

#4 november 2002

Snuset lyfter resultatet

Den organiska tillväxten uppgick till fem procent under årets första nio månader med en stark volymutveckling för snus. Rörelseresultatet steg med 16 procent till 1 865 Mkr och vinsten per aktie med 21 procent till 3:11 kr. Snusframgångarna innebär en stor förbättring av snusmarginalen som under tredje kvartalet uppgick till 45,3 jämfört med 38,5 procent för ett år sedan. Högre volymer är den främsta förklaringen, men även förändringar i pris och produktmix samt något lägre marknadsföringskostnader har bidragit positivt.

Sid 2

Cigarrproduktionen effektiviseras

Inom cigarrverksamheten har en rad av förvärv gjorts under senare år och arbetet har fokuserats på att integrera de nya bolagen. Nästa steg är att fokusera på produktionen och hur den kan effektiviseras. Samtidigt som produktionsenheter slås samman sker en omfattande uppgradering av maskinparken.

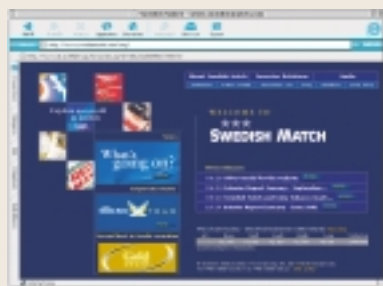


Sid 6

Swedish Match stämmer UST

Swedish Match har lämnat in en stämning mot det amerikanska tobaksbolaget UST för att de med olagliga metoder hindrar konkurrensen. USTs försäljare har fått bonus om de fått bort konkurrerande produkter från butikerna. Metoderna har inneburit bland annat att försäljningshyllor har förstörts och reklamskyltar har målats över eller slitits ner.

Sid 2-3



Silvermedalj

I Webranking™ 2002, Europas ledande granskning av börsnoterade bolags webbplatser i Norden, tar Swedish Match hem silvermedaljen. Webrankingens™ krav på en »corporate website« är höga och kompletteras år till år med nya krav ställda från kapitalmarknaden. Undersökningen har även en internationell version, där kraven är satta ur ett internationellt perspektiv. Även där fick Swedish Match medaljplats i och med en tredjeplacering.

Sid 7



STIG-GÖRAN NILSSON

SWEDISH MATCHS REVISORER

Med uppdrag att granska

Revision är ett ständigt löpande arbete som syftar till att slå vakt om förtroendekapitalet och därmed också tryggheten för aktieägarna. Bakom revisionsberättelsens 40 rader text som läses upp på bolagsstämman ligger 20 00 revisorstimmar plus det arbete som engagerar styrelse och många medarbetare inom Swedish Match. Revisorerna på bilden är fr v Claes Dahlén, Susanne Sundvall, Åke Danielsson och Claes Janson

Sid 4-5

Internationellt intresse för »the Swedish experience«

Under det senaste halvåret har en rad internationella konferenser debatterat nikotinberoendet och därmed också snuset som ett alternativ till rökning. Den svenska erfarenheten, eller »the Swedish experience« har blivit ett begrepp och en attitydförändring när det gäller snuset märks i medicinska kretsar.

Sid 8



JANUARI-SEPTEMBER 2002

Fortsatt stark utve

Strategiframgång

OSAKERHETEN I VÅR OMVÄRLD fortsätter att vara hög, den stabila börsuppgången låter vänta på sig och konjunktursiktterna har snarast reviderats ned av experterna de senaste månaderna. I ett sådant läge kan vi konstatera att Swedish Match fortsatt att leverera ökade vinster och aktieägarvärde.

Tredje kvartalet 2002 visade en ökning av rörelseresultatet på 16 procent och en förbättring av vinsten per aktie med 21 procent. Vi har nu presterat en rörelsemarginal på minst 15,5 procent 15 kvartal i rad med ett genomsnitt på 18 procent i år. Vinsten per aktie har kontinuerligt ökat i snabbare takt än resultatet genom våra återköpsprogram av aktier.

Våra strategier fortsätter därmed att visa framgång. Nyckelområden för tillväxt är snus och cigarrer, där rörelseresultatet under de första nio månaderna fortsatte att öka i god takt, dock med en avmattning för cigarrer. Vi arbetar ständigt med vår effektivitet och våra kostnader för att upprätthålla och förbättra våra marginaler. Under det gångna kvartalet beslöt vi att ytterligare höja tempot i de redan aviserade rationaliseringarna inom cigarrområdet och att anpassa och effektivisera produktionen inom Tändare som möter hårdnande konkurrens.

Våra interna effektivitetsansträngningar vad gäller kapitalbindningen gav också goda resultat. Vi har lyckats minska kapitalbindningen på ett märkbart sätt vilket syns bland annat i det starkt positiva kassaflödet. »Svinget« i bidraget från rörelsekapitalet gick från ett minus på 163 Mkr under niomånadersperioden förra året till ett plus 59 Mkr i år.

Dessa exempel visar att vi har en koncern som är välstrukturerad, med framgångsrika produkter och god stabilitet i intjäning och finansiell position. Vi värdar, underhåller och bygger vidare på denna balanserade struktur, som fortsätter ha en betydande värdeökningspotential för Swedish Match aktieägare.

Lennart Sundén, VD och Koncernchef

Ett bra resultat, trots att valutautvecklingen går Swedish Match emot. Så kan tredje kvartalets utveckling sammanfattas. Den organiska tillväxten uppgick till fem procent under årets första nio månader med stark volymutveckling för snus. Rörelseresultatet steg med 16 procent till 1 865 Mkr och vinsten per aktie med 21 procent till 3:11 kr. »Vi kommer att öka takten i återköpen av aktier under fjärde kvartalet«, säger ekonomi- och finanschefen Sven Hindrikes.



Sven Hindrikes.

Swedish Match snusverksamhet fortsätter att utvecklas väl. Den organiska tillväxten i försäljningen fram till oktober 2002 var hela 18 procent, och 16 procent efter valutaeffekter, det vill säga en förstärkning av den svenska kronan mot de allra flesta andra valutor Swedish Match säljer i. Totalt var snusförsäljningen 2 090 Mkr under januari-september och rörelseresultatet 923 Mkr.

Glädjande är att marknadsandelen i USA ökade ytterligare en procentenhet under perioden till 9 procent efter en volymökning på 10 procent.

»SNUSFRAMGÅNGARNA SYNS i en mycket god förbättring av snusmarginalen som under tredje kvartalet uppgick till 45,3 jämfört med 38,5 procent för ett år sedan«, kommenterar Sven Hindrikes. »Högre volymer är den främsta förklaringen, men även förändringar i

pris och produktmix samt något lägre marknadsföringskostnader har bidragit positivt«.

Koncernens andra stora produktområde, Cigarrer, har mött ett tuffare marknadsklimat under året första nio månader. I lokal valuta var försäljningen i stort sett oförändrad, men den starkare kronan innebar en minskning i kronor räknat med två procent till 2 513 Mkr. Däremot utvecklades rörelseresultatet väl under de första nio månaderna med en ökning på 14 procent till 411 Mkr.

