

#4 november 2005

Ännu ett starkt kvartal

Försäljningen ökade för samtliga produktgrupper rensat för avyttrade verksamheter och rörelseresultatet på 747 MSEK före en reavinst på en fastighetsförsäljning utgör ett rekordresultat. Alla produktgrupper utom Piptobak och tillbehör visade förbättrade kvartalsresultat. Försäljningen under årets tre första kvartal låg på samma nivå som föregående år medan rörelseresultatet ökade med 7 procent. **Sid 2-3**

Andelen snusare i Sverige ökar

I en av SCB genomförd undersökning av svenska snusvanor framgår att 23,4 procent av männen och 2,8 procent av kvinnorna snusade år 2004. Det är en ökning från 20,0 procent för männen och från 0,9 procent för kvinnorna sedan 1996-97. Det betyder att snusning ökade relativt sett mer bland kvinnor än bland män, över 300 procent, under en period på mindre än 10 år. **Sid 2**

Ny lyxig prilla

Swedish Match introducerar ett nytt premiumsnus, General Onyx, på den svenska marknaden i november. General Onyx innehåller en speciell tobaksblandning, har en lyxig prilla och ett elegant yttre och erbjuder en ny standard för snus i Sverige. **Sid 3**



Omvandling med enastående kursutveckling

Styrelseordförande Bernt Magnusson intervjuas om sina 26 år i Swedish Match: "Vi har gått från ett vildvuxet, inte särskilt lönsamt konglomerat till ett fokuserat bolag med starka kassaflöden och en enastående utveckling. De senaste tio åren har vi upplevt en omvandling som redan vid börsintroduktionen stod skriven på väggen: en accelererande nedgång för tändstickorna och en väldig tillväxt för snuset." **Sid 8**

Tre vise män



KPMG är ansvarig för revisionen i Swedish Match. Cronie Wallquist, VD Thomas Thiel och Anders Tagde utgör det centrala revisionsteamet som kontrollerar att det är ordning och reda i Swedish Match. Ytterst bevakar de aktieägarnas intressen. **Sid 4-5**



JANUARI – SEPTEMBER 2005

Ännu ett starkt och

Fortsatt stabilt och högt värdeskapande

PÅ AKTIEMARKNADEN, där de noterade bolagen också konkurrerar om aktieägarnas gunst, möts rapporten för tredje kvartalet ofta med ett extra stort intresse. Det börjar nära sig årsexamen för företagsledningarna då löften och prognoser skall upp till granskning och bevis.

Jag vill påstå att Swedish Match tredje kvartalsrapport håller måttet. Koncernens stabila verksamhet har åter levererat goda resultat. Vi redovisar ett rörelseresultat för tredje kvartalet på 747 MSEK, vilket innebär det högsta kvartalsresultatet någonsin för Swedish Match. Jämfört med föregående år ökade rörelseresultatet med 8 procent.

Till detta kommer engångsposter på 206 miljoner, vilket lyfter kvartalsresultatet till 953 miljoner kronor, att jämföras med 454 miljoner föregående år.

Under senare år har produktområdena snus och cigarrer visat både ökade försäljnings- och resultat-siffror. Vi har under det senaste året ökat takten vad gäller lansering av nya produktvarianter inom båda dessa områden. Detta börjar nu ge effekt. För tredje kvartalet redovisar vi de högsta försäljnings- och resultatsiffrorna någonsin för dessa produktområden.

Konkurrenssituationen på snus i Skandinavien har under senare tid ökat. Flera stora internationella tobaksföretag har gjort sin entré på marknaden. Vår marknadsandel uppgår idag till strax över 94 procent. Vi vässar nu vår organisation för att möta den hårdnande konkurrensen på snusmarknaden.

Glädjande nog biter nu också våra struktur- och rationaliseringsprogram inom Tändstickor och Tändare med produktivitetsförbättringar som stärker rörelseresultat och marginaler. På tändstickssidan fortsätter vi med ytterligare åtgärder.

Sammantaget kan vi se fram mot ett bra årsresultat för koncernen som gör att vi lever upp till våra mål att skapa en god avkastning för våra aktieägare.

Stabilitet och goda kassaflöden är honnörsord för oss i kombination med en generös syn på överföring av överskottsmedel till aktieägarna. För de aktieägare som varit med oss sen sekelskiftet har utdelningen kunnat höjas i jämn takt samtidigt som återköpsprogram skiftat ut närmare 6 000 MSEK. Det ger en total överföring av medel till aktieägarna på 8,7 miljarder fram till 2005.

