



Årsredovisning

96



SWEDISH MA

☆☆☆
SWEDISH MATCH

Innehåll

Swedish Match 1996.....	1
VD har ordet.....	2
Nya organisationen.....	4
Aktiedata.....	6
Förvaltningsberättelse.....	8
Division Tobacco Nordic.....	12
Division Tobacco EU.....	18
Division Tobacco USA.....	22
Division Lights.....	26
Finansförvaltning.....	30
Bokslut för koncernen.....	32
Bokslut för moderbolaget.....	49
Revisionsberättelse.....	56
Definitioner.....	57
Styrelse och koncernledning.....	58
Adresser.....	61
Whitbread.....	64

Ekonomisk information och rapportering

Rapport över första kvartalet 1997.....	6 maj 1997
Rapport över första halvåret 1997.....	12 augusti 1997
Rapport över de tre första kvartalen 1997.....	3 november 1997
Bokslutsrapport 1997.....	februari 1998
Årsredovisning 1997.....	mars 1998
Form 20-F 1996.....	juni 1997
Form 20-F 1997.....	juni 1998

Samtliga rapporter kan beställas från

Swedish Match AB
Investor Relations
118 85 Stockholm
Telefon 08-658 01 71
Telefax 08-668 62 32

Bolagsstämma

Ordinarie bolagsstämma hålls i Globen, Annexet, med ingång via Globen entré nr 1 och 2, i Stockholm tisdagen den 6 maj 1997 kl 16.30.

Rätt att delta i Swedish Matches bolagsstämma har den aktieägare som dels är registrerad i den utskrift av aktieboken som görs den 25 april 1997 dels anmäler sin avsikt att delta i bolagsstämman till Swedish Match.

Registrering i aktieboken

Swedish Matches aktiebok förs av Värdepapperscentralen VPC AB. Endast ägarregistrerade innehav återfinns under aktieägarens eget namn i aktieboken. För att aktieägare med förvaltarregistrerade aktier skall ha rätt att delta i bolagsstämman fordras att sådana aktieägare låter registrera sitt innehav under eget namn så att aktierna är ägarregistrerade senast den 25 april 1997.

Anmälan till bolagsstämman

Anmälan om deltagande i bolagsstämman tas emot från och med den 8 april och kan ske:

- per telefon 020-61 00 10 eller
- via Swedish Matches växel 08-658 02 00
- via telefax 08-658 63 64
- per post till:
Swedish Match AB
Legal Affairs
118 85 Stockholm

Vid anmälan uppges

- namn
- personnummer
(registreringsnummer)
- adress och telefonnummer
(dagtid)

Aktieägare som önskar delta i bolagsstämman måste ha anmält detta senast fredagen den 2 maj kl 16.00, då anmälingstiden går ut.

Som avstämningsdag för rätt att erhålla utdelning föreslås den 12 maj 1997. Utbetalning av utdelningen beräknas ske genom VPC den 20 maj 1997.

Swedish Match

Koncernens försäljning under 1996 uppgick till 7 416 Mkr, samma nivå som föregående år.

Rörelseresultatet före poster av engångskaraktär ökade från 1 494 Mkr till 1 723 Mkr, dvs med 15 procent.

Vinst per aktie efter full skatt före poster av engångskaraktär ökade från 1:89 till 2:59 kr. Motsvarande värden efter poster av engångskaraktär blev 2:37 respektive 2:39.

Försäljningen av snus ökade i både Sverige och USA. På USA-marknaden fördubblades marknadsandelen under 1996 till 2,3 procent.

Affärsenheterna Match Europa och Crickettändare ökade sina volymer kraftigt, 12 procent för tändstickor och 17 procent för tändare.

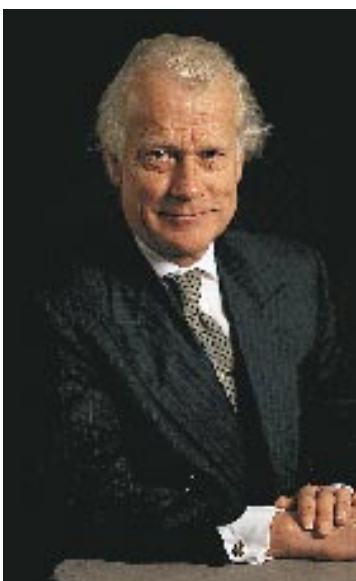
Licensavtalet för Prince på den svenska marknaden omförhandlades för att tillgodose de krav EG ställt ur konkurrenssynpunkt.

Med syfte att bättre ta till vara koncernens tillväxtpotential infördes en ny koncernstruktur den 1 januari 1997.

Föreslagen utdelning per aktie för 1996 1:10 kronor.

Nyckeltal	1996	1995
Försäljning, Mkr	7 416	7 435
Rörelseresultat före poster av engångskaraktär, Mkr	1 723	1 494
Resultat efter finansnetto	1 530	1 576
Nettoresultat, Mkr	1 109	1 097
Rörelsemarginal före poster av engångskaraktär, %	23,2	20,1
Avkastning på operativt kapital före poster av engångskaraktär, %	49,9	41,3
Avkastning på eget kapital, %	57,3	66,1
Soliditet, %	34,4	25,0
Investeringar, Mkr	217	302
Operativt kassaflöde före poster av engångskaraktär, Mkr	1 968	1 527
Medelantal anställda	6 580	7 306
Vinst/aktie efter full skatt före poster av engångskaraktär, kr	2:59	1:89
Vinst/aktie efter full skatt efter poster av engångskaraktär, kr	2:39	2:37
Eget kapital/aktie, kr	4:99	3:36
Antal aktier	463 558 252	463 558 252

VD har ordet



1996 präglades av en betydande förbättring av Swedish Matches operativa resultat före engångsposter, från 1 494 Mkr till 1 723 Mkr trots en i stort sett oförändrad försäljningsintäkt, 7 416 Mkr. Jag vill här i korthet peka på ett par faktorer som kännetecknat verksamhetsåret 1996.

En sådan faktor var volymutvecklingen för några av koncernens viktigaste produktgrupper. Även bortsett från hamstringseffekter under slutet av året bromsades nedgången för cigaretter i Sverige. Om nedgångskurvan fortsätter att plana ut återstår att se eftersom det är

svårt att bedöma vilka de långsiktiga effekterna på konsumtionen blir av den kraftiga skatthöjningen på cigaretter i Sverige vid senaste årsskiftet.

Cigarettförsäljningen har stort genomslag på koncernens resultat. Dess relativa betydelse minskar dock i takt med ökade volymer och resultat för snus. I Sverige gick snusförsäljningen upp för åttonde året i rad. En bidragande orsak till den utvecklingen är att många cigaretterökare – bl a i takt med allt flera rökförbud – går över till snus. För Swedish Match är en sådan övergång resultatneutral. Efter många försök har Swedish Match nu lyckats etablera sig på den stora amerikanska snusmarknaden. Volymerna är fortfarande små men vi har under året kunnat se en kontinuerlig ökning. Det gäller också för marknadsandelen. Utan Swedish Matches uthålliga, finansiella styrka hade detta inte varit möjligt. Fortsatt tillväxt på snusmarknaden i USA kommer att ha stor betydelse för koncernens resultat under kommande år.

Andra produktslag med god volymutveckling var tändstickor och engångständare. I Europa samt på exportmarknaderna utanför Europa ökade koncernens totala tändsticksförsäljning på en sjunkande totalmarknad. Volymerna för engångständare var de högsta någonsin med stark försäljning i Östeuropa och Asien.

En annan faktor som under året bidrog till resultatförbättringen var effektiviseringar i produktionen samt kostnadsbesparingar. I många fall var det åtgärder som sattes in för ett par år sedan som nu gav full effekt. Under året fattades beslut om ytterligare rationaliseringar som kommer att ge effekt från och med innevarande år.

Kombinationen av volymtillväxt och kostnadsänkningar skall också fortsättningsvis skapa goda resultat och ett stabilt och starkt kassaflöde som grund för en generös utdelningspolitik och expansion. Därmed har Swedish Match förmåga att möta aktieägarnas förväntningar på hög avkastning och värdetillväxt. För att nå detta mål finns

två vägar att gå och vi skall utnyttja båda, organisk tillväxt och förvärv.

Vi skall med den nuvarande produktportföljen öka volymerna på befintliga marknader samt expandera till nya marknader. Många av koncernens marknader är mogna. På dem är målet att öka våra marknadsandelar. Jag anser att det i flera fall finns potential för det. Även om vi redan har en god geografisk spridning finns det utrymme för fortsatt geografisk expansion, främst för tändare, tändstickor och utvalda tobaksprodukter. Nya och expanderande marknader i Östeuropa och Asien ligger närmast till hands att satsa på.

Tillväxten skall alltså i första hand skapas genom etableringar på flera marknader, större volymer för befintliga produkter och utveckling av nya produkter, sammanfattningsvis ökad försäljning. För att klara expansionsmålet behöver den organiska tillväxten kompletteras med selektiva förvärv. Swedish Match är starkt inom nischer som cigarrer och piptobak. Förvärv kan flytta fram positionerna


ytterligare. Vi är världsledande tändstickstillverkare men har ingen eller blygsam närvaro på vissa marknader i t ex Östeuropa och Asien, vilket kan leda till förvärv.

Det är dock i första hand av egen kraft tillväxten skall ske. Förvärv skall ses som en möjlighet till komplettering. Den möjligheten skall vi utnyttja när tillfället kommer, dvs när rätt objekt finns tillgängligt till rätt pris. De finansiella resurserna finns ju och beredskapen är hög.

För att på bästa sätt tillvarata möjligheterna till organisk tillväxt arbetar Swedish Match sedan den 1 januari i år i en ny organisatorisk struktur. De operativa enheterna är indelade i sju produktdivisioner med globalt resultatansvar. Divisionerna säljer sina produkter genom sju försäljningsregioner vilka vänder sig till konsumentmarknader inom respektive region med koncernens samtliga produkter. Härtill kommer en enhet för företagsförsäljning av reklamprodukter. All verksamhet bedrivs nu i Swedish Matches namn.

Med den nya strukturen vill vi tydliggöra ansvaret, öka flexibiliteten och nå ökad kraft i marknadsorganisationerna. Tiden från det att en division bestämt sig för att gå in på en ny marknad med en ny produkt till dess introduktion sker skall vara kortast möjlig. När det sker skall beslutet vara grundat på kunskap och kännedom om den aktuella marknaden genom den närvaro som den regionala organisationen har etablerat. Målet är ökad försäljning genom tillväxt på befintliga marknader och expansion till nya marknader.

Koncernen kännetecknas av stabilitet med god lönsamhet och marginal samt ett starkt positivt kassaflöde. Resultatet har under en lång följd av år utvecklats väl. Från en redan hög nivå finns enligt min mening förutsättningar för fortsatta förbättringar.



Göran Lindén
VD och koncernchef

Nya organisationen

Struktur

Swedish Match började den 1 januari 1997 att arbeta enligt en ny, övergripande struktur. Samtidigt ändrades namnet på de flesta operativa enheter så att all verksamhet bedrivs i namnet

Swedish Match. Koncernens visuella identitet tillämpas från samma datum över hela världen genom en gemensam grafisk profil.

Den nya strukturen innebär att koncernen organiseras i sju

globala produktdivisioner som säljer sina produkter genom sju försäljningsregioner vilka vänder sig till konsumentmarknader samt en global enhet för reklam-produktsmarknaden.



Produktdivisioner

De sju produktdivisionerna ansvarar för var sitt avgränsat produktområde: tuggtobak, cigaretter, cigarrer, tändare, tändstickor, pipetobak och snus. Ansvaret omfattar bl a produktutveckling, tillverkning, marknadsföringsstrategier och varumärkshantering. Inte alla divisioner har för närvarande global närvaro men till en divisions uttalade uppgifter hör att penetrera möjligheterna och förutsättningarna för expansion till nya marknader. Det kan också vara fråga om etablering av nya produkter på befintliga marknader.

Till Chief Operating Officer har utnämnts William G. McClure III, tidigare verkställande direktör i dotterbolaget Pinkerton Group, Inc.

Försäljningsregioner

Försäljningsregionerna ansvarar inom ett definierat geografiskt område för all marknadsföring och försäljning av produkter från de divisioner som har närvaro i regionen. En försäljningsregion arbetar genom ländervisa egna försäljningsenheter eller via externa försäljningskanaler. Försäljningsregionerna svarar

för att uppställda försäljningsmål i fråga om volymer och intäkter uppfylls och att divisionernas strategier genomförs. Till uppgifterna hör bl a också att inhämta marknadskunskap och att initiera aktiviteter som syftar till produkt- och varumärkesintroduktioner eller på annat sätt skapa tillväxt inom regionen.

Till Chief Commercial Officer har utnämnts Hans van den Berg, tidigare verkställande direktör i dotterbolaget EBAS Group B.V.

Struktur för tillväxt

Avsikten med den nya organisatoriska strukturen är att på ett bättre sätt än tidigare, genom att samla resurserna i en integrerad organisation, tillvarata och utveckla kompetens i koncernens olika delar. Därigenom kan slagkraften i framför allt marknadsbearbetningen öka för att skapa förutsättningar att förverkliga den ambitiösa tillväxtstrategin.

Strategin siktar till såväl organisk tillväxt genom expansion till nya marknader i framför allt Östeuropa och Asien som tillväxt genom selektiva förvärv inom i första hand pro-

duktområdena cigarrer, pipetobak och tändmedel där Swedish Match redan i dag har en stark ställning.

Ett namn – Swedish Match

För att skapa en stark och enhetlig identitet uppträder alla operativa enheter numera under namnet ”Swedish Match” med ett tillägg som beskriver verksamhetens art eller anger en geografisk tillhörighet, exempelvis ”Swedish Match Pipe Tobacco Division” eller ”Swedish Match Belgium Sales”. Också den grafiska identiteten med logotype och färgerna blått och vitt är gemensam för hela koncernen i akt och mening att både inåt och utåt tydliggöra Swedish Matches profil som ”One Global Company”.

Aktiedata

Aktiekapitalets utveckling

		Nominellt värde per aktie, kr	Ökning aktiekapital, kr	Antal utgivna aktier	Totalt aktiekapital, kr	Totalt antal aktier
1994-04-11	Nyemission	10	3 448 260	344 826	407 948 360	40 794 836
1996-01-09	Nyemission (registrerad) och split	2	519 168 144	259 584 072	927 116 504	463 558 252

Swedish Match AB. Aktiefördelning den 31 december 1996

Storleksklass	Antal ägare	Antal aktier	Kapitalandel, %
100 001 –	233	368 738 955	79,55
50 001 – 100 000	112	8 264 860	1,78
20 001 – 50 000	301	9 644 200	2,08
10 001 – 20 000	508	7 571 864	1,63
5 001 – 10 000	1 421	10 813 569	2,33
2 001 – 5 000	4 898	15 967 939	3,44
1 001 – 2 000	8 415	12 452 814	2,69
501 – 1 000	15 332	11 755 483	2,54
201 – 500	32 002	10 950 052	2,36
1 – 200	103 840	7 398 516	1,60
Summa	167 062	463 558 252	100,00
varav			
utländska förvaltare		144 143 268	31,10
övriga registrerade i utlandet		29 853 416	6,44
registrerade i utlandet totalt	3 389	173 996 684	37,54

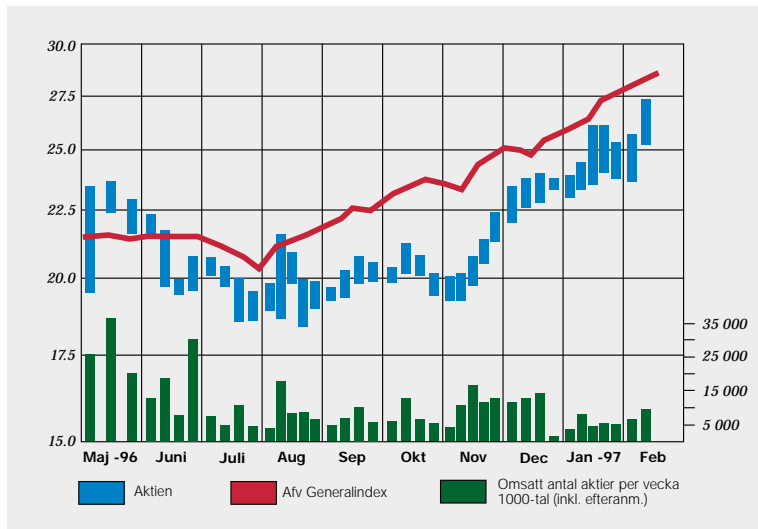
Bolaget har ej tillgång till information om de aktieinnehav som är registrerade via utländska förvaltare. I denna post kan ingå stora enskilda innehav.

Swedish Match AB. De största aktieägarna den 31 december 1996

Ägare	Antal aktier	Andel av röster och kapital, %
Sparbankernas aktiefonder	55 006 000	11,87
Fidelity Funds ¹⁾	22 066 500	4,76
Allmänna Pensionsfonden 4:e Fondstyrelsen	21 958 990	4,74
Försäkringsbolaget SPP	20 466 013	4,42
Livförsäkrings AB Skandia	13 106 107	2,83
AMF Pensionsförsäkrings AB	12 299 970	2,65
Trygg-Hansa Livförsäkring	6 240 000	1,35
Ivy International Fund	5 000 000	1,08
Wasa Livförsäkring ömsesidigt	4 870 465	1,05
S-E-Bankens aktiefonder	4 659 920	1,01

1) 3 februari 1997

Aktiekurs och omsättning



Data per aktie*

	1992**	1993**	1994**	1995**	1996
Vinst efter skatt					
före engångsposter, kr	2,07	1,90	2,20	1,89	2,59
efter engångsposter, kr	2,07	1,82	2,42	2,37	2,39
Föreslagen utdelning, kr	–	–	–	–	1:10
Eget kapital, kr	2,93	3,79	3,80	3,36	4,99
Börskurs vid årets slut, kr	–	–	–	–	24,00
P/E-tal efter skatt***	–	–	–	–	10,0
Börskurs/Eget kapital	–	–	–	–	4,91
Direktavkastning, %***	–	–	–	–	4,6
Genomsnittligt antal aktier					463 558 252

* Räknat på antal aktier 1996

** Proforma, se not 1 sidan 36

*** Se definition sidan 57

Förvaltningsberättelse

Swedish Match AB (publ), som tidigare varit ett dotterbolag till Volvo, utdelades under våren 1996 till Volvos aktieägare. I samband med utdelningen introducerades Swedish Match på Stockholms Fondbörs och på den amerikanska NASDAQ börsen. Noteringen på Stockholms Fondbörs var på den s k O-listan. Swedish Match har för avsikt att under våren 1997 ansöka om notering på A-listan.