»MARKNADSBILDEN FÖR CIGARRER är splittad«, förklarar Sven Hindrikes. »Vi har en i stort sett stabil efterfrågan på premiumcigarrer både i Europa och USA. Detsamma gäller maskintillverkade cigarrer i Europa. Volymen för de amerikanska maskintillverkade cigarrer har däremot minskat. Vi arbetar nu intensivt med sortiment och marknadsföring

och kommer med flera nylanseringar. Samtidigt förstärker vi vårt tidigare annonserade effektiviseringsprogram inom cigarrverksamheten. Vi gör ytterligare besparingar i Europa. Dessa kommer att öka avgången med 140 personer utöver de 150 vi tidigare sagt«.

Av de övriga två produktområdena inom tobak fortsatte Tuggtobak visa stabilitet med bättre rörelseresultat och marginal som en följd av prisökningar och kostnadsbesparingar. Piptobak såg försäljningen och rörelsemarginalen minska. Förklaringen är vikande volymer på flera marknader och en valutaförsvagning på den viktiga sydafrikanska marknaden.

INOM TÄNDSTICKOR OCH TÄNDARE fortsatte Tändstickorna att visa bättre rörelsevinst och en god utvecklingen av marginalen som var 14 procent under niomånadersperioden jämfört med 10,7 föregående jämförelseperiod. Konkurrens-

Swedish Match stämmer UST i konkurrensrättsmål i USA

Swedish Match har lämnat in en federal stämningssökansökan i Kentucky mot UST. Swedish Match hävdar i stämningen att UST utnyttjar sin närmast monopolliknande ställning på ett otillbörligt sätt.

I stämningssökansökan yrkar Swedish Match dels på ett permanent förbud för UST att fortsätta att använda olagliga metoder för att hindra konkurrensen på den amerikanska snusmarknaden, dels på ett skadestånd.

SWEDISH MATCH HÄVDAR i sin stämningssökansökan att bolaget lidit skada till följd av USTs agerande. Koncernen har efter introduktionen av Timber Wolf i USA 1994, trots USTs åtgärder, kunnat ta närmare 9 procent av den amerikanska snusmarknaden. »Swedish Match har vuxit i USA, men vi vet inte hur mycket större tillväxten hade varit om inte UST hade agerat olagligt«, säger Bo Aulin, chefsjurist. »Deras åtgärder har varit inriktade på att förhindra konkurrens«.



Swedish Match Inside är ett en tidning för Swedish Match aktieägare. Tidningen trycks i 75 000 exemplar på svenska samt 4 000 exemplar på engelska.

UTGIVARE
Swedish Match AB

ADRESS
Swedish Match
118 85 Stockholm
Tel: 08-658 02 00
www.swedishmatch.com

ANSVARIG UTGIVARE
Bo Aulin

I REDAKTIONEN
Lena Forsman,
Hallvarsson&Halvarsson AB
Lena Olofsdotter,
Swedish Match AB

SKRIBENTER
Birgitta Gunnarsson,
Martin Haag,
Mats Hallvarsson,
Gabriel Thulin

PRODUKTION
Hallvarsson&Halvarsson AB

REPRO
Scarena, Stockholm

GRAFISK FORM
Peppar Design,
Petter Carnhagen

TRYCK
Ljungbergs, Klippan

☆☆☆
SWEDISH MATCH

Utvikling för snuset

en inom tändarområdet har ökat med lägre volymer som följd. »Vi har redan påbörjat ett program av neddragning och rationaliseringar inom tändare«, kommenterar Sven Hindrikes.

Sammanfattningsvis fortsätter koncernen att utvecklas väl och leverera goda resultat för aktieägarna. Kassaflödet var kraftigt positivt under perioden, då samtidigt en halv miljard investerades i den nya snusfabriken i Göteborg och ungefär lika mycket betalades ut i utdelning. Rörelsekapitalbindningen minskar tack vare effektiviseringsprogram.

»DEN SVENSKA KRONANS styrka har påverkat oss relativt mycket. Sannolikt har marknaden redan börjar diskontera en svensk anslutning till EMU, varför det nu pågår en engångsjustering av den svenska kronans värde på längre sikt. Räkna vi i våra verksamheters lokala valutor ser vi att koncernens underliggande konkurrenskraft är bra. Hade vi haft förra årets valutakurser för tredje kvartalet vid samma period i år skulle resultatet ha varit 43 Mkr bättre«, säger Sven Hindrikes. »Vi fortsätter dessutom att spara och rationalisera. Nya åtgärder på cirka 68 Mkr är beslutade och skall ge full effekt andra halvåret 2003«.

Han berättar slutligen att koncernen varit ganska så återhållsam med återköp av aktier under de gångna nio månaderna. Ungefär 2,2 miljoner köptes och det egna innehavet uppgick i slutet av perioden till 6,4 procent av det totala antalet aktier. Kursutvecklingen var stark under första halvåret. »Med en växande kassa och en något billigare aktie kommer vi sannolikt att öka takten i inköpen något«. □

UST sålde snus för 15 miljarder kronor förra året med en nettovinst på 4,6 miljarder kronor. För att försvara sin lönsamma marknad har UST använt alla medel för att tvinga ut konkurrenter.

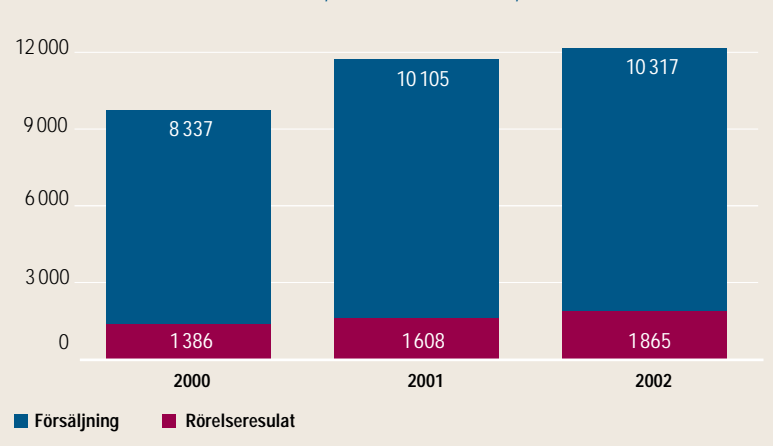
Stämningensansökan kommer två månader efter en dom i Six Circuit Court of Appeals, som fastställde att UST måste betala 1,05 miljarder USD i skadestånd till Conwood, en annan konkurrent på den amerikanska snusmarknaden.

I STÄMNINGSANSÖKAN refererar Swedish Match bland annat till vad som blev känt i rättegången där Conwood nyligen vann sin skadeståndprocess mot UST;

- Butiker som bara säljer USTs snus har fått tusentals dollar i bonus, medan de som marknadsfört konkurrerande snus har hotats med stoppade leveranser av USTs snus.

- En affärskedja skrev på ett marknadsföringsavtal med UST som stipulerade att konkurrerande produkter skulle

FÖRSÄLJNING OCH RÖRELSERESULTAT, JANUARI-SEPTEMBER, MSEK



NETTOOMSÄTTNING MSEK

	Jan-sept 2002	Jan-sept 2001	Förändring %
Snus	2 090	1 799	16
Tuggtobak	1 023	1 028	0
Cigarrer	2 513	2 586	-3
Piptobak/ Tillbehör	618	697	-11
Tändstickor	1 268	1 254	1
Tändare	535	613	-13
Övrig verksamhet	2 270	2 128	7
Total	10 317	10 105	2

RÖRELSERESULTAT MSEK

	Jan-sept 2002	Jan-sept 2001	Förändring %
Snus	923	691	34
Tuggtobak	311	278	12
Cigarrer	411	362	14
Piptobak/ Tillbehör	119	185	-36
Tändstickor	177	134	32
Tändare	60	74	-19
Övrig verksamhet	-136	-116	
Total	1 865	1 608	16

placeras på nedersta hyllan utom synhåll för kunderna.

