

FÖRETAGSPRESENTATION



VILKA ÄR VI, VAD GÖR VI

Swedish Match utvecklar, tillverkar och säljer kvalitetsprodukter under marknadsledande varumärken inom produktsegmenten Rökfria produkter, Cigarrer samt Tändprodukter. Det största produktsegmentet är Rökfria produkter som inkluderar nikotinportioner, snus, moist snuff och tuggtobak. Med visionen om *en värld utan cigaretter* eftersträvar koncernen att bidra till förbättrad folkhälsa genom att med sina rökfria produkter erbjuda attraktiva alternativ till cigaretter.

Några välkända varumärken är General (snus), ZYN (nikotinportioner), Longhorn (moist snuff), Onico (portionsprodukter utan tobak eller nikotin), Red Man (tuggtobak), Thunder (chew bags), Oliver Twist (tobacco bits), White Owl (HTL-cigarrer), Game (natural leaf-cigarrer), Fiat Lux (tändstickor) och Cricket (tändare).

Tillverkning sker i sju länder och försäljningen är störst i USA och Skandinavien.

Swedish Match aktie är noterad på Nasdaq Stockholm (SWMA).



EN VÄRLD UTAN CIGARETTER

Vi skapar aktieägarvärde genom att erbjuda konsumenter uppskattade nikotinnehållande produkter av högsta kvalitet på ett ansvarsfullt sätt. Genom att tillhandahålla produkter som är erkänt säkrare alternativ till cigaretter, bidrar vi till betydande förbättring av folkhälsan.

HISTORIA AV STRATEGISK OMVANDLING SEDAN VÅR NOTERING 1996



Avyttrade cigarettverksamheten

1999



Ny företagsvision:
En värld utan cigaretter

2014



Förvärvade Swedish Match
Denmark, tidigare V2 Tobacco
(tuggtobaks- och snus-
verksamhet)

2017



Nationell lansering av ZYN i USA

FDA MRTP status för snus-
varumärket General i USA

2019

2000

GOTHIA TEK etablerad



2010

Bildade nya STG: cigarrer, piptobak
och finskuren tobak (49% ägande)
och samtidigt avyttrades Swedish
Match premium cigarrer, europeiska
cigarrer och verksamheten för
piptobak

SCANDINAVIAN TOBACCO GROUP



2016

Reducerade aktieinnehavet i STG i
samband med noteringen av STG
på Nasdaq Köpenhamn; återstående
aktier såldes 2017

Förvärvade patenträttigheter för
nikotinportioner. Lansering av ZYN
i USA



2018

Förvärvade Oliver Twist
(tuggtobaksverksamhet) och 95%
av ägarandelen i Gotlandssnus
(snusverksamhet)



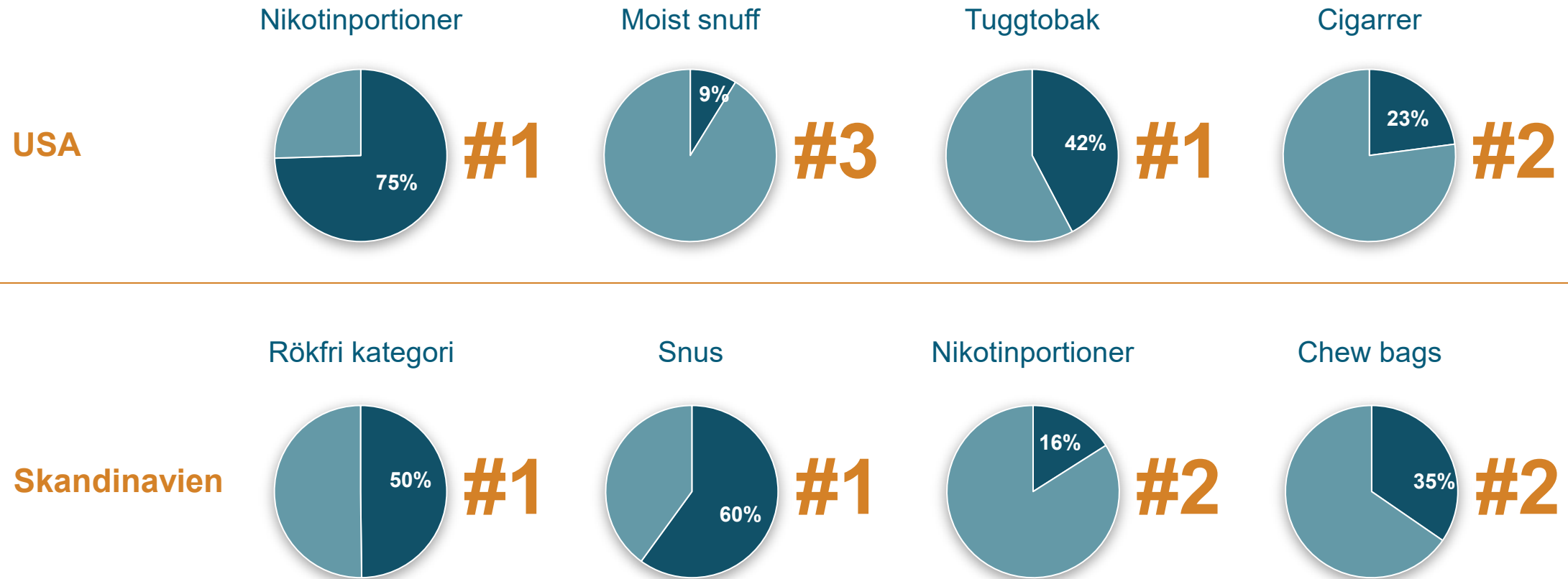
SWEDISH MATCH IDAG

- Ett globalt företag med internationella och lokala varumärken. USA och Skandinavien är våra största marknader.
- Ett innovativt företag med ett växande utbud av produkter både med och utan tobak med välkända varumärken som möter dagens vuxna konsumenters efterfrågan.
- Vi är stolta över vår vision om *en värld utan cigaretter* och vårt åtagande att erbjuda cigaretrökare mindre skadliga alternativ.
- Marknadsledare inom den snabbt växande kategorin för nikotinportioner i USA samtidigt som vi ökar vår geografiska räckvidd för nikotinportioner utanför USA.
- Skandinavien största snustillverkare med en produktportfölj av både moderna varumärken och varumärken med lång tradition.
- En ledande tillverkare av tändstickor och tändare med distribution över hela världen och en stark position inom maskintillverkade massmarknadscigarrer i USA.
- SMD Logistics är den ledande distributören av tobaksprodukter i Sverige.