1996 präglades av betydande förbättring av Swedish Matches rörelseresultat före engångsposter, från 1 494* Mkr till 1 723 Mkr trots en i stort sett oförändrad försäljning om 7 416 Mkr. Resultatförbättringen beror på en positiv prisutveckling för några av koncernens viktigaste produktgrupper, ökade volymer för vissa produktslag, effektiviseringar i produktionen samt andra kostnadsbesparingar. Den betydande hamstring av i första hand cigaretter inför en kraftig höjning av tobaksskatten i Sverige vid årsskiftet beräknas därtill ha påverkat resultatet med ca 45 Mkr.

Swedish Match och det danska tobaksföretaget Skandinavisk Tobakskompagni A/S har sedan länge ett avtal, enligt vilket Swedish Match har alla licensrättigheter inklusive tillverkning, marknadsföring och



försäljning av cigarettmärket Prince för den svenska marknaden. Avtalet har anmälts till EU-kommissionen, som klargjort att avtalet enligt Kommissionens uppfattning strider mot EUs konkurrenslagstiftning.

Parterna har mot denna bakgrund omförhandlat avtalet och nått en överenskommelse som innebär att Swedish Match fortsätter att tillverka och distribuera Prince medan Skandinavisk Tobakskompagni A/S från och

*) Uppgifterna för 1995 i Förvaltningsberättelsen är proforma. Se not 1 sidan 36.



med 1 maj 1997 kommer att ansvara för marknadsföring och försäljning av Prince i Sverige. Kommissionen har meddelat att de konkurrensrättsliga frågorna genom överenskommelsen är lösta på ett sätt som är accepta-

belt för Kommissionen. Avtalen med Skandinavisk Tobakskompagn A/S gäller till och med år 2001, vilket också var sluttidpunkten för det tidigare avtalet. De ekonomiska villkoren i överenskommelsen inne-

bär att den negativa resultatpåverkan på Swedish Match begränsas till ca 40 Mkr årligen räknat på 1996 års volymer. Genom att Skandinavisk Tobakskompagn A/S under 1997 bearbetar marknaden med egen säljkår kommer konkurrensen på den svenska cigarettmarknaden att öka. Swedish Match avser därför bibehålla marknadsföringsresurser på 30–40 Mkr vilka hittills avsett Prince.

Avtal har träffats med PT Java Match Factory Ltd (Jamafac) om ett utökat samarbete. Jamafac är den största producenten av tändstickor i Indonesien, världens fjärde största tändsticksmarknad. Syftet med avtalet är att fördjupa samarbetet på tändstickssidan samt att introducera andra produkter i Indonesien, t ex Cricket engångständare.

Arbetet med att rationalisera koncernens produktionsstruktur fortsätter. Beslut har fattats om avveckling av tobaksfabrikerna i Arvika och Härnösand och att koncentrera tillverkningen av röktobaksprodukter till fabriker i Malmö och till Belgien. Denna omstrukturering, som innebär en personalminskning med 200 personer, beräknas vara slutförd senast i början av 1998. Kostnaden för omstruktureringen beräknas till 150

Förvaltningsberättelse

Mkr och har belastat resultatet 1996. Efter fullt genomförd omstrukturering beräknas produktionskostnaderna minska med ca 70 Mkr årligen jämfört med 1996.

Cigarettförsäljningen i Estland halverades efter den kraftiga tobaksskatt höjning på inhemskt tillverkade produkter som trädde i kraft den 1 januari 1996. För att bibehålla lönsamheten på den estniska cigarettmarknaden överflyttades produktionen från Tallinn till fabriken i Malmö under andra halvåret 1996. Under året koncentrerades tändstickstillverkningen i Ungern till fabriken i Szeged.

Ny organisation

Swedish Match började den 1 januari 1997 arbeta enligt en ny övergripande koncernstruktur. Den nya strukturen innebär att koncernen organiseras i sju produktdivisioner som säljer sina produkter genom sju försäljningsregioner vilka vänder sig till konsumentmarknader samt en global enhet för reklamproduktmarknaden. Produktdivisionerna har globalt ansvar för produktutveckling, tillverkning, strategisk marknadsföring och varumärkshantering. Försäljningsregionerna ansvarar inom ett definierat geografiskt område för all marknadsföring och försäljning inom regionen.

I samband med organisationsförändringen ändrades namnet på de flesta operativa enheter så att verksamheten bedrivs i Swedish Matches namn.

Försäljning och rörelseresultat

Swedish Matches försäljning under 1996 sjönk marginellt jämfört med 1995, från 7 435 Mkr till 7 416 Mkr. Försäljningen sjönk i samtliga divisioner utom Tobacco Nordic. Den starkare kronan har vid omräkningen av utländska valutor förorsakat en ca 375 Mkr lägre försäljningsintäkt.

Rörelseresultatet före poster av engångskaraktär ökade med 15 procent från 1 494 Mkr till 1 723 Mkr. Samtliga divisioner förbättrade resultatet. Resultatet i Tobacco Nordic har påverkats med ca 45 Mkr genom den ökade försäljning som inträffade under årets sista månader till följd av den hamstring som orsakades av tobaksskatt höjningen i januari 1997.

Poster av engångskaraktär har belastat resultatet med netto -123 (+189) Mkr. I beloppet för 1996 ingår främst reservering för avvecklingen av tobaksfabrikerna i Arvika och Härnösand. Poster av engångskaraktär inkluderar även ersättning som erhållits vid förlikning i tvistemål.

Finansnetto

Finansnettot för 1996 blev -70 (-107) Mkr. Räntenettet har successivt förbättrats under året genom sjunkande marknadsräntor samt att nettoskulden minskat.

Skatt

Koncernens skattekostnad uppgick till 439 Mkr motsvarande en skattebelastning på 28,7 procent. Se även not 7 sidan 38.

Vinst per aktie och förslag till utdelning

Vinst per aktie blev 2:39 (2:37) kronor. Styrelsen föreslår att utdelning lämnas med 1:10 kronor per aktie. Styrelsen har i samband med prospektet inför bolagets notering på Stockholms Fondbörs uttalat att Swedish Match långsiktigt skall dela ut 40-50 procent av koncernens nettoresultat under hänsynstagande till bolagets finansiella ställning och framtida förväntade utveckling. Årets föreslagna utdelning motsvarar 46 procent av nettoresultatet.

Investeringar

Koncernens investeringar i anläggningar under räkenskapsåret uppgick till 217 (302) Mkr. Investeringarna avsåg huvudsakligen ersättningsinvesteringar.

Finansiering och likviditet

Swedish Match AB ingick i juni 1996 avtal om ett femårigt syn-

dikerat banklån med en låneram om 2 000 Mkr. Lånet ersatte den kortfristiga finansiering som upptagits för att lösa lån från Volvo Group Finance i samband med att Swedish Match avskildes från Volvo.

Likvida medel inklusive kortfristiga placeringar var vid utgången av året 942 Mkr jämfört med 804 Mkr vid årets början. Nettoskulden uppgick den 31 december till 77 Mkr, en minskning med 1 118 Mkr sedan årets början.

Nettoskulden var vid årets slut låg beroende på att skulder för såväl inkomstskatter som tobaksskatter var onormalt höga. Nettoskulden beräknas härav ha påverkats med ca 500 Mkr.

Soliditet

Vid utgången av verksamhetsåret uppgick koncernens soliditet till 34,4 procent (25,0 procent).

Personal

Medelantalet anställda i koncernen under 1996 var 6 580 (7 306), varav i Sverige 1 467 (1 553). Under året utbetalades 1 114 (1 140) Mkr i löner och ersättningar varav 390 (366) Mkr till personal i Sverige. Se även not 21 på sidan 47.

Förslag till vinstdisposition

Koncernens fria egna kapital enligt koncernbalansräkningen uppgår till 1 298 Mkr varav räkenskapsårets vinst är 1 109

Mkr. Avsättning till bundna fonder föreslås med 98 Mkr.

Till bolagsstämmans förfogande står enligt moderbolagets balansräkning 4 268 Mkr, varav årets vinst är 678 Mkr.

Styrelsen och verkställande direktören föreslår att de till bolagsstämmans förfogande stående vinstmedlen 4 268 Mkr disponeras så att till reservfonden avsätts 98 Mkr och till aktieägarna utdelas 1:10 kronor per aktie, vilket uppgår till 510 Mkr, samt att resterande vinstmedel balanseras.

Styrelsen föreslår vidare att avstämning av i VPC registrerade aktieägare sker den 12 maj 1997.

Stockholm den 3 mars 1997

Bernt Magnusson

STYRELSENS ORDFÖRANDE

Arne R. Bennborn

Jan Blomberg

Lennart Engström

Christer Nordgren

Bertil Y. Persson

Klaus Unger

Göran Lindén

VERKSTÄLLANDE DIREKTÖR

Min revisionsberättelse har avgivits den 6 mars 1997.

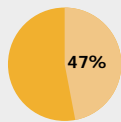
Göran Tidström

AUKTORISERAD REVISOR

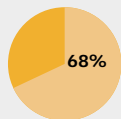
Division *Tobacco Nordic*

Swedish Matches tobaksverksamhet i de nordiska och baltiska länderna erbjuder ett komplett sortiment av tobaksprodukter: cigaretter, pipetobak, rulltobak, cigarrer, cigariller, tuggtobak och snus. De viktigaste marknaderna är Sverige och Estland. Därutöver sker export huvudsakligen till de övriga länderna i Norden och Baltikum och i fråga om pipetobak och cigariller även till ett stort antal andra länder. Divisionens försäljning 1996 uppgick till 3 518 Mkr, en ökning med 7 procent från 3 289 Mkr. Den svenska

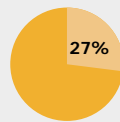
marknaden svarade för 87 procent av försäljningen. Rörelseresultatet före poster av engångskaraktär förbättrades med 14 procent från 1 144 Mkr till 1 304 Mkr. Resultatförbättringen var främst hänförlig till högre prisnivå, ökad försäljning av snus, kostnadsbesparingar samt betydande hamstring av i första hand cigaretter inför en kraftig höjning av tobaksskatten vid årsskiftet 1996/1997. Resultatpåverkan av hamstringen bedöms ha varit 45 Mkr.



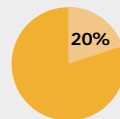
Andel av koncernens försäljning



Andel av koncernens rörelseresultat före poster av engångskaraktär samt koncerngemensamt

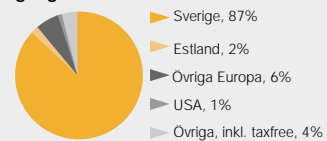


Andel av koncernens investeringar



Andel av koncernens anställda

Försäljning per geografisk marknad



House of Blend

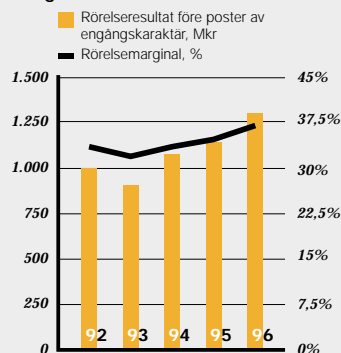
I affärsområdet House of Blend handhades divisionens cigarettverksamhet. Därutöver ingick cigarrer, cigariller, piptobak och rulltobak som stödprodukter.

Cigaretter

Den svenska marknaden för cigaretter ökade under 1996 med nära 2 procent och försäljningen uppgick totalt till 8 278 miljoner cigaretter. Försäljningsvolymen påverkades av betydande hamstring under slutet av året inför den tobaksskattehöjning som trädde i kraft vid årsskiftet som en fortsatt anpassning av den svenska tobaksskatten till EUs nivå. Frånräknat hamstringen vid årsslutet 1996



Rörelseresultat före poster av engångskaraktär och rörelsemarginal 1992-1996



Nyckeltal¹⁾

Mkr där ej annat anges	1992	1993	1994	1995	1996
Försäljning					
Smoke ²⁾	2 038	1 867	2 132	2 116	2 169
Smokeless	472	540	609	675	797
Övrigt	471	427	461	498	552
Total försäljning	2 981	2 834	3 202	3 289	3 518
Rörelseresultat före poster av engångskaraktär	1 002	906	1 077	1 144	1 304
Rörelsemarginal, %	33,6	32,0	33,6	34,8	37,1
Investeringar	131	344	149	124	59
Medelantal anställda	1 308	1 253	1 456	1 459	1 293

1) För definitioner se sidan 57.

2) AS Swedish Match Eestli, som ägs till 67% av Swedish Match, konsolideras från och med 1994.

Division *Tobacco Nordic*

minskade marknaden med 4 procent.

Den svenska cigarettmarknaden präglades under året av tilltagande konkurrens. House of Blends marknadsandel sjönk med 1 procentenhet och uppgick till 79 procent. Nedgången berodde dels på en reduktion av antalet produkter, dels på minskade volymer för vissa märken.

Marknadsledaren Blend behöll sin marknadsandel på 35 procent. Även Prince och John Silver försvarade sina positioner på 28 respektive 4 procent medan marknadsandelen för Right ökade till 8 procent, bl a tack vare introduktionen av den nya varianten Right 100's, vars försäljning utvecklades väl.

En storskalig testförsäljning av lågrökcigaretten Inside påbörjades under året, vilket rönt stort intresse i massmedia och bland konsumenter. Vid rökning av Inside hettas tobaken upp snarare än förbränns. Inside ger en rik och angenäm smakupplevelse. Mängden omgivningsrök reduceras med mer än 80 procent. Inside har tagits fram genom ett nära samarbete med det amerikanska tobaks-

företaget R.J. Reynolds, som utvecklade den bakomliggande tekniken.

House of Blends cigarettförsäljning på den svenska marknaden minskade med 2 procent. Försäljningen på taxfremarknaderna i Norden och Baltikum av egna varumärken ökade. Ökningen var i första hand hänförlig till varumärkes-

familjerna Blend och Right.

I Estland sjönk affärsområdets försäljning med nästan 50 procent sedan en kraftig höjning av skatten på inhemskt tillverkade cigaretter trätt i kraft den 1 januari 1996. Därmed försvann den tidigare konkurrensfördelen visavi importerade cigaretter samtidigt som smugglingen tilltog.





Av egna märken behöll Rumba sin position som marknadsledare.

Cigarrer och cigariller

Den svenska marknads nedgång fortsatte. Under 1996 sjönk volymen med nästan 11 procent till 81 miljoner. Marknadsandelen sjönk med

drygt 1 procent till 82 procent, delvis beroende på att ett antal märken med små försäljningsvolymmer drogs bort från marknaden som ett led i pågående sortimentrationisering. De mest betydelsefulla märkena Bellman, Accent och Cortez ökade sina marknadsandelar.

Försäljningen till marknader utanför Sverige ökade med nära 5 procent och var i volym räknat större än försäljningen i Sverige. De nya marknaderna Kina och Japan utvecklades under året väl. Försäljningen i Korea, Danmark och Norge var fortsatt god med ökade marknadsandelar. De främsta exportmärkena var Golden Point, Accent och Bellman.

Pip- och rulltobak

Den svenska totalmarknaden för piptobak och rulltobak ökade under året med 1 procent till 1 301 ton.

Piptobaksvolymen sjönk något medan volymen för rulltobak ökade som en effekt av hamstring i slutet av året.

Marknadsandelen för piptobak sjönk endast med 1 procentenhet till 71 procent trots att antalet piptobaksmärken reducerades. Marknadsledaren Greve Hamiltons Blandning ökade sin marknadsandel från 52 till 53 procent. Marknadsandelen för rulltobak låg kvar på samma nivå, knappt 86 procent, i första hand tack vare en god försäljningsutveckling för det ledande märket John Silver.

Division *Tobacco Nordic*



Piptobaksmärket Borkum Riff, som exporteras till USA, säljs genom ett licensavtal av UST, Inc. Borkum Riffs marknadsandel i USA är 7 procent.

Försäljningen av pipetobak uppgick till 129 Mkr varav 98 Mkr på export. Försäljningen av rulltobak uppgick till 193 Mkr. Den totala ökningen för pip- och rulltobak uppgick till 28 Mkr eller 9 procent.

Gothia Snus

Försäljningen av snus på den svenska marknaden fortsatte att öka och uppgick totalt till

5 637 ton, en ökning med 4,3 procent. Affärsenhetens marknadsandel var oförändrad, 99,9 procent.

En bidragande faktor till den ökande snusförsäljningen är att många rökare går över till snus och då i första hand väljer portionsförpackat snus, vars andel av totalmarknaden mätt i ton ökade till 20 procent. Mätt i antalet sålda konsumentförpackningar uppgick marknadsandelen till 36 procent.

Det ledande lössnusmärket på den svenska marknaden var Generalsnus, vars marknadsan-

del uppgick till 25 procent, följt av Ettan och Grovsnus. Även bland portionsförpackat snus var Generalsnus marknadsledare medan Catch var det största märket för snus i miniförpackning.

Inom det mildare segmentet introducerades under året Ettan Light i portionsförpackning. Segmentets ledande märke var General Snus Light.