- USTs försäljare har fått bonus om de har fått bort konkurrerande produkter ur butikerna, försäljningshyllor har förstörts, reklamskyltar har målats över eller slitits ned.

- I vissa fall har snusdosor stulits och slängts och försäljarna har placerat UST-dosor i konkurrenternas hyllor.

- UST har manipulerat försäljningsstatistik så att affärskedjorna underskattat konkurrentprodukternas popularitet och därför minskat beställningarna.

»VI HAR ÄNNU INTE fastställt vilket belopp vi ska kräva, säger Bo Aulin. »USTs agerande har varit riktat mot alla konkurrenter och bolaget fortsätter med sina olagliga metoder trots att Conwood vann sitt skadeståndsmål«. □

Nu kan du prenumerera på och beställa elektroniska tjänster via Swedish Matches hemsida: www.swedishmatch.com.

KALENDERPÅMINNELSE

Denna tjänst ger dig påminnelser om Swedish Matches kalenderaktiviteter via sms och/eller e-post. Du kan välja att bli påmind om finansiella eller övriga aktiviteter, en eller flera dagar innan aktiviteten äger rum.

AKTIEKURSTJÄNST

Denna tjänst ger dig realtidsinformation om Swedish Matches aktiekurs via sms och/eller e-post.

PRESSRELEASETJÄNST

Denna tjänst ger dig realtidsinformation om Swedish Matches pressreleaser via sms och/eller e-post.

Analytikernas frågor

Swedish Matches niomånadersrapport för perioden januari-september 2002 offentliggjordes 24 oktober. Vid en efterföljande telefonkonferens mötte koncernledningen analytiker från banker och mäklarhus. Ett urval av frågor och svar presenteras här.

MARTIN STEINIK, J P MORGAN:

»Hur ser er marknadsutveckling ut för snus i värdesegmentet i USA med tanke på att ni fått ny konkurrens? Har det hänt något särskilt som driver tillväxten?«

EMMETT HARRISON, INVESTOR RELATIONS:

»Den senaste mätningen, från oktober, visar en total försäljningstillväxt i butiksledet på 14,9 procent. Vår förväntan har varit en ökning på 12-13 procent och för Timber Wolf ökade försäljningen med 11,8 procent från januari till oktober. Det är inga speciella yttre faktorer som driver tillväxten utan den ligger i stort sett stabil på denna nivå. Timber Wolf står sig mycket bra i det sammanhanget och förklaringarna är att det är en bra produkt med bra smaker och bra pris.«

JONAS PÅLSSON, ABG SECURITIES:

»Snuset visar en rörelsemarginal på över 45 procent för tredje kvartalet. I samband med halvårsrapporten angav ni en trolig nivå på 42-44 procent för helåret. Har ni reviderat upp den nu? Jag undrar också vad ni räknar med för vinster av de omstruktureringar som nu görs i Kontinentaleuropa.«

SVEN HINDRIKES, FINANSIDIREKTÖR:

»Vi räknar med att prognosen 42-44 procents rörelsemarginal för snuset ska stå sig. När det gäller omstruktureringarna, som bland annat innefattar stängningen av en fabrik, så kommer de att leda till ett minskat personalbehov med runt 150 personer. Därutöver har vi identifierat en sparpotential på ytterligare 140 tjänster inom administration och säljorganisation. Totalkostnaden för nedskärningarna uppgår till 68 MSEK. I gengäld räknar vi med en årlig kostnadsminskning framöver på 30 MSEK, från och med andra halvåret 2003. Merparten av den gäller cigarrverksamheten.«

PIETER VORSTER, CREDIT SUISSE FIRST BOSTON:

»Är massmarknadsförsäljningen av cigarrer i USA en besvikelse för er?«

LENNART SUNDÉN, KONCERNCHEF:

»Ja, vi har sett en försvagning av vår försäljningsvolym på den nordamerikanska marknaden. Det innebär att vi inte riktigt levt upp till den allmänna marknadsutvecklingen som i sig är mycket robust. Det här kommer vi att ta tag i framöver, bland annat genom ett antal nya lanseringar som planeras till början av nästa år.«

VIRGINIA HÉÉRIBOUT, CDS IXIS SECURITIES:

»Valutaeffekterna har ju minskat era intäkter under året. Vad väntar ni er för fjärde kvartalet och första kvartalet nästa år? Och kompenseras ni inte av att råvarupriserna också sjunker i samma grad?«

SVEN HINDRIKES, FINANSIDIREKTÖR:

»Det är riktigt att valutaeffekterna dragit ner försäljningen med motsvarande tre procentenheter under de första nio månaderna. Framför allt är det försvagningen av den amerikanska dollarn som haft effekt, men även den sydafrikanska randens och den brasilianska realens svaghet har påverkat oss. Vad som händer framöver är naturligtvis omöjligt att säga om, men vi ser inga speciella tecken på att några kraftiga svängningar är att vänta. När det gäller råvarupriserna så sker självfallet en påverkan där också, men den kommer vi först att märka på längre sikt, i takt med att våra lager förnyas.«

»När jag läser upp revisionsberättelsen på Swedish Match bolagsstämma, då känns det mycket tydligt att jag fullgör ett förtroendeuppdrag för koncernens nära 100 000 aktieägare. Det är alltid en viss spänning och högtidlighet i luften, litet av sanningens minut«.

Så berättar Åke Danielsson, ordinarie revisor i Swedish Match tillsammans med Göran Tidström och revisorssuppleanten Claes Dahlén, samtliga från ÖhrlingsPricewaterhouseCoopers. Bakom den 40 rader långa revisionsberättelsen, varken mer eller mindre, ligger uppskattningsvis 20 000 revisorstimmar per år. Därtill ett ständigt löpande arbete som engagerar snart sagt varenda anställd i koncernen från styrelsen och ut i minsta lagerlokal runt om i världen. Det yttersta syftet är att säkra en så tillförlitlig bild som möjligt av »aktieägarnas Swedish Match«.

Varje ord väger tungt

Revisorsberättelsen ser kanske inte mycket ut för världen med sina korta standardformuleringar. Men den specifika vikten av varje ord är mycket tung«, säger styrelsens ordförande Bernt Magnusson. »Bakom ligger en väldig investering i arbetstid på omkring 16 miljoner kronor varje år, mångårig erfarenhet och kompetens hos oss och revisorerna. Revisorn sätter hedern och hela sin firmas förtroendekapital i pant på att det är korrekt. En större pant finns inte. För revisorn är förtroendekapitalet allt. Resultatet blir trygghet för aktieägarna«.

Revisionen är den årliga process då ledningens uppdrag att förvalta aktieägarnas tillgångar granskas. Det är också aktieägarna via bolagsstämman som

ytterst är revisorernas uppdragsgivare. Är det inte ett problem att det sedan är VD och styrelse som betalar notan och i praktiken formulerar uppdraget och är kunden?