ETT GLOBALT FÖRETAG MED STARKA MARKNADSPPOSITIONER

Swedish Match största marknader för rökfria produkter är i USA och Skandinavien. Swedish Match har även närvaro på marknaden för cigarrer i USA. Företaget är en ledande tillverkare av tändstickor och tändare med en stark varumärkesportfölj över hela världen.



Källa: Swedish Match estimat baserat på olika källor, inkluderat Nielsen och rapporterade branschvolymmer. Alla siffror är hänförliga till helåret 2020.

ORGANISATION

Swedish Match organisation består av tre divisioner samt staber och centrala funktioner.



PRODUKTSEGMENT OCH HUVUDSAKLIGA GEOGRAFISKA OMRÅDEN¹⁾

Rökfria produkter

Produktsegmentet omfattar:

- Nikotinportioner (USA, Skandinavien)
- Snus (USA, Skandinavien)
- Moist snuff (USA)
- Tuggtobak (USA)
- Chew bags (Europa)
- Tobacco bits (Europa)



Cigarrar

Produktsegmentet omfattar:

- Cigarrar (USA)



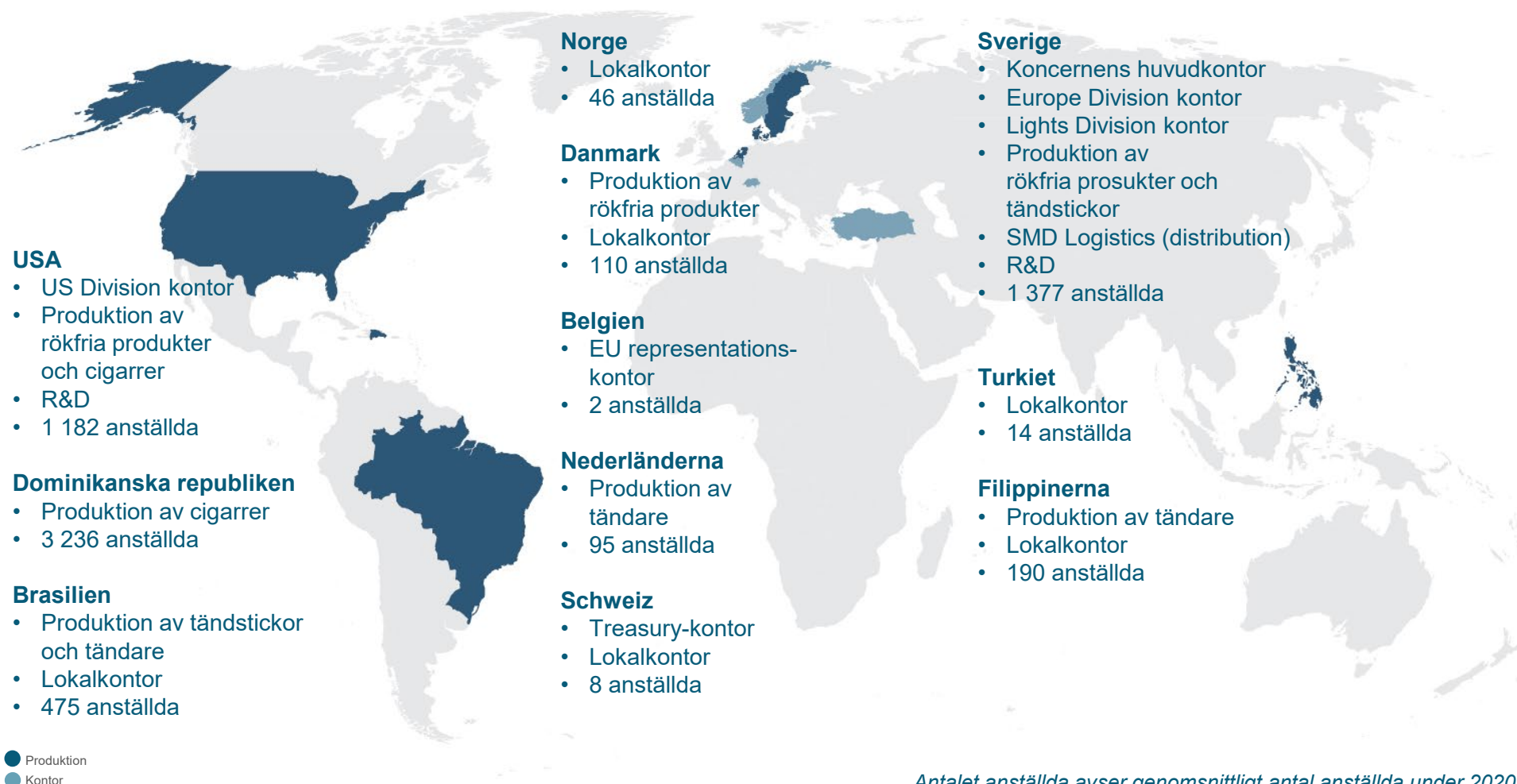
Tändprodukter

Produktsegmentet omfattar:

- Tändstickor (över hela världen)
- Tändare (över hela världen)
- Kompletterande produkter (Brasilien)



¹⁾ Produktsegment från 1 januari 2020. Kan förekomma i vissa andra geografiska områden utöver de som nämns.



LÄNDER

11

FABRIKER

15

MEDARBETARE

6 733

Antalet anställda avser genomsnittligt antal anställda under 2020.

