

#4 oktober 2001

En stark rapport trots lågkonjunktur

Tredje kvartalet blev en upprepning av samma stabila och positiva utveckling som tidigare i år. Försäljningen ökade med 21 procent, rörelseresultatet med 16 procent och vinsten per aktie med 30 procent. Alla delar av koncernen går bra.

Sid 2

Lysande resultat för tändstickor

Efter några tunga år är tändstickor åter en rörelse med bra lönsamhet. Under de förta tre kvartalen 2001 mer än fördubblades resultatet och rörelsemarginalen nådde målet 10 procent. Ett radikalt omstruktureringsprogram tillsammans med offensiv satsning på produktutveckling och design har gett resultat för världens ledande tillverkare av tändstickor.



Sid 2

Mac Baren tar över piptobakstillverkning

Det 150-åriga familjeföretaget Mac Baren tar över produktionen av en rad av Swedish Matches piptobaksmärken. Därmed hamnar tillverkningen i ett företag med lång erfarenhet och stort kunnande av piptobak. Bland varumärkena som nu kommer att tillverkas i Danmark finns Borkum Riff som säljs i 60 länder.

Sid 7

Macanudo till kaffet en av höjdpunkterna



Swedish Matches styrelseordförande Bernt Magnusson har en favoritcigarr till kaffet, en annan efter jakten. Två tillfällen då en cigarr smakar som allra bäst. Det kan även bli en cigarr under styrelsemötet med Swedish Match,

antagligen den enda styrelsen i Sverige som tillåter en cigarr eller snus på sina möten.

Sid 8

Tobaksprocesser inget för Europa

Till skillnad från USA har försöken att stämma tobaksbolag i Europa varit få och hittills utan framgång. I ett enda fall har industrin fått ett domslut emot sig. Det var franska Seita som fälldes i första instans. Men nyligen friades företaget av en appellationsdomstol. I USA har stämningarna väckt stor uppmärksamhet men i endast ett individuellt fall har skadestånd betalats ut.

Sid 7



ANDREAS LINDBLAD

Ettan högst på pallen

Svenskt snus framstår nu i en klass för sig. Det visar en amerikansk undersökning där svenskt snus har dramatiskt lägre halter av tobaksspecifika nitrosaminer, TSNA än amerikanska märken. Undersökningen visar att mer än tjugo års målmedvetet kvalitetsarbete gett resultat.

Sid 4-5



Kära aktieägare!

HÄNDELSENA I USA DEN 11 SEPTEMBER utgör en mörk fond för Swedish Matchs tredje kvartalsrapport 2001. Oron och osäkerheten har ökat i världen och konjunkturutsikterna ytterligare försämrats. Aktiemarknaderna har registrerat den nya osäkerheten med sänkta börskurser överlag och många företag rapporterar om svagare efterfrågan.

Min uppfattning är att Swedish Match har en ovanlig motståndskraft även i tider av stor osäkerhet och konjunkturförsvagning. Tredje kvartalet var starkt med god tillväxt, bra resultatutveckling och en rejäl ökning av vinsten per aktie.

Glädjande är att koncernens samtliga produktområden nu presterar bra resultat. Våra tidigare »problembara«, Tändare och Tändstickor, börjar visa en god stabilitet i marginaler och lönsamhet. Våra betydande omstruktureringsprogram har därmed gett avsedd effekt.

Det är också värt att notera att samtliga produktområden visar ökad försäljning, totalt 21 procent under de första nio månaderna. Av dessa är sex procentenheter organisk tillväxt, vilket visar att vår strategi att koncentrera oss på de växande nischerna i marknaden är riktig. För vår spjutspetsprodukt snuset var ökningen inte mindre än 18 procent. Våra tillväxtsiffror står i stark kontrast till en globalt sett stagnerande tobaksbransch.

Tredje kvartalet bekräftar därmed ett alltmer vältrimmat Swedish Match med god tillväxt inom utvalda nischer enligt den strategi som lades fast för snart tre år sedan. Viktiga framtidssatsningar pågår, inte minst inom snus för fortsatt organisk tillväxt. Dessutom utvärderar vi kontinuerligt olika förvärvsmöjligheter.

Tack vare våra finansiella strategier med inlösen och återköp av aktier kan vi också visa våra aktieägare en starkt vinstökning per aktie på 30 procent hittills i år.

Lennart Sundén, VD och Koncernchef

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

UTGIVARE

Swedish Match AB

ANSVARIG UTGIVARE

Bo Aulin

ADRESS

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

I REDAKTIONEN

Lena Forsman,
Hallvarsson&Hallvarsson AB
Lena Olofsdotter,
Swedish Match AB

SKRIBENTER

Martin Haag, Mats
Hallvarsson, Lena
Forsman, Ewa Hedlund,
Gunilla Tengvall

PRODUKTION

Hallvarsson&Hallvarsson AB

REPRO

Scarena, Stockholm

GRAFISK FORM

Peppar Design,
Petter Carnhagen

TRYCK

Ljungbergs, Klippan

☆☆☆
SWEDISH MATCH

STARKT OCH STABILT I LÅGKONJUNKTUREN

Bättre resultat

Swedish Match fortsätter att visa styrka i en allt sämre världskonjunktur. Tredje kvartalet blev en upprepning av samma stabila och positiva utveckling som tidigare kvartal under året. Resultatet blev något bättre än vad aktiemarknadens analytiker hade väntat sig. Under de första nio månaderna ökade försäljningen med 21 procent, rörelseresultatet med 16 procent och vinsten per aktie med 30 procent. »Inga överraskningar. Alla koncernens delar går bra och vi är nöjda. Nu planerar vi för fortsatt resultatförbättring nästa år«, konstaterar finansdirektör Sven Hindrikes.

Det kan ha funnits en del oro inför Swedish Matchs tredje kvartalsrapport som offentliggjordes den 23 oktober. Händelserna i New York den 11 september har satt sina spår i kraftigt ökad pessimism hos hushåll runt om i världen och ytterligare försämrat redan dystra konjunkturutsikter.

Men rapporten blev ett utropstecken med fortsatt goda siffror för alla delar i företaget. »Återigen visar Swedish Match att vår aktie är en av marknadens mest stabila med en styrka i lågkonjunktur som få andra bolag. Långsiktig och stabil resultatökning är vårt adelsmärke«, säger Sven Hindrikes.