»Nej«, svarar Åke Danielsson. »Det finns inget motsatsförhållande i vad företagsledningen vill att vi ska göra och vad som vi är ålagda att göra. Vi är ett stöd åt ledningen och dessutom ett oberoende kontrollorgan som skall se till att koncernens bolag följer de instruktioner ledningen givit«.

ATT BOKFÖRING INTE ÄR EN exakt vetenskap är Bernt Magnusson och koncer-

nens revisorer ense om. »Därför finns det ej heller en exakt och objektiv bild av ett företags tillstånd. Det viktiga är att sträva efter en långtgående genom-

»För revisorn är förtroendekapitalet allt. Resultatet blir trygghet för aktieägarna«

BERNT MAGNUSSON

20 000 timmar bakom

APRIL

Bolagsstämman beslutar om fastställande av resultat- och balansräkningar, disponerar vinsten och beviljar ansvarsfrihet. Granskning av föregående års verksamhet enligt amerikanska regler (20F).

MARS/APRIL

Förberedelser inför stämman. Granskning enligt amerikanska regler (20F) med omfattande dokumentation och särskilt revisorsteam.

FEBRUARI

Styrelsemöte om bokslutskommuniké. Granskning av årsredovisning.

JANUARI

Granskning av bokslut, rapporter från alla revisionsteam. Intern revisionsberättelse och PM. Koncernredovisningsgrupp arbetar parallellt. Koncernrevisionsgranskning inleds.

DECEMBER

Fortsatt arbete, avrapportering från teamen.

REVISIONSÅRET

MAJ/JUNI

Planeringen börjar för innevarande bokslutsår, revisionsteam bildas.

AUGUSTI

Granskningsarbetet startar, instruktioner till alla bolag.

SEPTEMBER

Problem inventeras och fokusering diskuteras och bestäms.

OKTOBER/NOVEMBER

Full fart på granskningen, ständig kontakt HK och revisorer.

System i fokus för granskning

Revisionsarbetet i Swedish Match engagerar ett hundratal revisorer under den mest hektiska tiden från september in i februari.

24 revisorsteam i 15 länder arbetar mer eller mindre kontinuerligt med granskning av räkenskaper, kontroll- och rapporteringssystem.

Bertil Raihle, Swedish Match, och Claes Janzon, revisor hos ÖhrlingsPricewaterhouseCoopers är nyckelpersoner i processen. Bertil Raihle därför att han som koncerncontroller arbetar med koncernens ekonomiska rapportering på huvudkontoret, och Claes Janzon som ansvarig och sammanhållande av alla de 24 revisorsteam. De båda rapporterar sedan vidare till sina respektive uppdragsgivare, koncernens ekonomiska och finansdirektör Sven Hindrikes och de båda ordinarie revisorerna Åke Danielsson och Göran Tidström.

De hinner knappt pusta ut efter bolagsstämman förrän arbetet drar igång igen i maj med planeringsmöten. »Vi diskuterar då om vi ska fokusera granskningen på några särskilda områden, till exempel mot bakgrund av större strukturella förändringar i koncernen, förändringar i lagstiftning eller regelverk eller om förra årets revision visade behov av specialinsatser«, säger Bertil Raihle.

»I en stor koncern som Swedish Match blir arbetet till stor del systemgranskning, inte så mycket att vi sitter och fingranskar order eller fakturor«

SÅDANA »TEMAN« I REVISIONEN kan vara genomgångar av it-systemens ändamålsenlighet och säkerhet, en specialgranskning av lagervärderingen eller faktureringsystemens kvalitet. »I en stor koncern som Swedish Match blir arbetet till stor del systemgranskning, inte så mycket att vi sitter och fingranskar order eller fakturor«, säger Claes Janzon, som också har en för Swedish Match viktig specialistkompetens inom amerikansk redovisning.

Nu gör man detta också, men mer som stickprov. Revisorerna besöker till exempel lagerlokaler och kontrollerar flödena där och värderingen av varorna. Men systemens kvalitet står i fokus:

vem har rätt att mata in information i systemen, hur kontrolleras att de blir rätt, hur är lagerflödet kopplat till orderinformation, kundfordringar, kundreskontra, och hur håller man koll på kvaliteten och värdet i lagren. Viktig är också granskningen av de finansiella transaktionerna och riskbedömningen av dessa liksom redovisningsprincipernas standard och efterlevnad.

»Som revisorer skall vi kontrollera

lysning och öppenhet. Aktieägare och andra skall kunna se vilka bedömningar vi har gjort och helst förstå varför vi gjort dem. Sen må vi acceptera att man också kan göra andra bedömningar».

Denna programförklaring ligger bakom den konservativa »revisionskulturen« i Swedish Match, enligt Bernt Magnusson. »Långsiktig trovärdighet är lika viktigt för oss som revisorerna«. Åke Danielsson, ordinarie revisor håller med: »Vi har jobbat med koncernen i många år och attityden är öppenhet, lyhördhet för synpunkter och proaktivitet«.

STYRELSEN UPPHANDLAR revisorstjänsten vart fjärde år genom att sätta samman en kravlista och begära in offerter. Vilka är kriterierna för att få revisionsuppdraget i Swedish Match?

»Med vår breda internationella verksamhet är det bara de stora internationella revisionsfirmorna som kommer ifråga.

Andra krav är oberoende, en stark kombination av allmän kompetens och specialistkompetens, inte minst vid revisionsfirmans huvudkontor i Stockholm. Samt återigen: obefläckat rykte och förtroendekapital,« säger Bernt Magnusson.

Det har klagats mycket på revisorerna det senaste halvåret mot bakgrunden av de amerikanska företagsskandalerna Enron och WorldCom. Kan sådana händelser drabba Swedish Match?

Åke Danielsson svarar så här: »Omvärlden har ibland orealistiska förväntningar. Vår roll är klart definierad i aktiebolagslagen. Vi ska vidta de åtgärder som man rimligen kan begära och peka på problemen. Men revisionen är inte i första hand inriktad på att avslöja bedrägeri, och vi har ju inga maktmedel till vårt förfö-

gande. Makten i bolaget har bolagsstämman, styrelse och VD«.

BERNT MAGNUSSON SÄGER: »Vi har sett över vårt revisionsarbete för att kontrollera om vi har luckor och fallgropar av den typ som avslöjades i USA. Men det föranledde då inte några åtgärder. Ett företag bygger på ömsesidigt förtroende mellan ett stort antal individer. Att helt och hållet skydda sig mot skurkaktiga och ohederliga individer är svårt utan kontroller som skulle göra oss alla till poliser och därmed skapa en omöjlig arbetsmiljö«.

Mot bakgrund av den senaste tidens utveckling, har Swedish Match styrelse beslutat att inrätta en Revisionskommitté med tre ledamöter, vars närmare uppgifter, ansvar och befogenheter kommer att fastställas under de närmaste månaderna. □

»Det finns inget motsatsförhållande i vad företagsledningen vill att vi ska göra och vad som vi är ålagda att göra«.

ÅKE DANIELSSON



Bernt Magnusson.



Göran Tidström.

»Gott betyg«

»WHEN TRUST AND FAITH DISAPPEAR SO DOES VALUE«, citerar Göran Tidström den amerikanske centralbankschefen Alan Greenspan. Med revisorsansvar i koncernen sedan 1987 har Göran Tidström med åren blivit en del av Swedish Match eget förtroendekapital. Som svensk superrevisor med internationella toppuppdrag i professionen betonar han gärna den långa och »goda« revisorstraditionen i bolaget.