Sven Hindrikes, VD och Koncernchef

Swedish Match Inside är en tidning för Swedish Match aktieägare. Tidningen trycks i 80 000 exemplar.

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 Olofsdotter,
Swedish Match AB

PRODUKTION
Hallvarsson&Hallvarsson AB

FOTO
Stig-Göran Nilsson
Victor Brott

REPRO
Scarena, Stockholm

TRYCK
Ljungbergs, Klippan

☆☆☆
SWEDISH MATCH

Det tredje kvartalet blev starkt för Swedish Match. Försäljningen ökade för samtliga produktgrupper rensat för avyttrade verksamheter, och rörelseresultatet på 747 MSEK före en reavinst på försäljning av en kontorsfastighet utgör ett rekordresultat.

”Tre månader är en kort period, men när man blickar tillbaka slås man av hur mycket som hinner ske under ett kvartal”, säger koncernens finansdirektör Lars Dahlgren.

VERKSAMHETEN HAR GÅTT BRA under tredje kvartalet. Snusförsäljningen ökade och volymuppgången fortsatte, både i Skandinavien och i USA. I Skandinavien är det speciellt volymerna i Norge, men också i tax-free butiker som har vuxit. I USA har lågprisvarumärket Longhorn, som lanserades i bred skala under föregående år, fortsatt att ta marknadsandelar. Försäljningsökningen och lägre omkostnader resulterade i att kvartalsresultatet för snus för första gången överskred 400 MSEK.

”ÄVEN CIGARRERNA LEVERERADE sammantaget ett bra kvartal och positivt är att vi redan nu har nått målet att rörelsemarginalen ska uppgå till 21-23 procent som vi satte upp för nästa år” säger Lars Dahlgren. För maskintillverkade cigarrer i USA såg vi dock

en tuffare marknadssituation och en volymnedgång med försämrad lönsamhet som följd. Lönsamheten för handrullade cigarrer i USA var fortsatt god och arbetet med att integrera General Cigar efter förvärvet av minoritetens andel tidigare i år fortsätter enligt plan. Under kvartalet avyttrades General Cigars huvudkontor i New York och administrationen kommer att flyttas till Richmond, Virginia, där Nordamerikadivisionen har sitt huvudkontor. Avyttringen resulterade i en reavinst på 206 MSEK. I Europa har vi tagit marknadsandelar på flera viktiga marknader och försäljningen ökade. Försäljningsökningen parad med lägre omkostnader resulterade i ett betydligt bättre resultat för cigarrer i Europa. Sammantaget ökade rörelseresultatet för cigarrer med 8 procent till 188 MSEK i kvartalet exkluderande reavinsten på 206 MSEK.

DEN ENDA PRODUKTGRUPPEN som visade ett försämrat kvartalsresultat var Pip-tobak och tillbehör. Prispress på vissa



tillbehör och lägre volymer ligger bakom resultatförsämringen. ”Även för tuggtobak minskar volymerna kontinuerligt, men här lyckades vi återigen förbättra resultatet”, säger Lars Dahlgren. Bättre priser och lägre omkostnader kompenserade för volymtapet. ”Dessutom har den gradvisa stärkningen av dollarn under året gjort att vi har fått en positiv omräkningseffekt för tuggtobak i kvartalet. Tuggtobak säljs ju nästan uteslutande i USA”.

TÄNDARE OCH TÄNDSTICKOR utgör en allmindre del av försäljningen. I tredje kvartalet stod dessa båda produktgrupper för 13 procent av Koncernens omsättning, och rationaliseringarna fortsätter. Tändarna har haft ett förhållandevis starkt år och resultatet har ökat till följd av högre volymer och tidigare genomförda strukturåtgärder. I kvartalet uppgick rörelseresultatet till 16 MSEK jämfört med 6 MSEK föregående år. Även tändstickorna hade ett bra kvartal med ett rörelseresultat på 31 MSEK jämfört med 28 MSEK föregående år.

Andelen snusare i Sverige ökar

I genomsnitt snusade 23,4 procent av männen och 2,8 procent av kvinnorna år 2004. Det är en ökning från 20,0 procent för männen och från 0,9 procent för kvinnorna sedan 1996-97. Det betyder att snusning tredubblats bland kvinnor under en period på mindre än 10 år.

SCB följer välfärdens utveckling i befolkningen med hjälp av undersökningarna av levnadsförhållanden (ULF). Undersökningen genomförs årligen i huvudsak som besöksintervjuer med ett slumpmässigt urval om cirka 7000 personer 16-84 år. För att mäta snusandets omfattning ställs intervjufrågan ”Snusar du dagligen?”. SCB presenterade resultatet av den senaste undersökningen i september i år.

