRS redovisnings-principer, vilket påverkar jämförbarheten med tidigare år.

OMSÄTTNING, MSEK

2011	125 525
------	---------

FÖRSÄLJNINGSSIFFROR FÖR TIO ÅR, ANTAL BILAR

2001	412 390
2002	406 695
2003	415 046
2004	456 224
2005	443 947
2006	427 747
2007	458 323
2008	374 297
2009	334 808
2010	373 525
2011	449 255

FÖRSÄLJNING PER MODELL, 2011

S40	23 621
S60	68 330
S80	14 681
S80L	10 018
V50	45 970
V60	49 820
V70	36 842
XC60	97 183
XC70	26 156
XC90	39 631
C30	27 090
C70	9 913
Totalt	449 255

ANTAL ANSTÄLLDA* (31 DECEMBER 2011)

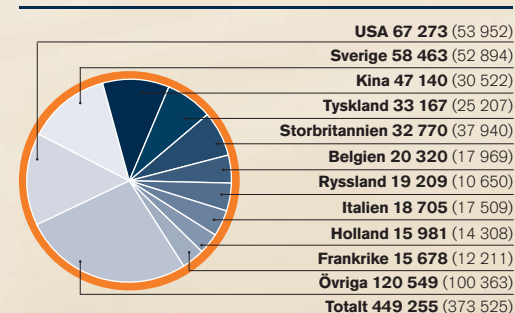
	2011	2010	2009	2008	2007
Sverige	14 550¹⁾	12 917	13 928	16 573	17 616
Belgien (Gent)	3 981	4 484	3 685	3 791	4 110
Volvo Cars China (inkl. China Chongqing)	732	—	—	—	—
Thailand	0	0	0	1	256
Malaysia	341	282	187	228	274
Marknadsbolag	1 908	1 831	1 850	2 139	2 128
Totalt	21 512	19 514	19 650	22 732	24 384

* Antal anställda gäller tillsvidareanställda medarbetare, inklusive långtidsfrånvarande, men omfattar inte tillfälligt anställda och konsulter.

TILLVERKADE BILAR PER MODELL & FABRIK 2011, ANTAL BILAR

	Göteborg	Uddevalla	Ghent	Chongqing	Malaysia	Totalt
S40	—	—	17 359	6 545	276	24 180
S60	—	—	76 122	—	277	76 399
S80	13 018	—	—	—	146	13 164
S80L	—	—	—	10 145	—	10 145
V50	—	—	46 062	—	287	46 349
V60	50 870	—	—	—	67	50 937
V70	36 048	—	—	—	—	36 048
XC60	—	—	100 761	—	561	101 322
XC70	26 919	—	—	—	—	26 919
XC90	40 983	—	—	—	90	41 073
C30	—	—	26 118	—	—	26 118
C70	—	9 640	—	—	—	9 640
Totalt	167 838	9 640	266 422	16 690	1 704	462 294

DE TIO STÖRSTA MARKNADERNA 2011 (2010), ANTAL BILAR



¹⁾ Sverige	2011
Torslandafabriken	3,258
Göteborg – Övriga	7,805
Skövde inkl. Flöby	2,008
Olofström	1,479
Totalt	14,550

STYRELSE

Li Shufu

Ordförande. Född 1963, från Kina. Grundare av Zhejiang Geely Holding.

Hans-Olov Olsson

Vice ordförande. Född 1941, från Sverige. Började på Volvo 1966. Vd för Volvo Personvagnar 2000–2005. Ansvarig för global marknadsföring på Ford Motor Company 2005–2006.

Stefan Jacoby

Vd. Född 1958, från Tyskland. Tillträdde 2010. Dessförinnan var han vd för Volkswagen i USA och har haft flera seniora positioner på Volkswagen och Mitsubishi.

Winnie Kin Wah Fok

Ledamot. Född 1956, från Hongkong. Har lång erfarenhet från finansbranschen. Är även styrelseledamot i SKF och G4S och har varit rådgivare till Investor.

Dr Herbert Demel

Ledamot. Född 1954, från Österrike. Började sin karriär på Bosch 1984. Har bland annat arbetat för Audi, Volkswagen och Fiat. Sedan 2010 vd för Magna i Kina, Sydostasien, Indien, Afrika och Sydamerika.

Daniel Li

Ledamot. Född 1970, från Kina. Nyutnämnd ledamot 2012. Han är CFO och Vice President i Zhejiang Geely Holding Group och har stor erfarenhet av bilbranschen, både på tillverkar- och på leverantörs-sidan.

Lone Fønss Schrøder

Ledamot. Född 1960, från Danmark. Startade sin karriär på rederiet Möller-Maersk. Vd för Wallenius Lines 2005–2010. Sitter i styrelsen för Handelsbanken och har varit styrelseledamot i Vattenfall.

Håkan Samuelsson

Ledamot. Född 1951, från Sverige. Vd och styrelseordförande för lastbilstillverkaren MAN 2005–2009. Har även varit chef på Scania. Sitter för närvarande i Siemens styrelse.

Dr Peter Zhang

Ledamot. Född 1966, från Kina. Kommer närmast från Geely Automotive Holding, där han var Vice President 2007–2010. Har arbetat för stora multinationella företag, såsom BP Group och Shell.