»Under Sven Andréns tid som VD verkade ett revisorskollegium, med hög akademiskt kompetens i professor Sven-Erik

Johanssons person. Han var inte auktoriserad revisor men besatt mycket djup kunskap. Kollegiet grävde fram de kniviga diskussionspunkterna, fick management att arbeta med dem, stod för avancerad problemlösning och prövning av informationen ut till kapitalmarknaden«.

DENNA KULTUR VERKAR FORTFARANDE i hög grad i styrelsens syn på revisionsarbetet. Idag arbetar vi mer avancerat med och i managements egna rapporteringsstrukturer, vilket ger ett större mervärde i revisionen. Revisionsprocessen har därmed blivit mer kontinuerligt effektiviserande och värdefull för både bolaget och dess intressenter, menar han.

Efter företagsskandalerna i USA tidigare i år är förväntningarna på revisionsarbetet höga på kapitalmarknaderna. »Revisionskommittéer förväntas tillföra extra kvalitet i hela granskningskedjan. Jag kan konstatera att styrelsen hittills faktiskt har ägnat revisionsfrågorna ett sådant intresse att den i mångt och mycket fullgjort det som en revisionskommitté kan tänkas tillföra«, slutar Göran Tidström.

Det är ett gott betyg.

Revision pågår året runt och revisorerna känner sig hemma i Swedish Match korridorer. Frv: Claes Dahlén, suppleant som arbetar med särskilda frågor i tändar- och tändsticksverksamheten, samt i Swedish Matches utländska dotterbolag, Åke Danielsson som är ordinarie revisor, Susanne Sundvall som är expert på finansverksamhet och också är revisor i pensionskassorna samt Claes Janzon.

40 rader text

att bolaget har kontroll och arbetar ambitiöst med att begränsa riskerna i verksamheten, stora som små«, fortsätter Claes Janzon.

EFTER SEMESTRARNAs DRAR arbetet igång när de 24 revisionsteamerna har fått sina instruktioner, fem i Sverige, två i USA och resten koncentrerade i stora Swedish Match-länder som till exempel Holland och Indien. Ett särskilt team finns i London för granskning enligt de amerikanska reglerna. Den granskningen resulterar i det så kallade 20F-dokumentet, en årsredovisning som måste lämnas till den amerikanska Finansinspektionen, Securities and Exchange Commission. Totalt är ett 100-tal revisorer inblandade i granskningen av Swedish Match alla bolag världen runt.

I november kommer rapporter från de olika revisionsteamerna. Det kan vara 400–500 sidor enligt en strikt rapportmall som strömmar in på mail i Stockholm. Claes Janzon sammanställer sedan rapporter till Bertil Raihle och Sven Hindrikes. Vid möten reder man då ut olösta frågor och skickar ut instruktioner till redovisningschefer och revisorer på fältet för uppföljningsarbete.

Bokslutsgranskningen börjar tidigt i januari. Alla revisionsteamerna arbetar för högt tryck och inom några veckor rapporteras granskningen in från alla lokala bolag. Parallellt arbetar en koncernredovisningsgrupp med sammanställandet av bokslutet för koncernen. Vid pass

5 februari sker ett avrapporteringsmöte för fastställandet av bokslutet. »Vi har ett antal möten i januari och början på februari. Det blir det många sena kvällar för att klara öppna frågor och finslipa siffrorna inför styrelsens bokslutsmöte kring den 10 februari då revisorerna är med«, berättar Bertil Raihle.

Då har redan granskningen av årsredovisningen börjat. Det arbetet pågår under januari och februari. Utöver detta har Swedish Match, som noterat bolag i USA, kravet att inom sex månader från årets utgång sammanställa det digra 20F-dokumentet enligt amerikanska redovisningsstandards, US GAAP. Där spelar specialteamet i London huvudrollen på revisorssidan.

Bertil Raihle rycker ut Redovisningsrådets rekommendationer ur bokhyllan – 350 sidor – och pekar sedan på en rad pärmar, »det här ska vi också följa, cirka 4 000 sidor amerikanska normer! Det är utomordentligt väl genomtänkta och detaljerade, de tvingar till en krävande intellektuell genomarbetning av redovisningen«.

DE AMERIKANSKA reglerna hamnar ibland i konflikt med de svenska. I Sverige hyllar vi försiktighetsprincipen, medan den amerikanska grundinställningen är marknadsvärdering. Därför måste Swedish Match redovisa enligt bägge systemen med förklaringar till avvikelserna. Detta redovisas i ett särskilt avsnitt som en not i årsredovisningen.

Det säger sig självt att revisorsorga-

nisationen får en mycket bred och djup kunskap om koncernen och dess verksamhet. »Därför är det naturligt att vi använder dem för en rad uppdrag av konsultkaraktär. Vi behöver deras hjälp vid till exempel redovisningsfrågor vid förvärv, rådgivning i skattefrågor och hantering av krångliga bokföringstransaktioner i internationella affärer. Därtill har revisorerna stor kunskap om rapport- och kontrollsystem, vilket vi kan utnyttja i den ständiga utvecklingen av våra egna administrativa system«, slutar Bertil Raihle. □

»Som revisorer skall vi kontrollera att bolaget har kontroll och arbetar ambitiöst med att begränsa riskerna i verksamheten, stora som små«



Bertil Raihle.



Ambitiöst program effektiviserar cigarrproduktionen

Efter flera år av expansion genom förvärv, vänder nu Swedish Matchs cigarrdivision blickarna inåt, mot produktionen. Ett omfattande effektiviseringsprogram står högst på dagordningen.

Det var för två år sedan som vägen stakades ut för att strömlinjeforma och effektivisera produktionen av maskintillverkade cigarrer. Det innebär stora förändringar i en bransch som alltjämt kännetecknas av stor hantverksmässighet, ett myller av blandningar, produkter och förpackningsslag, krav på snabba leveranser och höga kvalitetsanspråk. Det är också en bransch som genomgått en omfattande omstrukturering och konsolidering under de senaste åren. Swedish Match har varit en av de mest aktiva aktörerna i denna process och är idag en av världens största tillverkare av cigarrer och cigariller.

»Vi har gjort många och stora förvärv de senaste tio åren. Det har krävt mycket energi att integrera dem alla. Nu är det dags för andra vågens investeringar – i effektivare produktion. Det är en proaktiv väg vi slagit in på«, säger Peter Nilsson, chef för Continental Europe Division.

INOM DIVISIONEN RYMS fyra produktionsanläggningar, Houthalen och Overpelt i Belgien, Pandaan i Indonesien och Valkenswaard i Nederländerna. Dessutom finns tillverkning hos delägda Arnold André i Tyskland. Nu är alltså hela verksamheten under omstoppning, ett arbete som påbörjades 1999 men som nu fått förnyad fart i och med att all produktion i Belgien flyttas till Houthalen, samtidigt som vissa delar av tillverkningen förs över till Indonesien. Det gäller bland annat märken som har en för liten volym för att kunna maskinproduceras. Den finish av produkterna (etikettering och dylikt) som hittills

skett i Valkenswaard i Holland ska dessutom också tas över av Houthalen.

Omstruktureringen innebär att personalen i Belgien kommer att minskas med 160 personer fram till slutet av 2003. Genom att produktionen samlas under ett tak är det emellertid andra rationaliseringsvinster som främst eftersträvas.

