

#1 februari 2003

Starkt 2002 ger höjd utdelning

Swedish Match rörelseresultat för 2002 ökade med 12 procent till 2 371 MSEK. Affärsområdena snus och cigarrer ökade sina rörelseresultat med 30 respektive 4 procent. Vinsten per aktie ökade med hela 21 procent och utdelningen föreslås att höjas från 1:45 SEK till 1:60 SEK.

Sid 2

Swedish Match tar greppet om den norska marknaden

I Norge är Swedish Match marknadsledande på snusmarknaden. Trots det råder det nybyggarstämning hos det nystartade säljbolaget Swedish Match Norway Sales på kontoret i Oslo. Genom att ta ett eget grepp om den norska marknaden med en bred satsning, inte minst på portionssnus, ska försäljningen öka ytterligare.

Sid 6



Fler kvinnor snusar

Allt fler svenska kvinnor snusar, på fem år har antalet fördubblats. Den genomsnittliga snusande kvinnan är högt utbildad och förhållandevis välavlönad. Mer än hälften är före detta cigaretrökare som nu ofta istället lägger in en miniprill eller portionssnus.

Sid 6

Pensions- och sparfonder dominerar ägandet

Swedish Match är i hög grad representant för det nya, institutionella, ägandet på börsen. Det är pensions- och sparfonder, svenska och utländska, som dominerar ägarbildan. Swedish Match största ägare är det amerikanska fondbolaget Fidelity som räknas som världens största i sitt slag.

Sid 7

Grovsnus och General i nya vita påsar

I april lanseras ett nytt portionssnus som heter Grovsnus White Portion och General White Portion. Namnet syftar på de vita påsar som snuset ligger i. Förtjänsten med de nya produkterna är att smaken håller längre, de rinner mindre och går att hantera utan att bli blöt om fingrarna.

Sid 4-5

Snuset till EG-domstolen



PETER HOELSTAD/PICA PRESSFOTO

Ett stort steg har tagits mot ett upphävande av EU:s snusförbud i och med att den administrativa domstolen i Minden, i tyska Nordrhein-Westfalen, har hänskjutit frågan till EG-domstolen i Luxemburg. Prövningen väntas ta två år. Swedish Match har alltid hävdat att förbudet strider mot grundläggande principer i EG-rätten som kraven på icke-diskriminering och proportionalitet.

Sid 4-5

Stöd till forskning 40-årig tradition

För ett år sedan beslöt Karolinska Institutets styrelse att inte längre ta emot forskningsanslag från tobaksindustrin. Professor Håkan Eriksson, enhetschef vid Karolinska Institutet i Stockholm tycker att det är att kasta ut barnet med badvattnet eftersom det inte varit fråga om uppdragsforskning. »Swedish Match har aldrig

ägnat sig åt något som helst försök till påverkan, snarare har de släppt oss helt fria.« Sedan slutet av 1950-talet har Swedish Match bidragit till att finansiera forskning kring tobaksbrukets effekter, exempelvis forskning kring sambandet mellan rökning under graviditet och plötslig spädbarnsdöd.

Sid 8



Professor Håkan Eriksson, enhetschef vid Karolinska Institutet i Stockholm.



Ledande spelare inom OTP-nisch

SWEDISH MATCH FORTSÄTTA TILLVÄXT i resultat och vinst per aktie 2002, trots besvärliga ekonomiska förhållanden på många marknader, visar att våra strategival har varit riktiga och leder oss mot förbättrat värde för våra aktieägare.

För den närmaste framtiden gäller att vi går vidare på den inslagna vägen. Vår ambition är att stärka ställningen som den ledande nischspelaren på den stora globala tobaksmarknaden, att vara ledande inom OTP, dvs andra tobaksprodukter än cigaretter. Tyngdpunkten ligger på de rökfria produkterna. I förgrunden står snuset som successivt stärker sin ställning som ett attraktivt alternativ i en värld där cigarettökningens negativa hälsoeffekter alltmer uppmärksammas och för med sig olika former av begränsningar för konsumtionen.

Som snusproducent är vi en av de största i världen, med dominerande ställning i Europas »snusbälte« i norr. Därtill har vi byggt upp en solid position på världens största snusmarknad, den nordamerikanska, i det segment som växer, det så kallade värdesegmentet. Under förra året passerade vi en totalmarknadsandel i USA på 9 procent, en fördubbling på drygt fyra år.

Förra året gick vi också vidare med internationaliseringen av vårt snus. Från att ha startat försäljning i den indiska metropolen Mumbai (Bombay) utvidgade vi satsningen till en rad andra regioner i landet, och fortsatte försäljningen i Östeuropa på marknader som Slovakien och Tjeckien samt Moskva i Ryssland.

Den stora EU-marknaden är stängd för oss med ett förbud för snus. Sverige har fått ett undantag. Vi anser att förbudet är diskriminerande, oproportionerligt och utan laglig grund och i november 2002 nådde vi en liten delframgång – en tysk förvaltningsdomstol beslöt att hänskjuta frågan om lagligheten av förbudet till EG-domstolen i Luxemburg.

Lennart Sundén, VD och Koncernchef

Swedish Match Inside är ett en tidning för Swedish Match aktieägare. Tidningen trycks i 65 000 exemplar på svenska samt 6 000 exemplar på engelska.

UTGIVARE
Swedish Match AB

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

ANSVARIG UTGIVARE
Bo Aulin

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

SKRIBENTER
Birgitta Gunnarsson,
Martin Haag och
Mats Hallvarsson

PRODUKTION
Hallvarsson&Hallvarsson AB

REPRO
Scarena, Stockholm

GRAFISK FORM
Peppar Design,
Petter Carnhagen

TRYCK
Ljungbergs, Klippan

☆☆☆
SWEDISH MATCH

HELÅRET 2002:

Ökad vinst och margi

Swedish Match båda tungviktare i försäljning och resultat, affärsområdena snus och cigarrer, var koncernens draglok under 2002 och ökade sina rörelseresultat med 30 respektive 4 procent. Den goda snusförsäljningen uppvägs förra årets negativa valutatrend så att koncernens nettoomsättning i stort sett var oförändrad på 13 643 MSEK. Rörelseresultatet ökade med 12 procent till 2 371 MSEK med förbättrade marginaler. Aktieägarna kan glädja sig åt en vinst per aktie som ökade med hela 21 procent och ett förslag till utdelningshöjning från 1:45 SEK till 1:60 SEK.