SWEDISH MATCH I SIFFROR 2020

NETTOOMSÄTTNING,
MSEK

16 698

RÖRELSERESULTAT,
MSEK

6 991

MEDARBETARE

6 733

- Resultat före skatt: 6 644 MSEK
- Årets resultat: 4 888 MSEK
- EBITDA från produktsegment: 7 684 MSEK
- Resultat per aktie: 30:38 SEK
- Kapital överfört till aktieägare¹⁾: 5 119 MSEK

1) Utdelningar och återköp av egna aktier.



Swedish Match verksamhet kännetecknas av starka kassaflöden

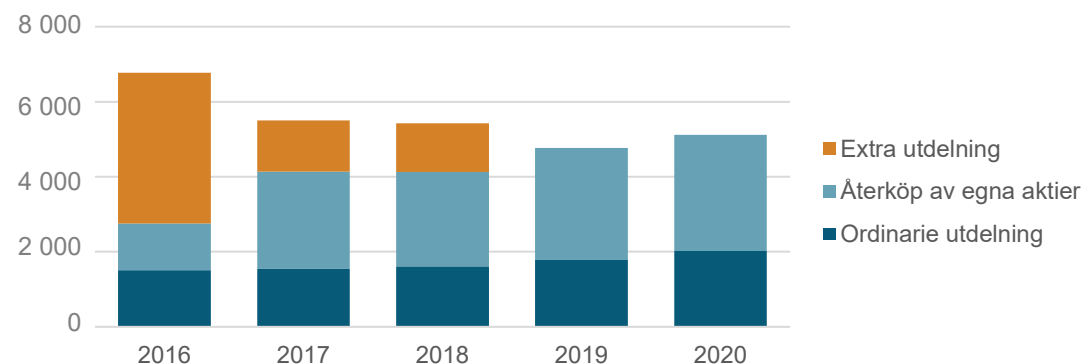
○ Finansiell strategi

- Optimera balansräkningen
- Återföra överskottsmedel till aktieägarna

○ Finansiell policy

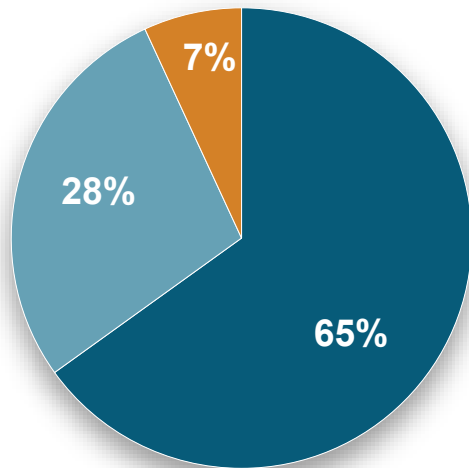
- Utdelningspolicy: 40–60 procent av resultatet per aktie
- Bibehålla en nettoskuld som inte överstiger tre gånger EBITA
- Bibehålla en investment grade rating från Standard & Poors och Moody's