»Vi arbetar nu systematiskt utifrån bestämda mål, och genom hela produktionskedjan, på att få upp produktiviteten och få fart på flödena och att minska ledtiderna från leverantör till kund. Därmed minskar vi också kapitalbindningen och får utrymme för fortsatta investeringar«, säger fabrikschefen i Houthalen, Noël Janssens.

SAMTIDIGT MED sammanslagningen av produktionsenheterna sker nämligen en omfattande uppgradering av maskinparken. För närvarande finns 5 miljoner euro avsatta till investeringar i ny utrustning.



Noël Janssens.

Bland annat är en helt ny förpackningslinje på väg, men även tillverkningsmaskinerna trimmas och förbättras. Detta kräver i sin tur en mobilisering av hela personalen i ett ständigt förbättringsarbete, eftersom utvecklingen av maskiner och annan utrustning sker på plats. Det främsta styrverktyget här är EFQM-modellen (the European Foundation for Quality Management) som introducerades inom cigarrtillverkningen 1999 och som är ett instrument för organisationer att mäta var på vägen mot världsklass som man befinner sig.

eller boxar om 50 cigarrer. Dessutom sätter den på gördeln och ser till att den är rättvänd på varje cigarr i asken. Nästa steg är att slå in askar och boxar i cellofan, packa dem i kartonger och sist i skeppningskartonger. Maskinen har emellertid ytterligare en finess, och den har att göra med att, till skillnad från i Europa där de flesta större cigarrer som säljs redan är »snoppade« vid tillverkningen, så är de amerikanska slutna i den änden som ska stoppas i munnen. Det innebär att cigarren måste »piercas« i änden. Den nya maskinen gör även detta.

50 olika produkter hanteras idag i förpackningsmaskinen men antalet kommer



Linda Reekmans arbetar med cigarrproduktionen på fabriken i Houthalen. Maskinparken för cigarrproduktionen genomgår en ordentlig uppgradering, bland annat trimmas och förbättras tillverkningsmaskinerna och en helt ny förpackningslinje är på väg att installeras.



EN RUNDVANDRING I FABRIKEN i Houthalen ger en tydlig bild av produktionens särart och komplexitet. Här produceras såväl märken som består av 100 procent tobak – såsom La Paz, Willem II och Justus van Maurik – som så kallade HTL-cigarrer där tackbladen består av bandtobak, det vill säga tobaksmjöl på en cellulosa-bärrare. Kända märken här är Wings och Bellman.

Det kräver till en början stor lagringskapacitet – lagret av fyllningstobak motsvarar 7–8 månaders produktion och kräver dessa dimensioner eftersom man arbetar med 18 olika fyllningar som blandas på plats allt eftersom de efterfrågas. Varje fyllning som blandas är på 2 500–3 000 kilo. Till detta kommer ett enormt fryshus för tackbladsmaterial som levereras från Indonesien. De olika blandningarna kräver i sin tur en omfattande hanterings- och flödeskapacitet.

Totalt är det 162 olika cigarrsorter som produceras och som levereras i 470 olika förpackningar, såsom trälådor, plåtaskar och rör. Till detta kommer etiketter av oli-

ka slag, gördlar, ean-koder, tobaksvarningslappar, cellofan, klister etc vilket sammantaget gör att det är mer än 3 000 olika slutprodukter som i färdigt skick levereras till kunderna.



Wim Thijssens.

AMBITIONEN ÄR ATT den egenutvecklade förpackningsmaskinen ska kunna ta hand om samtliga de moment som krävs för slutfinishen och därmed ersätta fyra olika maskiner som gjort jobbet hittills. Samtidigt pågår alltså ett förbättringsarbete på cigarrmaskinerna, som också syftar till att förbättra produktivitet och prestanda.

»Vi och hela organisationen vet nu mycket väl vart vi vill nå«, säger Wim Thijssens, chef för cigarrtillverkningen inom Division Continental Europe.

»Vi har bra koll på var våra konkurrenter står, eftersom det råder en stor öppenhet i branschen inför att jämföra och mäta och lära av varandra. Alla behöver ju benchmarks, när det kommer till kritan. Utifrån den kunskapen har vi bestämt oss för att vi ska bli bäst!« □

Automatiseringsprojekt i Dothan

Även i Swedish Matchs produktionsanläggningar i Dothan, USA och Santiago i Dominikanska Republiken pågår nu ett långsiktigt rationaliseringsarbete. Båda dessa fabriker tillverkar, liksom Houthalen i Belgien, maskinrullade cigarrer.

CIGARRERNA FRÅN SANTIAGO har tackblad av hela tobaksblad, i stället för den bandtobak som ofta används för europeiska cigarrer. I Dothan består tackbladen av bandtobak.

Den arbetsintensiva produktionen med tackblad sker i Santiago sedan tre år tillbaka, då all sådan tillverkning flyttades dit från Dothan. Medan arbetet i Santiago framför allt går ut på att effektivisera produktionen med hjälp av ett genomgripande förbättringsprogram, så investeras i Dothan också i ökad automation för att höja produktiviteten.

»I fjol investerade vi motsvarande 35 miljoner kronor i automatisering, framför allt i en ny förpackningsmaskin för stora cigarrer som står för 75 procent av tillverkningsvolymen«, berättar Johnny Ghosal, chef för Swedish Matchs fabriker i Dothan, Santiago och Owensboro.

Maskinen, som konstruerats i samarbete med leverantören, är unik i branschen och automatiserar sju steg i tillverkningsprocessen. Den förpackar varje enskild cigarr i cellofan, därefter i fem-packsaskar

eller boxar om 50 cigarrer. Dessutom sätter den på gördeln och ser till att den är rättvänd på varje cigarr i asken. Nästa steg är att slå in askar och boxar i cellofan, packa dem i kartonger och sist i skeppningskartonger. Maskinen har emellertid ytterligare en finess, och den har att göra med att, till skillnad från i Europa där de flesta större cigarrer som säljs redan är »snoppade« vid tillverkningen, så är de amerikanska slutna i den änden som ska stoppas i munnen. Det innebär att cigarren måste »piercas« i änden. Den nya maskinen gör även detta.

50 olika produkter hanteras idag i förpackningsmaskinen men antalet kommer

att öka i takt med att nya produkter introduceras.

»Tack vare den nya maskinen har vi kommit ett steg längre än våra konkurrenter när det gäller förpackningsautomation«, säger Johnny Ghosal. Avsikten är att gå vidare nästa år, och då är det de mindre cigarrer-na som står på tur.

I Santiago pågår ett omfattande program för ständiga förbättringar, för att exempelvis effektivisera materialanvändningen och maskinutnyttjandet. Stora besparingar, motsvarande 1 miljon USD, har redan gjorts på ett bättre utnyttjande av tackbladsmaterialet.

SWEDISH MATCH CIGARRDIVISION

	Fabriker	Varumärken
Swedish Match Continental Europe	Valkenswaard i Nederländerna Houthalen och Overpelt i Belgien, Pandaan i Indonesien	La Paz, Willem II, Wings, Hofnar, Justus van Maurik, Bellman, etc
Arnold André (40%)	Bünde och Königslutter i Tyskland	Clubmaster, Handelsgold, Vasco da Gama, Independence, etc
Swedish Match North America	Dothan i USA, Santiago i Dominikanska Republiken	White Owl, Garcia Y Vega, etc
General Cigars (64%)	Santiago i Dominikanska Republiken, Honduras	Macanudo, Excalibur, Don Sebastian, etc

Swedish Match-aktien håller ställningen

Det tredje kvartalet var fortsatt svagt på aktiemarknaderna. Stockholmsbörsen föll tillbaka något under perioden. En fortsatt djup nedgång, i linje med årets första hälft, bröts mot slutet av kvartalet och en viss uppgång kunde märkas, inte minst inom tidigare förlorarbranscher som telekom.