Försäljningsvolymen i Norge ökade med 10 procent till 330 ton. Det ledande märket Generalsnus kompletterades med varianten General Aromatic, som vid årets slut hade blivit marknads tredje största märke. På den danska marknaden skedde en återetablering, där Ettan och Generalsnus lanserades i slutet av 1996.

Försäljningen på taxfree-marknaderna ökade med 27 procent till 348 ton. En stor del av uppgången härrör sig från flyg- och färjetrafiken mellan Sverige och Finland, en marknad som under de två senaste åren vuxit påtagligt efter det att förbud mot försäljning av snus infördes i Finland under 1995.

Den svenska tuggtobaksmarknaden ökade 8 procent till

närmare 13 ton. Affärsenhetens marknadsandel uppgick till 52 procent vilket var en minskning med 6 procent.

Gothia Snus försäljning inklusive taxfree och export ökade med 17 procent och uppgick till 790 Mkr, varav tuggtobak svarade för 4,4 Mkr.

Produktion

Kapacitetsutnyttjandet ökade i cigarettfabriken i Malmö genom större volymer till följd av hamstringen i Sverige samt genom att produktionen av cigaretter under årets andra hälft flyttades från fabriken i Tallinn till Malmö.

I snusfabriken i Göteborg ökade kapacitetsutnyttjandet motsvarande den större försäljningsvolymen, 3 procent för lös-snus och 8 procent för portionsförpackat snus.

Den svenska marknaden för rökprodukter är krympande. Swedish Matches verksamhet fokuseras på cigaretter och snus. För att minska kostnaderna och minst bibehålla lönsamheten på en redan hög nivå har produkt-sortimentet under de senaste två åren reducerats och, vad avser export, marknadsföringen kon-



centererats till marknader med den bästa lönsamheten.

I ett nästa steg kommer produktionen i Sverige att omstruktureras. Under 1996 fattades beslut om att avveckla tillverkningen i Arvika och Härnösand och koncentrera all tillverkning av rökprodukter till tobaksfabrikerna i Malmö och Belgien. Överföringen av produktion från Arvika och Härnösand kommer att påbörjas från och med mitten av 1997 och skall vara slutförd senast i slutet av året.

Omstruktureringskostnaderna beräknas uppgå till 150 Mkr och

den årliga resultatförbättringen till ca 70 Mkr.

Reservering för omstruktureringskostnaderna gjordes i bokslutet för andra kvartalet 1996.

Resultatförbättringen förväntas ge full effekt från 1998 och viss effekt från 1997.

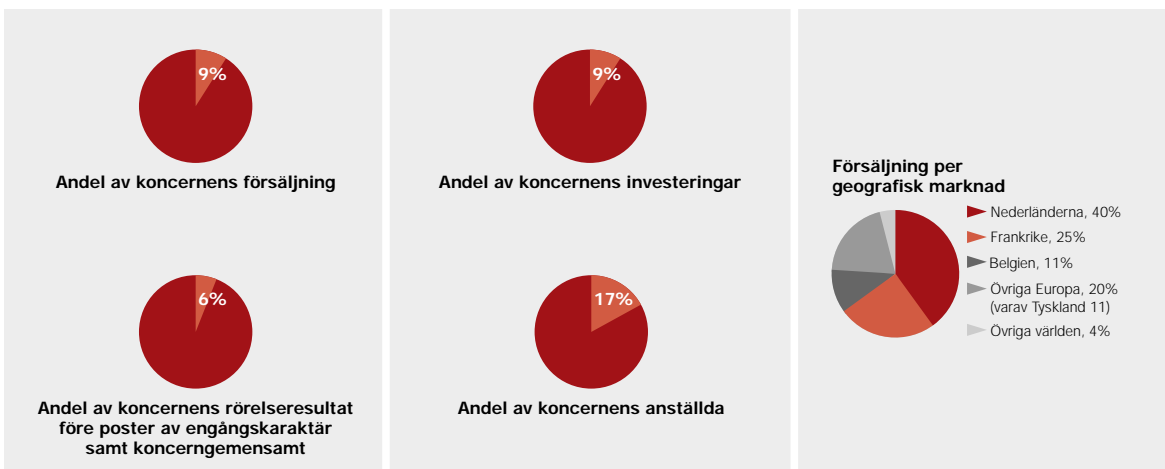
Under 1996 har tobaksskatt jämte mervärdesskatt härpå uppgått till 9 159 Mkr (8 769). Denna skatt inlevereras till svenska staten och redovisas ej i koncernens resultaträkning.

Division *Tobacco EU*

Swedish Match är en av världens största producenter av cigarrer och cigariller och täcker med sitt produktsortiment samtliga segment på den europeiska marknaden i fråga om såväl produkttyper som pris. Väst-europa är divisionens viktigaste marknad. Produkterna exporteras emellertid också till ett stort antal andra marknader. Divisionen har sin bas i Nederländerna. Försäljningen, som uttryckt i lokala valutor ökade med drygt 3 procent



och uttryckt i svenska kronor minskade med knappt 7 procent, uppgick till 631 Mkr. Ökningen i lokala valutor var i första hand hänförlig till större volymer samt prisökningar. Rörelseresultatet före poster av engångskaraktär förbättrades med 10 procent och uppgick till 120 Mkr. Resultatförbättringen är främst hänförlig till den ökade försäljningen samt ökad mekaniseringsgrad och lägre kostnader i produktionen.

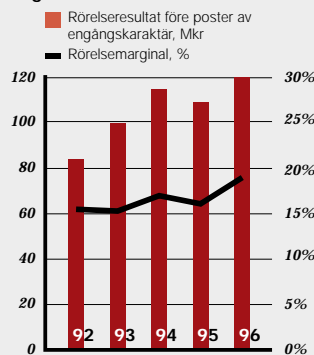


Marknad

Divisionens volymer ökade med 2 procent. Volymutvecklingen varierade dock kraftigt mellan olika lokala marknader. Till försäljningsökningen bidrog lanseringen i Nederländerna, Belgien och Frankrike av det nya cigarrillmärket Wings i två varianter och det likaledes nya märket Palette, båda ingående i varumärkesfamiljen Willem II. De båda nya märkena introducerades i september och svarade redan vid årets slut för 13 procent av den totala volymen för Willem II-familjen. Försäljningen i Frankrike ökade kraftigt med en volymuppgång på 13 procent till rekordhög nivå.



Rörelseresultat före poster av engångskaraktär och rörelsemarginal 1992-1996



Nyckeltal¹⁾

Mkr där ej annat anges	1992	1993	1994	1995	1996
Försäljning ¹⁾	543	655	678	676	631
Total försäljning	543	655	678	676	631
Rörelseresultat före poster av engångskaraktär ²⁾					
Rörelsemarginal, %	15,5	15,3	17,0	16,1	19,0
Investeringar	31	34	69	14	20
Medelantal anställda	943	1.020	1.033	1.031	1.115

1) För definitioner se sidan 57.

2) Swedish Matches innehav om 40% i Arnold Andre redovisas enligt kapitalandelsmetoden.

Division *Tobacco EU*



Divisionens marknadsandel inom Europeiska Unionen var oförändrat 15 procent. Försäljningen till marknader utanför EU ökade med 23 procent och svarade för 6 procent av divisionens försäljning.

Försäljningen till Australien var under 1995 mycket låg till följd av osäkerhet om inverkan av ytterligare tobaksrestriktioner. Dessa fick dock ingen märkbar konsumtionspåverkan och leveranserna till Australien kunde därför öka med 45 procent under 1996. Marknadsandelen där steg till 37 procent.

Divisionens produkter lanserades på nya marknader i Östeuropa. I Estland blev divisionen under året marknadsledare – volymerna var dock på låg nivå – och försäljningen i Ryssland utvecklades väl.

Division Tobacco EU började i slutet av 1996 leverera cigarrer till USA, där marknaden för cigarrer i det högre pris- och kvalitetssegmentet växer. Det var en för divisionen ny typ av cigarr, s k long filler, som började säljas i USA under varumärket Montague. Denna cigarr lanserades tidigare under året i

Tyskland och fick ett gott mottagande. Montague är en handgjord cigarr, som görs av utvalda råtabakssorter av högsta kvalitet i fabriken i Indonesien, där det tog mer än ett år att utbilda personalen för denna krävande tillverkning. Med Montague avser divisionen att ta upp konkurrensen med produkter från Latinamerika och Västindien. Leveranserna till USA påbörjades sent under året varför 1996 års försäljningssiffror endast påverkades marginellt. Mottagandet har varit gott. Samtidigt med Montague började divisionen



sälja högprisprodukter av traditionell typ från märkesfamiljerna La Paz, De Heeren van Ruysdael och Willem II i USA.

Produktion

Pågående rationaliseringsåtgärder i produktionen fullföljdes under året, vilket resulterade i högre mekaniseringsgrad och lägre produktionskostnader. I samtliga fabriker utnyttjades produktionskapaciteten maximalt. Periodvis kunde marknadens efterfrågan, i synnerhet på de nylanserade produkterna Wings och Palette, inte tillfreds-

ställas, varför vissa leveransproblem uppstod.

Investeringar

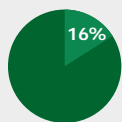
Fabriken i Indonesien, som byggdes 1992 för tillverkning av halvfabrikat för divisionens europeiska cigarrfabriker, byggdes under året ut. Detta skedde för att dels kunna hantera den ökade tillverkningen i och med det nya cigarmärket Montague, dels för att öka kapaciteten för produktion av halvfabrikat. Den nya fabriksdelen togs helt i drift under februari 1997. Ytterligare utbyggnad av fabriken planeras

ske under 1997/98, varefter fabriken kommer att sysselsätta ca 1 000 anställda.

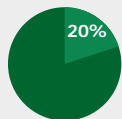
Den förutvarande fabriksbyggnaden i Valkenswaard i Nederländerna avyttrades under året tillsammans med en fabriksbyggnad i Belgien. Realisationsvinsten ingår i det operativa resultatet med 6 Mkr. I Valkenswaard har en ny fabriksbyggnad för packning och distribution projekterats. Också huvudkontoret för cigarrverksamheten kommer att inrymmas i den nya byggnaden som beräknas stå klar i slutet av 1997 till en kostnad av 50 Mkr.

Division *Tobacco USA*

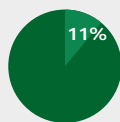
Swedish Matchs verksamhet i USA utgörs av de tre affärsområdena Tuggtobak, Snus och Piptobak. Divisionens produkter marknadsförs och säljs huvudsakligen i USA. Divisionens försäljning 1996 var oförändrad i lokal valuta medan den, uttryckt i svenska kronor, minskade med 7 procent till 1 202 Mkr. Rörelseresultatet före poster av engångskaraktär förbättrades i svenska kronor med 23 procent till 384 Mkr. Resultatförbättringen var främst hänförlig till sänkta kostnader i tillverkning, administration och distribution samt ökad försäljning av snus, en produkt som efter tidigare betydande marknadsinvesteringar i USA nu är lönsam.



Andel av koncernens försäljning



Andel av koncernens rörelseresultat före poster av engångskaraktär samt koncerngemensamt

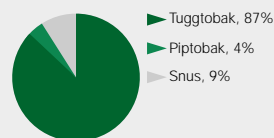


Andel av koncernens investeringar



Andel av koncernens anställda

Försäljning per affärsenhet

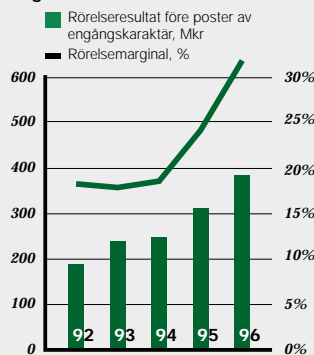


Tuggtobak

Trots intensifierad priskonkurrens stärkte Division Tobacco USA under 1996 sin ledande position på den mogna tuggtobaksmarknaden i USA. Divisionen marknadsför sina tuggtobaksprodukter under varumärkesnamnen Red Man, Red Man Golden Blend, Red Man Select, Granger Select, J.D.'s Blend och vissa regionala märken. Marknadsandelen ökade med 0,6 procentenheter till 45 procent. Totalmarknaden för tuggtobak minskade dock 1996 med 2 procent. Red Man, som lanserades redan 1904 och är divisionens flaggskepp, var fortsatt marknadsledare med en andel på drygt 21 procent.



Rörelseresultat före poster av engångskaraktär och rörelsemarginal 1992-1996



Nyckeltal¹⁾

Mkr där ej annat anges	1992	1993	1994	1995	1996
Försäljning					
Tuggtobak	927	1.208	1.233	1.173	1.046
Piptobak	69	85	75	60	53
Snus	34	41	31	54	103
Total försäljning	1 030	1 334	1 339	1 287	1 202
Rörelseresultat före poster av engångskaraktär	188	239	249	311	384
Rörelsemarginal, %	18,3	17,9	18,6	24,2	31,9
Investeringar	19	22	20	27	11
Medelantal anställda	804	774	759	725	635

1) För definitioner se sidan 57.

Division *Tobacco USA*

Red Man Golden Blend etablerade sig som marknadens tredje största märke med en marknadsandel på drygt 12 procent. I märkesfamiljen ingår också Red Man Select.

J.D.'s Blend, som är en lågprisprodukt, introducerades 1993 och visar en fortsatt positiv utveckling. Dess marknadsandel ökade med drygt 1 procentenhet till 6 procent.

Försäljningsintäkten för tuggtobak sjönk med 11 procent och uppgick till 1 046 Mkr. Minskningen berodde i första hand på mindre volymer samt omfattande rabatterbjudanden i konsumentledet för att möta en hårdnande priskonkurrens.

Snus

Volymutvecklingen på den stora amerikanska marknaden för snus är positiv med tillväxt under en lång följd av år. Marknaden domineras av en tillverkare, UST, Inc., vars marknadsandel dock har minskat i takt med att andra tillverkare har tagit sig in på denna mycket lönsamma marknad.

Division Tobacco USA marknadsför snus under varumärkesnamnen Timber Wolf och



Renegades och verksamheten baseras på framgångarna för Timber Wolf. Det är en produkt som är prissatt under andra märken i premiumsegmentet och som riktar sig till konsu-

menter som söker ett prisvärt alternativ. Produkten säljs utan omfattande marknadsaktiviteter varför lönsamheten är god.

Sedan lanseringen av Timber Wolf 1994 har den geografiska



distributionen utökats och varumärket kompletterades i mars 1996 med Timber Wolf Cool Wintergreen och Timber Wolf Fine Cut Wintergreen. Dessa togs emot positivt på

marknaden. För att förbättra konsumenternas kännedom om varumärket började affärsenheten under 1996 att sponsra en Timber Wolf tävlingsbil som under året deltog i den upp-

märksammade serien NASCAR Busch Grand National.

Affärsenhetens snusvolymmer var fortfarande på en låg nivå. Marknadsandelen ökade emellertid under 1996 och nådde 2,3 procent, en ökning med 1,2 procentenheter. Försäljningen uppgick 1996 till 103 Mkr, en ökning med 91 procent.

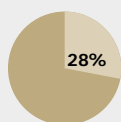
Piptobak

Affärsenheten försvarade under 1996 sin marknadsposition med en marknadsandel på 13 procent. Volymerna minskade med 4,5 procent, vilket var i takt med totalmarknadens nedgång som pågått under en lång följd av år. Under året märktes dock vissa tecken på en vitalisering av piptobaksmarknaden och volymnedgången blev bara hälften så stor som under senare år.

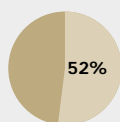
Affärsenhetens ledande märke Half & Half befäste sin position som det näst största märket i sin priskategori och det fjärde största märket på USA-marknaden med en andel på 8 procent.

Division *Lights*

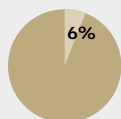
I Division Lights ingår Match Europa, Match Brasilien, Crickettändare och Reklamprodukter. Tändstickor och engångständare säljs över hela världen medan Västeuropa är den viktigaste marknaden för reklamprodukter. Divisionens försäljning 1996 uppgick till 2 078 Mkr, en minskning med 5 procent. Rörelseresultatet före poster av engångskaraktär förbättrades i samtliga affärsområden utom Match Brasilien. Crickettändare svarade för den största förbättringen. För divisionen i dess helhet ökade resultatet från 41 Mkr till 108 Mkr. Även om förbättringen var avsevärd var resultatet ej tillfredsställande.



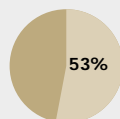
Andel av koncernens försäljning



Andel av koncernens investeringar

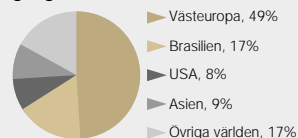


Andel av koncernens rörelseresultat före poster av engångskaraktär samt koncerngemensamt



Andel av koncernens anställda

Försäljning per geografisk marknad



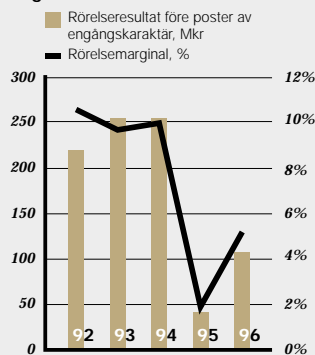
Match Europa

Trots en sjunkande totalmarknad ökade affärsområdets volym på de traditionella marknaderna i Europa med drygt 4 procent till 60 miljarder tändstickor. Volymerna utvecklades särskilt väl i Tyskland, Frankrike och Nederländerna och marknadsandelen i Europa förbättrades från 51 till 59 procent. Tack vare framgångsrik export till marknader i framför allt Mellanöstern och Afrika ökade Match Europas totala försäljningsvolym med nära 12 procent till cirka 100 miljarder tändstickor.