Överföring av kapital, MSEK

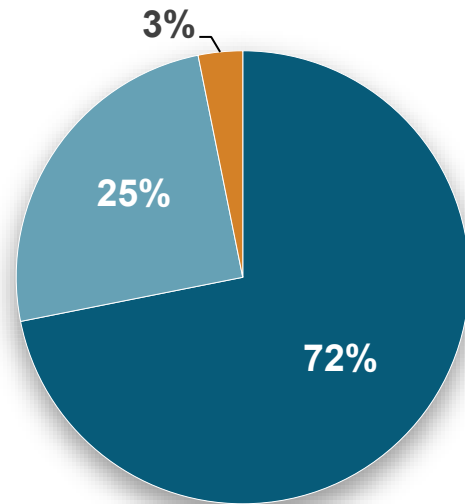


NETTOOMSÄTTNING OCH RÖRELSERESULTAT 2020

Nettoomsättning
per produktsegment



Rörelseresultat
per produktsegment



■ Rökfria produkter

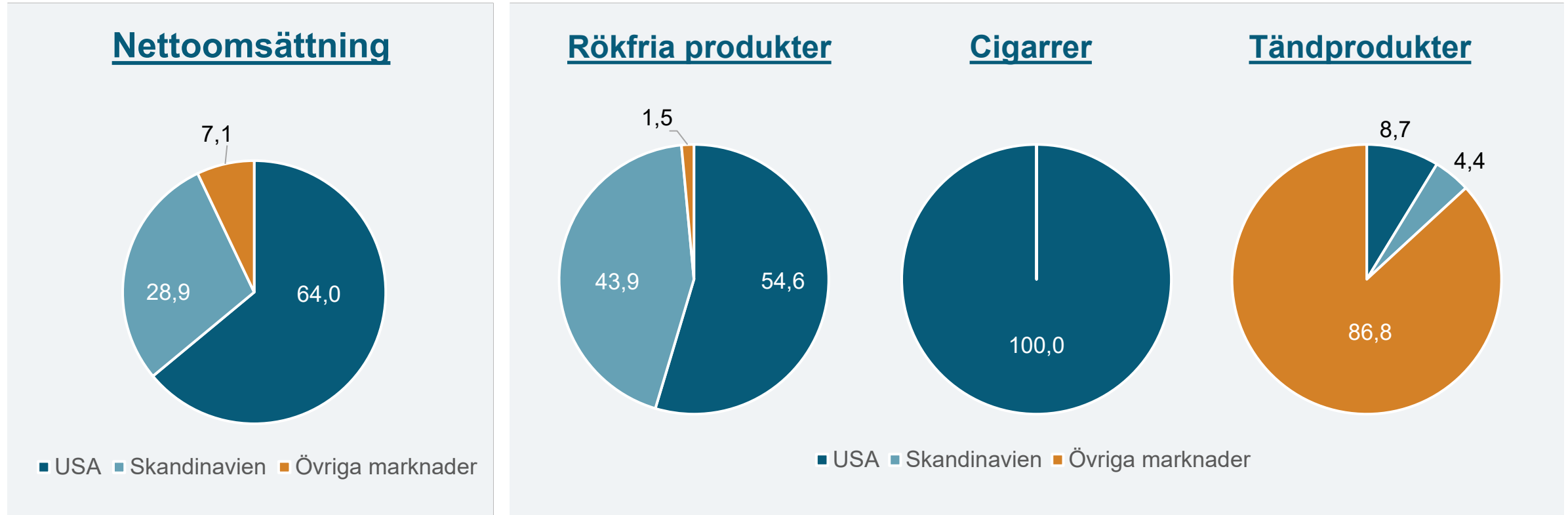
■ Cigarrer

■ Tändprodukter



NETTOOMSÄTTNING FÖRDELAD PÅ GEOGRAFI OCH PRODUKTSEGMENT

Nettoomsättning i procent, helår 2020



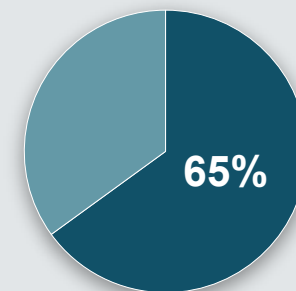
Tillväxt driven av innovativa produkter och format

- Den största aktören i kategorin för nikotinportioner i USA och den näst största aktören för nikotinportioner i Skandinavien.
- Marknadsledande för snus i Skandinavien och en betydande aktör på marknaden för snus i USA.
- Den största tillverkaren av tuggtobak i USA och den tredje största tillverkaren av moist snuff i USA.
- Viktiga marknader är USA, Skandinavien och andra delar av Europa.
- Produktion i Sverige (snus och nikotinportioner), USA (nikotinportioner, moist snuff och tuggtobak) samt Danmark (snus, nikotinportioner, chew bags och tobacco bits).

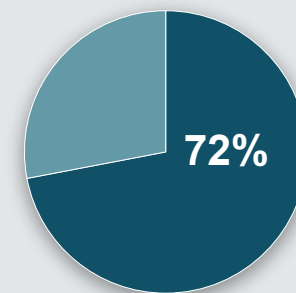


Andel av företaget helår 2020

Nettoomsättning



Rörelseresultat



RÖKFRIA PRODUKTER – HUVUDSAKLIGA GEOGRAFIER OCH VARUMÄRKEN

USA

Nikotinportioner: ZYN

Snus: General

Moist snuff: Longhorn, Timber Wolf

Tuggtobak: Big Duke

Skandinavien

Snus - Sverige: General, Göteborgs Rapé, Kaliber, Kronan, Ettan

Snus - Norge: General, G.3, The Lab, Nick & Johnny

Nikotinportioner - Sverige och Danmark: ZYN

Nikotinportioner - Norge: G.4¹⁾

Portionsprodukter utan tobak eller nikotin - Sverige och Norge: Onico

Chew bags - Danmark: Göteborgs Rapé, Thunder

Tobacco bits - Sverige, Norge och Danmark: Oliver Twist

Övriga marknader

Snus: General

Nikotinportioner: ZYN

Chew bags: Thunder

Tobacco bits: Oliver Twist

1) Nikotinportioner i Norge innehåller en liten mängd tobak av regulatoriska skäl.



Stark aktör inom maskintillverkade massmarknadscigarrer i USA

- Den näst största aktören i USA.
- En stark position inom både segmentet för natural leaf-cigarrer och HTL (homogenized tobacco leaf).
- Produktion i USA och Dominikanska republiken.

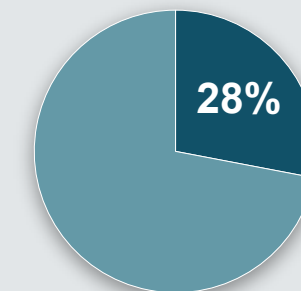
Viktiga varumärken

Garcia y Vega, Game by Garcia y Vega, 1882, White Owl, Jackpot

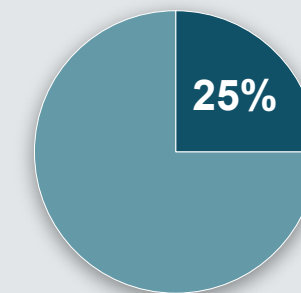


Andel av företaget helår 2020

Nettoomsättning



Rörelseresultat



1) Nettoomsättning och vinst för produktsegmentet Cigarrer kommer i huvudsak från verksamheten i USA.

Våra tändstickor och tändare säljs över hela världen

- Swedish Match är marknadsledande på flera marknader. Många tändsticksvarumärken är lokala och har en stark position på respektive hemmamarknad.
- De viktigaste marknaderna finns i Europa och Asien samt i Brasilien och delar av Afrika.
- Produktion i Brasilien, Nederländerna, Filippinerna och Sverige.
- Företaget erbjuder också en portfölj av kompletterande produkter, främst i Brasilien.



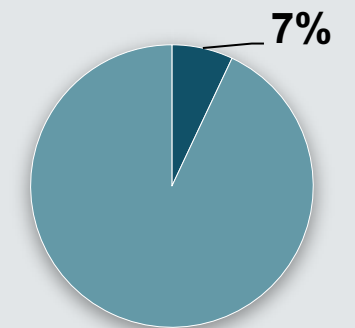
Viktiga varumärken

Tändstickor: *Fiat Lux* (Brasilien), *Solstickan* (Sverige), *Nitedals* (Norge) och *Redheads* (Australien)

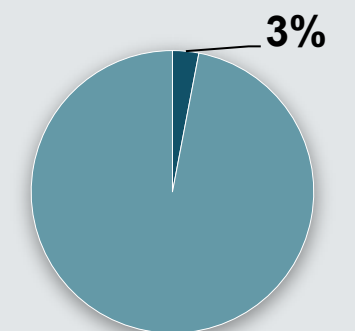
Tändare: *Cricket* (globalt)

Andel av företaget helår 2020

Nettoomsättning



Rörelseresultat



ÖVRIG VERKSAMHET

Övrig verksamhet omfattar centrala funktioner som utför tjänster till Swedish Match operativa divisioner. De tjänster som utförs inom Övrig verksamhet innefattar områden såsom regulatorisk utredning och dialog, juridik, finansiering och rapportering samt en funktion för distribution.