EN KORT SUMMERING av utvecklingen under årets första nio månader visar att försäljningen ökade med 21 procent till 10,1 miljarder kronor. Av detta svarade förvärven för 6 procentenheter, högre valutakurser för lika mycket och den organiska tillväxten för nio procentenheter. »Det är värt att notera att vi har en fortsatt god organisk tillväxt på en allmänt sett stagnerande tobaksmarknad, och att samtliga produktområden visar ökad försäljning«, fortsätter han. »Vi tror knappast att de tragiska händelserna i USA kommer att påverka oss märkbart till skillnad från många andra företag«.

Rörelseresultatet ökade med 16 procent till 1 608 Mkr. Det är framför allt cigarrer, tändstickor, piptobak och



Sven Hindrikes.

tändare som bidragit till förbättringen. Snuset visade något sämre resultat – minus 2 procent under nio månader jämfört med samma period förra året – vilket är i linje med förväntningarna. Snusets rörelsemarginal stärktes dock något med två procentenheter till 38,5 procent.

»Snuset belastas med betydande kostnader för produktlanseringar under året. Bland annat gör vi en satsning på att bryta in i premiumsegmentet i USA med varumärket Sequoia, en satsning som går enligt plan«, säger Sven Hindrikes.

KONCERNEN KAN OCKSÅ glädja sig åt de två tidigare problemområdena Tändare och Tändstickor nu bidrar rejält till resultatet. De rapporterar ökning på 40 respektive 100 procent under årets första tre kvartal. Omstrukturen av Tändare är fullbordad. Rörelsemarginalen har legat över 10 procent i sex kvartal, vilket måste ses som bra för en verkstadsbetonad verksamhet. Detsamma gäller för Tänd-

Tändstickor lyser igen

Nu sprakar det om Swedish Matchs tändstickor igen. Efter några verkligt bekymmersamma år är tändsticksverksamheten åter en rörelse med bra lönsamhet.

Under de första tre kvartalen 2001, mer än fördubblades resultatet och rörelsemarginalen nådde koncernmålet 10 procent. Den senaste kvartalsrapporten bekräftar att omsvängningen inte är tillfällig.

Bakom den ligger ett tufft och slit-samt arbete, berättar Graham Jones,

chef för produktområdet tändstickor.

Swedish Match är världens ledande tillverkare av tändstickor. Som företagsnamnet antyder är detta ett av koncernens kärnområden, med rötter i Ivar Kreugers tändsticksimperium.

Tillverkning och försäljning finns över hela jordklotet.

I SLUTET AV 1990-TALET började problemet torna upp sig på många håll. Den europeiska verksamheten pressades av konkurrens från Ryssland, Pakistan och andra lågprisländer. Den inköpta verksamheten i Indien (Wimco) visade sig vara i sämre skick än väntat, samtidigt som en ekonomisk instabilitet i Brasilien försvagade marknaden i Sydamerika. Ovanpå detta kom besvärligheter i



än väntat

stickor som nått sitt marginalmål på 10 procent i tre kvartal.

»Jag vågar nog påstå att vi lyckats med en turn around och att utvecklingen även där känns stabil«, menar Sven Hindrikes.

Marknadsandelarna utvecklas också bra. På den viktiga snusmarknaden i USA har volymerna ökat med 11 procent hittills i år och marknadsandelen uppgick till drygt 8 procent. På den mogna nordiska snusmarknaden ökade volymen med 4 procent. På den stagnerande marknaden för tuggtobak i USA ökar Swedish Matches andel stadigt och uppgår nu till 42 procent.

NÅGRA STÖRRE FÖRVÄRV finns inte att rapportera under tredje kvartalet. Integreringen av de tidigare förvärven utvecklas väl och enligt plan. Under kvartalet påbörjade koncernen också en omstrukturering av vissa delar av den europeiska verksamheten för maskintillverkade cigarrer. Fabriken i Overpelt i Belgien stängs och produktionen flyttas över till den närbelägna fabriken i Houthalen. Viss produktion flyttas också till Pandaan i Indonesien och samtidigt rationaliseras General Cigars kontor i Connecticut i USA bort.

»Kostnaderna belastar tredje kvartalet med ca 80 Mkr. Men under andra halvåret 2002 bör vi se positiva effekter på resultatet och för om första kvartalet 2003 räknar vi med en årlig positiv resultat effekt på 50 Mkr av dessa åtgärder«, säger Sven Hindrikes.

SAMMANFATTNINGSVIS: Inga överraskningar utan en fortsatt kraftig tillväxt och god resultatutveckling i koncernen i linje med de förväntningar som ledningen kommunicerat.

»Vi ser optimistiskt på förutsättningarna för nästa år och planerar för fortsatta resultatförbättringar«, avslutar Sven Hindrikes. □

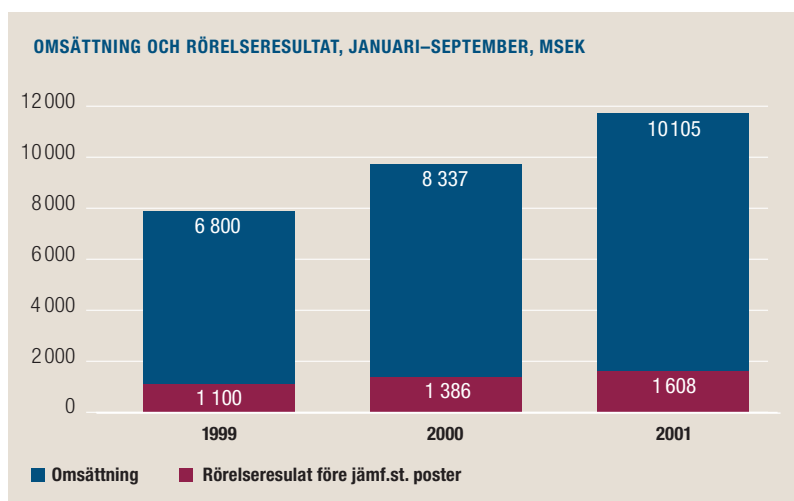
bland annat Bulgarien och Turkiet. Koncernens tillverkning av tändsticksmaskiner, med Arenco i Kalmar, fick också känna av en vikande efterfrågan.

»Vi hade problem överallt och beslutade oss för ett radikalt omstruktureringssprogram«, säger Jones.

Planerna beslutades 1999 och genomfördes till stor del året därpå. Redan i år har de positiva resultaten visat sig.

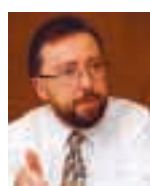
Grundbulten i programmet har varit en minskning av den globala kapaciteten. Produktionen upphörde vid flera enheter, bland annat i Belgien och Indien. Reduktioner och omstruktureringar har skett i Spanien, Sverige, Ungern och Bulgarien.