MEDAN ANDELEN RÖKARE minskat kraftigt i Sverige under de senaste tjugofem

åren, har andelen snusare under samma tidsperiod ökat, i synnerhet bland yngre och medelålders män. Kvinnor visar en kraftigt ökande trend men på en betydligt lägre nivå.

Med snusare avses här alla som rapporterar att de snusar dagligen oavsett om de också röker eller är tidigare rökare.

1988-89 snusade i genomsnitt 16,7 procent av männen och 0,7 procent av kvinnorna. Andelen snusande män ökade till 20,0 procent 1996-97 och var enligt senast tillgängliga data (2004) 23,4 procent. Motsvarande procental

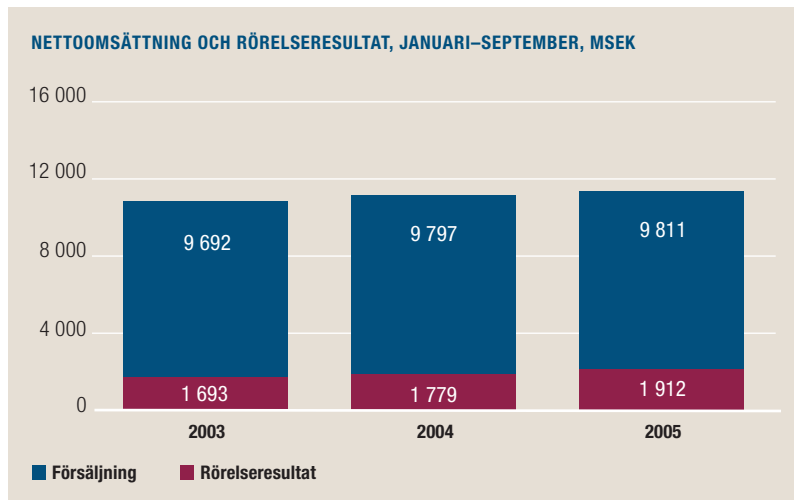
för kvinnor var 0,9 1996-1997, respektive 2,8 procent år 2004. Det betyder att snusning ökade relativt sett mer bland kvinnor än bland män, motsvarande cirka 300 procent, under en period på mindre än 10 år.

Generellt sett återfanns den högsta andelen snusare bland de yngre samt bland de medelålders männen och kvinnorna

händelserikt kvartal

”Trots att det var mitt i sommaren hann vi också med en företagsaffär under tredje kvartalet.” I juli sålde vi vårt 74 procentiga innehav i det indiska tändsticksbolaget Wimco Ltd. till Indian Tobacco Company. Försäljningen av Wimco är ett led i det pågående strukturarbetet för tändstickor och innebär att vi nu helt drar oss ur Indien.

PÅ FINANSAVDELNINGEN PÅGÅR också arbetet med att förbereda för revisorernas granskning av de interna kontrollsystemen enligt den amerikanska Sarbanes Oxley-lagen för fullt. Granskningen kommer att ske under 2006 men redan i början av året ska alla kontrollsystem testas internt. Skälet till att vi faller under en amerikansk lagstiftning är att vi tidigare var noterade på Nasdaqbörsen i USA. ”Kraven i Sarbanes Oxley-lagen är mycket långtgående avseende dokumentation av affärsprocesser, och införandet medför betydande resursåtgång och kostnader. För ett så pass stabilt företag som Swedish Match kan man ifrågasätta om nyttan av införandet av alla dessa nya rutiner uppväger kostnaderna? Vi har redan ett väl utvecklat system för internkontroll som granskas av revisorerna varje år, men som inte nödvändigtvis uppfyller alla krav i den amerikanska lagstiftningen” avslutar Lars Dahlgren.



	NETTOOMSÄTTNING, MSEK			RÖRELSERESULTAT, MSEK		
	Jan–Sep 2005	Jan–Sep 2004	Förändring %	Jan–Sep 2005	Jan–Sep 2004	Förändring %
Snus	2 312	2 356	-2	1 112	1 089	2
Tuggtobak	800	821	-3	247	237	4
Cigarrer	2 449	2 381	3	436	460	-5
Piptobak/ tillbehör	674	659	2	177	182	-3
Tändstickor	961	1 012	-5	45	-28	
Tändare	454	439	3	44	23	86
Övrig verksamhet	2 162	2 128	2	-149	-184	
Total	9 811	9 797	0	1 912	1 779	7



Det nya snuset General Onyx har en mer lyxig prilla och elegant yttre.

”Lyxtrenden har nått snuset”

Swedish Match lanserar General Onyx; ett nytt, unikt premiumsnus inom General-familjen.