Funktionen för distribution utför tjänster till Swedish Match i Sverige och Norge samt till andra producenter inom det svenska distributionsnätverket.



VÄRDERINGAR

Swedish Match främjar en kultur där våra medarbetare är aktivt engagerade och verkar utifrån företagets kärnvärden – passion, ägarskap, innovation och kvalitet.

Passion, Ägarskap, Innovation, Kvalitet

Swedish Match grundläggande värderingar är en naturlig del av hur Swedish Match agerar och verkar i relationen med intressenter, både internt och externt.



PASSION



ÄGARSKAP



INNOVATION



KVALITET



VÅR UPPFÖRANDEKOD

Våra policyer avseende affärsetik, anställning och arbetsförhållanden, miljö och vår arbetsplats bygger på principerna i FN:s Global Compact. Dessa policyer är samlade i vår uppförandekod och stöds av koncerngemensamma principer och rutiner samt lokala policyer.

” För att vara framgångsrikt som bolag måste vi både agera ansvarsfullt och vara effektiva. I vår uppförandekod finns de främsta riktlinjerna för hur vi bedriver vår verksamhet.”

Lars Dahlgren, Koncernchef och VD



Hållbarhetsstrategi

- Vår hållbarhetsstrategi på två grundläggande principer – fokus och organisatoriskt ägarskap.
- Genom denna strategi betonar vi fem fokusområden – Förbättra folkhälsan, Säkerställa hög affärsetik, Minska miljöpåverkan, Mänskliga rättigheter i vår leverantörskedja och Lika möjligheter – områden där vi tror att vi har förmågan att direkt eller indirekt påverka meningsfulla resultat eller där en negativ utveckling kan ha en ogynnsam inverkan på våra verksamheter.
- Uppförandekoden utgör grunden för vårt hållbarhetsarbete inom hela koncernen. Den representerar Swedish Match och alla våra medarbetares engagemang för att bedriva vår affärsverksamhet på ett ansvarsfullt sätt genom att visa integritet och respekt för våra intressenter och samhället som helhet.



Förbättra folkhälsan

Vårt mål är att eliminera cigarettanvändning och tobaksrelaterade sjukdomar och dödlighet genom att erbjuda rökare attraktiva och säkrare nikotinkällor för rekreation (såsom svenskt snus och andra nikotinnehållande produkter såsom ZYN).



Säkerställa hög affärsetik

Swedish Match kommer att vidta nödvändiga åtgärder för att säkerställa att etiska affärsmetoder upprätthålls inom vårt eget företag och i våra relationer med andra.



Minska miljöpåverkan

Vårt mål är att begränsa vårt negativa avtryck på miljön samtidigt som vår verksamhet växer. Vi är fast beslutna om att minska våra utsläpp av växthusgaser i hela företagets värdekedja, från våra inköp, vidare i vår egen verksamhet och slutligen efter konsumentanvändning.



Mänskliga rättigheter i vår leverantörskedja

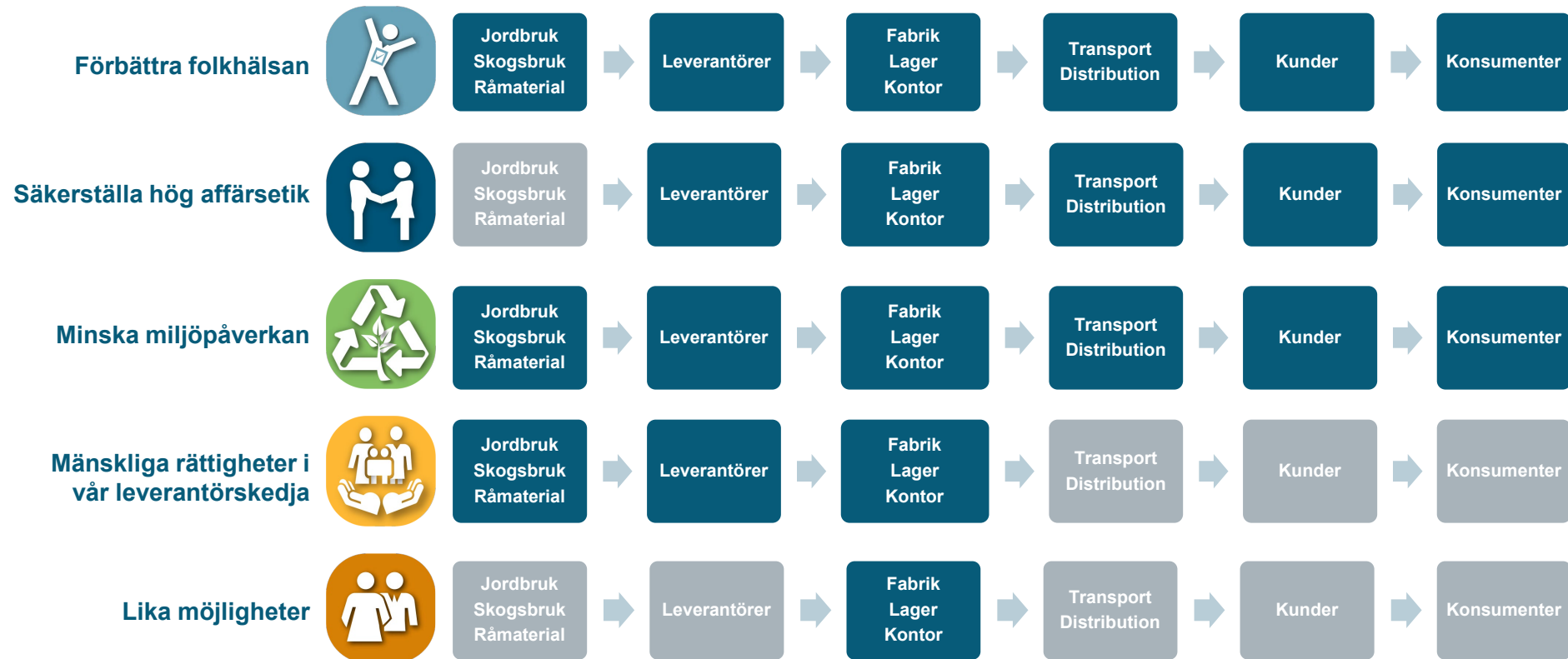
Vårt mål är att eliminera barnarbete och andra kränkningar av mänskliga rättigheter i företagets leverantörskedja.