Omsvängningen i Indien under ledning av Sieb Flapper och hans team är värt ett särskilt omnämnande, anser Jones. Men också det restrukturerings-



	NETTOOMSÄTTNING, MSEK			RÖRELSERESULTAT, MSEK		
	Jan–sept 2001	Jan–sept 2000	Förändring %	Jan–sept 2001	Jan–sept 2000	Förändring %
Snus	1 799	1 519	18	691	704	-2
Tuggtobak	1 028	911	13	278	244	14
Cigarrer	2 586	1 847	40	362	243	49
Piptobak/ tillbehör	697	562	24	185	159	16
Tändstickor	1 254	1 234	2	134	67	100
Tändare	613	519	18	74	53	40
Övrig verksamhet	2 128	1 745	22	-116	-84	
Subtotal				1 608	1 386	16
Jämf.st. poster				-80		
Summa	10 105	8 337	21	1 528	1 386	10

arbete som genomförts i Europa av Risto Pentikainen och Lennart Jönis och deras team.



Graham Jones.

PÅ FLERA HÅLL HAR Swedish Match köpt ut tidigare partners i joint ventures för att få full kontroll över verksamheten. Även ledningen har fått göra på sig. Den satt tidigare i Nyon, Schweiz, men är nu flyttad till High Wycombe utanför London, där Graham Jones

och hans medarbetare finns.

Sammantaget har 600 jobb försvunnit, varav huvuddelen i Europa.

Inget av detta har varit särskilt angelänt att göra, men nödvändigt för överlevnad på sikt, betonar Jones.

Neddragningarna har varit nödvändiga för att minska kostnaderna. Tändstickor är en av världens mest konkurrensutsatta produkter, och konkurren-

sen är knivskarp. Marknaden är mogen, med låg eller obefintlig tillväxt

»Den som inte håller hårt i sina kostnader överlever inte i den här branschen«, säger Jones.

Men det går inte bara att bromsa. För att växa måste Swedish Match också satsa offensivt. Tändsticksförpackningarna har fått ny, moderniserad, design. Nya produkter har adderats till sortimentet, som långa tändstickor och braständare.

SWEDISH MATCH HAR EN STYRKA i koncernens välkända varumärken, som Solstickan, Swan, Three Stars m fl. Distributionskanalerna är också vitt förgrenade.

»Vi har många spännande idéer på gång«, säger Graham Jones. Han kom till Swedish Match när Wilkinsom Sword köptes 1987 och är fascinerad av tändsticksbranschen och dess historia. □

Analytikernas frågor

Swedish Matches delårsrapport för januari–september offentliggjordes 24 oktober. Efteråt mötte koncernledningen finansmarknadens aktörer och media för en telefonkonferens. Här följer några av konferensens frågor och svar:

MONIKA ELLING, ENSKILDA SECURITIES:

»Min första fråga handlar om den organiska tillväxttakten på nio procent, hur kommer den att stå sig de kommande två åren? Rörelsemarginalen för snus anger ni nu till 38–40 procent. När räknar ni med att komma upp i tidigare historiska nivåer? Slutligen, investeringstakten, kan man förvänta sig att den håller i sig även kommande år?«

LENNART SUNDÉN, KONCERNCHEF:

»Det är naturligtvis alltid svårt att bedöma framtida tillväxt. Men samtidigt så är det inte något generellt trendbrott som ligger bakom den aktuella tillväxtsiffran och konjunkturpåverkan förefaller vara liten. Europa växer stabilt, USA-marknaden för snus växer också stabilt och cigarrerna går nu allt bättre. Så det ser inte ut som om vi borde förvänta oss några radikala förändringar framöver heller.«

SVEN HINDRIKES, FINANSREKTÖR:

»Bakom investeringssiffran ligger framför allt den nya snusfabrik som vi nu bygger i Göteborg. Det har också skett en viss kapacitetsökning för Timber Wolf, bland annat. För hela det här året uppskattar vi investeringsvolymen till ca 550 MSEK, och ungefär samma belopp blir det under 2002. För 2003 kommer vi däremot se en rejäl nedgång.

Den marginal som snuset nu uppvisar kan förväntas hålla i sig de kommande 3–4 kvartalen. Vad som händer fjärde kvartalet 2002 är däremot svårt att sja om, det kommer att bero på eventuella nya lanseringar, bland mycket annat.«

VIRGINIA HÉÉRIBOUT, CDS IXIS SECURITIES:

»Har ni påverkats på något sätt av händelserna i USA den 11 september, exempelvis när det gäller försäljningen av cigarrer?«

LENNART SUNDÉN:

»Ja, för premiumcigarrer rasade försäljningen i USA till lägre nivåer de första två veckorna efter händelsen. Därefter skedde dock en gradvis återhämtning, till i stort sett samma nivåer som gällde innan.«

PIETER VORSTER, CRÉDIT SUISSE FIRST BOSTON:

»En av överraskningarna i kvartalsrapporten är just den goda cigarrförsäljningen i USA, i synnerhet för maskinrullade cigarrer. Vad ligger bakom?«

LENNART SUNDÉN:

»Ja, det har varit en mycket uppmuntrande utveckling där vi sett både en stark tillväxt och ett starkt resultat. De första nio månaderna i år har volymen ökat med tio procent i genomsnitt, för små cigarrer ännu mer. Resultatet har också förstärkts av vissa prisökningar som genomförts.«

Ettan bäst i test

Swedish Matches
tillverkningsmetoder
för snus får positiv
uppmärksamhet i en
ny amerikansk studie.



Svenskt snus i en klass för sig

I mer än 20 år har Swedish Match arbetat målmedvetet för att minimera oönskade ämnen i snuset. Kvalitetsarbetet har inneburit att företaget tagit ansvar för produkternas hela livscykel, från odlare till konsument. »Arbetet har givit resultat. Det svenska snuset framstår nu i en klass för sig i världen«, säger docent Inger Wahlberg, vetenskaplig rådgivare i Swedish Match North Europe Division.

Inger Wahlberg är en av dem som under många år arbetat med snuskvalitet, i en rad olika befattningar vid Swedish Match Forskningsavdelning. Hon är filosofie doktor i kemi och något av en världsauktoritet inom området tobakskemi, speciellt nitrosaminer, de ämnen som varit i fokus för studien i Massachusetts.

Nitrosaminer finns i spårmängder i flera livsmedel. Tobak innehåller en egen variant som är tobaksspecifik, kallad TSNA.