Glenn Bergström

Facklig representant (IF Metall). Född 1955, från Sverige. Började på Volvo 1974.

Sören Carlsson

Facklig representant (Unionen). Född 1964, från Sverige. Började på Volvo 1985.

Marko Peltonen

Facklig representant (IF Metall). Född 1965, från Sverige. Började på Volvo 1984.

Björn Olsson

Facklig representant suppleant (IF Metall). Född 1963, från Sverige. Började på Volvo 1981.

Magnus Sundemo

Facklig representant suppleant (Akademikerna). Född 1954, från Sverige. Började på Volvo 1979.

LEDNING



Stefan Jacoby
President & Chief Executive
Officer



Olle Axelson
Senior Vice President
Public Affairs



Jan Gurander
Senior Vice President
Chief Financial Officer



Paul Gustavsson
Senior Vice President
President's Business Office



Maria Hemberg
Senior Vice President
General Counsel



Freeman Hui Shen
Senior Vice President
China Operations



Lex Kerssemakers
Senior Vice President
Product Strategy & Vehicle Line
Management



Axel Maschka
Senior Vice President
Purchasing



Peter Mertens
Senior Vice President
Research & Development



Doug Speck
Senior Vice President
Marketing, Sales & Service



Björn Sällström
Senior Vice President
Human Resources



Paul Welander
Senior Vice President, Quality
& Customer Satisfaction



Lars Wrebo
Senior Vice President
Manufacturing

DETTA ÄR VOLVO PERSONVAGNAR

Den första serietillverkade Volvon lämnade fabriksgolvet i Göteborg 1927. Sedan dess har Volvo Personvagnar levererat en stadig ström av Volvomodeller försedda med världsledande innovationer. Idag är Volvo Personvagnar ett av världens mest kända och respekterade bilmärken med försäljning i mer än 100 länder.

Volvo Personvagnar ingick i den svenska Volvokoncernen fram till 1999, då företaget köptes av Ford Motor Company. Under 2010 förvärvades Volvo Personvagnar av kinesiska Zhejiang Geely Holding Group. Tillväxtstrategin är att etablera Kina som företagets andra hemmamarknad.

Volvo Personvagnars nya företags- och varumärkesstrategi "Designed Around You" sätter människan i centrum för all verksamhet. Strategin är ett fundament och en ledstjärna för både affären, produkterna och företagskulturen.

Under 2011 sålde Volvo Personvagnar totalt 449 255 bilar, en ökning med 20,3% jämfört med 2010. I förhållande till det starka varumärket, är Volvo Personvagnar en relativt liten biltillverkare med en global marknadsandel på runt 1–2 procent. Företagets största marknad är USA, som står för 15 % av den totala försäljningsvolymen under 2011, följt av Sverige (13 %), Kina (10 %), Tyskland (7 %) och Storbritannien (7 %).

Utöver bilfabrikerna i Göteborg och Gent i Belgien har Volvo Personvagnar haft egen tillverkning av motorer i Skövde sedan 1930-talet samt egen produktion av komponenter i Floby sedan 1957 och karosstillverkning i Olofström sedan 1969. Företaget producerar också en bilmodell i en fabrik i Uddevalla, i ett Joint Venture med italienska Pininfarina.

År 2006 startade Volvo Personvagnar tillverkning i kinesiska Chongqing, i ett företag som ägs av det kinesiska bolaget Changan, Ford och Mazda – Changan Ford Mazda Automobile Corporation Ltd.

Med en ny företagsstrategi och Volvo Personvagnars ambitiösa expansionsplaner, siktar företaget på att sälja 800 000 bilar år 2020.

Bilproduktion

Göteborg, Gent, Uddevalla (Pininfarina, Sverige), Chongqing (Changan Ford)

Sammanställningsfabrik

Kuala Lumpur, Malaysia

Komponenttillverkning

Skövde, Floby, Olofström

Designcenter

Göteborg Sverige, Barcelona Spanien, Camarillo Kalifornien USA

Vision

Att vara världens mest framstående och åtråvärda lyxbilmärke.

Mission

Våra globala framgångar ska drivas av en strävan att göra livet enklare för människor, samtidigt som engagemanget för säkerhet och miljö stärks.

Huvudkontor, produktutveckling, marknadsföring, administration
Göteborg

Anställda (31 dec 2011)
21 512

Antal återförsäljare (31 dec 2011)
Cirka 2 300 lokala återförsäljare, representerade i cirka 100 länder

Kontakta oss

Detta är den elfte rapporten om hållbarhet och ansvarsfullt företagande som Volvo Personvagnar publicerar. Det är vår avsikt att beröra områden och frågor som är viktiga för dig som intressent och för oss som företag. Vi tar tacksamt emot synpunkter på rapporten och svarar gärna på frågor som rör Volvo Personvagnars arbete med hållbar utveckling.

Välkommen att kontakta oss via e-post:
citizen@volvocars.com eller
telefon 031-59 00 00.

Kontaktperson: Erica Wikman
ansvarig hållbarhetsfrågor.

Volvo Personvagnar AB
Public Affairs, Sustainability, PVH 50
405 31 Göteborg
www.volvocars.com/sustainability