Lika möjligheter

Vårt ständiga mål är att vara en öppen och inkluderande arbetsgivare. I en arbetsmiljö med nolltolerans mot diskriminering har alla medarbetare lika möjligheter att uppnå sin fulla potential, vilket resulterar i en mer diversifierad arbetsplats.

OMFATTNINGEN AV VÅRA FOKUSOMRÅDEN I HELA VÄRDEKEDJAN



VÅRT BIDRAG TILL FN:S GLOBALA MÅL

Nio av FN:s globala mål för hållbar utveckling är i linje med våra fokusområden. Inom dessa områden anser vi att vi kan ha en meningsfull inverkan och där har vi konkreta åtaganden och mål kopplade till de detaljerade mål som fastställts i FN:s globala mål. Vi bidrar även till sju av de återstående åtta¹⁾ målen genom företagets engagemang i olika samhällsinitiativ.

FN:s globala mål för hållbar utveckling i linje med våra fokusområden

Förbättra folkhälsan



Säkerställa hög affärsetik



Minska miljöpåverkan



Mänskliga rättigheter i vår leverantörskedja



Lika möjligheter



FN:s globala mål för hållbar utveckling i linje med vårt engagemang i olika samhällsinitiativ

Ingen fattigdom



Ingen hunger



God utbildning för alla



Rent vatten och sanitet



Hållbar energi



Hållbar industri, innovationer och infrastruktur



Ekosystem och mångfald



1) Swedish Match har identifierat att det globala målet 11 – Hållbara städer och samhällen inte specifikt är relaterat till vår affärsverksamhet och fokusområden då vi som tillverkningsföretag har en mycket begränsad påverkan på till exempel urbanisering, transport och värnande av naturarv.

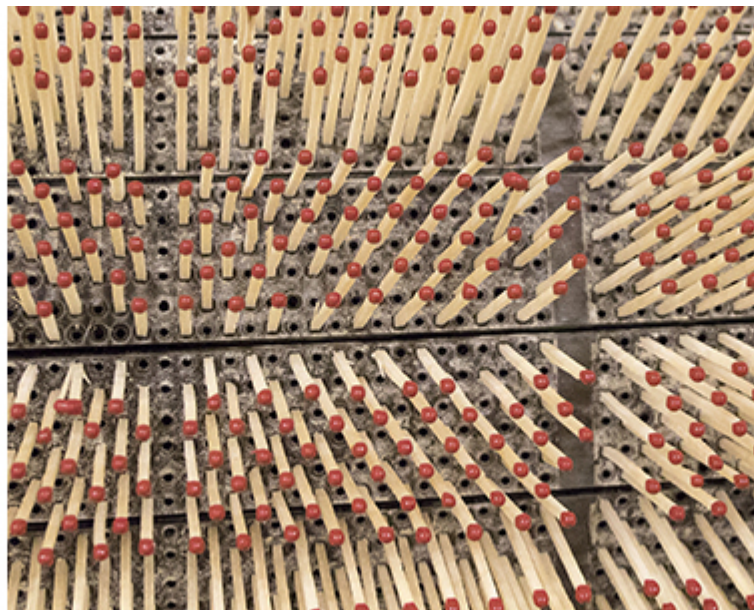
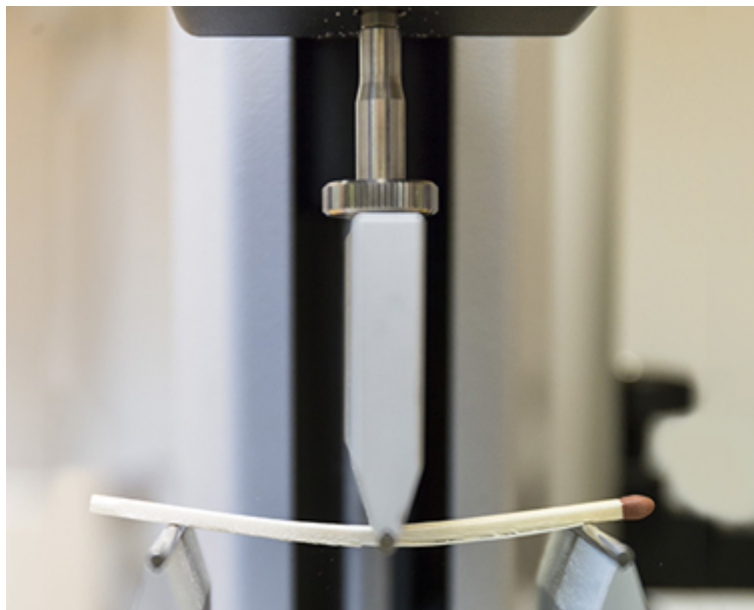
GOTHIATEK® är sedan år 2000 Swedish Match världsunika kvalitetsstandard.

De kompromisslösa krav som GOTHIATEK® ställer på företagets snusprodukter vilar på decennier av forskning och utveckling med produktsäkerhet och konsumentskydd som främsta målsättning.