Swedish Match-aktien stod i slutet av oktober marginellt över nivån i slutet av juli, således en svagt ökad kurs under kvartalet. Stockholmsbörsen har i genomsnitt backat med 5 procent under kvartalet.

Den 25 oktober, dagen efter delårsrapporten, var betalkursen för Swedish Match-aktien 69,50 kronor. Som högst har Swedish Match under det senaste kvartalet noterats i 79 kr i augusti. Årets kurstopp inträffade i april månad, då aktien som högst var uppe i 86 kr.

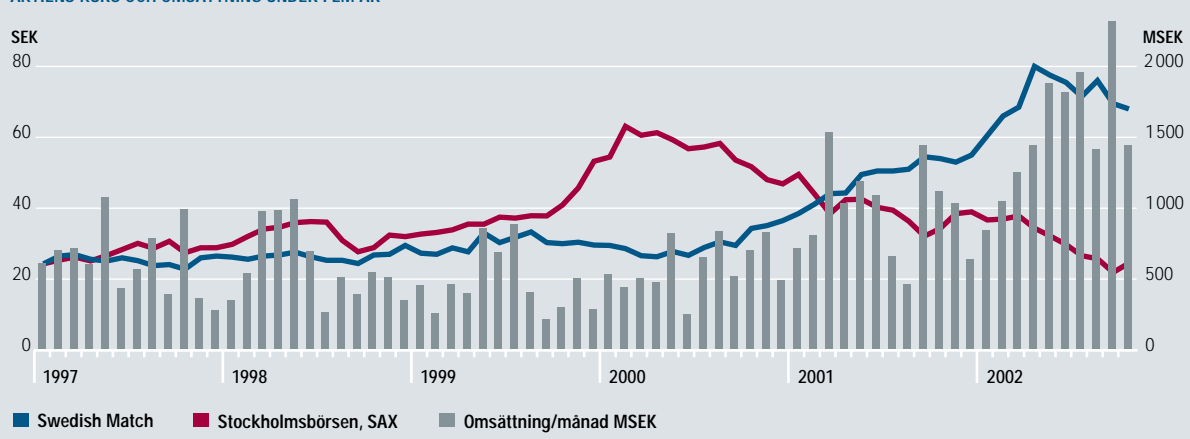
Mätt från årets början har Swedish Match gått upp 26 procent vilket är den bästa utvecklingen av de mest omsatta på Stockholmsbörsen. I genomsnitt har Stockholmsbörsen gått tillbaka med 39 procent sedan årsskiftet. På den amerikanska Nasdaq-bör-

sen, där Swedish Match amerikanska depåbevis är noterade, är utvecklingen likartad. Nasdaq-index har backat med 35 procent hittills i år.

Omsättningen i Swedish Match-aktien har varit livlig, i genomsnitt har cirka en miljon aktier handlats varje börsdag. Den största volymen med över 4 miljoner omsatta aktier noterades den 24 oktober, dagen för bolagets delårsrapport för det tredje kvartalet.

Sammanlagt har Swedish Match cirka 348 miljoner aktier utestående. □

AKTIENS KURS OCH OMSÄTTNING UNDER FEM ÅR



TOTALAVKASTNING

Totalavkastning, %

Jan-25 oktober 2002	27,4
2001	56
2000	32
1999	4
1998	19
1997	15
15 maj-31 dec 1996	9

(24% årlig avkastning)

NYCKELTAL

Vinst per aktie, SEK

2001	3,54
2000	2,76

Eget kapital per aktie, SEK

31 dec 2001	11,73
31 dec 2000	12,22

KURSUUTVECKLING, %

Januari-25 okt 2002

Swedish Match	26
SAX	-39

Aktietips på nätet

Internet är en snabb källa för information om aktier. Här finns mycket att hitta när det exempelvis gäller branschinformation, fakta om företag och kurser. Dessutom kan den som önskar hitta en hel del skvaller och rykten.

Företagets egen webbplats är en bra grund för nyheter om företaget och kanske också dess konkurrenter och om branschen. Här finns exempelvis pressmeddelanden, rapporter och kalendarier för kommande rapporter.

Andra källor är affärsmedia och aktiedatabaser. På www.afv.se kan

man hitta både historik över avslut och orderdjup och Affärsvärldens beräkningar för nyckeltal. Där finns också länkar till pressmeddelanden och vad tidningar skriver om företaget. Likaså finns Affärsvärldens prognos och den statistik över prognoser som franska JCF tar fram.

INFORMATION FINNS OFTA också på de börser ett företag är noterat på, även om fördröjningen på kursinformationen är 15 eller 20 minuter. Swedish Match är noterat i Stockholm (www.stockholmsborsen.se), i Tyskland (www.xetra.de) och i New York (www.nasdaq.com).

Den svenska finansinspektionen har ett sökbar register över alla insynstransaktioner som rapporteras. Registret uppdateras dagligen på www.fi.se, men finns tyvärr bara på svenska.

Den amerikanska motsvarigheten

SEC har i sin databas EDGAR (www.sec.gov/edgar) alla registreringar av företagsinformation. Tyvärr är dokumenten fyllda av juridisk formalism.

Bra databaser är till exempel www.my.zacks.com och www.biz.yahoo.com med basinformation om både analyser och allmän företagsinformation förutom kurser och nyckeltal. På www.reuters.com och www.multinvestor.com finns också ägarinformation. Man kan lägga upp sina egna bevakningsprofiler.

www.corporateinformation.com och www.hoovers.com är amerikanska databaser med översiktlig analys och jämförelser med andra företag.

MSCI är en databas för indexar. Swedish Match ingår i tobaksindex. (www.msci.com), men kan analytiskt också jämföras med en bredare krets av konsumtionsvaruföretag. □

NAMN & NYHETER

På nya jobb

SWEDISH MATCH HAR EFTER de senaste årens fokusering på rökfria produkter skapat sig en ställning som det globalt ledande företaget inom tobakens nischprodukter. Denna position utgör en plattform för framtiden där kompetens och produkter ligger i fas med samhällstrenderna. Mot bakgrund av dessa möjligheter till fortsatt tillväxt och lönsamhet har Peter Nilsson utsetts till Senior Vice President Business Development från och med den 1 januari 2003. Peter Nilsson, som för närvarande är chef för Continental Europe Division, Valkenswaard, Holland, kommer också i sin nya position att ingå i koncernledningen och rapportera till koncernchef Lennart Sundén.



René den Admirant har

anställts som chef för Continental Europe Division från och med den 1 januari 2003. René den Admirant har lång erfarenhet av ledande positioner inom tobaksindustrin. Senast var han ansvarig för Japan Tobacco Internationals verksamhet i Europa. René den Admirant kommer också att ingå i koncernledningen och rapportera till koncernchef Lennart Sundén.



www.swedishmatch.se näst bäst i Norden

I WEBBRANKING™ 2002, Europas ledande granskning av börsnoterade bolags webbplatser, tar Swedish Match hem silvermedaljen. »Vi lägger mycket energi på webbplatsen, så det här är jätteroligt för oss«, säger Annette Kaunitz, ansvarig för Swedish Matchs webbplats.