Under 1996 introducerade Match Europa en tändsticka för utomhusbruk som motstår vind och väta och som togs emot



Rörelseresultat före poster av engångskaraktär och rörelsemarginal 1992-1996



Nyckeltal¹⁾

Mkr där ej annat anges	1992	1993	1994	1995	1996
Försäljning					
Match Europa	783	838	770	779	762
Match Brasilien	520	725	784	378	307
Crickettändare	543	753	768	796	818
Reklamprodukter	232	333	313	324	278
Övrigt ²⁾	6	-33	-85	-84	-87
Total försäljning	2 084	2 616	2 550	2 193	2 078
Rörelseresultat före poster					
av engångskaraktär	220	255	255	41	108
Rörelsemarginal, %	10,6	9,7	10,0	1,9	5,2
Investeringar	79	132	136	137	113
Medelantal anställda	7 445	7 183	4 393	4 065	3 489

1) För definitioner se sidan 57.
2) Inklusive eliminering av internförsäljning.

Division *Lights*

mycket väl. Ryssland och Polen var två nya marknader där varumärkesbaserade produkter lanserades, i Ryssland "Svedskie Spitchie" och i Polen "Janosik". På båda marknaderna fick de nya produkterna ett gott mottagande.

Produktiviteten i fabriken i Tidaholm förbättrades avsevärt jämfört med 1995, då produktionen från den året innan nedlagda fabriken i Liverpool togs över med stora produktionsstörningar som följd. I Ungern koncentrerades tillverkningen till fabriken i Szeged.

Affärsområdets försäljning minskade med 2 procent och uppgick till 762 Mkr. De negativa effekterna av den stärkta kronan kompensades delvis av ökade volymer och prishöjningar.

Match Brasilien

I Brasilien stabiliserades tändsticksmarknaden. Lågprisimporten minskade markant under andra halvåret 1996 vilket möjliggjorde mindre prishöjningar efter det att priserna hade sjunkit med ca 40 procent under 1995. I inledningen av 1996 rädde emellertid fort-

farande stark konkurrens från importerade produkter och Match Brasiliens volymer för helåret sjönk marginellt till 71 miljarder tändstickor. På den brasilianska tändsticksmarknaden, som beräknas ha minskat med cirka 5 procent, ökade affärsområdet sin marknadsandel från 48 till 50 procent. Match Brasiliens totala volym inklusive viss export var i stort sett oförändrad, 77 miljarder tändstickor.

Produktiviteten i tillverkningen förbättrades kraftigt och kostnaderna sjönk som en effekt av bl a betydande personalminskningar. På egna arealer i Brasilien planterades 210 hektar med poppel som ger högre kvalitet på tändstickorna. I väntan på att träråvara från de egna poppelplantagerna kan börja levereras år 2003 påbörjades under året virkesimport från Uruguay.

Försäljningen uppgick till 307 Mkr, en minskning med 19 procent jämfört med 1995.

Crickettändare

Volymerna steg med 17 procent och översteg för första gången 400 miljoner tändare. I Ryssland

var Cricket fortsatt det ledande märket och stärkte sin marknads närvaro. På övriga marknader i Östeuropa fortsatte uppbyggnaden av varumärket och försäljningen ökade även där. Marknaderna i Fjärran Östern och Stillahavsområdet växte under året snabbt och affärsområdet har etablerat försäljning i ett flertal länder i regionen, inklusive Filippinerna, Thailand, Malaysia, Vietnam, Japan och Indonesien. Under året inleddes ett samarbetsprojekt tillsammans med lokala intressenter i Vietnam, där en fabrik för sammansättning av tändare etablerades. Samtliga komponenter levererades av affärsområdet. Efterfrågan var stor och redan från starten utnyttjades full kapacitet.

På de mogna marknaderna i Västeuropa, USA och Japan låg affärsområdets volymer på en oförändrad nivå.

Affärsområdets lönsamhet förbättrades avsevärt tack vare större volymer och resultatet av de åtgärder i verksamhetens alla led som sattes in under 1995 och 1996 för att öka konkurrensförmågan, kapacitetsutnyttjandet och lönsamheten. Sortimentet

rationaliserades och sågs över i fråga om produktvarianter och design, marknadsföringen effektiviserades och produktionen mekaniserades och automatisera-

des ytterligare. Betydande besparingar medförde att den totala kostnadsnivån sänktes.

Samtidigt gjorde Crickettändare en medveten satsning

på kvalitetshöjande åtgärder. Affärsområdet är den enda tändartillverkaren i världen som har certifierats för ISO 9002.

1996 års försäljning uppgick till 818 Mkr.

Reklamprodukter

Affärsområdet är Europas ledande tillverkare av reklamtändstickor. De största kundkategorierna utgörs av hotell- och restaurangnäringen samt tobaksindustrin. Därutöver säljer affärsområdet reklamtändare samt kompletterande produkter som klockor och pennor.

Under 1996 utvecklades volymerna positivt i Sverige, Schweiz och framför allt i England. Totalvolymen minskade dock, främst på grund av vikande marknad samt ökad konkurrens på reklamtändstickor i Frankrike.

Volymnedgången mer än kompenseras av prisökningar i kombination med produktivitetsförbättringar i den belgiska reklamtändsticksfabriken.

Försäljningen uppgick till 278 Mkr, en minskning med 14 procent.



Finansförvaltning

Corporate Treasury

Swedish Match Corporate Treasury har till uppgift att optimera koncernens finansnetto samt hantera koncernens finansiella risker. Detta görs bl a genom en centraliserad upplåning för koncernen, placering av överskottslikviditet, samordning av likviditetsflöden, hantering av cashpools i olika valutor samt säkring av valutakurseffekter i koncernens resultaträkning. Corporate Treasury tjänstgör som internbank samt erbjuder vidare rådgivning och annan service till dotterbolagen i finansiella frågor. Verksamheten bedrivs som en del av moderbolaget och inom ramen för av styrelsen fastställd finanspolicy för Swedish Match-koncernen.

Finansiell riskexponering

Koncernens finansiella riskexponering är i första hand hänförlig till det stora likviditetsflödet, den räntebärande nettoskulden samt valutaexponeringen. Målet för hanteringen av koncernens finansiella risker är att dessa skall elimineras där det kan ske till rimliga kostnader och i övrigt minimeras så långt som möjligt.

Syndikerat banklån

I refinansieringssyfte upptogs under 1996 ett femårigt syndikerat banklån med en total låneram om 2 000 Mkr. Lånet arrangerades av Handelsbanken Markets samt ABN-AMRO Bank, med deltagande av totalt 13 internationella affärsbanker som bedömdes ha en god täckning på Swedish Matchs nuvarande marknader samt även på koncernens potentiella tillväxtmarknader. Lånet blev kraftigt övertecknat. Inom låneramen kan dragningar göras i upp till fyra olika valutor och med räntebindningstider i intervallet 1 – 6 månader.

Lån, likvida medel och nettoskuld

Vid årets utgång uppgick koncernens räntebärande låneskuld till 1 019 Mkr (1 999 Mkr), varav 1 000 Mkr i svenska kronor i form av utnyttjad del av Swedish Matchs syndikerade banklån. Efter årsskiftet har det syndikerade banklånet nedamorterats till 500 Mkr i enlighet med koncernens policy att använda överskottslikviditet till att återbetala externa skulder. Koncernens räntebärande nettoskuld reducerades under året med 1 118 Mkr till 77 Mkr.

Lånens räntebindning och förfallostruktur

Den genomsnittliga räntebindningstiden för koncernens räntebärande tillgångar uppgick per 31 december 1996 till 10 dagar och för koncernens räntebärande skulder till knappt 90 dagar per samma datum. Den fallande räntetrenden under senare delen av 1996 har bedömts motivera en kortare räntebindningstid.

Koncernens räntebärande tillgångar hade en genomsnittsränta om 4,6 procent vid årets utgång. För koncernens samlade låneportfölj var genomsnittsräntan 6,1 procent vid årets utgång.

Valutaexponering

Koncernen är verksam internationellt, vilket ger upphov till riskexponering för förändringar i valutakurser. I enlighet med koncernens valutapolicy säkras förväntade nettoflöden i andra valutor än respektive dotterbolags hemmavaluta genom terminskontrakt på rullande 12-månaders basis i intervallet 40 – 60 procent av nettoexponeringen. Dotterbolagen säkrar sig genom interna terminsaffärer med Corporate Treasury, som sedan gör externa terminsaffärer med banker.

Per 31 december 1996 uppgick koncernens totala prognos-

ticerade transaktionsexponering, netto, i utländsk valuta mot svenska kronor till 3 Mkr för de kommande 12 månaderna.

Swedish Match AB har beslutat att tills vidare inte valuta-säkra det egna kapitalet i dotterbolagen.

Swedish Match Group B.V., Swiss Branch

Utöver den finansverksamhet som bedrivs av Swedish Match Corporate Treasury i Stockholm bedrivs även internutlåning till koncernbolag från Swedish Match Group B.V., Swiss Branch, som är filial till Swedish Match AB's holländska dotterbolag Swedish Match Group B.V. Den schweiziska filialen hade per 31 december 1996 en balansomslutning om 579 Mkr.

Koncernens resultaträkningar

(Mkr)		1996	1995 ¹⁾
Försäljning		7 416	7 435
<i>Rörelsens kostnader</i>			
Kostnad sålda varor		- 3 798	- 3 900
Försäljnings- och administrationskostnader	not 3	- 1 641	- 1 768
Avskrivningar	not 4	- 270	- 294
Resultatandelar i intressebolag		16	21
Poster av engångskaraktär	not 5	- 123	189
Rörelseresultat		1 600	1 683
<i>Finansiella poster</i>			
Utdelning		-	2
Räntenetto	not 6	- 81	- 107
Övriga finansiella poster, netto	not 6	11	- 2
Finansiella poster, netto		- 70	- 107
Resultat före inkomstskatter och minoritetsandelar		1 530	1 576
Inkomstskatter	not 7	- 439	- 473
Minoritetsandelar i resultat		18	- 6
Årets nettoresultat		1 109	1 097

1) Proforma. Se not 1.

Koncernens balansräkningar

(Mkr)		31 dec 1996	31 dec 1995
Tillgångar			
<i>Omsättningstillgångar</i>			
Likvida medel		942	804
Kundfordringar (netto efter avdrag för osäkra fordringar om 71 och 58 för 1996 respektive 1995)		1 344	1 220
Upplupna intäkter och förutbetalda kostnader		91	82
Inkomstskattefordran		26	24
Latent inkomstskattefordran	not 7	59	31
Övriga operativa fordringar		141	146
Finansiella fordringar		59	64
Varulager	not 8	1 388	1 532
Summa omsättningstillgångar		4 050	3 903
<i>Anläggningstillgångar</i>			
Aktier	not 10	79	83
Långfristiga operativa fordringar		15	15
Långfristiga finansiella fordringar		174	10
Latent inkomstskattefordran	not 7	103	70
Immateriella tillgångar	not 11	516	563
Fastigheter, maskiner och inventarier	not 9	1 940	2 002
Summa anläggningstillgångar		2 827	2 743
Summa tillgångar		6 877	6 646

Koncernens balansräkningar (forts)

(Mkr)		31 dec 1996	31 dec 1995
Skulder och eget kapital			
<i>Kortfristiga skulder</i>			
Leverantörsskulder		338	345
Inkomstskatteskuld		450	174
Latent inkomstskatteskuld	not 7	4	256
Upplupna kostnader och övriga kortfristiga skulder	not 12	1 952	1 801
Utnyttjade bankkrediter och andra kortfristiga lån	not 13	1 015	120
Skuld till Volvo-koncernen, netto	not 1	–	1 870
Övriga finansiella skulder		255	120
Summa kortfristiga skulder		4 014	4 686
<i>Långfristiga skulder</i>			
Lån		4	9
Övriga skulder	not 14	153	168
Latent inkomstskatteskuld	not 7	306	84
Avsatt till pensioner	not 15	32	37
Summa långfristiga skulder		495	298
Minoritetsintressen		54	105
Eget kapital	not 16	2 314	1 557
Summa skulder och eget kapital		6 877	6 646
<i>Åtaganden och ansvarsförbindelser</i> not 18			
Ställda panter		126	6
Ansvarsförbindelser		50	65

Koncernens kassaflödesanalyser

(Mkr)	1996	1995 ¹⁾
<i>Rörelsen</i>		
Årets nettoresultat	1 109	1 097
Avskrivningar	270	294
Nedskrivning av tillgångar	11	-
Resultatandelar i intressebolag	- 17	- 21
Utdelning från intressebolag	9	10
Vinst på försäljning av fastigheter, maskiner och inventarier	- 9	- 18
Vinst på försäljning av aktier	- 1	- 336
Minoritetsintressen	- 17	6
Förändring av operativa tillgångar/skulder		
Kundfordringar	- 135	182
Varulager	156	128
Övriga tillgångar	- 7	- 27
Leverantörsskulder	- 3	- 41
Upplupna kostnader och övriga kortfristiga skulder	263	-123
Minskning av avsatt till pensioner och övriga långfristiga skulder	- 22	- 9
Ökning (minskning) av inkomstskatteskulder	286	- 344
Minskning av latent inkomstskatteskuld	- 87	- 26
Kassaflöde från rörelsen	1 806	772
<i>Investeringar</i>		
Investeringar i fastigheter, maskiner och inventarier	- 217	- 302
Intäkter från försäljning av fastigheter, maskiner och inventarier	38	48
Investeringar i varumärken	- 1	- 16
Investeringar i övriga aktier	- 1	- 5
Intäkter från försäljning av övriga aktier	1	344
Förändring av finansiella fordringar	- 160	24
Kassaflöde från investeringar	- 340	93
<i>Finansiering</i>		
Förändring av kortfristiga lån	- 1 007	103
Utdelning till minoritetsägare	- 2	-
Amortering av långfristiga lån	- 3	- 1
Utdelning till moderbolag/aktieägare, netto	- 300	- 1 072
Kassaflöde från finansiering	- 1 312	- 970
Omräkningsdifferenser hänförliga till likvida medel	-16	- 52
Ökning (minskning) av likvida medel	138	- 157
Likvida medel vid årets början	804	961
Likvida medel vid årets slut	942	804
<i>Årets utbetalningar för</i>		
Räntor	163	288
Inkomstskatter (netto efter skatteåterbäring)	254	538

1) Proforma. Se not 1.

Noter till koncernens bokslut

(Samtliga belopp i Mkr om inte annat anges)

1 Allmänt

Swedish Match, som tidigare varit ett dotterbolag inom Volvokoncernen utdelades under 1996 till Volvos aktieägare och bolaget börsintroducerades på Stockholms Fondbörs. Vissa verksamheter, som idag ingår i Swedish Match, var tidigare inte legalt sett dotterbolag i Swedish Match-koncernen utan införlivades i koncernen per 1995-12-31 som en förberedelse för utdelningen. Uppgifterna i denna årsredovisning för åren 1995 och tidigare är presenterade proforma. Dessa proforma-räkenskaper konsoliderar samtliga räkenskaper för de dotterbolag som ägdes av Swedish Match per 1995-12-31 som om de hade ingått i Swedish Match-koncernen under samtliga presenterade år.

Proforma-räkenskaperna har upprättats enligt i Sverige tillämplig god redovisningssed. Inför utdelningen av Swedish Match kapitaliserades koncernen per 1995-12-31 i syfte att ge Swedish Match en soliditet på 25%. Koncernbalansräkningen per 1995-12-31 är faktisk och reflekterar denna kapitalisering. Eget kapital har justerats för räkenskapsperioder före 1995-12-31 för att visa en soliditet om 25% vid utgången av varje räkenskapsår. I proformaräkenskaperna har räntenettet beräknats genom att tillämpa en antagen räntesats om 10% på den genomsnittliga nettoskulden. Inkomstskatten har redovisats med en antagen skattesats om 30%. För en närmare beskrivning av underliggande justeringar och de antaganden som justeringarna grundar sig på hänvisas till det prospekt som utgavs i samband med att Swedish Match avskildes från Volvo och noterades på Stockholms Fondbörs.

2 Väsentliga redovisningsprinciper

Koncernredovisning

Koncernredovisningen omfattar moderbolaget, samtliga dotterbolag och intressebolag. Med dotterbolag avses de bolag i vilka Swedish Match äger mer än 50% av aktiernas röstvärde. Med intressebolag avses de bolag i vilka Swedish Match har ett långsiktigt innehav som motsvarar minst 20% och högst 50% av röstvärdet. Innehav i intressebolag redovisas enligt kapitalandelsmetoden. Koncernens andel av redovisat resultat i intressebolag redovisas som en del av rörelseresultatet och inkomstskatter.

Koncernredovisningen utarbetas enligt de principer som anges i Redovisningsrådets rekommendation RR 1.

Samtliga förvärv av bolag har redovisats enligt förvärvsmetoden. Avyttrade bolag ingår i koncernens redovisning till och med tidpunkten för avyttringen. Bolag som förvärvats under löpande år ingår i koncernens redovisning från och med förvärvstidpunkten.

Minoritetens andel i Swedish Matchs resultat redovisas efter inkomstskatter.

Övriga aktieinnehav redovisas till anskaffningsvärde och mottagen utdelning redovisas som intäkt.

Försäljning

Försäljning redovisas exklusive tobaksskatter, andra punktskatter och mervärdesskatt.

Utländska valutor

Omräkning av utländska dotterföretags räkenskaper

Utländska dotterföretags balansräkningar, med undantag för dotterföretag i länder med hög inflation, omräknas till svenska kronor enligt balansdagskursen. Resultaträkningar omräknas enligt genomsnittskurs för perioden. Omräkningsdifferenser som uppkommer i samband med omräkning av resultat- och balansräkningar förs direkt till eget kapital.

Dotterföretag som är verksamma i länder med hög inflationstakt omräknas enligt den monetära/icke-monetära metoden, varvid monetära poster omräknas till balansdagskurs och icke-monetära poster till investeringskurs. Resultaträkningar omräknas till genomsnittskursen för perioden, med undantag för avskrivningar och för vissa komponenter i kostnad sålda varor som omräknas till investeringskurs. Uppkommande differenser ingår i resultaträkningen.