GOTHIATEK® vilar på tre hörnstenar:

- Konsumentomsorg – genom unikt låga gränsvärden för oönskade ämnen
- Kvalitet – genom 100% kontroll från frö till dosa
- Öppenhet – genom information om företagets produkter och forskningsresultat





De svenska tändstickor vi tillverkar och säljer uppfyller världens högsta krav på kvalitet och säkerhet.

MATCHTEK®-standarden sträcker sig längre än den befintliga europeiska tändsticksnormen EN 1783:1997 (krav på utförande, säkerhet och klassificering). Kraven är högre än i EN 1783:1997, och test- och analysmetoderna är mer komplexa. Efterlevnaden av denna standard innebär att både distributörer och konsumenter kan vara säkra på att våra tändstickor har genomgått strikta kvalitetskontroller.



VI TILLHANDAHÅLLER SÄKRARE ALTERNATIV TILL CIGARETTER

- Det är vetenskapligt bevisat att snus är ett väsentligt säkrare alternativ till cigaretter.
- Vetenskapen baseras på studier av omfattande epidemiologisk data från Sverige samt på kliniska studier.
- Swedish Match kvalitetsstandard GOTHIA TEK[®] för snus säkerställer att oönskade ämnen hålls på mycket låga nivåer och i ZYN kan de flesta av dessa ämnen inte ens uppmätas.
- Snus produkter från Swedish Match var både de första produkterna som godkändes av US Food and Drug Administration (FDA) inom ramen för PMTA¹⁾ bestämmelserna och de första produkterna som beviljades status som Modified Risk Tobacco Products (MRTP).



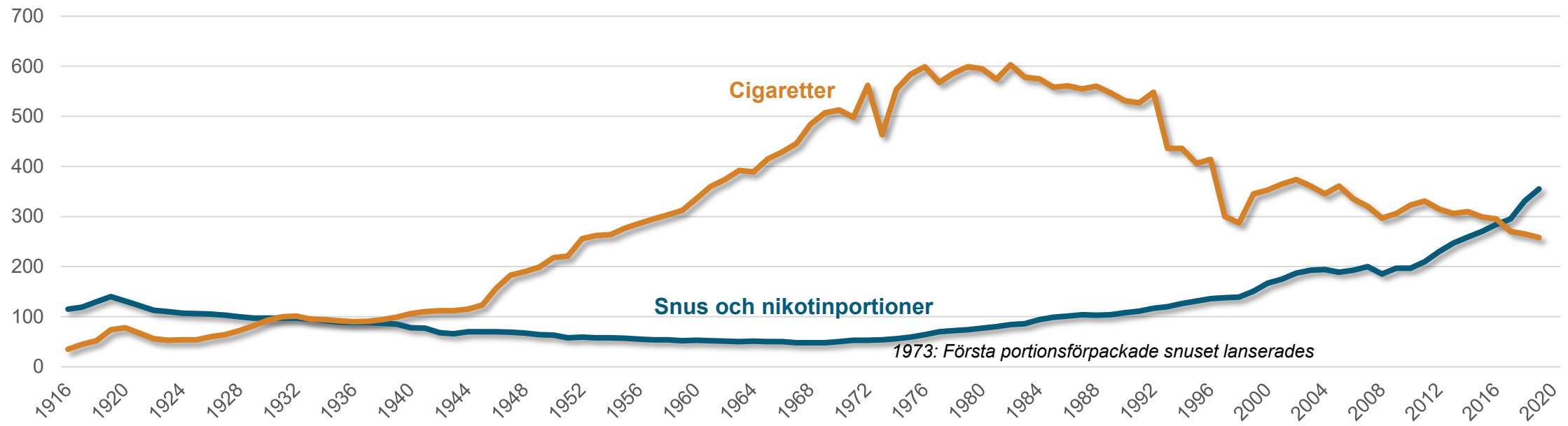
1) Pre-market tobacco application.

SKADEREDUKTION

När rökare övergår till säkrare nikotinprodukter minskar de hälsoriskerna för sin egen hälsa. Om tillräckligt många rökare lyckas med detta påverkar det folkhälsan positivt på ett sätt som syns i den offentliga hälsostatistiken. Det är denna förbättrade folkhälsa som forskarna kallar skadereduktion.

I många år har Sverige lyfts fram som det bästa exemplet på skadereduktion när det gäller tobak. Sedan slutet av 1960-talet har trenden bland svenska rökare varit att övergå till snus. Som en följd av denna övergång har Sverige lägst tobaksrelaterad dödlighet och sjukdom i västvärlden. Det är särskilt tydligt bland män, eftersom det har varit vanligare bland män att övergå till snus. Tobakstrenden i Sverige är känd runt om i världen som den svenska erfarenheten.