Ar 2002 var ett tuft år för många företag med låg tillväxt i ekonomin, starkt negativ börsutveckling och en valutakursutveckling som gick emot större internationella företag med försäljning i bland annat dollar. »Men i denna miljö visade Swedish Match sina styrkor, med en försäljning som ökade med 4 procent i lokala valutor, ett fortsatt ökat resultat och en ökning av vinst per aktie med 21 procent. Det visar att våra strategier att skapa aktieägarvärde fungerar väl» säger finansdirektör Sven Hindrikes.

En betydande positiv utveckling var att kassaflödet stärktes så pass kraftigt, upp från 1 609 MSEK till 2 585 MSEK. Detta bäddar för förslaget om höjd utdelning till aktieägarna och skapar en god plattform för fortsatta återköp av aktier och också finansiell styrka inför eventuella förvärv.

»Förbättringen kommer både från rörelsen och från positiva förändringar

i det arbetande kapitalet, vilket visar att våra effektiviseringsprogram ger resultat. Kassaflödet är en av våra viktigaste variabler för aktieägarvärde«, kommenterar Sven Hindrikes.

SNUSET VISADE ÅTER god tillväxt med försäljning som ökade med 13 procent under helåret (6 procent under fjärde kvartalet) trots en negativ påverkan av en svagare dollar. Rörelseresultatet ökade med 30 procent på helåret och rörelsemarginalen var hela 44,2 procent.

»Förklaringen är främst ökade försäljningsvolymerna både i USA och i norra Europa samt positiva effekter av prishöjningar och ändrad produktmix. I USA till exempel ökade vår volym mätt i dosor med 10 procent, vilket ger oss en marknadsandel på denna världens största snusmarknad på mer än nio procent. Det är en ökning under året med cirka en procentenhet«, berättar Sven Hindrikes.

Snuset fortsätter vara koncernens främsta tillväxtprodukt. Under året



Sven Hindrikes.

utökade Swedish Match också satsningen på att sälja snus på nya marknader. Från en start i den stora indiska staden Mumbai (Bombay) utvidgades satsningarna till flera andra regioner. I Östeuropa fortsatte satsningen med försäljning i Moskva. Sedan tidigare finns svenskt snus i Slovenien och Tjeckien.

INOM CIGARRÖMRÅDET sålde Swedish Match förra året för 3 318 MSEK. Det var en minskning på 5 procent, som förklaras av lägre dollarkurs vid omräkning till svenska kronor. I lokal valuta var försäljningen oförändrad. »Att det inte blev bättre än så beror på att maskintillverkade cigarrer minskade i volym i USA. Som svar på nedgången intensifierar vi nu våra satsningar på att utveckla sortimentet och marknadsföringen. I Europa däremot var cigarrförsäljningen stabil och så även för amerikanska premiumcigarrer. Så vitt vi kan bedöma har vi också stärkt vår marknadsandel något på den

Kassaflödet en fokuserad uppgift

Ett glädjeämne i Swedish Match bokslutsrapport för helåret 2002 var den kraftiga ökningen av kassaflödet. Från rörelsen ökade detta med nästan en miljard eller med exakt 976 MSEK till 2 585 MSEK. »I våra ansträngningar att skapa aktieägarvärde är kassaflödet en fokuserad uppgift», säger finansdirektör Sven Hindrikes.

under senare tid. Basflödet är kassaflödet från den löpande verksamheten som sedan 1998 har visat en god positiv underliggande trend med acceleration de två senaste åren.

»ATT MAXIMERA KASSAFLÖDET är ett av koncernens allra viktigaste mål och står i centrum för många av våra operativa och finansiella förbättringsprogram«, säger Sven Hindrikes. »Det är alldeles tydligt att kassaflöde idag prioriteras på ett helt annat sätt än för några år sedan. Kassaflödet driver aktieägarvärdet, ger bolaget styrka och stabilitet, och skapar rörelsefrihet att agera snabbt och resolut i många viktiga affärsråden som till exempel vid förvärv«.

»Vårt högt prioriterade interna pro-

En av Swedish Match främsta styrkor som investering är den löpande verksamhetens goda förmåga att generera ett positivt kassaflöde. Det ger trygghet åt aktieägarna i en värld där annars riskerna med att äga aktier kraftigt ökat

nal höjer utdelning

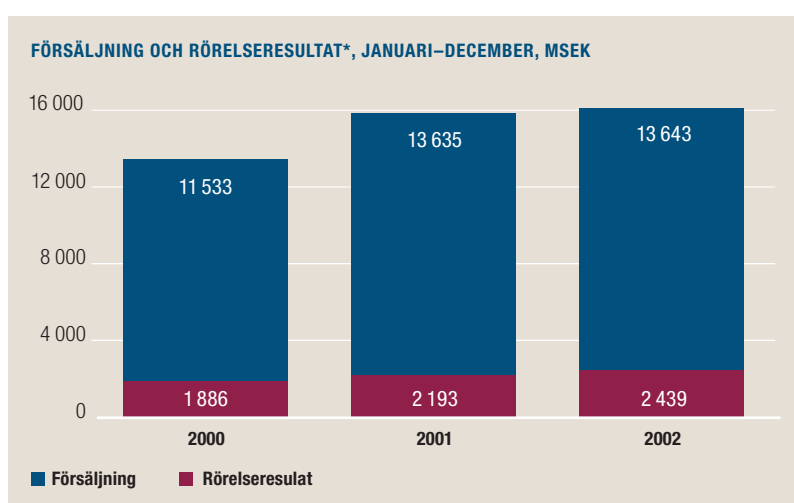
viktiga premiummarknaden i USA. Marknadsandelen ligger i storleken 25–30 procent«.

Verksamheten inom tuggtobak tuffade på bra under året. Piptobak med en betydande verksamhet i Sydafrika påverkades negativt av en försvagning av randen, den sydafrikanska valutan, varför försäljning och rörelseresultat föll. Tändare hade också ett svårt år pressat av framför allt ökande konkurrens från tillverkare i lågkostnadsländer och en förstärkning av euron, vilket försämrade konkurrensmöjligheterna för dem som exporterar från Europa.

TÄNDSTICKVERKSAMHETEN VISADE åter att omstruktureringsprogrammet varit lyckat. Med stöd av en god utveckling på vissa utomeuropeiska marknader ökade rörelseresultatet med 21 procent och rörelsemarginalen nådde 13,4 procent, upp från föregående års 10,8.