Fordringar och skulder i utländsk valuta

Fordringar och skulder i utländsk valuta har omräknats till balansdagskurs, med undantag för kurssäkrade poster, som omräknats till respektive kurs enligt terminskontraktet. Kursvinster och kursförluster redovisas i resultatet.

Terminskontrakt

Koncernen ingår terminskontrakt för att säkra sin valutarisk avseende vissa finansiella skulder och förväntade, men ännu inte avtalade försäljningar och köp i utländsk valuta. Terminskontrakt som ingås för att säkra framtida transaktioner bokförs inte förrän de transaktioner, som säkringen avser, äger rum. Mellanhavanden i utländsk valuta, som har säkrats, omräknas med hjälp av relevant kurs enligt terminskontraktet, varvid realiserade och orealiserade kursvinster och kursförluster redovisas i resultaträkningen.

Noter till koncernens bokslut

Likvida medel

Likvida medel omfattar banktillgodohavanden och penningmarknadsinstrument. För att värdepapper skall kunna redovisas som likvida medel, måste det finnas en daglig sekundär marknad där handel kan bedrivas med dessa värdepapper.

Varulager

Varulager redovisas enligt lägsta värdets princip, i allt väsentligt enligt först-in, först-ut-metoden (FIFU), efter avdrag för inkurans.

Immateriella tillgångar

Goodwill ingår i immateriella tillgångar och avskrivs linjärt på 5–20 år. Goodwill i större dotterbolag med mer än 20 års verksamhet, starka varumärken och en god marknadsposition avskrivs på 20 år.

Värdet av goodwill och övriga immateriella tillgångar är föremål för regelbunden bedömning med avseende på om händelser eller omständigheter antyder att det kan vara svårt att återvinna deras bokförda värden. Dessa bedömningar innehåller med nödvändighet väsentliga bedömningar gjorda av företagsledningen avseende förmågan hos en förvärvad verksamhet att uppnå förväntade resultat.

Fastigheter, maskiner och inventarier

Avskrivningar på fastigheter, maskiner och inventarier baseras på tillgångarnas anskaffningskostnad och beräknade ekonomiska livslängder. Byggnader och markanläggningar avskrivs i allmänhet under perioder på 20–50 år. Den beräknade ekonomiska livslängden är normalt 5 år för fordon och 5–10 år för maskiner och inventarier.

Ny- och återanskaffningar aktiveras, medan kostnader för underhåll och reparationer kostnadsförs löpande. Då tillgångar säljs eller uttrangeras, bortskrivs anskaffningskostnaden och därmed sammanhängande ackumulerade avskrivningar och eventuell vinst eller förlust resultatförs.

Inkomstskatter

Reserveringen för inkomstskatter omfattar svenska och utländska löpande skatteskulder samt latent inkomstskatter till följd av temporära differenser mellan finansiell och skattemässig redovisning. Latenta skatteskulder och skattefordringar upptas till aktuell skattesats i respektive bolag (liability method). Tillgångar och skulder i form av latent skatt kvittas endast i enheter som i och mellan enheter har möjligheter till skatteutjämning.

Latent skattefordran bokförs avseende temporära differenser som kommer att resultera i framtida avdrag samt

skattemässiga förlustavdrag. Om det är mindre sannolikt att den latent skattefordran kommer att realiseras tas den ej upp som fordran utan reserveras mot värderingsreserv.

Poster av engångskaraktär

Väsentliga intäkts- eller utgiftsposter, som inte förväntas förekomma ofta, klassificeras netto som poster av engångskaraktär och redovisas separat i rörelseresultat. Poster av engångskaraktär omfattar kostnader för omstruktureringsprogram såväl som engångsintäkter från försäljning av verksamheter och aktier, som tidigare redovisats som operativa tillgångar.

Användning av uppskattningar

Upprättandet av årsredovisningar i enlighet med god redovisningssed kräver att företagsledningen gör uppskattningar och antaganden som påverkar beloppen för redovisade tillgångar och skulder, upplysningar angående ovissa förhållanden och eventuella framtida händelser och deras finansiella effekter på bokslutsdagen samt redovisade intäkter och utgifter under räkenskapsperioden. Verkliga resultat kan komma att avvika från dessa uppskattningar.

3 Försäljnings- och administrationskostnader

Försäljnings- och administrationskostnader inkluderar kostnader för forskning och utveckling till ett belopp av Mkr 84 respektive Mkr 112 för räkenskapsåren 1996 och 1995.

4 Avskrivningar

Kostnaderna för avskrivningar för räkenskapsåren 1996 och 1995 sammanfattas nedan.

	1996	1995
Maskiner och inventarier	182	196
Byggnader	32	42
Goodwill	44	46
Övrigt	12	10
Summa avskrivningar	270	294

Noter till koncernens bokslut

5 Poster av engångskaraktär

Under 1996 reserverades 150 Mkr för nedläggning av tobaksfabrikerna i Arvika och Härnösand. Från detta avgår en ersättning som har erhållits vid förlikning i tvistemål på 27 Mkr.

Under 1995 avyttrade Swedish Match-koncernen sina återstående aktier i UST, Inc., samt vissa licensrättigheter för Prince på den svenska taxfree-marknaden, vilket resulterade i vinster på 336 respektive 44 Mkr. Från dessa vinster avgår en omstruktureringskostnad på 191 Mkr totalt för koncernen.

7 Inkomstskatter

Resultat före inkomstskatter och minoritetsandelar 1996 respektive 1995 fördelade sig geografiskt enligt följande:

	1996	1995
Sverige	920	1 002
Utanför Sverige	610	629
Räntejusteringar, netto, till proforma enligt not 1		- 55
Summa	1 530	1 576

Inkomstskatter 1996 respektive 1995 fördelades geografiskt enligt följande:

	1996	1995
<i>Löpande inkomstskatter (intäkter) och justeringar</i>		
Sverige	276	- 34
Utanför Sverige	217	163
Summa löpande inkomstskatter	493	129
<i>Latenta inkomstskatter (intäkter)</i>		
Sverige	- 79	- 20
Utanför Sverige	- 9	4
Justeringar till proforma enligt not 1		360
Summa latenta inkomstskatter (intäkter) och justeringar	- 88	344
<i>Övriga skatter</i>		
Sverige	0	
Utanför Sverige	34	
Summa skattekostnad	439	473

6 Övriga finansiella poster, netto

Räntenetto

	1996	1995 ¹⁾
Ränteintäkter	97	
Räntekostnader	- 178	
Summa räntenetto	- 81	- 107

1) Proforma. Se not 1.

Övriga finansiella poster, netto, inkluderar kursvinster (-förluster) till ett belopp av 15 respektive 5 Mkr för 1996 och 1995.

Skatteeffekterna av temporära differenser, som resulterat i tillgångar och skulder i form av latent skatt per 31 december 1996 respektive 1995, sammanfattas nedan.

	1996	1995
Förlustavdrag	88	93
Omstruktureringsreserv	43	4
Pensionsförmåner	60	66
Skatteutjämningsreserver och resultatutjämningsfonder	- 219	- 233
Avskrivningar utöver plan	- 82	- 97
Varulagerreserver	- 40	- 38
Värderingsreserver	- 59	- 62
Övrigt	61	28
Latent inkomstskatteskuld, netto	- 148	- 239
<i>Klassificerat per balansräkningskategori</i>		
Kortfristig latent inkomstskattefordran	59	31
Kortfristig latent inkomstskatteskuld	- 4	- 256
Långfristig latent inkomstskattefordran	103	70
Långfristig latent inkomstskatteskuld	- 306	- 84
Latent inkomstskatteskuld, netto	- 148	- 239

Noter till koncernens bokslut

Per 31 december 1996 hade koncernen förlustavdrag motsvarande 273 Mkr. Koncernens skattemässiga förlustavdrag förfaller enligt följande:

År	Belopp
1997	1
1998	18
1999	29
2000	48
2001	98
Därefter	79
Summa skattemässiga förlustavdrag	273

Koncernen har reserverat 56 Mkr i samband med ett skatteanspråk som avser inkomståret 1988, av vilket en del är föremål för tvist.

Under 1996 belastas koncernens resultat med en skatt på 28,7%. Skillnaden mellan koncernens skattekostnad och skattekostnaden vid tillämpning av den lagstadgade skattesatsen i Sverige om 28,0% är hänförlig till poster enligt vidstående tabell.

	1996
Svensk skattesats	28,0
Justeringar för utländska skattesatser	4,6
Förluster som ej kunnat utnyttjas	1,2
Ej skattepliktiga poster	- 5,7
Ej avdragsgilla goodwill-avskrivningar	0,8
Ej avdragsgilla kostnader	2,3
Justeringar från tidigare år	- 2,5
Totalt	28,7

8 Varulager

Varulager per 31 december består av följande poster, efter avdrag för inkurans:

	1996	1995
Färdigvarulager	361	343
Produkter i arbete	77	70
Råmaterial och förbrukningsmaterial	950	1 119
Summa varulager	1 388	1 532

9 Fastigheter, maskiner och inventarier

Fastigheter, maskiner och inventarier per 31 december omfattar följande:

	Anskaffningsvärde		Ackumulerade avskrivningar		Bokfört värde	
	1996	1995	1996	1995	1996	1995
Maskiner och inventarier	2 656	2 576	1 752	1 634	904	942
Byggnader	1 160	1 149	387	321	773	828
Mark	191	195	-	-	191	195
Pågående nyanläggningar	72	37	-	-	72	37
Summa fastigheter, maskiner och inventarier	4 079	3 957	2 139	1 955	1 940	2 002

Markanläggningar ingår i rubriceringen Byggnader i stället för att redovisas separat, eftersom dessa inte anses vara av väsentlig betydelse. Det bokförda nettovärdet för markanläggningar per 31 december 1996 var 5 Mkr.

Taxeringsvärden per 31 december för fastigheter i Sverige anges i vidstående tabell:

	1996	1995
Byggnader	431	505
Mark	68	75
Summa taxeringsvärden för fastigheter i Sverige	499	580

Noter till koncernens bokslut

10 Aktier

Aktier i intressebolag och övriga aktier per 31 december:

	1996		1995	
	Ägarandel %	Bokfört värde	Ägarandel %	Bokfört värde
Arnold André GmbH & Co. KG	40	78	40	82
Arnold André Verwaltungs GmbH	40	0	40	0
BVT Cricket & Co Ltd Vietnam	33	1	–	–
Cricket de Mexico SA de CV	20	0	20	0
AO Baltijskij Tabak	–	–	50	1
Summa aktier i intressebolag	–	79	–	83
Övriga aktier	–	0	–	0
Summa aktier	–	79	–	83

Inom ramen för den normala verksamheten genomför Swedish Match transaktioner med intressebolag. Fordringar på dessa bolag uppgick till 9 respektive 11 Mkr per 31

december 1996 och 1995. Försäljningen till intressebolag uppgick till 89 respektive 75 Mkr för 1996 och 1995.

11 Immateriella tillgångar

Immateriella tillgångar per 31 december består av följande:

	Anskaffningsvärde		Ackumulerade avskrivningar		Bokfört värde	
	1996	1995	1996	1995	1996	1995
Goodwill	862	869	376	349	486	520
Varumärken och andra immateriella tillgångar	108	115	78	72	30	43
Summa immateriella tillgångar	970	984	454	421	516	563

12 Upplupna kostnader och övriga kortfristiga skulder

Upplupna kostnader och övriga kortfristiga skulder per 31 december består av följande:

	1996	1995
Punktskatter	942	689
Upplupna löner och lönerelaterade skatter	245	277
Mervärdesskatteskuld	312	405
Övrigt	453	430
Summa upplupna kostnader och övriga kortfristiga skulder	1 952	1 801

13 Bankkrediter

Swedish Match-koncernen upprätthåller krediter inom alla de geografiska områden där koncernen driver verksamhet. Den outnyttjade delen av beviljade krediter, utöver outnyttjad del av det syndikerade banklånet uppgick per 31 december 1996 till 594 Mkr. Vissa av ifrågakvarande krediter förutsätter att man erlägger limitavgifter. Dessa avgifter kan variera, men överstiger i normala fall inte 0,25 procent av den outnyttjade delen av respektive kredit. Outnyttjad del av det syndikerade banklånet uppgick per den 31 december 1996 till 1 000 Mkr.

Noter till koncernens bokslut

14 Övriga pensionsförmåner

Utöver pensionsplaner tillämpar koncernens amerikanska dotterföretag skickade icke-finansierade planer avseende hälsovård och övriga förmåner för anställda som gått i pension och som uppfyller kraven på minimiålder och tjänstear. Planerna avser i allmänhet kostnadsbidrag, varvid pensionärernas andelar justeras regelbundet och omfattar andra

komponenter som exempelvis självrisk och medförsäkring. Den beräknade kostnaden för pensionsförmåner avseende hälsovård periodiseras, vilket överensstämmer med U.S. SFAS No. 106, "Employers' Accounting for Postretirement Benefits Other Than Pensions".

Nedan följer en sammanfattning av planerna, som avstämts mot beloppen i balansräkningarna per 31 december.

	1996	1995
<i>Akkumulerade åtaganden</i>		
Pensionärer	53	60
Anställda som fullt ut omfattas av planen	8	13
Övriga anställda som omfattas av planen	51	49
Summa ackumulerade åtaganden	112	122
Ej resultatförda effekter av avvikande försäkringstekniskt utfall	33	11
Upplupen skuld klassificerad som Övriga skulder i balansräkningarna	145	133
Antagen genomsnittlig räntesats	7,25%	7,25%

Kostnader för övriga pensionsförmåner fördelas enligt följande:

	1996	1995
Servicekostnad	5	6
Räntekostnad	7	8
Övrigt	- 1	- 2
Kostnader för pensionsförmåner, netto	11	12

Den antagna procentsatsen, som använts avseende den trendmässiga utvecklingen av hälsovårdskostnaderna för att mäta huvuddelen av det ackumulerade åtagandet för förmåner, var 7,0 procent för 1996 och successivt minskande till 5,5 procent år 1998 för att därefter kvarstå på denna nivå. En årlig ökning på en procentenhet i den antagna procentsatsen för utvecklingen av hälsovårdskostnaderna skulle öka de ackumulerade åtagandena för förmåner per 31 december 1996 samt kostnaderna för pensionsförmåner för 1996 med cirka 14% respektive 17%.

15 Pensionsavsättningar

Koncernen tillämpar olika pensionsplaner för sina anställda över hela världen. Pensionsavsättningarna beräknas enligt försäkringstekniska principer i respektive land. De flesta av koncernens pensionsplaner är definierade pensionsåtaganden, som antingen täcks av försäkringar eller stiftelser eller tas i egen regi.

De pensionsförmåner som tillhandahålls anställda i koncernens svenska tobaksverksamhet täcks delvis av två helt oberoende pensionskassor. Marknadsvärdet för dessa kassors tillgångar överskred per 31 december 1996 pensionsåtagandenas försäkringstekniska värde med 1 119 Mkr. Överskotten av medel kan endast disponeras efter godkännande av kassornas styrelser. Under 1996 gavs bidrag om 57 Mkr ur dessa kassor till koncernens tobaksdotterbolag i Sverige. Motsvarande siffra för 1995 var 53 Mkr.

Vissa av koncernens definierade pensionsåtaganden, främst lokala och nationella allmänna planer, är tagna i egen regi. Nuvärdet av sådana framtida pensionsförmåner bokförs som skuld i koncernens balansräkning.

Koncernen har även stiftelser eller stiftelseliknande arrangemang för ett antal definierade pensionsåtaganden, främst i USA, Sverige och Storbritannien.

Noter till koncernens bokslut

16 Eget kapital

Den 29 december 1995 godkände styrelsen i Swedish Match en aktiesplit från 40 794 836 aktier till 203 974 180 aktier och en ökning av antalet aktier till 463 558 252. Aktiespliten och ökningen av antalet aktier registrerades den 9 januari 1996.

Från och med den 31 december 1995 inkluderade koncernens kapitalstruktur 463 558 252 aktier (med ett nominellt värde av 2 kronor per aktie) enligt följande:

	1996	1995
Aktiekapital	927	927
Bundna reserver	89	93
Summa bundet eget kapital	1 016	1 020
Fria reserver	189	- 560
Årets nettoresultat	1 109	1 097
Summa fritt eget kapital	1 298	537
Summa eget kapital	2 314	1 557

Enligt Aktiebolagslagen begränsas utdelning till det lägre av det fria egna kapitalet enligt koncernbalansräkningen och moderbolagets balansräkning efter föreslagna avsättningar till bundet eget kapital.

Förändringarna i eget kapital per 31 december var följande:

	1996	1995
Balans 31 dec föregående år	1 557	1 760
Omräkningsdifferens	- 52	- 228
Utdelning till AB Volvo	- 300	
Antagen utdelning till moderbolaget, netto enligt proforma		- 1 072
Årets nettoresultat	1 109	1 097
Balans 31 dec	2 314	1 557

17 Finansiella instrument

Koncernen är verksam internationellt, vilket ger upphov till riskexponering för förändringar i valutakurser. Koncernen använder sig av terminskontrakt för att minska riskerna.

Per 31 december hade koncernen utestående valutaterminskontrakt för följande nominella värden:

	1996	1995
Terminskontrakt	743	739

Det bokförda värdet av alla finansiella instrument som innehåvs av Swedish Match-koncernen uppgår ungefär till marknadsvärdet, med undantag för terminskontrakt. De bokförda värdena och beräknade marknadsvärden av terminskontrakt per 31 december framgår nedan.

	1996		1995	
	Bokfört värde	Beräknat marknadsvärde	Bokfört värde	Beräknat marknadsvärde
Terminskontrakt	- 1	- 10	3	14

Terminskontraktens marknadsvärde reflekterar de beräknade belopp som koncernen skulle erhålla eller betala vid uppsägning av kontrakten per balansdagen, varvid hänsyn tagits till orealiserade vinster och förluster på öppna terminer.