”Nu kan man säga att massexklusivitetstrenden även har nått snuset. General Onyx innehåller en speciell tobaksblandning, har en mer lyxig prilla och ett elegant yttre”, säger Paal Fure, trendexpert och analytiker på omvärldsbevakningsföretaget Opinion.

”Massexklusivitet är en trend där mer sofistikerade premiumprodukter görs tillgängliga för en bred publik. Inom många kategorier där det tidigare inte funnits utpräglade premiumprodukter skapas det nu lyxigare varor. Ett

sådant exempel är H & M och deras samarbete med designers som Karl Lagerfeld och Stella McCartney, där man tar fram exklusiva kollektioner som är till för den breda massan”, säger Paal Fure.

DET NYA SNUSET General Onyx har en förstärkt General-smak som är mer kryddig och pepprig. De svarta prillorna är lagda i ett spiralmönster i dosan. Prillorna har även en ny form, de är något plattare för att passa bra i munnen. Dosan är svart, i blanka och matta färgtoner, med ett metalliserat lock.

”Det här är den bästa General vi har

gjort”, säger Mikael Arnebert, informationschef, Swedish Match North Europe AB. ”I våra konsumentundersökningar har vi märkt av en efterfrågan på ett premiumsnus. General Onyx är exklusiv i alla led; från smak och prillans utformning och utseende, till paketeringen av prillorna i dosan och dosans design.”

Konsumentpriset för General Onyx beräknas bli cirka 20 procent högre jämfört med övriga General-varianter. General Onyx kommer att finnas tillgänglig i valda butiker under inledningsfasen med start i november.

Analytikernas frågor

Swedish Match resultat för tredje kvartalet 2005, som presenterades 25 oktober, möttes med stort intresse bland många analytiker. Nedan följer ett urval av frågor och svar från en telefonkonferens i anslutning till rapporten.

JONATHAN FELL, MORGAN STANLEY:

”Vad hände med snusförsäljningen på den svenska marknaden under tredje kvartalet? Accelererar ert tapp till konkurrenterna? Ni refererar till 94 procent marknadsandel nu. Vilken period gäller det?”

SVEN HINDRIKES, KONCERNCHEF:

”Om man ser till snusförsäljningen på nordisk basis så har vi haft det bästa året någonsin, hittills. Det har inte skett något trendbrott tredje kvartalet. Om andra hävdar att de tar stora marknadsandelar så syns det i alla fall inte hos oss. Den senaste Nielsenmätningen ger oss 94 procent av den svenska marknaden och den gällde perioden augusti-september.”

ROLF KARP, ÖHMAN SECURITIES:

”Tänker ni komma med några motdrag på den svenska snusmarknaden, till exempel lansera någon ny produkt i värdesegmentet?”

SVEN HINDRIKES:

”Vi ser naturligtvis hela tiden på vad konkurrenterna gör, men vi aviserar inte våra åtgärder i förväg. Däremot lanserar vi nu ett nytt premiumsnus i Sverige, General Onyx, med ett cirka 20 procent högre pris än för General i övrigt. Här kan man alltså säga att vi går mot strömmen.”

ELISE BADOY, GOLDMAN SACHS:

”Kan ni förklara närmare varför ni lanserar ett premiumsnus och vad det är hos den nya produkten som motiverar ett så mycket högre pris?”

LARS DAHLGREN, FINANSREKTÖR:

”General Onyx är en av de bästa produkter vi någonsin tagit fram. Uppgraderingen går över hela linjen. Det är en portionsförpackning som känns mycket behaglig att ha i munnen, smaken är mycket god, dosan har en elegantare design och presentationen i förpackningen är också attraktiv. Vi har tagit fram produkten därför att vi tror att det finns utrymme för ett bredare spektrum av erbjudanden i marknaden.”

ANDERS HANSSON, HANDELSBANKEN CAPITAL MARKETS:

”Rörelsemarginalen för cigarrer på 21,5 procent för tredje kvartalet ser ju bra ut. Är det en trygg uppskattning att den kommer att stå sig?”

SVEN HINDRIKES:

”Vi såg tidigt en potential för förbättring och har tidigare angett som mål en marginal på 21 – 23 procent under andra halvåret 2006. Nu har det redan gått lite bättre än väntat och jag ser inga direkta orosmoln. Snarare kommer vi ju att kunna göra en del fortsatta besparingar med integreringen av General Cigar.”

MICHAEL SMITH, J P MORGAN:

”Vad ser ni för möjligheter till förvärv framöver?”

SVEN HINDRIKES:

”Vi ser framför allt möjligheter inom cigarrområdet. Men det handlar främst om förvärv i mindre skala.”