»Vi har forskat länge inom detta område och kom på ett tidigt stadium fram till att vi måste angripa mekanismer i hela produktionskedjan som gör att nitrosaminer bildas, från odling och torkning av tobak till tillverkning och

lagring av snus. Den fabrik som byggdes i början av 1980-talet var baserad på ett kvalitetstänkande, som senare visat sig vara av betydelse från nitrosaminsynpunkt. Ett kvalitetstänkande ligger också till grund för de normer vi nu arbetar efter, inom ramen för **GothiaTek**®-standarden«, berättar Inger Wahlberg.

GOATHIEK®-STANDARDEN är ett helt eget koncept utvecklat inom Swedish Match och syftar till att hålla högsta möjliga standard såväl när det gäller råvaran som tillverkningsprocessen och hanteringen av den färdiga produkten. Syftet är att slutprodukten ska hålla sig under givna gränsvärden vad gäller oönskade ämnen. Med ett undantag finns inga gränsvärden för dessa ämnen i den

svenska livsmedelslagstiftningen. Swedish Match har därför ställt upp egna krav. Genmodifierad gröda accepteras exempelvis inte enligt **GothiaTek**®-standarden.

»Utgångspunkten är att vi är väldigt noga med vad vi köper in för råvara«, säger Inger Wahlberg.

»Prover tas kontinuerligt på varje skörd och skickas med kurir till Stockholm, för att analyseras med avseende på nitrosaminer inom ramen för vårt »early warning system«. Vi har också mycket stränga gränsvärden för tungmetaller, som främst tas upp från jorden och gödningsmedel. Vi påverkar odlarna att inte övergödsla, men vi letar också efter nya odlingsområden där betingelserna är bättre«.

Amerikanskt snus kan innehålla upp till 40 gånger högre halter av tobaks-specifika nitrosaminer, TSNA, än snus tillverkat i Sverige. Det visar en undersökning som genomförts av Massachusetts Department of Public Health, i samarbete med American Health Foundation. Undersökningen offentliggjordes i augusti i år.

SEX OLIKA SNUSMÄRKEN omfattades av studien som undersökte halterna av TSNA, och diskuterade effekterna av tillverkningsprocesserna. TSNA tillhör de ämnen som är mest problematiska när det gäller snus. Bland de undersökta märkena fanns Swedish Matchs svensktillverkade Ettan samt Timber Wolf, som produceras i USA för den amerikanska marknaden. Båda hade dramatiskt lägre halter av TSNA än något av de övriga märkena.

Skillnaderna, konstaterar rapporten, beror på skillnader i tillverkningsprocessen, där Swedish Matchs metoder för det svenska snuset bygger dels på att man använder speciellt utvalda tobaks-sorter, dels på att man »pastöriserar« tobaken under snustillverkningen (se artikel här intill).

I undersökningen granskades också vad som hände med snuset under lagring utan kylförvaring, efter två, fyra och sex månader. Studien fann då att i vissa amerikanska märken ökade halterna av nitrosaminer kraftigt över tiden. Däremot fann man ingen ökning alls i vare sig Ettan eller Timber Wolf. Forskning ger också vid handen, skriver man i rapporten, att kylförvaring av det färdigtillverkade snuset förhindrar nybildning av TSNA, något som Swedish Match också tagit fasta på i sin hantering av svenskt snus.

MASSACHUSETTS ÄR DEN amerikanska delstat som ofta går i spetsen för regleringar av tobaksbruket och nya initiativ därifrån väcker som regel stor uppmärksamhet också bland andra delstatsregeringar. Den nu aktuella undersökningen har också fått genomslag i medierna, exempelvis i en längre artikel i ansedda Wall Street Journal.

Där noteras bland annat att trots att nitrosaminer betraktas som cancerframkallande ämnen har nya epidemiologiska undersökningar i Sverige inte kunnat påvisa något samband mellan

snusning och cancer i munhålan. Enligt tidningen spekulerar nu forskare i att detta kan bero just på de låga halterna av nitrosaminer i det svensktillverkade snuset. □

Detta är GothiaTek®

GothiaTek® är en standard för snus som utarbetats inom Swedish Match efter flera decenniers forskning och utveckling. Syftet med standarden är att hålla oönskade ämnen i slutprodukten under givna gränsvärden. Dessa ämnen finns eller bildas i naturen och kan förekomma i grödor av olika slag.

För att uppfylla dessa gränsvärden är det nödvändigt att snusframställningen följer **GothiaTek®**-kraven under hela processen, från frö till snusdosa. Några av de viktigaste kraven är:

RÅVARAN

Svenskt Snus enligt **GothiaTek®** tillverkas huvudsakligen av lufttorkad tobak. Svenskt Snus får inte innehålla genmodifierade grödor.

Speciella odlings- och torkningsmetoder har utvecklats inom ramen för **GothiaTek®**.

Eftersom tobakens kemiska sammansättning är avgörande för att produkterna ska kunna uppfylla kraven har ett särskilt »early warning system«

skapats. Det innebär att prover tas redan i bondens lada och skickas för analys i Sverige. Tobak med en kemisk sammansättning som inte uppfyller specifikationerna köps inte in.

Tillsatser, såsom aromer, följer de regler som gäller i de länder där produkterna marknadsförs. I Sverige är det livsmedelslagen. I vissa fall har Swedish Matchs egna, strängare krav.

TILLVERKNINGEN

Tobaken finfördelas i en kontrollerad process så att främmande partiklar kan identifieras och tas bort.

Svenskt Snus ska vara värmebehandlat så att merparten av tobakens naturliga bakterieflora oskadliggörs (snuspastörisering). Värmebehandlingen utförs i ett slutet system så att inga externa bakteriekällor eller föroreningar kommer in.

All hantering omfattas av stränga hygienkrav. Färdigförpackat snus överförs direkt till kylrum.



FORSKNINGEN PÅ SWEDISH MATCH har också givit stora kunskaper om torkningsprocessens betydelse. Torkning av grön tobak är en mycket speciell process eftersom tobaken inte får vissna så att den smular sig. Men med felaktig torkning kan bakterier börja växa i tobaksbladen. Bakterierna bildar då nitrit som i sin tur reagerar kemiskt med alkaloider så att nitrosaminer bildas. Under olyckliga omständigheter kan halten nitrosaminer bli väldigt hög. I rökortorkad tobak, som används i vissa tobaksprodukter, finns även andra oönskade ämnen såsom bensen.

Torkningsprocessens stora betydelse har gjort att Swedish Match för det svenska snuset numera i hög grad är beroende av tobaksodlare som odlar och torkar enligt företagets föreskrifter.

»Vi ger direktiv in i minsta detalj om hur det ska gå till, hur bladen ska hängas och hur ventilationen bör ske. Rökortorkad tobak har vi dessutom gått ifrån

nästan helt och hållet i svenskt snus«, säger Inger Wahlberg.