Koncentrerad kreditrisk

Kreditrisk innebär den bokföringsmässiga förlust som skulle resultatföras per bokslutsdatum, ifall någon motpart helt lät bli att fullgöra ett avtal. Swedish Match-koncernen har ingen betydande exponering gentemot någon enskild kund eller motpart.

18 Åtaganden och ansvarsförbindelser

Leasingavtal

Framtida årliga minimiavgifter enligt icke uppsägningsbara operativa leasingavtal med initiala eller återstående löptider på ett år eller mer bestod per 31 december 1996 av följande:

År	Årliga minimiavgifter
1997	23
1998	15
1999	11
2000	6
2001	4
Därefter	5
Summa minimiavgifter	64

Koncernens leasingkostnader för operativa leasingavtal uppgick till 28 Mkr för år 1996.

Noter till koncernens bokslut

Rättstvister

Bolaget är involverat i ett antal rättsliga processer av för verksamheten rutinmässig karaktär. Även om företagsledningen inte på ett meningsfullt sätt kan uppskatta de skadestånd pågående eller befarade tvister skulle kunna medföra, är det företagsledningens uppfattning att skyldigheter hänförliga till alla sådana pågående tvister inte påtagligt skulle inverka negativt på Swedish Matchs finansiella ställning eller resultat.

Miljöfrågor

Ett av koncernens dotterföretag har identifierats som poten-

tiellt ansvarigt enligt Comprehensive Environmental Response, Compensation and Liability Act ("CERCLA") för en avstjälningsplats för avfall i USA.

Sanering av området pågår och dotterföretagets andel av kostnaden har uppskattats till högst 7 Mkr, vilket har reserverats.

Övrigt

Swedish Match-koncernen har reserverat cirka 13 Mkr för poster som exempelvis rättstvister, avgångsvederlag och ersättning till anställda i samband med koncernens tidigare avyttring av en konfektyrverksamhet.

19 Geografisk information

I nedanstående tabeller sammanfattas vissa uppgifter per geografiskt område per 31 december.

	1996	1995
<i>Koncernextern försäljning</i>		
Sverige	3 679	3 362
Västeuropa exklusive Sverige	1 782	1 858
Östeuropa	121	200
Nordamerika	1 359	1 453
Latinamerika	372	441
Övriga områden	103	121
Summa koncernextern försäljning	7 416	7 435
<i>Resultat före inkomstskatter och minoritetsandelar</i>		
Sverige	919	1 002
Västeuropa exklusive Sverige	232	401
Östeuropa	- 15	28
Nordamerika	355	187
Latinamerika	52	41
Övriga områden	- 13	- 28
Räntejustering, netto, enligt not 1		- 55
Summa resultat före inkomstskatter och minoritetsandelar	1 530	1 576
<i>Tillgångar</i>		
Sverige	3 067	2 484
Västeuropa exklusive Sverige	1 837	1 963
Östeuropa	209	302
Nordamerika	878	867
Latinamerika	691	832
Övriga områden	195	198
Summa tillgångar	6 877	6 646

Noter till koncernens bokslut

20 Resultat och eget kapital enligt amerikanska redovisningsprinciper

Räkenskaperna i Swedish Match har upprättats enligt svenska redovisningsprinciper ("Swedish GAAP"). I samband med Swedish Matches notering på NASDAQ -börsen i USA lämnar bolaget viss ekonomisk information avfattad enligt amerikanska redovisningsprinciper ("U.S. GAAP"). Swedish

Match avger även en årlig rapport (Form 20-F) till Securities and Exchange Commission (SEC) i USA, vilken innehåller ytterligare information om Swedish Matches verksamhet enligt fastställda regler.

En sammanfattning av de approximativa effekterna på koncernens resultat och egna kapital vid tillämpning av amerikanska redovisningsprinciper lämnas i nedanstående tabeller.

	Not	1996	1995
<i>Avstämning av nettoresultat</i>			
Nettoresultat redovisat enligt svenska redovisningsprinciper		1 109	1 097
<i>Poster som ökar respektive minskar resultatet</i>			
Konsolidering:	1		
Avskrivning på goodwill		- 308	- 308
Övriga avskrivningar		- 3	- 3
Poster av engångskaraktär		-	- 261
Omstruktureringskostnader	2	73	-
Förtidspension	3	- 5	-17
Finansiella instrument	4	- 22	11
Pensioner	5	61	-
Skatteeffekter av ovanstående justeringar		- 32	78
Ungefärligt nettoresultat enligt amerikanska redovisningsprinciper		873	597
<i>I kronor per aktie:</i>			
Ungefärligt nettoresultat enligt amerikanska redovisningsprinciper		1:88	1:29
<i>Avstämning av eget kapital:</i>			
Eget kapital redovisat enligt svenska redovisningsprinciper		2 314	1 557
<i>Poster som ökar respektive minskar resultatet</i>			
Konsolidering:	1		
Fastigheter, maskiner och inventarier		112	115
Goodwill		5 365	5 673
Omstruktureringskostnader	2	73	
Förtidspension	3	-	5
Finansiella instrument	4	- 9	13
Pensioner	5	123	64
Skatteeffekter av ovanstående U.S. GAAP-justeringar		- 118	- 87
Ungefärligt eget kapital enligt U.S. GAAP		7 860	7 340

Noter till koncernens bokslut

1. Per den 31 december 1995 ägdes Swedish Match av Volvo-koncernen, som förvärvade koncernens moderbolag i två steg i november 1993 och i juni 1994, varvid förvärvsmetoden tillämpades vid redovisningen av transaktionerna. I enlighet därmed fördelades skillnaden mellan anskaffningspriset och nettotillgångarnas bokförda värden mellan byggnader, mark och aktier, som innehades av Swedish Match och för vilka marknadsvärden vid tiden för förvärvet översteg bokförda värden. Återstoden av skillnaden mellan anskaffningspriset och tillgångarnas bokförda värden utgjorde goodwill. Dessa fördelningar bokfördes på koncernnivå hos Volvo och flyttades inte ner till dotterkoncernen Swedish Match.

U.S. GAAP kräver att man tillämpar "push down"-redovisning för helägda dotterbolags oberoende årsredovisningar om ägarandelen uppgår till 80 % eller mer, vilket blev fallet i samband med Volvos förvärv 1994. Följaktligen har de justeringar, som enligt förvärvsmetoden gjorts av Volvo avseende Swedish Match, redovisats för U.S. GAAP ändamål i Swedish Match från och med juni 1994. Den goodwill som på detta sätt beräknats har därefter ytterligare justerats då U.S. GAAP kräver att anskaffningspriset ska sättas med utgångspunkt från marknadspriset av vederlaget per det datum då transaktionen genomfördes och inte som i Swedish GAAP den dag förvärvet offentliggörs.

Totalt bruttovärde av goodwill som enligt ovanstående påfördes Swedish Match 1994 uppgick till 6 158 Mkr. Justeringar för fastigheter, maskiner och inventarier uppgick till 119 Mkr. Goodwillbeloppet skrivs av på 20 år.

Den realisationsvinst som redovisades som engångsbelopp i Swedish Match i samband med försäljningen av aktierna i UST, Inc. har i stället ökat värdet av tillgångarna vid Volvos förvärv.
2. I resultatet för 1996 redovisas bland poster av engångskaraktär en omstruktureringskostnad på 150 Mkr avseende nedläggning av fabriker i Arvika och Härnösand för att koncentrera tillverkningen av rök tobaksprodukter till fabriker i Malmö och Belgien. Enligt svenska redovisningsprinciper bokförs hela kostnaden för omstruktureringen i samband med beslutet medan enligt U.S. GAAP endast vissa kostnader får bokas som omstruktureringskostnad. Kostnader för utbildning, flyttning av maskiner och andra kostnader, som avser framtida produktion får enligt U.S. GAAP redovisas först i samband med att kostnaderna uppstår.
3. Under 1994 redovisade ett dotterföretag i Swedish Match-koncernen en kostnad avseende förtidspension enligt Swedish GAAP. Enligt SFAS No. 88, "Employers' Accounting for Settlements and Curtailments of Defined Benefit Pension Plans and for Termination Benefits", uppfylldes kriterierna för denna kostnad först efter 1994.
4. Vid tillämpning av svenska redovisningsprinciper redovisas vanligtvis realiserade valutakursvinster och -förluster på terminskontrakt, som skyddar förväntade framtida transaktioner, först när den underliggande transaktionen inträffar. Vid tillämpning av U.S. GAAP skall positiva och negativa realiserade kursdifferenser för sådana terminskontrakt beräknade på basis av balansdagens marknadsvärden ingå i det redovisade resultatet.
5. Pensioner redovisas i respektive enhet i Swedish Match-koncernen, om tillämpligt, baserat på de principer som gäller i respektive land förutsatt att dessa innebär att intjänad pensionsrätt redovisas som kostnad.

Enligt U.S. GAAP redovisas pensioner i enlighet med SFAS No. 87, "Employers' Accounting for Pensions". Koncernen har uppskattat effekten på nettoresultatet och eget kapital under antagande att man tillämpar SFAS No. 87.

Noter till koncernens bokslut

	Svenska planer	Utländska planer Över-fonderade	Under-fonderade
Prognosticerat pensionsåtagande	62	471	94
Marknadsvärde av tillgångar ingående i planen	151	518	55
Överskott (underskott) av tillgångar jämfört med prognosticerat pensionsåtagande	89	47	- 38
Förutbetalda (upplupna) pensioner enligt US GAAP	50	54	- 17

Försäkringsmatematiska antaganden	1996
Diskonteringsränta, %	7,75 – 9,0
Löneutveckling, %	6,0
Avkastning på avsatta medel, %	8,7 – 9,0

Noter till koncernens bokslut

21 Personal

Medelantalet anställda under 1996 uppgick i moderbolaget till 29 och i koncernen till 6 580. För 1995 var motsvarande uppgifter 13 respektive 7 306.

Löner och ersättningar sammanfattas nedan.

	Koncernen	Moderbolaget
Till styrelse och verkställande direktörer, varav bonus 11,9	45	3
Övriga anställda	1 069	14
Summa	1 114	17
Januari-december 1995	1 140	6

Medelantal anställda i Sverige fördelade sig på kommuner enligt följande:

	1996	1995
<i>Moderbolaget</i>		
Stockholm	29	12
Göteborg	-	1
<i>Övriga</i>		
Arvika	110	107
Göteborg	259	290
Härnösand	71	89
Kalmar	58	66
Malmö	338	364
Solna	46	67
Stockholm	261	240
Tidaholm	201	225
Vetlanda	94	92
Summa	1 467	1 553

Koncernens anställda samt löner och ersättningar fördelade på länder sammanfattas nedan.

	Medelantal anställda		Löner och ersättningar	
	1996	1995	1996	1995
<i>Moderbolaget</i>				
Sverige	29	13	17	6
<i>Övriga</i>				
Belgien	569	593	86	112
Estland	188	264	13	11
Frankrike	286	265	59	61
Irland	34	34	8	8
Nederländerna	470	479	126	117
Portugal	29	29	5	5
Schweiz	48	58	57	80
Spanien	162	162	33	36
England	86	86	23	23
Sverige	1 438	1 540	373	360
Tyskland	41	44	12	14
Ungern	464	490	16	13
USA	698	776	203	203
Brasilien	1 057	1 417	56	61
Indonesien	445	345	3	2
Filippinerna	290	453	13	17
Kina	233	242	5	4
Andra länder	13	16	6	7
Totalt	6 580	7 306	1 114	1 140
därav				
kvinnor	2 988	3 500		
män	3 592	3 806		

Noter till koncernens bokslut

Nedan lämnas information avseende högsta ledningens förmåner:

Bernt Magnusson, styrelseordförande i Swedish Match, erhöll under 1996 474 Tkr i styrelsearvode varav 24 Tkr avser tidigare år.

Göran Lindén, verkställande direktör och koncernchef i Swedish Match erhöll från mars 1996 2 283 Tkr i lön och förmåner. Dessutom har Göran Lindén avtal om bonus som kan uppgå till högst 35 procent av den kontanta lönen. Göran Lindén har pension från 60 års ålder. Från 60 - 65 års ålder utgår pension med 70 procent av den fasta kontanta lönen plus genomsnittet av de senaste tre årens bonus. Från 65 år utgår pension med 45 procent av den pensionsmedförande lönen. Uppsägningstid gäller med 6 månader från Göran Lindéns sida och 12 månader från bolagets sida. Bolaget kan inte säga upp honom före 1 mars 1998. Avgångsvederlag utgår med maximalt två årslöner om bolaget säger upp anställningsavtalet. Avgångsvederlaget reduceras med andra inkomster dock med maximalt 50 procent av dessa och högst ner till halva avgångsvederlaget.

För övriga i koncernledningen gäller att pension utgår från 60 års ålder. Mellan 60 - 65 års ålder utgår pension med 50-70 procent av den pensionsmedförande lönen och från 65 år utgår pension med 50 procent av den pensionsmedförande lönen. Med pensionsmedförande lön avses den kontanta lönen plus genomsnittet av de tre närmast föregående årens bonus, som i inget fall kan uppgå till mer än 35 procent av kontantlönen.

För William G. McClure III gäller 65 års pensionsålder och 70 procent i pension.

För koncernledningen, utom för Göran Lindén, gäller en ömsesidig uppsägningstid om 6 månader. Avgångsvederlag utgår om bolaget säger upp den anställde med ett belopp motsvarande 1 års kontantlön. Om den anställde vid uppsägningstillfället uppnått 55 års ålder kan avgångsvederlaget ökas med 1/2 års kontantlön. Avgångsvederlaget skall reduceras med andra inkomster, dock med maximalt 50 procent av dessa och högst ner till halva avgångsvederlaget.

Moderbolagets resultaträkningar

Mkr		1996	1995
Försäljning		37,1	21,7
<i>Rörelsens kostnader</i>			
Kostnad sålda varor		- 8,2	- 8,9
Försäljnings- och administrationskostnader		- 168,2	- 85,7
Avskrivningar	not 1	- 0,5	- 0,3
Rörelseresultat		- 139,8	- 73,2
<i>Finansiella poster</i>			
Utdelning		0,1	0,1
Anteciperad utdelning	not 2	190,9	-
Ränteintäkter		51,4	95,8
Räntekostnader		- 242,1	- 300,6
Övriga finansiella poster, netto	not 3	- 145,1	45,7
Finansiella poster, netto		- 144,8	- 159,0
Resultat efter finansiella poster		- 284,6	- 232,2
Avskrivningar utöver plan		- 0,2	-
Koncernbidrag och aktieägartillskott	not 4	1 209,4	1 791,6
Resultat före inkomstskatter		924,6	1 559,4
Inkomstskatter		- 246,7	8,4
Årets nettoresultat		677,9	1 567,8

Moderbolagets balansräkningar

Mkr		31 dec 1996	31dec 1995
Tillgångar			
<i>Omsättningstillgångar</i>			
Likvida medel		518,2	–
Fordringar på moderbolaget		–	1 997,1
Fordringar på övriga koncernbolag		463,5	130,6
Kundfordringar		1,6	2,3
Förutbetalda kostnader		32,7	0,6
Övriga fordringar		0,5	0,1
Varulager	not 5	0,5	0,2
Summa omsättningstillgångar		1 017,0	2 130,9
<i>Anläggningstillgångar</i>			
Långfristig fordran koncernbolag		13,7	–
Övriga långfristiga fordringar		–	0,1
Aktier i dotterbolag	not 6	6 841,4	7 015,1
Maskiner och inventarier	not 7	1,9	0,6
Summa anläggningstillgångar		6 857,0	7 015,8
Summa tillgångar		7 874,0	9 146,7

Moderbolagets balansräkningar (forts)

Mkr	31 dec 1996	31 dec 1995
Skulder och eget kapital		
<i>Kortfristiga skulder</i>		
Leverantörsskulder	5,3	1,1
Upplupna kostnader och förutbetalda intäkter	42,9	3,2
Skulder till koncernbolag	1 231,6	4 177,8
Inkomstskatteskuld	305,9	56,3
Kortfristigt lån	1 000,0	–
Övriga skulder	3,3	1,4
Summa kortfristiga skulder	2 589,0	4 239,8
<i>Långfristiga skulder</i>		
Skulder till dotterbolag	2,0	2,0
Summa skulder	2 591,0	4 241,8
<i>Obeskattade reserver</i>		
Akkumulerade överavskrivningar utöver plan	0,2	–
<i>Eget kapital</i>	not 8	
Aktiekapital	927,1	927,1
Reservfond	87,6	87,6
Summa bundet eget kapital	1 014,7	1 014,7
Balanserade vinstmedel	3 590,2	2 322,4
Årets vinst	677,9	1 567,8
Summa fritt eget kapital	4 268,1	3 890,2
Summa eget kapital	5 282,8	4 904,9
Summa skulder och eget kapital	7 874,0	9 146,7
Ställda panter	7,0	0
Ansvarsförbindelser	31,1	26,9

Moderbolagets finansieringsanalyser

Mkr	1996	1995
Årets nettoresultat	677,9	1 567,8
Avskrivningar	0,7	0,3
Förlust/vinst (-) vid försäljning av aktier	145,5	- 0,9
Minskning (ökning) av operativa tillgångar		
Kundfordringar	1,8	- 2,4
Varulager	- 0,4	0,3
Övriga tillgångar	- 28,7	80,4
Ökning (minskning) av leverantörsskulder samt upplupna kostnader och övriga kortfristiga skulder	65,0	3,5
Ökning (minskning) av avsatt till pensioner och övriga långfristiga skulder	- 0,1	0,8
Ökning (minskning) av inkomstskatteskulder	249,6	- 5,8
Kassaflöde från rörelsen	1 111,3	1 644,0
<i>Investeringar</i>		
Investeringar i fastigheter, maskiner och inventarier	- 1,8	- 0,8
Försäljning av rättigheter	-	2,9
Investeringar i aktier	- 0,7	- 1 233,7
Försäljning av aktier	28,9	519,2
Betalning av finansiella fordringar	- 3,6	0,6
Nettoförändring av likvida medel tillförda från (använda vid) investeringar	22,8	- 711,8
<i>Finansiering</i>		
Förändring av kortfristiga lån	1 000,0	- 1,0
Förändring av koncernmellanhavanden	- 1 315,9	6 259,5
Aktieutdelning	- 300,0	- 7 190,7
Nettoförändring av likvida medel tillförda från (använda vid) finansiering	- 615,9	- 932,2
Likvida medel vid årets början	0	0
Likvida medel vid årets slut	518,2	0

Noter för moderbolaget

(Samtliga belopp i Mkr om inte annat anges)

1 Avskrivningar

Kostnaderna för avskrivning avser i sin helhet maskiner och inventarier.