Koncernen har också fortsatt att arbeta mycket aktivt med finanserna. »Vi har minskat nettolåneskulden med 918 MSEK genom återbetalningar av lån och därigenom stärkt den finansiella positionen. Vårt negativa räntenetto har minskat. Under fjärde kvartalet var det nere i -37 MSEK, bland annat tack vare att vi valutasäkrat det egna kapitalet avseende den nordamerikanska verksamheten och därmed åstadkommit en fördelaktig räntedifferens. Vårt att nämna är också att vår skattesats minskat till 30,5 procent, bland annat tack vare utnyttjandet av förlustavdrag och vi förväntar oss att den kan stanna på denna lägre nivå ett tag framöver«, säger Sven Hindrikes.

SOM ETT LED I ansträngningarna att skapa aktieägarvärde fortsatte koncernen att återköpa aktier under 2002. 7 995 000 aktier återköptes till en genomsnittskurs av 69 SEK. Det innebär att koncernen vid årets slut ägde



	FÖRSÄLJNING, MSEK			RÖRELSERESULTAT*, MSEK		
	Jan–dec 2002	Jan–dec 2001	Förändring %	Jan–dec 2002	Jan–dec 2001	Förändring %
Snus	2 788	2 457	13	1 233	950	30
Tuggtobak	1 333	1 377	-3	406	372	9
Cigarrer	3 318	3 481	-5	522	500	4
Piptobak/ tillbehör	843	933	-10	164	236	-31
Tändstickor	1 648	1 690	-2	221	183	21
Tändare	700	809	-13	74	101	-27
Övrig verksamhet	3 013	2 888	4	-181	-149	—
Total	13 643	13 635	0	2 439	2 193	11

*Exkl. jämförelsestörande poster

aktier motsvarande 5,4 procent av totala antalet aktier. »Vår bedömning är«, säger Sven Hindrikes, »att fortsatta återköp förbättrar koncernens nyckeltal och att detta långsiktigt har en positiv påverkan på Swedish Match aktiekurs« □

gram »Cash Race« har bättre kassaflöde i sikte, liksom många andra åtgärder som syftar till att frigöra kapital i inköp, lager och fasta investeringar. Det vi frigör ska först och främst utnyttjas till att säkra koncernens långsiktiga framtid genom lönsamma investeringar. Överskottet ska tillbaka till aktieägarna, enligt de vägar vi valt, det vill säga återköp av aktier och utdelning«.

Sven Hindrikes berättar att den kraftiga ökningen av kassaflödet från rörelsen under 2002 främst förklaras av högre resultat, lägre skattebetalningar och minskad bindning av rörelsekapital.

FORTSÄTTER VI ANALYSEN finner vi att även kassaflödet från investeringarna förbättrats föregående år, inte minst

KONCERNENS KASSAFLÖDE I SAMMANDRAG, MSEK

	2002	2001
Kassaflöde från rörelsen före förändring av rörelsekapital	2 483	1 954
Kassaflöde från förändring av rörelsekapital	102	-345
Kassaflöde från rörelsen	2 585	1 609
Kassaflöde för investeringar	-717	-1 520
Kassaflöde från finansiering	-1 366	-1 453
Likvida medel vid periodens slut	2 016	1 606

tack vare att året innan innebar en stor betalning för förvärv på 962 MSEK. Även finansieringsflödena förändrades positivt. Summa summarum stärkte koncernen sin likviditet till 2 016 MSEK vid året slut. □

Analytikernas frågor

Swedish Match årsbokslut offentliggjordes 11 februari. Publiceringen åtföljdes av en telefonkonferens med analytiker från mäklarhus och banker. Här följer ett urval av de frågor som besvarades:

PIETER VORSTER, CREDIT SUISSE FIRST BOSTON:

»Jag har fyra frågor. Hur stor påverkan på resultatet har omstruktureringen inom cigarrdivisionen medfört och kommer den påverkan att bestå? Vari består valutaeffekterna på resultatet för tändare? Vad ligger bakom den föreslagna utdelningshöjningen?«

SVEN HINDRIKES, FINANSIDIREKTÖR:

»Maskininvesteringarna i cigarrfabriken i Hout-halen har inneburit en engångskostnad för igångkörning på cirka 2 miljoner euro under fjärde kvartalet. Eventuellt kan det bli fortsatta kostnader under inledningen av innevarande år.«

LENNART SUNDÉN, KONCERNCHEF:

»Valutaeffekterna för tändare emanerar framför allt från vår fabrik i Holland som har en till stor del dollarbaserad export, exempelvis till Östeuropa. Det är alltså eurons stärkta ställning gentemot dollarn som slagit igenom där.

När det gäller utdelningen så är det ett resultat av diskussioner i styrelsen, där vi enades om att föreslå en höjning på 10 procent, till 1,60 SEK per aktie. Det är väl i linje med vår reviderade utdelningspolicy som anger en nivå på 30–50 procent av nettoresultatet. För 2002 hamnar vi på 39 procent. Nominellt höjer vi emellertid mer i år, 15 öre jämfört med 10 öre.«

JONATHAN FELL, MORGAN STANLEY:

»Hur mycket av de 751 MSEK för investeringar i anläggningstillgångar avser den nya Göteborgsfabriken och hur länge räknar ni med att hålla en sådan nivå?«

SVEN HINDRIKES:

»En förhållandevis stor del berör Göteborg. Men eftersom den nya fabriken där beräknas tas i drift stegvis under andra kvartalet i år, kan man förutse en återgång till mera normala nivåer 2004, dvs i storleksordningen 400–500 MSEK.«

FRANS HOYER, CHEVREUX DE VIRIEU:

»Hur mycket har ni tjänat på hedging-arrangemang i USA och står det sig året ut?«

SVEN HINDRIKES:

»Vår hedge i USA innebär att vi kan låna i dollar till betydligt lägre ränta än i Europa. Det avtalet är låst 2003 ut och innebär en räntevinst i storleksordningen 50–60 MSEK.«

VIRGINIA HÉÉRIBOUT, CDS IXIS SECURITIES:

»Kan ni ge en lägesbeskrivning för cigarrverksamheten i de olika segmenten?«

LENNART SUNDÉN:

»Den europeiska marknaden liksom premiummarknaden i USA har tagit sig under året och försäljningsvolymerna under fjärde kvartalet blev riktigt bra. Massmarknaden i USA har däremot varit fortsatt nedåt och där kommer vi att vidta ett antal korrigerande åtgärder under året.«

Stort kliv framåt i snusfrågan inom EU

I november 2002 beslöt den administrativa domstolen i Minden, i tyska Nordrhein-Westfalen, att hänskjuta frågan om EU:s snusförbud till EG-domstolen i Luxemburg. Den tyska domstolen vill ha svar på om förbudet mot försäljning av snus inom EU är lagligt enligt EG-rätten. Swedish Match menar att därmed har ett stort steg tagits mot ett upphävande av förbudet.