VD Thomas Thiel (mitten) och revisorerna Cronie Wallquist (vänster) och Anders Tagde (höger) ingår i teamet som reviderar och genomlyser Swedish Match för andra året i rad.

Revisorn – aktieägarnas vakande öga

Att revidera ett stort, globalt börsföretag som Swedish Match har blivit en allt mer komplex uppgift. Nya europeiska och amerikanska regelverk ställer allt större krav på bolagens redovisning, styrning och rapportering och därmed också på revisorerna som ska kontrollera att reglerna följs och att det är ordning och reda i bolagen. Ytterst handlar det om att kvalitetssäkra företagets information för att skapa förtroende på kapitalmarknaderna och tillgodose aktieägarnas intressen.

I Swedish Match är det KPMG som är huvudansvarig för revisionen i koncernen och uppdraget är nu inne på sitt andra år. Ytterst ansvarig för uppgiften är KPMGs Sverige-VD Thomas Thiel och till sin hjälp har han ett centralt team bestående av Cronie Wallquist och Anders Tagde, samt ett stort antal revisorer och andra specialister i alla de länder där Swedish Match är verksam.

”Det är ett mycket omfattande arbete att revidera ett så stort bolag som Swedish Match”, berättar Thomas Thiel. ”Vi styr den globala revisionen med de gemensamma revisionsinstrument som utvecklats inom KPMGs internationella organisation, men samtidigt måste det göras anpassningar till verksamheten, eftersom Swedish Match, precis som andra globala bolag, sysslar med en rad vitt skilda saker i ett stort antal län-

der. En viktig uppgift för oss blir därför att säkerställa att revisionen ändå blir enhetlig, oavsett var den görs.”

Ett revisionsuppdrag sker alltid i en ständig dialog med bolaget och revisorn har både en kontrollerande och rådgivande roll. Fem övergripande uppgifter kan sägas sammanfatta revisorsuppdraget:

- Att kontrollera att regelverken följs.
- Att granska särskilt noga de områden där det kan finnas risker.
- Att bedöma hur kontrollstrukturen i företaget hanterar affärsrisker, skyddar tillgångar, säkrar att intäkter kommer företaget till del och att endast godkända kostnader redovisas.
- Att bidra med förslag till riskhantering och intern kontroll.
- Att bidra till en effektiv intern och extern

ekonomisk information som håller hög kvalitet och ger en rättvisande bild av företaget.

Ett nytt revisionsuppdrag inleds alltid med en grundlig genomgång av hela organisationen. Revisorerna tittar på hur redovisningen är uppbyggd, hur rapporteringsstrukturen ser ut liksom risksituationen. Det senare gäller både allmänna risker och sådana som är specifika för det enskilda bolaget. Resor och besök på de platser där bolaget har verksamhet hör också till bilden.

”Vi besöker olika enheter under verksamhetsåret och följer upp det arbete som görs lokalt. Själv har jag hittills under det här året varit i USA, Göteborg och Belgien”, säger Thomas Thiel.

I INLEDNINGSSKEDET ÄR DET av avgörande betydelse att rätt team sätts samman för uppgiften. I ett bolag av Swedish Match storlek och komplexitet kan det visa sig att det behövs en hel rad specialister utöver revisorerna. Det kan handla om skatteexperter, IT-expertiser och mycket annat.

Ett exempel på behovet av sådana experter följer av att Swedish Match är registrerat hos den amerikanska tillsynsmyndigheten Securities and Exchange Commission, SEC. Därigenom ställs speciella krav på kunskaper hos revisionsföretaget om det regelverk som gäller för denna registrering. I Sverige har KPMG inrättat en särskild grupp specialister för de SEC-registrerade bolagen. Denna grupp är kopplad till revisionsuppdraget i Swedish Match och har ett nära samarbete med KPMG US Capital Markets Group i London. I och med detta kan