2 Anteciperad utdelning

Utdelningen har anteciperats enligt följande:

	1996	1995
Swedish Match Group BV	53,7	-
Pinkerton Group, Inc.	137,2	-
Totalt	190,9	-

3 Övriga finansiella poster, netto

Övriga finansiella intäkter och utgifter, netto, inkluderar kursvinster till ett belopp av 44,6 och 0,4 Mkr för räkenskapsåren 1996 och 1995. För 1996 ingår ett belopp om 145,5 Mkr avseende förlust vid avyttringar av aktier i dotterbolag.

4 Koncernbidrag och aktieägartillskott

	1996	1995
Koncernbidrag från		
AB Fortos	-	230,5
Svenska Tobaks AB	1 223,0	-
Procordia United Brands AB	53,0	-
Tobaks Fastighets AB	15,1	-
Gullbergsvass Fastighets AB	4,4	-
Swedish Match Arenco AB	9,0	-
Swedish Match Industries AB	14,3	-
Aktieägartillskott från AB Fortos	-	1 578,9
Aktieägartillskott till		
Procordia United Brands AB	- 106,0	-
Swedish Match Arenco AB	- 3,4	-7,8
Swedish Match Industries AB	-	- 10,0
Totalt	1 209,4	1 791,6

5 Varulager

Varulagret per 31 december 1996 och 1995 består i sin helhet av färdigvarulager.

Noter för moderbolaget

6 Aktier

Innehav per 31 dec 1996 Dotterbolag	Antal aktier eller andelar	Valuta	Nominellt värde, tkr	Bokfört värde, tkr	Moderbolagets innehav, %
Arenco AB	5 500	SEK	550	850	100
Swedish Match Industries AB					
stamaktier	30 000	SEK	30 000	195 000	100
preferensaktier	851	SEK	851	0	99,8
Procordia United Brands AB	200 000	SEK	20 000	2 908 782	100
Export AB Svalan	500	SEK	50	2 772	100
Intermatch Sweden AB	10 000	SEK	1 000	1 300	100
AB Jönköping Vulcan	600	SEK	60	70	100
Svenska Tändsticks AB	1 000	SEK	100	100	100
Svenska Tändsticksbolagets Försäljnings AB	3 000	SEK	300	360	100
Svenska Tändsticks Philippine Company	20 000	PHP	20 000	2	100
Pinkerton Group, Inc.	100	USD	100	848 729	100
BCP International BV	112 055	NLG	112 055	700 000	100
Swedish Match Group BV	17 060 000	NLG	1 706	2 161 596	100
Nitedals Tændstikker A/S	500	NOK	500	486	100
Swedish Match SA	10 604	CHF	1 591	21 400	100
SA Allumettiére Caussemille ¹⁾	10 000	FRF	1 000	0	100
The Burma Match Co. Ltd ²⁾	300 000	BUK	3 000	0	100
Vulcan Trading Co. Ltd ³⁾	4 000	BUK	400	0	100
Summa				6 841 447	

1) Nationaliserat i november 1963

2) Nationaliserat i december 1968

3) Nationaliserat i januari 1969

Härutöver ägs aktier i Union Allumettiére Marocaine S:A. Ägandet är endast formellt. Samtliga rättigheter och skyldigheter tillkommer koncernbolag.

Övriga aktier per 31 december 1996

Moderbolaget innehar aktier i ett rörelseanknutet bolag:

Yaka Feudor Sa		JPY	100 000	0	15,4
----------------	--	-----	---------	---	------

Noter för moderbolaget

7 Maskiner och inventarier

Maskiner och inventarier per 31 december omfattar följande:

	Anskaffningssvärde		Ackumulerade avskrivningar enligt plan		Planenligt restvärde	
	1996	1995	1996	1995	1996	1995
Maskiner och inventarier	3,4	1,6	1,5	1,0	1,9	0,6

Avskrivningar utöver plan har skett med 0,2 Mkr under 1996.

8 Eget kapital

Bolagets aktiekapital är uppdelat på 463 558 252 aktier à nominellt två kronor per aktie. Samtliga aktier har vardera en röst och är fria.

	Aktiekapital	Övrigt bundet eget kapital	Fritt eget kapital	Summa eget kapital
Utgående eget kapital 1994	407,9	87,6	9 513,2	10 008,7
Utbetalning till aktieägarna	-	-	- 6 219,7	- 6 219,7
Utdelning	-	-	- 971,1	- 971,1
Nyemission	519,2	-	-	519,2
Årets nettoresultat	-	-	1 567,8	1 567,8
Utgående eget kapital 1995	927,1	87,6	3 890,2	4 904,9
Utdelning till aktieägarna	-	-	- 300,0	- 300,0
Årets nettoresultat	-	-	677,9	677,9
Utgående eget kapital 1996	927,1	87,6	4 268,1	5 282,8

Revisionsberättelse för Swedish Match AB (publ)

Jag har granskat årsredovisningen, koncernredovisningen, räkenskaperna samt styrelsens och verkställande direktörens förvaltning för räkenskapsåret 1996. Granskningen har utförts enligt god revisionsred.

Moderbolaget

Årsredovisningen har upprättats enligt aktiebolagslagen.

Jag tillstyrker

att resultaträkningen och balansräkningen fastställs,
att vinsten disponeras enligt förslaget i förvaltningsberättelsen samt
att styrelsens ledamöter och verkställande direktören beviljas anvarsfrihet för räkenskapsåret.

Koncernen

Koncernredovisningen har upprättats enligt aktiebolagslagen.

Jag tillstyrker

att koncernresultaträkningen och koncernbalansräkningen fastställs.

Stockholm den 6 mars 1997

Göran Tidström
Auktoriserad revisor

Definitioner

Rörelsemarginal

är rörelseresultat före poster av engångskaraktär dividerat med försäljning.

Avkastning på operativt kapital

är rörelseresultat före poster av engångskaraktär dividerat med genomsnittligt operativt kapital. Genomsnittligt operativt kapital har beräknats genom att dividera summan av ingående balans och utgående balans av operativt kapital med 2. För 1996 har använts rullande tolv månaders genomsnitt.

Operativt kapital

är kortfristiga operativa tillgångar, immateriella tillgångar, fastigheter, maskiner och inventarier samt övriga långfristiga operativa tillgångar minskat med kortfristiga operativa skulder.

Avkastning på eget kapital

är årets nettoresultat dividerat med genomsnittligt eget kapital. Genomsnittligt eget kapital har beräknats genom att dividera summan av ingående balans och utgående balans med 2.

Räntetäckningsgraden

är resultat före inkomstskatter och minoritetsintressen plus räntekostnader dividerat med räntekostnader. Räntekostnader för 1995 har beräknats med en räntesats om 10 procent på genomsnittliga räntebärande skulder.

Skuldsättningsgrad

är nettoskuld dividerat med summan av eget kapital och minoritetsintressen.

Nettoskuld

är räntebärande skulder minus likvida medel.

Soliditeten

är summan av eget kapital och minoritetsintressen dividerat med summa tillgångar.

Operativt kassaflöde

är rörelseresultat före poster av engångskaraktär plus avskrivningar plus/minus minskning/ökning av netto kortfristiga operativa tillgångar (justerat för att exkludera omräknings-effekter och poster av engångskaraktär) minus investeringar plus bokfört värde av sålda fastigheter, maskiner och inventarier, exklusive effekter av förvärv och försäljning av dotterbolag.

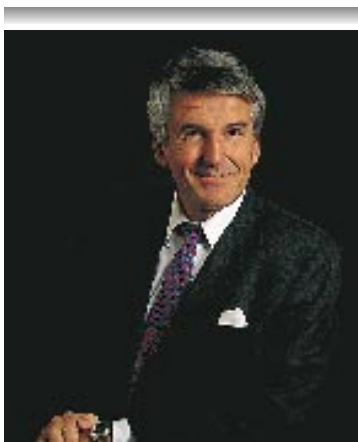
P/E-tal efter skatt

Börskurs dividerat med vinst per aktie efter engångsposter.

Direktavkastning

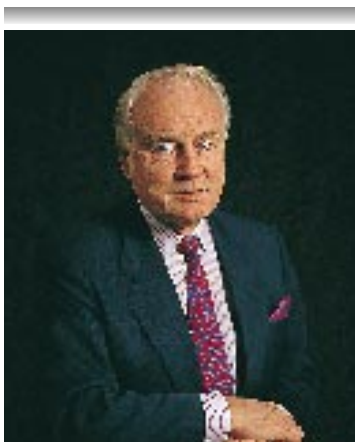
Utdelning i procent av börskursen.

Styrelse



Bernt Magnusson

f 1941. Ordförande. Ledamot sedan 1993. Styrelseordförande i NCC AB. Övriga styrelseuppdrag: vice ordförande i Avesta Sheffield AB, ledamot i Nordbanken AB, Burmah Castrol plc, Silja OY Ab, Höganäs AB, ICB Shipping AB, Nordstjernen AB, Industriförbundet och Stockholms Handelskammare. Rådgivare till European Bank for Reconstruction and Development. Aktieinnehav i Swedish Match AB: 1 500 aktier.



Arne R. Bennborn

f 1932. Ledamot sedan 1996. Teknologie hedersdoktor. Övriga styrelseuppdrag: vice ordförande i Invest in Sweden Agency-ISA. Ledamot av Ingenjörsvetenskapsakademien. Aktieinnehav i Swedish Match AB: 0.



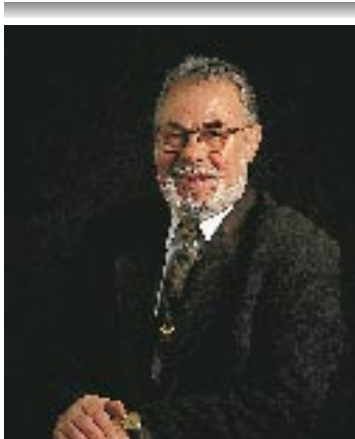
Jan Blomberg

f 1939. Ledamot sedan 1996. Övriga styrelseuppdrag: ordförande i Fastighets AB Näckebro, vice ordförande i Posten AB, ledamot i PLM AB, Garphyttan Industrier AB, Investment AB Bure, Inductus AB, Byggelit AB, Svenska Spel AB och Mälarskog Industrier AB. Aktieinnehav i Swedish Match AB: 2 068 aktier.



Lennart Engström

f 1934. Ledamot sedan 1972 (inklusive gamla Swedish Match). Representerar LO. Klubbordförande för Industrifacket vid Swedish Match Industries AB, Tidaholm. Övriga styrelseuppdrag: ledamot av Industrifackets överstyrelse, vice ordförande i Tidaholms Sparbank. Aktieinnehav i Swedish Match AB: 0.



Christer Nordgren

f 1943. Ledamot sedan 1982. Representerar LO. Klubbordförande för Livs vid tobaksfabriken i Malmö. Aktieinnehav i Swedish Match AB: 0.



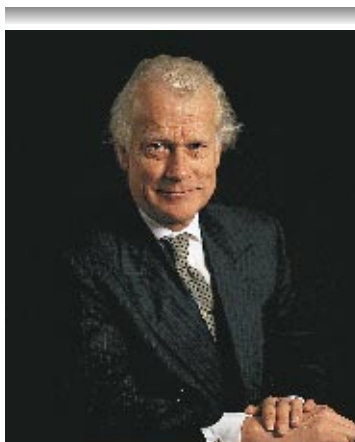
Bertil Y. Persson

f 1940. Ledamot sedan 1996, tidigare suppleant från 1986. Representerar PTK. Vice klubbordförande för Ledarna vid tobaksfabriken i Malmö. Aktieinnehav i Swedish Match AB: 1 365 aktier.



Klaus Unger

f 1934. Ledamot sedan 1984. Verkställande direktör och koncernchef i Swedish Match AB t o m 14 februari 1996. Övriga styrelseuppdrag: ledamot i Arnold André GmbH & Co KG. Ledamot av Ingenjörsvetenskapsakademien.
Aktieinnehav i Swedish Match AB: 2 831 aktier.



Göran Lindén

f 1944. Ledamot sedan 1985. Verkställande direktör och koncernchef i Swedish Match AB sedan den 15 februari 1996. Övriga styrelseuppdrag: ordförande i Partena AB, ledamot i Pharmacia & Upjohn, Inc., VenCap Industrier AB, Monark Stiga AB, Liber AB samt 6:e AP-fonden.
Aktieinnehav i Swedish Match AB: 11 957 aktier.



Rolf Esbjörnsson

f 1950. Suppleant sedan 1994. Representerar LO. Klubbordförande för Livs vid tobaksfabriken i Arvika.
Aktieinnehav i Swedish Match AB: 200 aktier.



Dag Ivarsson

f 1946. Suppleant sedan 1985. Representerar PTK. Klubbordförande för Ledarna vid Swedish Match Industries AB, Vetlanda.
Aktieinnehav i Swedish Match AB: 0.



Bertil Persson

f 1947. Suppleant sedan 1996. Representerar PTK. Vice klubbordförande för SIF vid tobaksfabriken i Malmö.
Aktieinnehav i Swedish Match AB: 200 aktier.

Revisorer

Ordinarie

Göran Tidström

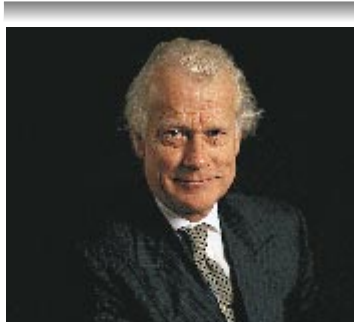
f 1946. Auktoriserad revisor, Öhrlings Coopers & Lybrand AB. Revisor i Swedish Match sedan 1986.

Suppleant

Åke Danielsson

f 1947. Auktoriserad revisor, Öhrlings Coopers & Lybrand AB. Revisorsuppleant i Swedish Match sedan 1990.

Koncernledning från 1 januari 1997



Göran Lindén

f 1944. President och Chief Executive Officer i Swedish Match AB sedan den 15 februari 1996.



Massimo Rossi

f 1942. Executive Vice President och Deputy Chief Executive Officer. Styrelseuppdrag: ordförande i Duni AB, ledamot i Stiftelsen Solstickan, CityMail Sweden AB och Phimco Industries Inc., Filippinerna. Aktieinnehav i Swedish Match AB: 61 400 aktier.



Hans van den Berg

f 1945. Executive Vice President och Chief Commercial Officer. Aktieinnehav i Swedish Match AB: 923 aktier.



William G. McClure III

f 1944. Executive Vice President och Chief Operating Officer. Aktieinnehav i Swedish Match AB: ADR motsvarande 10 000 aktier.



Bo Aulin

f 1948. Senior Vice President, Corporate Affairs, Secretary and General Counsel. Aktieinnehav i Swedish Match AB: 0.



Jan Gabrielsson

f 1938. Senior Vice President, Chief Financial Officer. Aktieinnehav i Swedish Match AB: 10 000 aktier.



Göran Streiffert

f 1946. Senior Vice President, Human Resources, sedan 1 januari 1997. Aktieinnehav i Swedish Match AB: 0.