Tillverkningsprocessen enligt **GothiaTek®**-standard är utformad så att det inte förekommer någon nybildning av nitrosaminer på detta stadium. Andra framställningstekniker utgår från en jäsnings (fermentation) av tobaken, vilket kan stimulera tillväxt av oönskade bakterier. Att sådan bakterietillväxt kan begränsas och kontrolleras har Swedish Match visat med sitt amerikanska snus, som även det har betydligt lägre nitrosaminhalt än övriga snusprodukter i USA.

DET SVENSKTILLVERKADE SNUSET jäses inte utan behandlas istället med värme, i något som kan liknas vid en pastöriseringsprocess. Denna tar död på de flesta bakterier, även om produkten inte blir fullständigt steril. Därmed blir också produkten mer lagringsstabil.

För Inger Wahlberg är det en stor tillfredsställelse att se att år av träget forsk-



Inger Wahlberg på Swedish Matchs forskningsavdelning som arbetat fram den standard för svenskt snus som minimerar oönskade ämnen.

nings- och utvecklingsarbete lönar sig.

»Inom Swedish Match jobbar vi med det som myndigheter och forskare identifierat som problemområden. Men vi har också drivit utvecklingen framåt, genom att ständigt leta efter ny och bättre råvara och genom att förbättra produktionsprocessen. Självfallet vill vi också fortsätta på den vägen«, säger hon. □

Vad media säger

»BÖRSENS BÄSTE SPEKULANT«

Dagens Industri konstaterar att Swedish Matchs återköp av aktier inneburit en värdeökning på en halv miljard kronor.

»D:s beräkningar visar nu att återköpen varit goda investeringar, betraktat som kapitalinvesteringar. Den absoluta vinnaren är Swedish Match som fått en värdeökning på en halv miljard. Och det gäller enbart de aktier som är kvar efter att bolaget makulerat nära 40 procent av de inköpta«

(DAGENS INDUSTRI 10 SEPTEMBER)

SNUS PÅVERKAR INTE ALKOTEST

Det händer att misstänkta för rattfylleri hävdar att alkotest visat förhöjt värde på grund av att de haft snus i munnen. En rattfyllerist i Norge friades nyligen med hänvisning till detta. Nu har dock rättskemister i Linköping testat utandningsluften hos tio snusare och de slår fast att snus inte påverkar alkotestet.

(DN 21 JUNI)

TOBAKSPLANTAN ANVÄNDS I KAMPEN MOT CANCER

Det amerikanska bioteknikföretaget Large Scale Biology satsar på att använda tobaksplantan för att finna bot mot cancer. Forskarna är vana vid att förädla och genförändra den frodiga och snabbväxande tobaksplantan. Nu ska den användas till att odla mänskliga stamceller för att söka vaccin mot olika cancerformer.

(AFTONBLADET 5 AUGUSTI)

SNUS GER HOPP FÖR KUNGÄLV

Bygget av den nya snusfabriken i Kungälv fortskrider enligt planerna. I början av nästa år startar intrimningen av produktionen. Under vintern sker utbildning av personal. Sommaren 2003 ska de första portionspåsar lämnas fabriken.

(GÖTEBORGS-POSTEN 21 AUGUSTI)

LÅNGT LIV MED CIGARRER

Kubanen Juan Mulato, nyligen 117 år, har rökt cigarrer i hela sitt liv, rapporterar den kubanska televisionen. Mulato invandrade från Haiti i början av seklet.

(SYDVENSKA DAGBLADET 5 SEPTEMBER)

ÅLAND FÖRKLARAR SIG FÖR EU

Ålands snushantering intresserar EU-kommissionen som frågar Finland hur gemenskapens snusförbud efterlevs i landet. Ålands landskapsstyrelse förklarar för EU-kommissionen att snusdirektivet tolkats så att det förbjuder nya tobaksprodukter, men inte snus som förekommit i minst ett hundra år på Åland.

(HUFVUDSTADSBLADET 12 SEPTEMBER)

NAMN & NYHETER

Ny försäljningsorganisation för Nordeuropa

SWEDISH MATCH HAR från den 1 september en ny organisation för försäljning och marknadsföring i Nordeuropa.

Nu sammanförs all försäljning i Nordeuropa, som utgörs av Skandinavien, Finland, Island och Baltikum, i en gemensam organisation under ledning av Bengt Jönsson. Den tidigare uppdelningen mellan Sverige och övriga Norden försvinner därmed.

En bidragande orsak till förändringen är den nya struktur som växer fram inom detaljhandeln, som är den främsta försäljningskanalen för Swedish Matchs produkter till konsument.

»Detaljhandeln blir alltmer mer länderövergripande. Den ser numera Norden som en enda marknad. Då är det naturligt att också vi förändrar vår organisation för att öka slagkraften«, säger Bengt Jönsson.

Swedish Match kommer i fortsättningen att agera på ett enhetligt sätt i hela den nordiska regionen, vilket i slutändan ska bidra till en ökad försäljning för koncernen.

Norden är en av de viktigaste marknaderna och svarar för drygt 30 procent av koncernens totala försäljning.

På motsvarande sätt skapas en gemensam nordisk organisation för marknadsföringen, inklusive varumärkesprofileringen. Den leds av Jan-Erik Knutsen.

De båda Nordencheferna rapporterar till chefen för division Nordeuropa, Stefan Gelkner.

Förvärv av varumärken för torrt snus

SWEDISH MATCH HAR FÖRVÄRVAT varumärken inom rökfri tobak av Premium Tobacco Traders. Köpet innebär att Swedish Match kommer att marknadsföra torrt snus i Tyskland, Schweiz och Frankrike. Den årliga omsättningen för varumärkena, bland annat Singelton och Rummey's, är omkring 30 miljoner kronor.

Gallaher köper Austria Tabak

BRITTISKA GALLAHER KÖPER den österrikiska statens andel i Austria Tabak för 1,87 miljarder euro. Därmed blir Gallaher västeuropas fjärde största tobaksbolag.

Austria Tabak lägger ner fabrik i Malmö

AUSTRIA TABAK LÄGGER NER sin fabrik i Malmö. Bakgrunden är minskade marknadsandelar i Sverige och att produktiviteten inte är tillräckligt hög jämfört med de tre fabrikena i Österrike.

På nya jobb

JOHNNY GHOSAL har utsetts till vice president for operations and supply inom North America Division från och med den första augusti 2001. Johnny Goshal kommer närmast från posten som teknisk direktör i Austria Tabak Scandinavia AB. Han efterträder Doug Pajak, som kommer att gå i pension den 1 februari 2001.