Lead Partner – styr uppdraget över hela världen

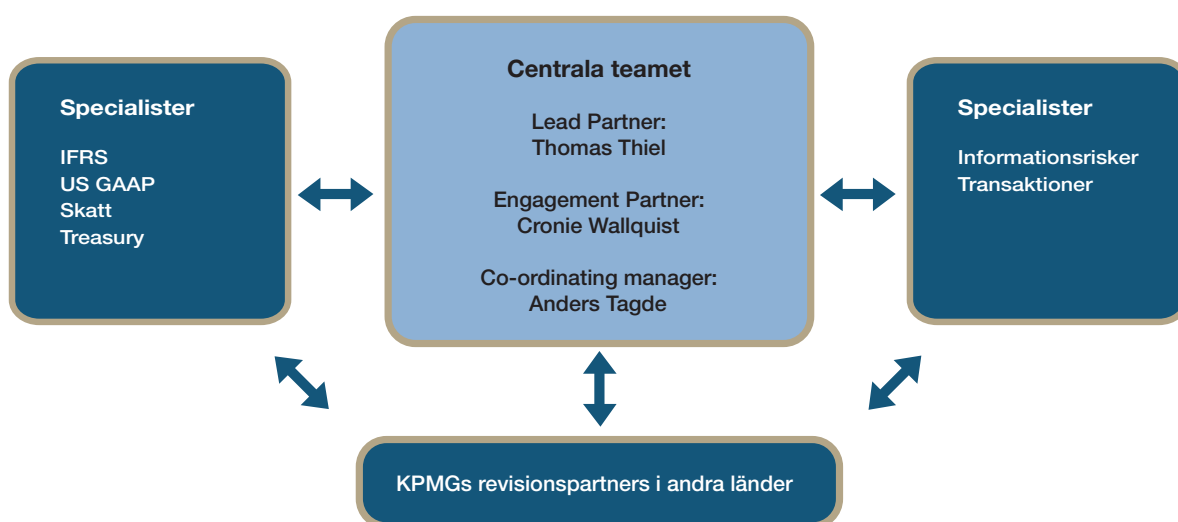
Det världsomspännande arbetet med Swedish Match revision är organiserat enligt vad KPMG kallar sitt Lead Partner Concept. Konceptet är detsamma för alla globala uppdrag och innebär att de samlade resurser som sätts in i ett uppdrag styrs av den som är Lead Partner, i det här fallet Thomas Thiel. Tillsammans med revisorerna Cronie Wallquist och Anders Tagde utgör han det centrala team som är ytterst ansvarigt för Swedish Match-uppdraget. Cronie Wallquist som engagement part-

ner styr revisionen på en daglig basis och Anders Tagde som co-ordinating manager är också involverad i den dagliga revisionen samt ansvarig för samordning och för att revisionsplanen följs på ett effektivt sätt.

”Idén bakom vårt Lead Partner Concept är att det är viktigt för kunden att det finns någon med oinskränkt styrmöjlighet, som kan garantera att uppdraget genomförs på ett enhetligt sätt i samtliga länder och i samtliga av bolagets verksamheter”, förklarar Thomas Thiel.

En sådan enhetlighet kräver också ett antal gemensamma verktyg som används av alla i de globala uppdragen. Samma revisionsmanual gäller exempelvis över hela världen och till den kan i det enskilda fallet göras tilläggsdirektiv efter instruktioner från det centrala teamet.

Till styrinstrumenten hör också den databas som kallas KClient. Här delar KPMG all information med kunden och här har även Swedish Match gjort sina policies och olika manualer tillgängliga.



FAKTA OM KPMG

- KPMG i Sverige har 1 600 medarbetare vid 60 kontor runt om i landet. Av medarbetarna är 364 auktoriserade och 148 godkända revisorer. Andra specialister är verksamma inom områden såsom skatt, corporate finance, transaktioner, omstruktureringar, finansiell riskhantering, internrevision och IT-rådgivning, för att nämna några.
- KPMG är den största leverantören av revisionstjänster till de 100 största svenska företagen, med 31 procent av den marknaden.
- KPMG i Sverige ingår i ett internationellt nätverk av fristående revisionsfirmor som alla arbetar under KPMGs varumärke och med gemensamt utvecklade styrinstrument för bland annat revision, kvalitetskontroll och oberoende. KPMG har 94 000 medarbetare verksamma i 148 länder.



Thomas Thiel, KPMGs VD och Lead Partner i teamet.

KPMG erbjuder alla de tjänster som krävs för registrering av handlingar enligt amerikanska regler. Alla så kallade 20F-dokument, dvs de som hör till den årsrapport som ska lämnas till SEC, går igenom såväl i Stockholm som i London.

Även regelverken för redovisning, framför allt amerikanska US GAAP och det europeiska IFRS, kräver specialistkunskaper som också tillförs revisionsteamet.

Specifika IT revisorer är kopplade till revisionsteamet och granskar verksamheten i viktiga enheter ur ett informationsriskperspektiv. De fokuserar på databeroendet runt om i de olika enheterna och hur dessa

är anpassade till Swedish Match verksamhet. Granskningen görs för att säkerställa tillgänglighet, sekretess och riktighet i informationssystemen och avrapporteras också till styrelsens revisionskommitté.