Adresser

Swedish Match Corporate Headquarters

Swedish Match
SE-118 85 Stockholm

Chewing Tobacco Division

Swedish Match
Chewing Tobacco Division
(head office)
P.O. Box 11588
Richmond, Virginia 23230-1588
USA

Swedish Match
Chewing Tobacco Division
(Owensboro factory)
P.O. Box 986
Owensboro, Kentucky 42301
USA

Swedish Match
Leaf Tobacco
P.O. Box 1872
Owensboro, Kentucky 42302-1872
USA

Cigarette Division

Swedish Match
Cigarette Division (head office)
SE-118 85 Stockholm
Sweden

Swedish Match
Cigarette Division (Malmö factory)
Hanögatan 9
SE-211 24 Malmö
Sweden

Swedish Match
Cigarette Division (Arvika factory)
Box 913
SE-671 29 Arvika
Sweden

Swedish Match
Cigarette Division
(Härnösand factory)
Box 53
SE-871 22 Härnösand
Sweden

Cigar Division

Swedish Match
Cigar Division (head office)
P.O. Box 306
NL-5500 AH Veldhoven
The Netherlands

Swedish Match
Cigar Division (Valkenswaard factory)
P.O. Box 1
NL-5550 AA Valkenswaard
The Netherlands

Swedish Match
Cigar Division (Houthalen factory)
Europark 1030
B-3530 Houthalen
Belgium

Swedish Match
Cigar Division (Overpelt factory)
Willem II straat 43
B-3900 Overpelt
Belgium

Swedish Match
Cigar Division (Pandaan factory)
JL Stadion 28
Pandaan 67156
Indonesia

Lareka Machines B.V.
P.O. Box 836
NL-5550 AV Valkenswaard
The Netherlands

Arnold André (*Associated Company*)
Postfach 1247
D-32212 Bünde
Germany

Lighter Division

Swedish Match
Lighter Division (head office)
P.O. Box 222
CH-1260 Nyon 1
Switzerland

Swedish Match
Lighter Division (Lyon factory)
B.P. 116
F-69142 Rillieux La Pape Cedex
France

Swedish Match
Lighter Division (Assen factory)
P.O. Box 82
NL-9400 AB Assen
The Netherlands

Swedish Match
Lighter Division (Manila factory)
P.O. Box 7215
Airmail Distribution Center NAIA
Philippines

Swedish Match
Lighter Division (Manaus factory)
Rua Poraque 240
Distrito Industrial Castelo Branco
69075-180 Manaus AM
Brazil

Swedish Match
Lighter Division (Sao Joao factory)
Rua Carlos Guedes, 44/70
36300-000 - Sao Joao Del Rei - MG
Brazil

Yaka Feudor K.K
(*Associated Company*)
3-7 Usazaki-naka, Shirahama-cho
Himeji, Hyogo Pref. 672
Japan

Match Division

Swedish Match
Match Division (head office)
P.O. Box 222
CH-1260 Nyon 1
Switzerland

Swedish Match
Match Division (Tidaholm factory)
P.O. Box 84
SE-522 22 Tidaholm
Sweden

Swedish Match
Match Division (Vetlanda factory)
P.O. Box 1002
SE-574 28 Vetlanda
Sweden

Swedish Match
Match Division (Valencia factory)
San Bartolomé, 68
E-46115 Alfara del Patriarca -
Valencia
Spain

Adresser

Swedish Match

Match Division (Szeged factory)
Bakay Nándor utca 7-9
H-6701 Szeged
Hungary

Swedish Match

Match Division
(Geraardsbergen factory)
Gaverstraat, 35
B-9500 Geraardsbergen
Belgium

Swedish Match

Match Division (Curitiba factory)
Travessa Pinheiro, 194
80230-160 Curitiba - PR
Brazil

Swedish Match

Match Division (Piraí factory)
Rua Prefeito Gumercindo Sguario,
372 84240-000 Piraí do Sul - PR
Brazil

Swedish Match

Match Division
(São Lourenço factory)
Av. Belmino Correia, 7412
54740-000 São Lourenço da Mata-PE
Brazil

Swedish Match

Arenco (Kalmar)
P.O. Box 915
SE-391 29 Kalmar
Sweden

Swedish Match

Arenco Shanghai
Land lot 14
Jin Qiao Processing Zone for Export
Pudong, Shanghai 201206
P.R. China

Pipe Tobacco Division

Swedish Match

Pipe Tobacco Division (head office)
P.O. Box 11588
Richmond, Virginia 23230-1588
USA

Swedish Match

Pipe Tobacco Division
SE-118 85 Stockholm
Sweden

Snuff Division

Swedish Match

Snuff Division (head office)
Box 77
SE-401 21 Göteborg
Sweden

Swedish Match

Snuff Division
SE-118 85 Stockholm
Sweden

Swedish Match

Snuff Division
P.O. Box 11588
Richmond, Virginia 23230-1588
USA

North European Sales Region

Swedish Match

North European Sales Region
(head office)
SE-118 85 Stockholm
Sweden

Swedish Match

Finland Sales
Heikasvägen 2A, 4 vån
FIN-00210 Helsingfors
Finland

Swedish Match

Norway Sales
Boks 546
N-1411 Kolbotn
Norway

Swedish Match

Estonia Sales
Kunderi 8
EE-0100 Tallinn
Estonia

Swedish Match

Lithuania Sales
Pilies Street 8-3
LT-2000 Vilnius
Lithuania

West European Sales Region

Swedish Match

West European Sales Region
(head office)
P.O. Box 306
NL-5500 AH Veldhoven
The Netherlands

Swedish Match

Austria Sales
P.O. Box 203
A-1013 Vienna
Austria

Swedish Match

Belgium Sales
Athena Hallencomplex
Heiveldekens 9 E
B-2550 Kontich
Belgium

Swedish Match

France Sales
B.P. 116
F-69140 Rillieux La Pape Cedex
France

Swedish Match

France Sales Tobacco
43, Avenue de Friedland
F-75008 Paris
France

Swedish Match

Germany Sales
Postfach 103135
D-50471 Köln
Germany

Swedish Match

Ireland Sales
Maguire & Paterson House
Hammond Lane
Dublin 7
Ireland

Swedish Match

Netherland Sales
P.O. Box 306
NL-5500 AH Veldhoven
The Netherlands

Swedish Match**Portugal Sales**

Rua Rodrigo da Fonseca 53
P-1250 Lisboa
Portugal

Swedish Match**Spain Sales**

Centro Comercial Gran Via de
Hortaleza C/Arequipa
1, E-28043 Madrid
Spain

Swedish Match**Switzerland Sales**

Postfach
CH-8604 Volketswil
Switzerland

Swedish Match**UK Sales**

Sword House
Totteridge Road
High Wycombe
Bucks HP13 6EJ
England

**East European
Sales Region****Swedish Match****East European Sales Region**

(head office)
SE-118 85 Stockholm
Sweden

Swedish Match**East European Sales Region**

Nagytényi út 112
H-1222 Budapest
Hungary

Swedish Match**Hungary Sales**

Nagytényi út 112
H-1222 Budapest
Hungary

Baltic Tobacco Ltd.

Bolshaya Monetnaya Ulitsa 26/28
197061 St Petersburg
Russia

**North American
Sales Region****Swedish Match**

North American Sales Region
P.O. Box 11588
Richmond, Virginia 23230-1588
USA

**Latin American
Sales Region****Swedish Match****Latin American Sales Region**

Caixa Postal 9074
22260 Rio de Janeiro, RJ
Brazil

**Asia/Pacific
Sales Region****Swedish Match****Asia/Pacific Sales Region (head office)**

P.O. Box 222
CH-1260 Nyon 1
Switzerland

Swedish Match**Japan Sales**

Nihonbashi Kajiwara Bldg., 6fl.
Nihonbashi Kakigara-cho 2-13-3
Chuo-ku, Tokyo 103
Japan

Swedish Match**Philippines Sales**

P.O. Box 7215
Airmail Distribution Center NAIA
Philippines

Swedish Match**Hong Kong Sales**

c/o Starmax (Hong Kong) Ltd., Suite
503 5th floor, Chinachem Hollywood
Center 1-13 Hollywood Road
Central Hong Kong

**Africa/Middle East
Sales Region****Swedish Match****Africa & Middle East Sales Region**

Centro Comercial Gran Via de
Hortaleza C/Arequipa 1
E-28043 Madrid
Spain

Advertising Products**Swedish Match****Advertising Products Sales**

(head office)
P.O. Box 222
CH-1260 Nyon 1
Switzerland

Swedish Match**Advertising Products Benelux**

Gaverstraat, 35
B-9500 Geraardsbergen
Belgium

Swedish Match**Advertising Products France**

B.P. 10401
F-75814 Paris Cedex 17
France

Swedish Match**Advertising Products Germany**

P.O. Box 260
D-27368 Visselhövede
Germany

Swedish Match**Advertising Products North America**

2951 Flowers Road South
Oxford Building Suite 200
Atlanta, Georgia 30341
USA

Swedish Match**Advertising Products Sweden**

SE-118 85 Stockholm
Sweden

Swedish Match**Advertising Products Switzerland**

Postfach
CH-8604 Volketswil
Switzerland

Swedish Match**Advertising Products UK**

Sword House
Totteridge Road
High Wycombe
Bucks HP13 6EJ
England

Swedish Match *Global Team*

Swedish Match beslutade den 26 september 1996 att gå in som huvudpartner i ett av Krantz/Nilson Team organiserat Whitbreadprojekt för deltagande i Whitbread Round the World Race 1997/98.

Whitbread Round the World Race är världens största kappsegling jorden runt. Whitbread är inte bara en tävling utan också en av vår tids stora utmaningar och äventyr, vilket skapar ett intresse långt utanför direkta seglingskretsar. Detta har medfört att Whitbread blivit en av världens mest TV-exponerade idrottshändelser samt bidragit till att Whitbreadprojekten allt mer utvecklats till kommersiella projekt på sportslig grund.

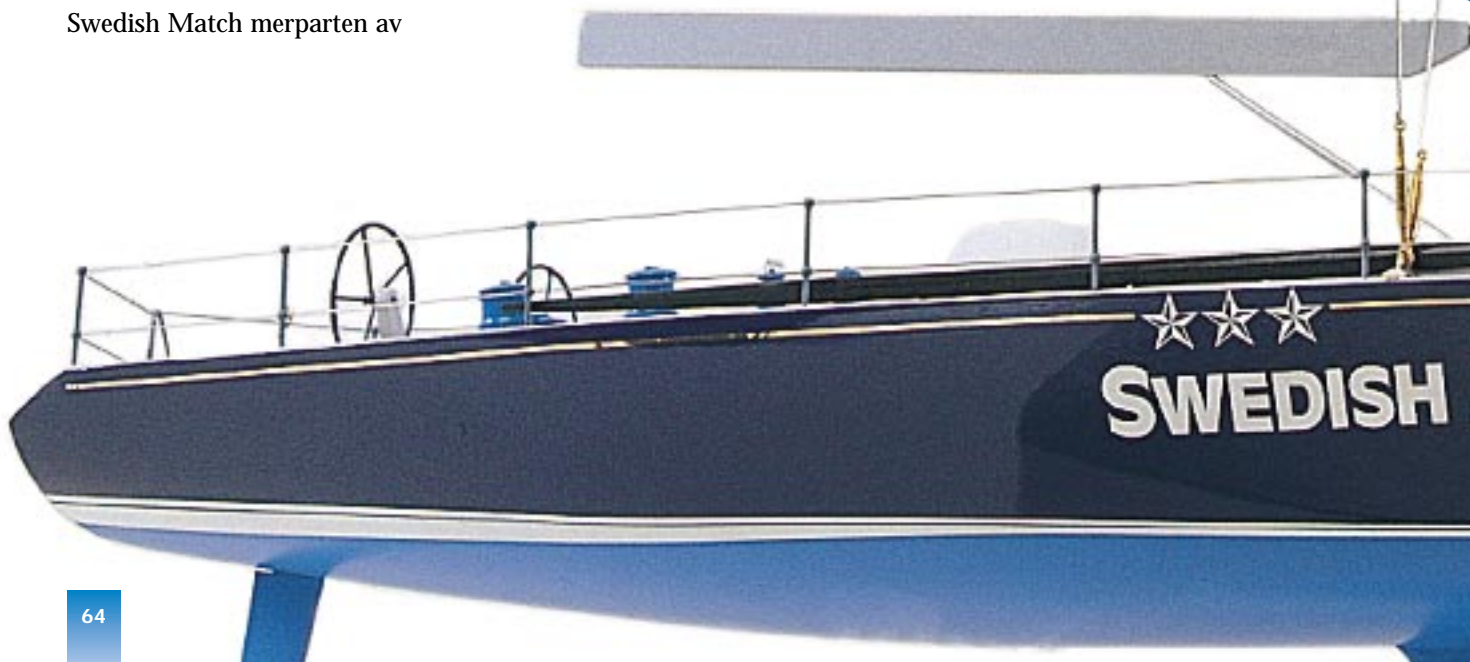
Som huvudpartner erhåller Swedish Match merparten av

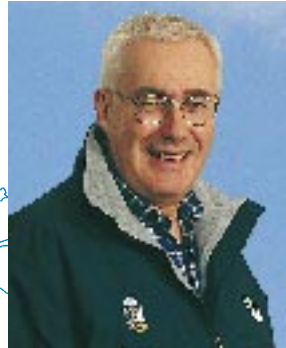
de kommersiella värden som projektet genererar. Swedish Match har också erhållit rätten att namnge såväl projektet som W60-båten.

Skipper Gunnar "Gurra" Krantz och co-skipper/navigatören Roger Nilson startar i Southampton, England med en svensk/nya zeeländsk 10-mannabesättning den 21 september den åtta månader långa seglingen. TV-exponeringen förväntas bli mer än tredubblad i flera länder i jämförelse med 1993/94 års tävling.

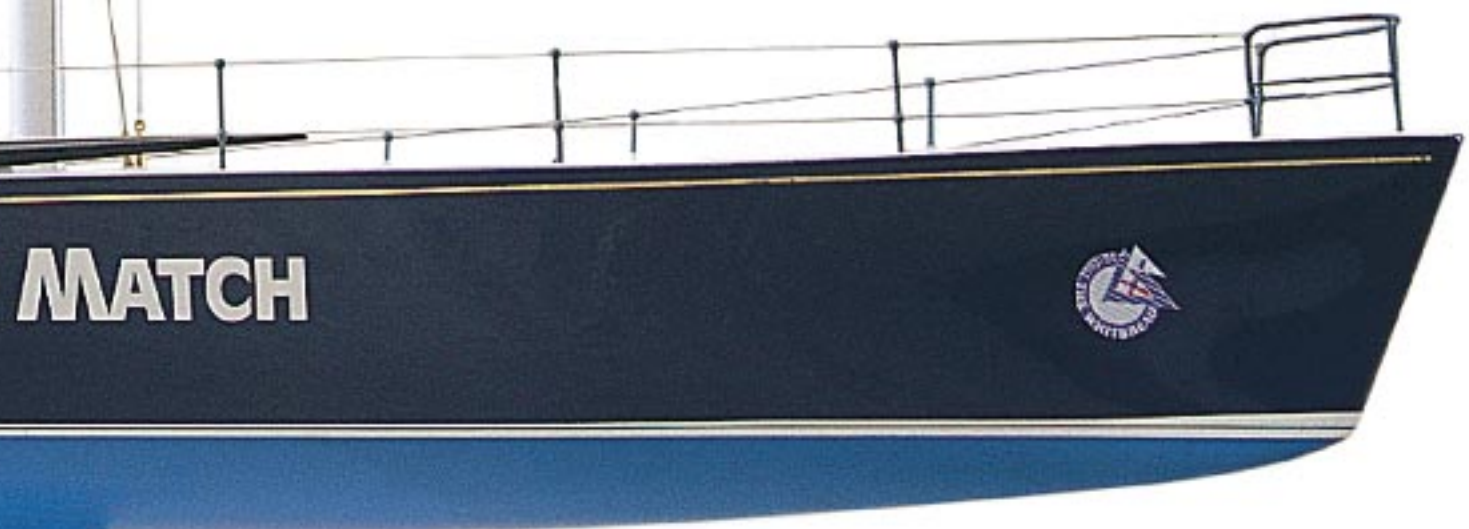
Syftet med Swedish Matchs engagemang i projektet är att utnyttja Whitbreads globala karaktär för att framhäva Swedish Matchs världsomspännande verksamhet, stärka såväl de globala som de lokala varumärkena och bidra till en ökad försäljning på över 140 olika marknader.

Projektet skall också bidra till en yttre och inre samling kring Swedish Match-namnet. Det skall dessutom utnyttjas för att skapa affärsmöjligheter och stärka affärsrelationer.





Lars Elmenius, tidigare VD för Svenska Tobaks AB och vice VD i Swedish Match, har utsetts till ansvarig för samordningen av projektet inom koncernen. Han rapporterar i koncernledningen.



Adresser

Product Divisions

Swedish Match

Chewing Tobacco Division

P.O. Box 11588
Richmond, Virginia 23230-1588
USA
Tel. +1 804 287 3220
Fax +1 804 287 3282

Swedish Match

Cigarette Division

SE-118 85 Stockholm
Sweden
Tel. +46 8 658 0140
Fax +46 8 668 7217

Swedish Match

Cigar Division

P.O. Box 306
NL-5500 AH Veldhoven
The Netherlands
Tel. +31 40 250 4604
Fax +31 40 250 4696

Swedish Match

Lighter Division

P.O. Box 222
CH-1260 Nyon 1
Switzerland
Tel. +41 22 363 9111
Fax +41 22 361 9912

Swedish Match

Match Division

P.O. Box 222
CH-1260 Nyon 1
Switzerland
Tel. +41 22 363 9111
Fax +41 22 363 9172

Swedish Match

Pipe Tobacco Division

P.O. Box 11588
Richmond, Virginia 23230-1588
USA
Tel. +1 804 287 3220
Fax +1 804 287 3232

Swedish Match

Snuff Division

Box 77
SE-401 21 Göteborg
Sweden
Tel. +46 31 80 86 00
Fax +46 31 15 61 04

Sales Regions

Swedish Match

North European Sales Region

SE-118 85 Stockholm
Sweden
Tel. +46 8 658 0200
Fax +46 8 720 6928

Swedish Match

West European Sales Region

P.O. Box 306
NL-5500 AH Veldhoven
The Netherlands
Tel. +31 40 250 4604
Fax +31 40 250 4696

Swedish Match

East European Sales Region

SE-118 85 Stockholm
Sweden
Tel. +46 8 658 0200
Fax +46 8 84 20 15

Swedish Match

North American Sales Region

P.O. Box 11588
Richmond, Virginia 23230-1588
USA
Tel. +1 804 287 3220
Fax +1 804 287 3208

Swedish Match

Latin American Sales Region

Caixa Postal 9074
22260 Rio de Janeiro, RJ
Brazil
Tel. +55 21 539 0202
Fax +55 21 286 1849

Swedish Match

Asia/Pacific Sales Region

P.O. Box 222
CH-1260 Nyon 1
Switzerland
Tel. +41 22 363 9111
Fax +41 22 361 9912

Swedish Match

Africa/Middle East Sales Region

Centro Comercial
Gran Via de Hortaleza
C/Arequipa, 1
E-28043 Madrid
Spain
Tel. +34 1 381 6400
Fax +34 1 381 7873

Swedish Match

Advertising Products Sales

P.O. Box 222
CH-1260 Nyon 1
Switzerland
Tel. +41 22 363 9111
Fax +41 22 361 9912

Swedish Match AB (publ)

SE-118 85 Stockholm · Tel. +46 8 658 0200 · Fax +46 8 658 3522