Dåvarande EG antog 1989 ett direktiv om regler för märkning av tobaksvaror. Vid en revidering av direktivet 1992 förbjöds försäljning av tobaksprodukter för »användning i munnen« på EU-marknaden, eftersom det bland annat antogs att sådana produkter var särskilt cancerframkallande. Så som förbudet är definierat omfattar det svenskt snus.

För Sveriges del blev snusförbudet därför en het fråga under medlemskapsförhandlingarna med EU. Genom ett undantag i anslutningsfördraget kan Sverige, som enda EU-land, tillåta snusförsäljning.

»UNDER 1990-TALET GJORDES ett flertal stora, epidemiologiska studier som visar att svenskt snus varken ökar risken att drabbas av cancer eller av hjärtinfarkt«, säger Bo Aulin, chefsjurist på Swedish Match. »I juni 2001 upphävdes 1989 års direktiv som det reviderats 1992, och ersattes med ett nytt direktiv. Som en följd av de svenska studierna togs cancervarningen bort från snusdosorna i Sverige, men förbudet mot snus i resten av EU blev kvar i 2001 års direktiv, de vetenskapliga rapporterna till trots, fortsätter Bo Aulin.«

Däremot slås det fast i direktivet att kommissionen ska rapportera till Europaparlamentet senast den 31 december 2004 om hur direktivet har tillämpats. I denna rapport ska kommissionen ock-

så titta på eventuella nya vetenskapliga och tekniska rön, och därvid ägna särskild uppmärksamhet åt »bedömning av tobaksvaror som eventuellt kan minska skador«.

»Innan en sådan utvärdering kan slå igenom i ändrad lagstiftning kan det dock komma att gå ytterligare år, med tanke på EU:s komplicerade beslutsprocedurer. En domstolsprövning är, även om den väntas ta cirka två år, därför den snabbaste vägen att få snusförbudet upphävt«, säger Bo Aulin.

BOLAGET HAR NÄMLIGEN alltid hävdatt att förbudet strider mot grundläggande principer i EG-rätten, bland annat kraven på icke-diskriminering och proportionalitet.

Nästa generations portionssnus i framtidens dosa

I april lanseras en nyhet inom vardera varumärket General och Grovsnus. De två nya produkterna har vita portionspåsar och säljs i dosor med ett extra utrymme i locket att lägga använda portionspåsar i.

De nya produkterna heter General White Portion och Grovsnus White Portion där namnet syftar på de vita portionspåsar. Men det är inte bara utseendet som skiljer de nya portionspåsar från de som redan finns inom General och Grovsnus.

»Smaken håller längre och de rinner mindre än de vanliga portionspåsar. Dessutom är de mer praktiska att hantera eftersom ytan är mindre fuktig«, säger Anna-Karin Karlsson, varumär-

kesansvarig på marknadsavdelningen.

»De undersökningar som gjorts om de nya produkterna visar att konsumenterna tycker att de ser fräscha ut och är praktiska.«

FÖRSÄLJNINGEN AV portionssnus har ökat dramatiskt med 50 procent på fem år. De nya vita portionspåsar tros mest attrahera de som redan idag använder General och Grovsnus portionssnus. Men även de som slutar att röka och börjar med





»En domstolsprövning är, även om den väntas ta cirka två år, den snabbaste vägen att få snusförbudet upphävt.«

BO AULIN

När ett direktiv antagits ska medlemsländerna implementera direktivet i sin lagstiftning. Tanken är att den efterföljande lagstiftningen ska vara i princip likvärdig i samtliga EU-länder med endast formella skillnader, men trots det finns det många avvikelser mellan de nationella reglerna. I Tyskland har Swedish Match sålt snus sedan 1985 under beteckningen »Kautabak«, eller på svenska tuggtobak. Eftersom tuggtobak inte omfattas av direktivet skrev bolaget vid två tillfällen till den tyska regeringen under 1990-talet för ett besked om huruvida svenskt snus kunde fortsätta säljas i Tyskland. Bolaget har i avvaktan på svar på dessa brev fortsatt sin försäljning av snus i Tyskland. Några svar har emellertid inte erhållits.

Istället förbjöd en lokal hälsomyndighet vidare försäljning i Tyskland i föl. Detta beslut överklagades till en administrativ domstol i Minden, som därefter med tillstyrkan från bägge parter beslutat hänskjuta frågan om förbudets förenlighet med EG-rätten till EG-domstolen i Luxemburg.

PARALLELLT MED DEN LEGALA prövningen uppmärksammas vad som brukar betecknas som »The Swedish Experience« alltmer inom folkhälsokretsar världen över. The Swedish Experience kan sammanfattas som hög snuskonsumtion, låg cigarettkonsumtion och låg förekomst av tobaksrelaterade sjukdomar.

»Sverige är det första landet i världen som uppnått Världshälsoorganisa-

tionen WHO:s mål att få ner andelen rökare i den vuxna befolkningen till under 20 procent. En bidragande faktor är just snusets utbredning i Sverige. Över hälften av alla snusare är före detta rökare. Och en följd av denna övergång är betydligt mindre vanliga i Sverige än i jämförbara länder. Och muncancerfrekvensen är lägre här än i något annat land« säger Bo Aulin.

»Swedish Match menar att snus gör mer nytta än skada och snarare bör ses som en del av lösningen på tobaksproblemet än som en del av problemet. Inte heller av folkhälsoskäl finns följaktligen, enligt bolagets uppfattning, anledning att upprätthålla förbudet«, avslutar Bo Aulin. □



snus är en viktig målgrupp.

»Det här är nästa generations portionssnus som lanseras i framtidens dosa«, säger Anna-Karin Karlsson.

Med framtidens dosa menas att dosorna har ett extra lock över en fördjupning, där de använda portionspåsarerna kan förvaras.

»På det här viset hjälper vi konsumenten att ta hand om hela snusandet och förhindrar nedskräpning«, säger Anna-Karin Karlsson.



Anna-Karin Karlsson, varumärkesansvarig på marknadsavdelningen.



Så arbetar EG-domstolen

DE EUROPEISKA GEMENSKAPERNAS domstol, EG-domstolen, består av femton domare och åtta generaladvokater. Domarna och generaladvokaterna utses av regeringarna i EU:s medlemsländer. Domarna ska vara jurister som är kvalificerade för de högsta domarämbetena i sina hemländer.