Mac Baren tar över piptobak

När danska Mac Baren tar över produktionen av en rad av Swedish Matchs piptobaksmärken hamnar tillverkningen hos ett välkänt familjeföretag med 150-åriga anor och ett mycket gott kvalitetsrykte.

Mac Baren ersätter från den första juli 2002 Austria Tabak Scandinavia som producent av flera av Swedish Matchs välkända piptobaksmärken. Swedish Match har sagt upp avtalet med Austria Tabak som sedan 1999 tillverkat piptobak vid sin fabrik i Malmö. Fabriken, som österrikarna för övrigt tog över från Swedish Match samma år, skall läggas ner och Austria Tabak flyttar sin egen cigaretttillverkning till Österrike.

»Det känns tryggt att vi nu får en samarbetspartner med en lång tradition inom tillverkning av piptobak«, säger Maria Nicholl, marknadschef för piptobak inom Swedish Match.

»Mac Baren 150 år av erfarenhet inom piptobak och flera generationers samlade kunnande borgar för att vi både kan behålla och stärka våra produkters kvalitetsstämpel.«

AVTALET OMFATTAR ENDAST tillverkning. De båda företagen behåller sina egna organisationer för marknadsföring och försäljning, och förblir därmed konkurrenter på marknaden för piptobak.

Stämningar och rättsprocesser är något som hör till bilden för företag som bedriver verksamhet i USA. Tobaksindustrin är givetvis inget undantag. I Europa har däremot försöken att stämma tobaksbolag varit få och hittills utan framgång.

I ett enda fall, det så kallade Gourlain-fallet i Frankrike, har industrin fått ett domslut emot sig. Det var det franska tobaksföretaget Seita som fälldes av en domstol i första instans, men nyligen friades företaget av en appellationsdomstol.

I USA HAR UNDER DE SENASTE 45 åren tusentals rättstvister inletts mot den amerikanska tobaksindustrin. I några fall har det skett som så kallad gruppåttalan, där ett antal konsumenter slagit sig samman mot ett tobaksföretag, och



Mac Baren har varit i familjen Halbergs ägo ända sedan starten i mitten av 1800-talet. Idag är Mac Baren Skandinaviens näst största tillverkare av piptobak.

För Swedish Match, en av de största tillverkarna i världen av piptobak och med egna fabriker i USA och Sydafrika, svarade detta produktområde år 2000 för sju procent av koncernens nettoomsättning.

Mac Baren i sin tur är Skandinaviens näst största tillverkare av piptobak.

Bland de varumärken Mac Baren övertar tillverkningen av återfinns Borkum Riff, som säljs i 60 länder och med starka ställningar i kontinentaleuropa och övriga världen. Produktionen av Greve Hamilton, störst i Sverige, flyttar också till Danmark, liksom av Caravelle, Mel-low Breeze och Blue Ridge.

MAC BAREN, SOM ÄGS av familjen Halberg, har en lång och spännande historia bakom sig. En tidig anförvant, Hans Nissen Halberg, var vid 1800-talets mitt kapten på ett fartyg som forslade tuggtobak, snus och piptobak för rökare av långhalsade pipor. Sonen däremot hade ingen känsla för sjön och valde i stället att ta över en tobakstillverkare i Svendborg och lade därmed grunden till en familjedynasti på tobaksområdet.

Genom samarbetet med Mac Baren får Swedish Match dessutom en nära koppling till en marknad där piprökningen har ett starkt fäste. Danmark har det största antalet piprökare per capita i hela världen!

Tobaksprocesser inget för Europa

i några fall har delstater stämt industrin för att utverka skadestånd för att finansiera ökade sjukvårdskostnader. För närvarande finns ett hundratal fall som väntar på behandling i amerikanska domstolar, och 99 procent av dessa fall rör cigaretter.

FALLEN HAR RÖNT STOR massmedial uppmärksamhet och läsaren kan lätt få intrycket att det inte bara är enkelt att stämma ett tobaksbolag i USA, utan också att det är lätt att vinna mot industrin. Så är det inte. Tvärtom har industrin vunnit nästan alla individuella fall hittills. Det har blivit ett fåtal fällande domar i första instans, men hittills har ingen fällande dom vunnit laga kraft. Skadestånd har endast betalats ut i ett enda fall.

Det amerikanska rättssystemet skiljer sig mycket från de europeiska och man kan därför inte utgå från att denna typ av processer i någon större utsträckning kan komma att kopieras i Europa. För svensk del är en av de stora skillnaderna att vi inte har juryssystemet, men också att advokater inte som i USA kan få arvode i procent av utmätt skadestånd. En tredje skillnad är att en klagande inte

kan få ersättning som överstiger den skada han eller hon lidit. I USA har man något som kallas »punitiv damage«, vilket kan översättas med »straffskadestånd«, en slags sammanblandning av civilrätt och straffrätt. Hos oss måste den som förlorar en rättstvist, i normalfallet betala motmotpartens rättegångskostnader, vilket innebär en hämsko på intresset att initiera legala processer.

SWEDISH MATCH HAR BLIVIT stämt ett antal gånger i USA, men dessa stämningar har återkallats eller avvisats av domstolarna, och Swedish Match har hittills inte behövt gå igenom någon produktansvarsrättegång heller i USA.

För närvarande är Swedish Match involverat i två fall i USA, ett i West Virginia, där koncernen är stämd tillsammans med alla andra tobaksbolag. Rättegång är utsatt till nästa år, men det är osäkert om den kan komma till stånd som planerat.

I Minnesota är Swedish Match stämt med ett par andra företag i ett individuellt mål, det så kallade Tuttle-fallet. Detta mål är inne i ett förprocessuellt skede. Rättegång är utsatt till andra halvåret 2002.

En av börsens vinnaraktier

Det tredje kvartalet befäste Swedish Match-aktien den betydande kursuppgång som noterats i år. Aktien steg under kvartalet med närmare 8 procent, från 50 till 54 kronor. Under september noterade aktien den nya historiska toppkursen 55 kronor.

Mätt sedan årets början har Swedish Match-aktien stigit med 47 procent, samtidigt som Stockholmsbörsen

sjunkit med 25 procent. Swedish Match-aktien uppvisar därmed den enskilt bästa kursutvecklingen av de mest omsatta aktierna på Stockholmsbörsen hittills i år.