Till specialiseringarna kan också adderas branschkompetens där KPMG globalt och nationellt har specialistteam, i det här fallet konsumentmarknader, där Swedish Match hör hemma.

”Sammantaget kan man säga att vårt uppdrag i Swedish Match visar på den utveckling som vi nu haft under ett antal år, där företag och kapitalmarknader blir allt mer globaliserade. Det är en utveckling som vi måste svara upp emot i de tjänster som vi tillhandahåller till våra kundföretag. Konsekvensen av det är att det idag bara är vad vi i branschen kallar 'the big four', alltså de fyra globala revisionskedjorna, som kan åta sig ett uppdrag av Swedish Match dignitet”, säger Thomas Thiel.

För svensk del har dessutom den nya Koden för bolagsstyrning krävt utvecklande av specialkompetens. Koden är en vägledning för styrelsernas rapportering om intern kontroll. Här har KPMG haft god insyn i framtagandet av koden genom en representant i Kollegiet för bolagsstyrning, och KPMGs bolagsstyrningsspecialister har hållit en utbildningsdag för Swedish Match styrelse om innebörden av koden.

SÅ FORT REVISORSTEAMET HITTAR något som behöver åtgärdas rapporteras detta löpande under året till revisionskommittén och företagsledningen i moder- och dotterbolaget. Därutöver finns ett antal formella rapporteringstillfällen, varav det första är en revisionsplan där KPMG redogör inför revi-

sionskommittén hur man tänker genomföra uppdraget under året och det sista är en avrapportering av årets revision till hela styrelsen.

Varje år sammanställs en interimrapport över granskningen av verksamheten i väsentliga enheter till och med tredje kvartalet, fokuserat på de riskområden som tidigare identifierats i planeringsfasen. Detta görs för att revisionskommittén och styrelsen ska få information i god tid före bokslutet om den interna kontrollen, systemen och bokslutsrapporteringen.

”I samband med årsbokslutet gör vi så en sammanställning baserad på rapporter från hela jordklotet” säger Thomas Thiel. ”Det är otroligt mycket information som

måste samlas in och kondenseras. Dessutom kan det vara skillnader som vi måste hantera mellan olika länder. Man kanske inte rapporterar enligt IFRS normalt utan enligt någon nationell standard. Till huvudkontoret ska emellertid alla rapporter enligt IFRS. Det hela mynnar ut i ett mycket omfattande rapportpaket. Revisionen måste alltså ske både lokalt, så att den blir korrekt och relevant enligt lokala regler, och därutöver måste en brygga göras till IFRS och US GAAP.” Bakom de 22 rader text som utgör revisionsberättelsen i årsredovisningen, och som undertecknats av Thomas Thiel, ligger alltså tusentals sidor dokumentation.

FORTSÄTTNING PÅ SID 7



Anders Tagde, co-ordinating manager, är ansvarig för bland annat samordningen.

Ny skattechef

Elisabeth Bergmann är från den 1 september nyanställd som skattechef inom Swedish Match-koncernen. Elisabeth Bergmann är jur. kand. och civ.ek. M.Sc. och har mångårig och bred erfarenhet av svensk och internationell företagsbeskattning. Hon kommer närmast från en befattning som Director, International Corporate Tax, vid KPMG. Hon har också varit verksam vid Skatteverket i Stockholm och vid Lindebergs Grant Thornton.



Swedish Match säljer kontorsfastighet i New York

I samband med integrationen av det numera helägda dotterbolaget General Cigar slöt Swedish Match avtal om försäljning av General Cigars kontorsfastighet på 387 Park Avenue South i New York till Rockrose Corporation. Under september månad slutfördes försäljningen. Köpeskillingen uppgick till 70 MUSD och genererade en reavinst på 206 MSEK före skatt.

Borkum Riff - nu också som cigarill

Borkum Riff är ett globalt etablerat varumärke för piptobak. Swedish Match arbetar ständigt med produk- och varumärkestutveckling för att förbättra och skapa nya produkter. Ett resultat av detta arbete är lanseringen av Borkum Riff som cigarill på den asiatiska marknaden under hösten. Den nya cigarillen finns i smakerna kokosnöt, melon och persika, och följer därmed den internationella trenden med smaksatta cigarrer och cigariller. För att markera Borkum Riff cigarillens exklusivitet har den försetts med ett munstycke av trä.



Vem äger aktier i Swedish Match – och hur mycket?

Swedish Match har stor ägarspridning och stort utländskt ägande jämfört med många andra svenska börsföretag. Utmärkande för ägarbilden är också att inte någon enskild ägare kontrollerar bolaget.