Domstolens uppgift är att se till att alla fördrag, lagar och bestämmelser som utfärdas av EU:s institutioner tolkas och tillämpas på ett riktigt sätt.

DOMSTOLEN KAN BLAND ANNAT ta sig an följande sorters mål:

- Talan om fördragsbrott: EU-kommissionen mot ett medlemsland eller ett medlemsland mot ett annat.
- Talan om ogiltigförklaring: Kan väckas av ett medlemsland, ministerrådet, kommissionen, i vissa fall parlamentet eller en enskild person. Gäller frågan om en rättsakt är lagenlig.
- Passivitetstalan: Kan väckas mot kommissionen, ministerrådet eller parlamentet om de underlåtit att fatta beslut.
- Förhandsavgöranden: På begäran av en domstol i ett medlemsland kan domstolen ge ett utlåtande om giltigheten och tolkningen av EU:s rättsakter. Det är denna procedur som är aktuell när det gäller snusförbudet.

MÅNGA AV EU:S VIKTIGASTE rättsprinciper har i själva verket grundlagts genom förhandsavgöranden som innebär att domstolen ger ett rättsligt utlåtande till den nationella domstolen. Denna är därefter skyldig att tillämpa EG-domstolens tolkning. Ett förhandsutlåtande ska även tjäna som vägledning för domstolarna i övriga medlemsländer.

PROCEDUREN VID ETT FÖRHANDSUTLÅTANDE går till så här:

- EG-domstolen får en förfrågan från en nationell domstol.
- Denna begäran översätts till samtliga EU-språk och skickas till medlemsstaterna, kommissionen och ibland också ministerrådet. Ett meddelande publiceras också i EU:s officiella tidning.
- Parterna i målet, medlemsländerna och kommissionen har därefter två månader på sig att komma in med skriftliga svar.
- När det skriftliga förfarandet avslutats bestämmer domstolen om det ska ske bevisupptagning, om målet ska avgöras i plenum eller inom en domstolsavdelning, samt datum för förhandling.
- Plädering i målet sker vid en offentlig förhandling där parterna, domare och generaladvokat är närvarande.
- Generaladvokaten presenterar några veckor senare sitt förslag till avgörande vid en ny offentlig förhandling.
- Dom avkunnas vid ett nytt offentligt sammanträde.
- Domen sänds till den nationella domstolen som begärt utlåtandet.

Satsning på Norge med nybildat bolag

Det råder fortfarande något av nybyggargästning på kontoret på Brynsallén 4 i Oslos utkant. Alla skrivbord är ännu inte besatta, nio av planerade 14 medarbetare är på plats i det splitternya säljbolaget Swedish Match Norway Sales. 1 januari 2003 drogs verksamheten formellt igång.

Sven-Erik Steffenrud är VD och har visserligen mångårig erfarenhet av marknads- och säljarbete från byggvaru- och dagligvarubranscherna. Men det har varit VD-positioner i etablerade verksamheter. Här handlar det om att bygga nytt från grunden, från att skaffa lokaler till att rekrytera kvalificerade medarbetare, mejsla fram en strategisk plan »och att köpa in gem«, som han själv, på skämt, uttrycker saken. »Det känns som ett riktigt entreprenörjobb«

Nu är visserligen Norge inte någon ny marknad för Swedish Match produkter. Man är sedan lång tid tillbaka ledande aktör på den norska snusmarknaden. Men hittills har distribution och försäljning skett via andra kanaler. Det nya är alltså att Swedish Match nu tar ett eget grepp om den norska marknaden. Syftet är naturligtvis att öka försäljningen, framför allt med tonvikt på snuset.

»Den norska snusmarknaden är väldigt dynamisk och det är i skenet av det som man framför allt ska se den här satsningens«, säger Sven-Erik Steffenrud.

VISSERLIGEN HAR NORRMÄNNEN snusat i många år. Konsumtionen har varit stadigt ökande och uppgick i fjol till runt nio mil-

joner sålda dosor på den norska marknaden. Ytterligare ungefär lika många dosor snus nådde norrmännen via taxfreeförsäljning och gränshandeln med Sverige. Det största varumärket är General. Övriga märken på den norska marknaden är Ettan, Catch och Grovsnus.

Till ganska nyligen har dock den allmänna bilden varit att snus mest appellerar till män med yrken och intressen med utomhuskaraktär. Nu sker en attitydförändring. Liksom i Sverige är det nya grupper, högt utbildade, höginkomsttagare, kvinnor, som börjar välja bort cigarettrökningen till förmån för snus.

I DEN UTVECKLINGEN har portionssnuset spelat en viktig roll, liksom ett ökat hälso-medvetande. Precis som i resten av den industrialiserade världen blir rökrestriktionerna allt mer omfattande och från 1 januari 2004 kommer det exempelvis att införas rökförbud på alla krogar i Norge.

Det faktum att Norge har förhållandevis många rökare, åtminstone i jämförelse med Sverige, gör också att man kan förutse en tillväxtpotential för snus som alternativ till rökning. Antalet dagligrökare av cigaretter utgör runt 30 procent av den vuxna befolkningen, medan motsvarande andel i Sverige

är 19 procent, samtidigt som 47 procent av de svenska snusarna är före detta rökare. Cigarettrökarna är också den främsta målgruppen för snussatsningen i Norge.

Möjligheterna till marknadsföring och varumärkesexponering är om möjligt än mer begränsade i Norge än i Sverige. Inte ens butikskylarna får märkas med varunamn. I norska medier har dock Swedish Match snussatsning väckt ett stort intresse.

»De viktigaste strategiska målen för oss är att vi ska tillhandahålla färskt snus och att åstadkomma en ökad försäljning av portionssnus. När det gäller ambitionen att hålla en hög färskhetsnivå så arbetar vi nu med att placera ut kylar och att optimera distributionen«, berättar Sven-Erik Steffenrud.

»Vi har redan en hög distribution och en bra marknadstäckning. Nackdelen med det är att det blir många försäljningsställen med liten försäljning på vart och ett av dem. Vi har dock bestämt oss för att ändå gå ut ganska brett, kombinerat med selektiva större satsningar på ett så fullt sortiment som möjligt där vi bedömer att det finns störst försäljningspotential«.



När kontoret i Oslo invigdes var det startpunkten för en satsning på den norska marknaden. Fr v: Sven-Erik Steffenrud, Stefan Gelkner, Claes Modess, Bengt Jönsson, Sven Hindrikes och Lennart Sundén.