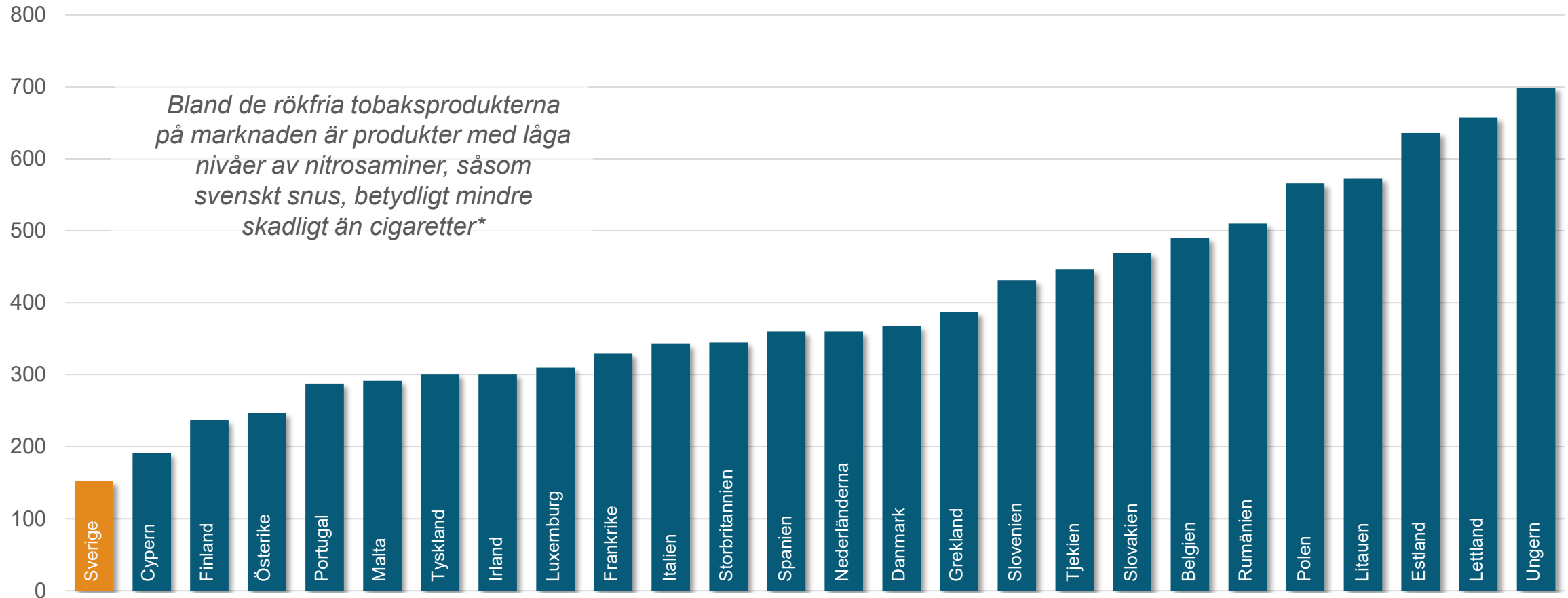
Volymer sålda per år i Sverige, miljoner paket/dosor



Källa: Swedish Match estimat.

EN VISION SOM GYNNAR SAMHÄLLET

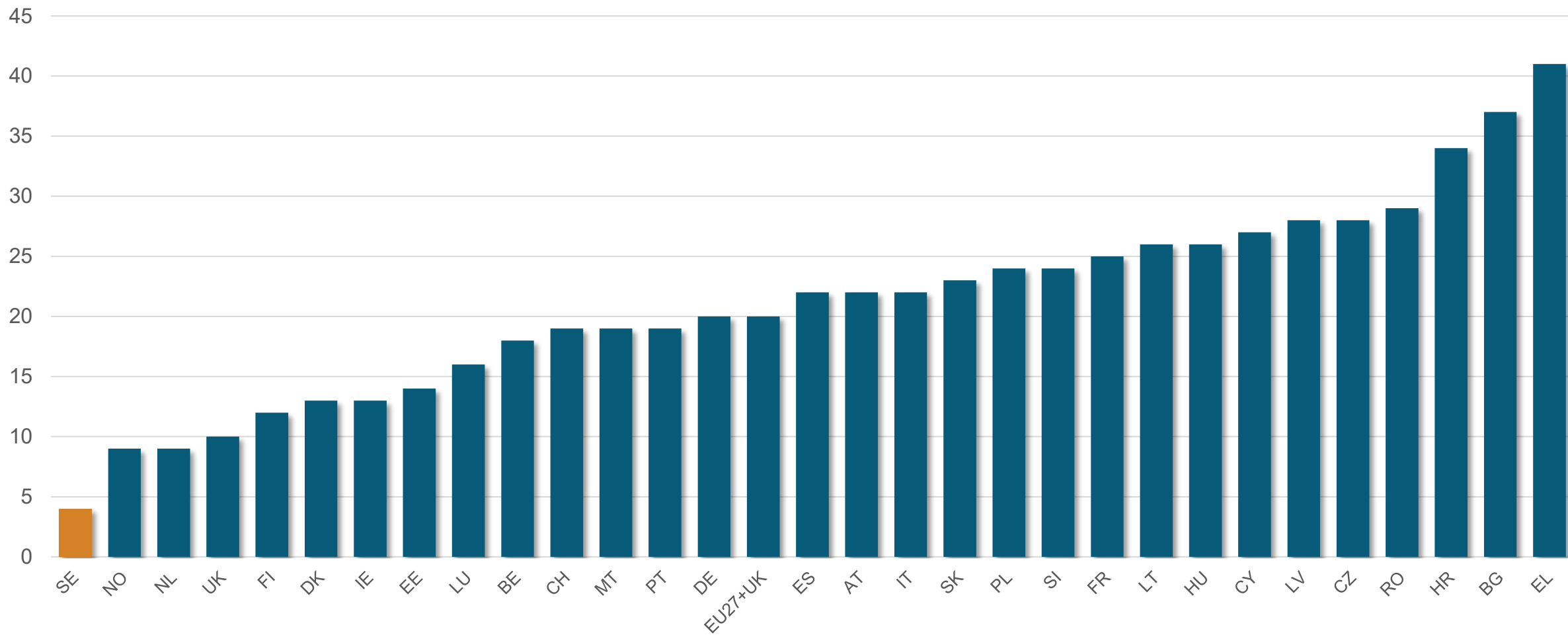
Tobaksrelaterad dödlighet, män per 100 000 (WHO 2012)



* WHO TobReg report no. 951, The Scientific Basis of Tobacco Product Regulation 2008.

DAGLIGRÖKARE I EU – KVINNOR OCH MÄN

Förekomsten av dagligrökning i EU (%)



Källa: Eurobarometer 506, februari 2021. Statistiska Centralbyrån Norge, diagram 05307, 2019. Federala kontoret för folkhälsa Schweiz, 2017.

SWEDISHMATCH.COM

Swedish Match företagswebbplats – swedishmatch.com – är koncernens främsta informationskälla och tillhandahåller ett brett utbud av information som är relevant för både finansmarknaden och andra intressenter. Webbplatsen tillhandahåller både aktuell och historisk information om koncernens produktsegment, vision och strategi, bolagsstyrning, hållbarhetsarbete och mycket annat.