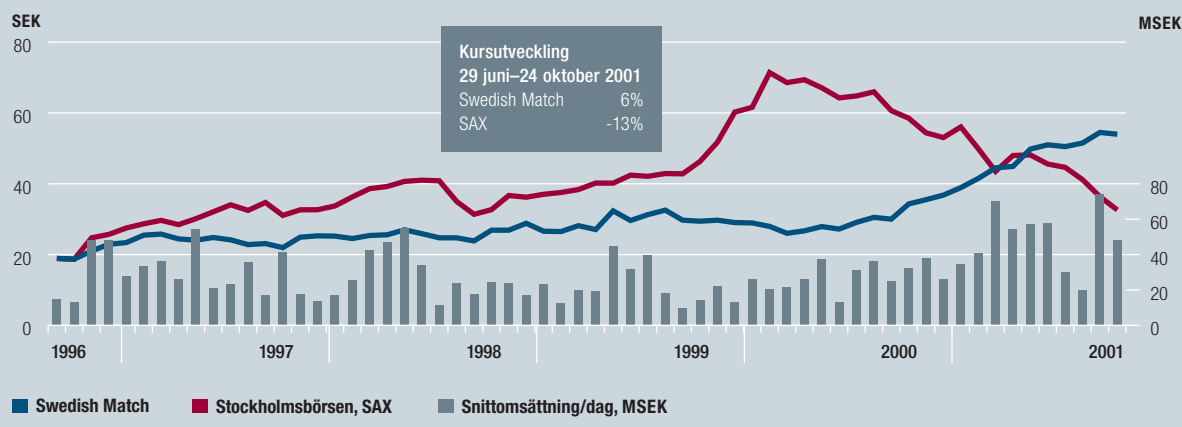
Den amerikanska Nasdaq-börsen, där Swedish Match amerikanska depåbevis är noterade, har sedan årsskiftet sjunkit med 32 procent. Handeln i New York är dock obetydlig till omfattning,

den helt övervägande delen av aktierna handlas på Stockholmsbörsen.

Omsättningen i aktien har varit låg under det tredje kvartalet, beroende på sommarperioden, i likhet med vad som gäller för merparten av svenska aktier.

Under oktober har omsättningen ökat, och uppgår i genomsnitt till 1 miljon aktier per dag (Swedish Match har 357 miljoner aktier utestående).

AKTIENS KURS OCH OMSÄTTNING UNDER FEM ÅR



TOTALAVKASTNING

Totalavkastning, %	
Jan-22 okt 2001	48
2000	29
1999	4
1998	17
1997	15
15 maj-31 dec 1996	10
15 maj 1996-22 okt 2001	172
(20% årlig avkastning)	

NYCKELTAL

Vinst per aktie, SEK	
Okt 2000-sept 2001	3,36
Jan-dec 2000	2,76
Juli-sept 2001	0,88
Juli-sept 2000	0,73
Eget kapital per aktie, SEK	
30 Sept 2001	12,43
30 Sept 2000	11,95

Jämförelse med andra varumärkesbolag

Swedish Matchs aktie jämförs vanligen med tobaksbolag. Men i detta nummer av Inside har vi roat oss med att jämföra Swedish Match med ett antal andra internationella konsumentvaruföretag.

I urvalet ingår varumärkesorienterade företag som på global bas säljer dagligvaror som till sin karaktär är något mer exklusiva och njutningsinriktade än rena stapelvaror. Cigaretter och sprit är undantagna. Där ingår Coca Cola, Cadbury Schweppes (drycker m m), Kraft Foods (kaffe, choklad), Interbrew (bryggeri), L'Oréal (kosmetika), Estée Lauder (kosmetika), Gillette (rakprodukter m m) samt Swedish Match.

Genom indexjämförelsen speglas utvecklingen för Swedish Match-aktien i jämförelse med andra tänkbara investeringar, sett ur en internationell investerarens perspektiv

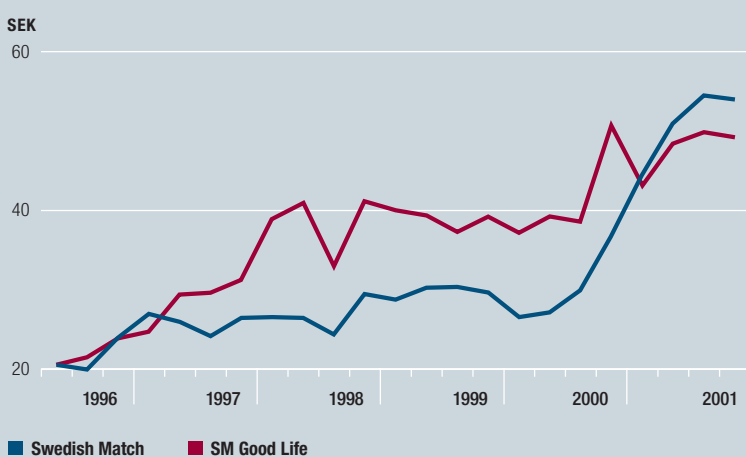
Startpunkt för »Good Life Index« är juni 1996. Swedish Match noterades på Stockholmsbörsen 15 maj det året. Som framgår av indexet har Swedish Match-aktien utvecklats väl i linje med

jämförelsegruppen och slår indexen med 10 procent för hela perioden. »Good Life Index« slår i sin tur Morgan Stanleys Världindex med ytterligare 23 procent! Detta beror till största del på den kraftiga kursuppgången under senare delen av perioden. Under

2001 är Swedish Match det enda av de ingående företagen med stigande aktiekurs. Under hela femårsperioden är det bara L'Oréal som stigit mer.

Indexet är omräknat i svenska kronor.

SWEDISH MATCH OCH SM GOODLIFE INDEX, 1996-06-30-2001-10-12



NAMN & NYHETER



Arnold Andrés cigarr Vasco da Gama finns i tre olika smaker beroende på täckblad: Cap de Cuba, Sumatra och Brasil. Som pricken över i, lindas varje cigarr i en bit cederträ.

Arnold André – 150 år i cigarrernas värld

EN KULTURFESTIVAL med Nobelpristagare, cigartillverkning och karibisk musik inramade festligheterna när Arnold André fyllde 150 år.

Arnold André ingår som ett delägt bolag i Swedish Match. Företaget grundades redan 1817 men det var först 1851 som bolaget etablerade sig i Bünde, en liten stad känd som »cigarrstaden«, i Westfalen, 15 mil söder om Bremen.

Arnold André firade 150-årsjubileet med en kulturfestival där de 500 besökarna bjöds på ett rikhaltigt program. Bland annat kunde de lyssna på en föreläsning av Derek Walcott, 1992 års nobelpristagare i litteratur, se en utställning om cigartillverkning, eller lära sig av cigarmästaren Luiz Lopez hur en god cigarr ska rullas. Festligheterna inramades av karibisk musik och besökarna kunde också sitta ner i en mobil paviljong för en stunds vila med en god cigarr, något att dricka eller en bit mat.