FÖR ATT STYRA ÖVER KONSUMTIONEN mot portionssnus har dessutom beslut fattats om en prisdifferentiering till portionssnusets fördel.

Runt 500 egna kylar ska placeras ut på norska försäljningsställen under året.

Det är dock inte snus för hela slanten hos Swedish Match Norway, även om snuset hittills stått för 75 procent av försäljningen och varit den produktgrupp som ökat utan jämförelse mest.

Tändare, tändstickor, cigarrer och pipetobak ingår också i sortimentet och här har utvecklingen gått ungefär på motsvarande sätt som på många av Swedish Match övriga marknader, det vill säga en lätt tillbakagång i försäljningsvolym under 2002. Swedish Match är dock fortsatt marknadsledande på tändstickor i Norge, med 95 procent av marknaden.

»Vårt långsiktiga mål är att bli marknadsledande även på cigarrer och tändare«, säger Sven-Erik Steffenrud. □

Var sjunde snusare är en kvinna

Allt fler svenska kvinnor snusar. Antalet snusande kvinnor har nästan fördubblats de senaste fem åren. Över 60 procent är före detta rökare som nu ofta föredrar en påse portionssnus under läppen istället.

Kvinnor och snus är ingen modern kombination. På 1700-talet var snusning tvärtom allmänt bruk. Bland både kvinnor och män, särskilt i de finare salongerna. Gustav III:s hovdamer kan ha gjort det. Hans gemål, drottning Sofia Magdalena likaså, kanske till och med Anna-Maria Lenngren, hon med »Jag minns den ljuva tiden, jag minns den som i går«.

I dag nyttjar närmare en miljon sven-

skar snus. Var sjunde är en kvinna. De blir dessutom allt fler och i rask takt. 1996 snusade 80 000 kvinnor, 2001 hade antalet ökat till 150 000, nästan en fördubbling på en femårsperiod.

DEN GENOMSNITTLIGA snusande kvinnan är 36 år, hon är högt utbildad (82 procent har gått gymnasium eller högskola, jämfört med riksgenomsnittet 70 procent) och hon är förhållandevis välavlönad (194 000 kro-

nor i årsinkomst, jämfört med snittet för kvinnor, 163 000).

Det finns flera skäl till varför kvinnor väljer snus. Ett är förstås att det blir svårare och svårare att vara rökare, då nästan alla offentliga miljöer numera är rökfria. På arbetet hänvisas många till spartanska rökrum och en del arbetsplatser rationaliserar till och med bort sina rökrum helt och hållet. Men det här gäller förstås båda könen.

Att allt fler kvinnor väljer snus kan bero på att det numera finns portionssnus och fukttnåla miniprillor för den som inte vill ladda in en mullbänk. Men i botten finns insikten om att snusets hälsoeffekter bara är en bråkdel av cigaretternas. 61 procent av kvinnosnusarna är före detta rökare och som rökavvänjningsmedel fungerar snus bra. Cancerfonden och läkemedelsbolaget Pharmacia genomförde i fjol en undersökning bland dem som slutat röka. Den visade att 33 procent hade lyckats sluta röka med hjälp av snus och 17 procent med nikotinpreparat. □

Fotnot: De källor som använts är, där inget annat anges, refererade ur olika Temo-undersökningar.



»För mig är snuset ett gott alternativ till cigaretter. Det blir billigare och det spar lungorna. Det är också bra i situationer när det inte är så lämpligt att röka. Bäst gillar jag CatchDRY Licorice.«
Eva Pelve



»Det var min man som fick mig att gå över från cigaretter till snus. Jag föredrar Tre Ankare mini. Jag tycker inte om när det är för starkt, så jag kramar ur varje dos i hushållspapper innan jag stoppar in den.«
Kicki Johansson



»Jag snusar bara när jag dansar, för att det inte luktar illa och för att man ska slippa springa ut och röka. Jag alternerar mellan Catch eller Tre Ankare mini.«
Marie Lindström



»Jag snusar för att det är gott. Min favorit är CatchDRY Eucalyptus för att de är små, det ser snyggare ut under läppen.«
Sandra Forsmark

Tredje året i rad med stigande kurs

Swedish Match-aktien var en av fjol-årets börsvinnare. Under 2002 steg kursen med 23 procent, från 55 SEK till 68 SEK. Därmed var Swedish Match det börsbolag som uppvisade den starkaste kursuppgången bland de mest omsatta bolagen på Stockholmsbörsen.

DE FLESTA BÖRSBOLAGEN noterade sjunkande kurser under fjolåret och i genomsnitt blev tillbakagången 36 procent på Stock-

holmsbörsen. Även Nasdaq-börsen, där Swedish Match amerikanska depåbevis är noterade, uppvisade en negativ kursutveckling i motsvarande storleksordning.

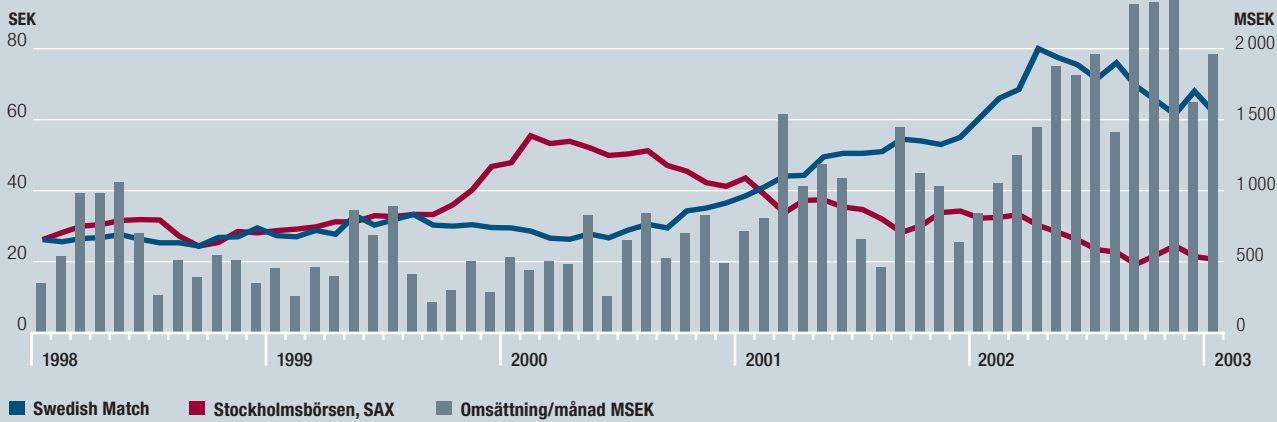
Det är tredje året i följd som Stockholmsbörsen föll tillbaka, i linje med utvecklingen på världens större aktiebörser.