Tack vare intensiv satsning med hög prioritet i företagsledningen, ett kompetent webbråd samt bra webbrådgivning, har Swedish Match lyckats skapa en webbplats som uppfyller de högt ställda kraven från kapitalmarknaden, och mer därtill.

Webrankingens™ krav på en »corporate website« är höga. Undersökningen kompletteras år till år med nya trender och krav ställda från kapitalmarknaden. Därför får en webbplats aldrig sluta att utvecklas, utan måste ständigt uppdateras och underhållas. Swedish Matchs webbråd arbetar ständigt mot målet att möta de prioriterade målgruppernas förväntningar (analytiker, aktieägare och ekonomijournalister), främst genom att tillgodose vad de behöver för typ av information och hur man förenklar för dem att på bästa sätt ta del av informationen. Således har satsningarna på webbplatsen gjorts i samverkan med målet att maximera användarnytta för besökaren.

En av nycklarna till framgång är att vara lyhörd för förändringar i omvärlden och nya trender inom webbkommunikation. »Vi har en tydlig målsättning med webbplatsen, och det är väldigt tillfredsställande att målen uppfylls«, säger Annette Kaunitz. Resultaten av Webranking™ 2002 publicerades i Veckans Affärer den 28 oktober 2002.

Undersökningen har även en internationell version, där kraven är satta ur ett internationellt perspektiv. Protokollat skiljer sig således något från det nordiska. Den 6 november 2002 publicerades resultaten i Financial Times och även där fick Swedish Match medaljplats i och med en tredjeplacering i hela Europa.

»The Swedish experience« väcker forskarintresse

Snusets roll som ett från hälsosynpunkt betydligt bättre alternativ till rökning har uppmärksammats vid en rad stora internationella konferenser det senaste halvåret. Framför allt är det erfarenheterna från Sverige som lyfts fram.

Isökandet efter metoder att minska tobakens skadeverkningar har Sverige, och de förändrade svenska tobaksvanorna, på senare tid kommit att stå i fokus för uppmärksamheten bland forskare och hälsofrämjare. Den gångna sommaren och hösten har inte mindre än fem stora konferenser hållits runt om i Europa som på olika sätt behandlat rökningens skadeverkningar, nikotinberoende och alternativa, rökfria nikotinprodukter.

VAD SOM VÄCKT intresse är att i Sverige pågår ett »fullskaleexperiment i skademinskning« som en forskare, professor Michael Kunze vid Wiens universitet, uttryckte saken vid »8th Central European Lung Cancer Conference« i

Wien i början av september. Han presenterade där en studie som visar att dödligheten i lungcancer och andra rökrelaterade cancersjukdomar är lägre bland svenska män än bland österrikiska. Sverige är därmed det första industrialiserade landet att notera en påtaglig minskning av dödligheten i sjukdomar relaterade till tobak. Förklaringen, menade professor Kunze och hans kollegor, kan sökas i den stora övergång som skett i Sverige från cigarett-

rökning till rökfria nikotinprodukter, där de senare vid tusenårsskiftet stod för runt hälften av all nikotinkonsumtion i Sverige.

DEN SVENSKA ERFARENHETEN, eller »the Swedish experience« som blivit ett begrepp internationellt, bygger just på den höga konsumtionen av snus i relation till cigaretter. Det har i sin tur inneburit att flera stora epidemiologiska studier kunnat göras

och ingen av dem har visat på något samband mellan svenskt snus och cancer. Flera studier finner inte heller en överrisk för hjärtinfarkt bland snusare, till skillnad från cigarett-rökare. Samtidigt är det allmänt bekant att snus är till stor hjälp att sluta röka för många.

Mot bakgrund av dessa studier har debatten mer och mer kommit att handla om snuset som ett alternativ till rökning för människor som är nikotinberoende. I väntan på ett helt nikotinfritt samhälle, som sannolikt ligger långt bort i tiden, är det bättre att snusa än att röka, hävdar allt fler folkhälsorepresentanter. Detta gäller i en verklighet där en stor grupp aldrig kommer att bli av med sitt beroende så länge som det finns nikotin, resonerar

»Flera studier finner inte heller en överrisk för hjärtinfarkt bland snusare, till skillnad från cigarett-rökare. Samtidigt är det allmänt bekant att snus är till stor hjälp att sluta röka för många.«



många. Dessa förespråkare för en skademineringsstrategi (harm reduction) blir som sagt allt fler.

DET SENASTE EXEMPLET på en attitydförändring var den vetenskapliga konferens om nikotinberoende som hölls i Santander i Spanien i början av oktober. Där ägnades en programpunkt på det svenska snuset. En av Europas mest framträdande opinionsbildare när det gäller rökning och hälsa, Clive Bates från Action on Smoking and Health i England, förordade där att EU:s förbud mot snus upphävs och att man får en lagstiftning som i stället reglerar gränsvärden för oönskade ämnen i snuset. □

SWEDISH MATCH I KORTHET

Swedish Match är ett unikt företag med ett komplett utbud av marknadsledande varumärken inom snus och tuggtobak, cigarrer och piptobak – tobakens nischprodukter, samt tändstickor och tändare.

Koncernens verksamhet är global och produkterna säljs i 140 länder. Under 2001 var medelantalet anställda 14 343. Swedish Match aktie är noterad på Stockholmsbörsen (SWMA) och på Nasdaq (SWMAY).

Rökfri Tobak

Swedish Match har en bred närvaro på världsmarknaden för rökfri tobak, dvs snus och tuggtobak med framskjutna positioner i de nordiska länderna, Nordamerika och Sydafrika.



MARKNADSPPOSITION

Snus: Marknadsledare i Norden och Sydafrika samt den tredje största aktören i Nordamerika.
Tuggtobak: Marknadsledare i Nordamerika.

Brun Tobak

Tillsammans med rökfri tobak har brun tobak, dvs cigarrer och piptobak, identifierats som ett tillväxtområde för Swedish Match. Produkterna säljs i stora delar av världen med tyngdpunkt på Nordamerika, Europa och Sydafrika.

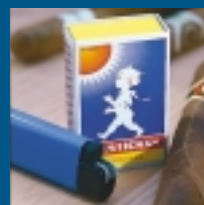


MARKNADSPPOSITION

Cigarrer: Världens näst största cigarrföretag.
Piptobak: En av de större aktörerna i världen.

Tändstickor och Tändare

Swedish Match tillverkar och marknadsför tändstickor och tändare globalt. Produkterna säljs i mer än 140 länder.



MARKNADSPPOSITION

Tändstickor: Världens enda globala tändsticksbolag.
Tändare: Bland världens tre största tillverkare.

NYCKELTAL

MSEK	2001	2000
Nettomsättning	13 635	11 533
Rörelseresultat	2 193	1 886
Rörelseresultat före avskrivningar	2 863	2 429
Årets resultat*	1 228	1 144
Vinst per aktie efter skatt, SEK	3:54	2:76
Utdelning per aktie, SEK	1:45	1:35
Avkastning på eget kapital, %	28,3	21,8

* Efter finansiella poster.

☆☆☆
SWEDISH MATCH