Företaget har en rik historia, men temat för jubileet var ändå framtiden. Utan de 450 medarbetarnas engagemang och hantverkskunnande skulle Arnold André inte ha blivit det framgångsrika företag det är idag. Nu har alla medarbetare siktet inställt på framtiden med fokus på exportmarknaden och nya, spännande produkter.

Koncentration inom cigartillverkningen

SWEDISH MATCH GENOMFÖR I HÖST en omstrukturering inom cigarrverksamheten. Inom Swedish Match Cigars NV koncentreras produktionen till fabriken i Houthalen i Belgien, samtidigt som verksamheten vid den närbelägna fabriken i belgiska Overpelt avvecklas. Cirka 140 personer blir övertaliga i samband med omstruktureringen och förhandlingar pågår med de fackliga organisationerna om hur avvecklingen ska genomföras.

»Förändringarna är ett led i vårt ständigt pågående arbete på att bli mer effektiva och öka konkurrenskraften inom koncernen«, säger Peter Nilsson, chef för division Kontinentaleuropa.

Vid fabriken i Houthalen sker också nyinvesteringar, bland annat i en ny maskinpark.

»Jag är övertygad om att Houthalen därmed kommer att bli en av de mest konkurrenskraftiga cigarrfabrikerna i hela Europa«, säger Peter Nilsson.

Investeringarna sker även för att möta de allt strängare kraven på produkterna från lagar och förordningar inom EU.

Viss produktion flyttas också till fabriken i Pandaan i Indonesien, som organisatoriskt ingår i den europeiska verksamheten.

Därmed kommer Swedish Match, som är världens näst största cigarrföretag, fortsatt tillverka cigarrer i USA, Dominikanska Republiken, Honduras, Indonesien och Belgien.

Inom amerikanska General Cigars, som till 64 procent ägs av Swedish Match, sker samtidigt en mindre omstrukturering i och med att kontoret i Connecticut avvecklas.

»En cigarr till kaffet och efter jakten är två av livets höjdpunkter«



OM BERNT MAGNUSSON

Ålder: Nybliven 60-åring.

Familj: Hustrun Lotta och tre vuxna döttrar.

Bor: I Stockholms innerstad.

På nattduksbordet: Historieböcker – i skrivande stund »Svensk Stormaktstid, Gustav II och Stalins Hämnd«.

När han är ledig: Jakt och tennis.

Övriga uppdrag: Styrelseordförande i Assi Domän AB och Dyno Nobel ASA. Vice ordförande i Net Insight samt ledamot i bland annat Volvo Car Corp, Avesta Polarit och Nordea.

När Swedish Matchs styrelseordförande Bernt Magnusson ska svara på frågan om när en cigarr smakar som bäst tvekar han inte. »En av höjdpunkterna i livet är att efter en bättre middag röka en god cigarr till kaffet och en chokladbit. Det kan möjligen konkurrera med en cigarr vid lägerelden efter en lyckad jakttag«.

Bakom Bernt Magnussons svar ligger lång erfarenhet. Han har avnjutit cigarrer i 35 år. Oftast en om dagen. Varken mer eller mindre. Naturligtvis kommer cigarrerna för det mesta – men inte alltid – ur Swedish Matchs sortiment. I en styrelseordförandes uppdrag ingår en viss konkurrensbevakning av till exempel cubanska cigarrer som vi inte har, konstaterar han.

Ett av de tillfällen då han röker andra tillverkares alster är vid möten i Gustav V:s Cigarrklubb. »Där brukar vi ha cigarrprovning – och det är tyvärr inte alltid jag lyckas förmå mina klubbkamrater att enbart röka våra cigarrer«.

Bernt Magnusson röker till och från cigarrer ur en stor del av Swedish Matchs sortiment. Valet avgörs av tillfället. Till kaffet föredrar han en Macanudo medan en La Gloria Cubana passar bäst till kvällspromenaden. Efter jakten föredrar han en Garcia Y Vega.

I SIN HUMIDOR HÅLLER Bernt Magnusson ett urval ur Swedish Matchs cigarrsortiment. Han är ytterst nog med luftfuktigheten. »Den får inte understiga 68 procent. Bästa fuktighet får man med destillerat vatten.«

»Utöver att vara god har cigarren en social funktion. Det uppstår en unik närhet mellan kamrater som tar en cigarr tillsam-

mans. Jag har visserligen aldrig rökt annat än cigarr – men jag har svårt att tänka mig att samma gemenskap kan uppstå kring en cigarett.«

Att Bernt Magnusson njuter av doften från en cigarr är kanske inte så konstigt. Vad som inte är lika självklart är att många som inte röker cigarr tycker om doften, eftersom den förknippas med positiva minnen. »När jag tar en cigarr under promenad händer det till och med att folk som går bakom mig kommer fram och berättar om ett doftminne som min cigarr framkallar.«

På Swedish Matchs styrelsemöten röks det cigarr. »Det är antagligen den enda styrelsen i Sverige där det fortfarande röks – och naturligtvis bidrar det till gemenskapen och sammanhållningen i styrelsen.«

SWEDISH MATCH BERÖRS nuförtiden mera sällan av den inflammerade tobaksdebatten. »Det beror till stor del på att vi inte längre tillverkar cigaretter. Även i kretsar som i grunden är negativa till tobak accepteras vår verksamhet. Cigarrer och piptobak är tydliga vuxenvaror och snuset bidrar till att minska cigarettökningen.«

»Måttligt cigarrökande under former där vi tar hänsyn till omgivningen ses inte heller som ett missbruk, utan snarare som en vana med fitness och till och med en viss status.« □

SWEDISH MATCH I KORTHET

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

Koncernens verksamhet är global och produkterna säljs i 140 länder. Under 2000 var medelantalet anställda 13 672. Swedish Matchs aktie är noterad på Stockholmsbörsen (SWMA) och på Nasdaq (SWMAY).

Rökfri Tobak

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



MARKNADSPPOSITION

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

Brun Tobak

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



MARKNADSPPOSITION

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

Tändstickor och Tändare

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



MARKNADSPPOSITION

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

NYCKELTAL

MSEK	2000	1999
Nettomsättning	11 533	9 420
Rörelseresultat	1 886	1 689
Rörelseresultat före avskrivningar	2 429	5 777*
Årets resultat	1 153	4 656
Vinst per aktie efter skatt, SEK	2:78	2:26
Utdelning per aktie, SEK	1:35	1:25
Avkastning på eget kapital, %	21,8	115,0

* Inkluderar 3 707 MSEK i realisationsvinst m m.