Swedish Match har utvecklats åt motsatt håll; aktien har stigit tre år i följd. Under 2000 blev uppgången 28 procent,

under 2001 51 procent och 2002 23 procent. Sedan början av år 2000 har aktien mer än fördubblats i kurs medan Stockholmsbörsen mer än halverats i värde.

OMSÄTTNINGEN i Swedish Match-aktien har varit livlig under året, med ett genomsnitt på över 1 miljon aktier per dag. Några större permanenta förändringar på ägarsidan har dock inte skett, vilket framgår av artikeln nedan. □

AKTIENS KURS OCH OMSÄTTNING UNDER FEM ÅR



TOTALAVKASTNING

Totalavkastning, %

1 jan-6 feb 2003	-11
2002	25
2001	56
2000	32
1999	4
1998	19

NYCKELTAL

Vinst per aktie, SEK

2002	4,10
2001	3,40

Eget kapital per aktie, SEK

31 dec 2002	11,72
31 dec 2001	11,73

KURSUUTVECKLING

1 jan-6 feb 2003, %

Swedish Match	-11
SAX	-8

Fortsatt stort utlandsägande

Få bolag på Stockholmsbörsen har så stort utlandsägande som Swedish Match. Däremot svarar privatpersoner för en liten del av ägandet. Det är pensions- och sparfonder som dominerar.

Swedish Match är ett av de svenska börsföretag som har en majoritet av utländska ägare. Vid årsskiftet uppgick den utländska andelen av utestående aktier till 67 procent, vilket innebär en liten nedgång från året innan. Bland de mest omsatta börsbolagen finns bara några få bolag med så hög andel utlandsägare; högst ligger Nobel Biocare med nära 90 procent. I genomsnitt har svenska börsföretag 34 procent utländska ägare (2001)

och andelen har visat tendens till att minska i samband med de senaste årens börsnedgångar.

35 PROCENT AV Swedish Match-aktierna finns hos amerikanska ägare, vilket innebär att USA placerar sig strax före Sverige (33 procent) i ägarstatistiken räknat per land. På tredje plats kommer Storbritannien (14 procent).

Swedish Match största ägare är följderiktigt en amerikansk institution, fondbolaget Fidelity som räknas som världens största i sitt slag.

Fidelity har under året något ökat sitt ägande och har 15,4 procent av aktiekapitalet (13,7 procent vid förra årsskiftet). Näst på listan är Alecta (före detta SPP) och Robur fonder. Det innehav de förvaltar motsvarar cirka 9 procent av kapital och röster.

BLAND DE TIO STÖRSTA svenska ägarna finns även ett par av AP-fonderna och SEB. Stora utlandsägare bland de tio största är Harbor funds (USA) och Singapores statliga investmentbolag.

Några riktigt stora förändringar av ägandet har inte skett under året; i stort sett är det samma ägare som dominerar listan över de tio största ägarna även om rangordningen förändrats något.

Den största nykomlingen på scenen är investmenbolaget från Singapore.

ANTALET AKTIEÄGARE i Swedish Match är över 100 000. Det stora antalet är ett arv från introduktionen av Swedish Match på börsen 1996, då bolaget knoppades av från »folkaktien« Volvo. Men i likhet med flertalet börsföretag är ägandet förhållandevis koncentrerat; de 25 största ägarna har över 80 procent av aktiekapitalet. Privatpersoner svarar för en blygsam del av aktiekapitalet. Trenden går mot ökad koncentration av ägandet och ett minskat ägande för privatpersoner.

Swedish Match saknar någon tydlig huvudägare. Företaget är i hög grad representant för det nya, institutionella, ägandet på börsen.

DET ÄR PENSIONS- OCH sparfonder, svenska och utländska, som dominerar ägarbilderna. Att döma av de blygsamma förändringarna bland storägarna ser det dock ut som flertalet av dem har en långsiktig horisont. En och annan stor ägare säljer dock av sina aktier. Under året har fondbolagen Franklin Templeton och Putman, som året innan var två av de tio största ägarna, avvecklat sina innehav. □

DE TIO STÖRSTA ÄGARNÄMNA*

Aktiekapital i Swedish Match, % (dec -02)

Fidelity fonder, USA	15,4
Alecta, Sverige	4,7
Robur fonder, Sverige	4,3
Harbor fonder, USA	3,7
Singapore investment	2,8
Fjärde AP-fonden, Sverige	2,7
Capital Group fonder, USA	2,7
SEB Sverige	1,8
Första AP-fonden	1,5
Tredje AP-Fonden	1,4

*Exkl. Swedish Match egna aktier (Källa: VPC, SIS Ägarservice)

DE TIO STÖRSTA ÄGARLÄNDERNA

Aktiekapital i Swedish Match, % (dec -02)

USA	35,4
Sverige	33,3
Storbritannien	14,2
Singapore	2,5
Luxemburg	2,5
Frankrike	1,5
Belgien	1,3
Japan	1,1
Schweiz	1,0
Australien	1,0

(Källa: VPC, SIS Ägarservice)

Prenumerera på elektroniska tjänster via Swedish Match hemsida:

www.swedishmatch.com

KALENDERPÅMINNELSE

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

AKTIEKURSTJÄNST

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

PRESSRELEASETJÄNST

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

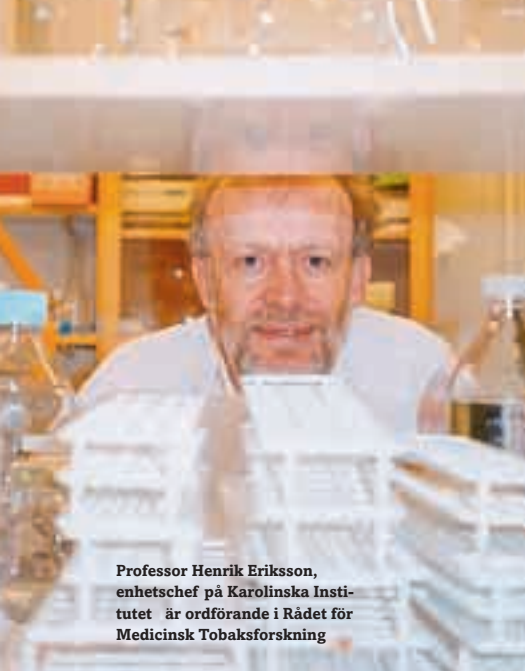
KALENDER

Finansiell rapportering 2003

Rapport första kvartalet	25 april
Bolagsstämma	25 april
Rapport andra kvartalet	23 juli
Rapport tredje kvartalet	23 oktober
Bokslut för 2003	februari (2004)

TOBAKSFORSKNING

Fem miljoner om året till svenska forskare



Professor Henrik Eriksson, enhetschef på Karolinska Institutet är ordförande i Rådet för Medicinsk Tobaksforskning

Sedan slutet av 1950-talet har Swedish Match bidragit till att finansiera forskning kring tobaksbrukets effekter. Pengarna, som fördelas av Rådet för Medicinsk Tobaksforskning, har stött en rad högkvalitativa projekt. Ett exempel är forskning kring sambandet mellan rökning under graviditet och plötslig spädbarnsdöd – ett område där svensk forskning är världsledande.

Aven om rökfrekvensen gått ned i Sverige så är fortfarande cirka 20 procent av alla kvinnor och 17 procent av alla män rökare. Vi vet att de riskerar att drabbas av ett antal väl kända och dokumenterade skador. Andra skador och samband är fortfarande inte fullständigt dokumenterade. Vi behöver därför mer forskning på området, för att öka kunskapen och för att ytterligare förebygga att människor blir rökberoende.

Det säger professor Håkan Eriksson, enhetschef vid Karolinska Institutet i Stockholm. Håkan Eriksson är specialist på kvinnliga könshormoner och ordförande i Rådet för Medicinsk Tobaksforskning, där han varit ledamot sedan 1990. Håkan Eriksson har sedan 1970-talet medverkat i ett tiotal stiftelser som sysslar med forskningsanslag och har således mångårig erfarenhet av att bedöma projekt ur vetenskaplig synvinkel.

Tobaksforskningsrådets anslag utannonseras varje år. Förra året fördelades cirka 4,8 MSEK på ett 30-tal forskningsprojekt.

»Det relativt lilla antalet projekt som finansieras gör att ett anslag för varje enskild forskare kan betyda mycket. För 300 000 kan man exempelvis avlöna en laboratorieassistent«, säger Håkan Eriksson.

PROJEKTEN AVRAPPONTERAS årligen och dessutom sker fortlöpande en rapportering i olika vetenskapliga tidskrifter. De forskningsområden som får finansiella bidrag är dels generella, såsom forskning om cancersjukdomar, hjärt- och kärlsjukdomar och sjukdomar i luftvägarna, dels projekt inom områden som rådet vill prioritera.

»Det sker alltid en förutsättningslös diskussion kring varje ansökan, men vad vi särskilt vill stimulera nu är beteendevetenskaplig forskning, eftersom det är viktigt att hitta metoder att motverka nikotinberoendet. Andra aktuella områden just nu är sambandet mellan rökning och åderförkalkning samt genetisk forskning kring exempelvis cancer orsakad av tobaksbruk«, säger Håkan Eriksson.

I februari 2002 beslöt Karolinska Institutets styrelse att inte längre ta emot forskningsanslag från tobaksindustrin. Anslagen från Rådet för Medicinsk Tobaksforskning omfattas också av det beslutet.

Håkan Eriksson tycker att det är att kasta ut barnet med badvattnet.

»Mitt intryck är att det är ett antal företeelser relaterade till specifika tobaksbolag som påverkat beslutet. Men i vårt fall handlar det över huvud taget inte om uppdragsforskning. Vi har gått igenom de 785 projektanslag som finns förtecknade hos

Första bidragen 1958

UNDER TIDIGT 1950-TAL djupnade insikten om att tobaksrökning kunde medföra allvariga hälsorisker. På den tiden sköttes tillverkning och försäljning av tobaksprodukter i Sverige av det statliga Tobaksmonopolet. Ett flertal oroande forskningsrön gjorde att Tobaksmonopolet beslöt att fortsättningsvis bidra till finansieringen av fristående forskning som skulle öka kunskaperna om effekterna av tobaksbruk.

Efter diskussioner med dåvarande medicinalstyrelsen skapades det Medicinska Expertrådet, numera Rådet för Medicinsk Tobaksforskning, hösten 1957. Rådets huvudsakliga uppgift har sedan dess varit att stödja och stimulera svensk forskning om tobakens verkningar i medicinskt, biologiskt och psykosocialt avseende.

I början av 1990-talet lämnade Swedish Match, som företaget numera heter, den statliga sfären för att slutligen noteras på Stockholmsbörsen 1996. Under denna period togs flera steg för att markera forskningsrådets oberoende av bolaget och numera består rådet enbart av fristående, aktiva forskare som själva väljer rådets ordförande och vetenskapliga sekreterare. Sammanlagt har drygt 800 projektanslag delats ut sedan rådets tillkomst.

Mera information finns på www.medicaltobaccoresearch.com

rådet, från 1958 fram till år 2000. Inget enda av dem kan sägas ha gått tobaksindustrins ärenden«, säger Håkan Eriksson och fortsätter:

»SWEDISH MATCH HAR ALDRIG ägnat sig åt något som helst försök till påverkan, snarare har de släppt oss helt fria. Därför är

det tråkigt med Karolinska Institutets beslut, eftersom de pengar som hittills fördelats har använts väl. Nu hoppas vi att andra fakulteter ska ha en mera realistisk syn. Det finns andra, bättre sätt att hantera etiska frågor kring extern finansiering av forskning än att helt avstå.« □

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 2002 var medelantalet anställda 14 795. Swedish Match aktie är noterad på Stockholmsbörsen (SWMA) och på Nasdaq (SWMAY).

Rökfri Tobak

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



MARKNADSPPOSITION

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

Brun Tobak

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



MARKNADSPPOSITION

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

Tändstickor och Tändare

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



MARKNADSPPOSITION

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

NYCKELTAL

MSEK	2002	2001
Nettomomsättning	13 643	13 635
Rörelseresultat ¹⁾	2 439	2 193
Rörelseresultat före avskrivningar	3 090	2 863
Årets resultat ²⁾	1 429	1 228
Vinst per aktie efter skatt, SEK	4:10	3:40
Utdelning per aktie, SEK	1:60 ³⁾	1:45
Avkastning på eget kapital, %	35,2	28,3

¹⁾ Exkl. jämförelsestörande poster
²⁾ Efter finansiella poster
³⁾ Föreslagen utdelning

☆☆☆
SWEDISH MATCH