Swedish Match har en stor ägarspridning med över 90 000 ägare. Endast 12 svenska börsbolag har större ägarspridning än Swedish Match. I relation till marknadsvärde är det bara Billerud som har större ägarspridning än Swedish Match på Stockholmsbörsen. Att ägandet är spritt på ett stort antal olika individer är positivt då det skapar en god likviditet i aktien. Det spridda ägandet innebär också att ingen enskild ägare kan kontrollera bolaget.

MED TANKE PÅ DEN stora ägarspridningen är det naturligt att en stor andel av ägar-

na har förhållandevis små innehav. 85 procent av alla ägare i Swedish Match har högst 500 aktier. Över 60 000 personer, motsvarande 67 procent av alla ägare i Swedish Match, har ett innehav som inte överstiger en börspost, det vill säga 200 aktier vilket motsvarar ett värde om cirka 18 000 SEK. Samtidigt äger dessa personer inte mer än cirka 1,2 procent av bolaget. De 25 största ägarna däremot kontrollerar nästan 40 procent av kapitalet i Swedish Match.

IDAG KONTROLLERAR UTLÄNDSKA ägare nästan tre fjärdedelar av bolagets kapital

och svenska ägare drygt en fjärdedel. Bland de utländska ägarna dominerar USA med 36 procent av kapitalet. Näst störst är Storbritannien med 12 procent. I jämförelse med andra svenska börsnoterade bolag är det bara tre andra bolag vars kapital kontrolleras till en större andel av utländska individer, dessa är LB Icon, Nan Resources och SAPA (per 041230). Svenska privatpersoner svarar för 9 procent av bolagets aktiekapital medan svenska aktiefonder och institutioner svarar för drygt 5 respektive 12 procent.

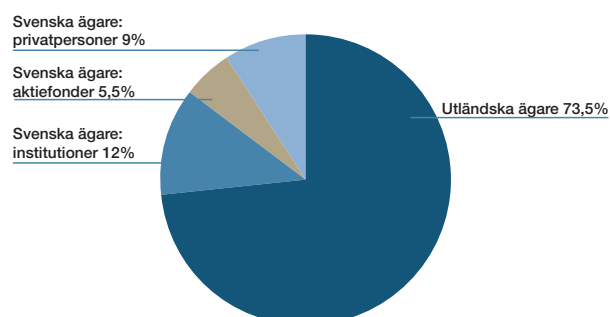
De 15 svenska börsbolagen med flest antal aktieägare 050630

Rank	Företag	Antal aktieägare	Market Cap (Mdr SEK)
1	Ericsson	887 042	440
2	TeliaSonera	799 544	167
3	Nordea	486 741	203
4	FöreningsSparbanken	330 886	97
5	SEB	307 937	98
6	Volvo	200 024	135
7	H&M	174 074	216
8	Billerud	163 481	5
9	Investor	132 146	91
10	Skandia	113 732	41
11	Scania	111 195	60
12	Handelsbanken	100 460	118
13	Swedish Match	90 248	29
14	Skanska	86 065	46
15	SCA	81 955	62

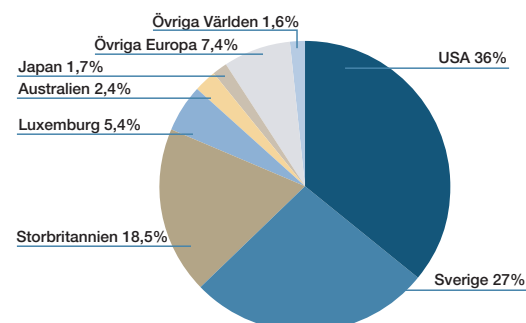
Antal aktieägare sorterat efter storlek på innehav 050930

Antal aktier	Antal ägare	Andel av kapital (%)
1-200	60 781	1,2
201-500	16 026	1,6
501-1000	7 043	1,6
1001-5000	5 238	3,1
5001-10000	452	1,0
10001-20000	208	0,9
20001-500000	407	14,6
500001-50000000	93	76,0
Totalt	90 248	100,0

Ägandet fördelat per kategori 050930



Ägandet fördelat geografiskt 050930



Stark utveckling ur såväl bransch- som internationellt perspektiv

De senaste månaderna har Swedish Match aktiekurs i stort sett varit oförändrad. Dagen innan halvårsrapporten, det vill säga 20 juli, noterades aktien till 93,00 SEK, per 25 oktober (samma dag som niomånadersrapporten presenterades) stängde kursen på 89,75 SEK. Utvecklingen de senaste månaderna har således varit relativt svag, men i jämförelse med hur Stockholmsbörsen som helhet har utvecklats under samma period har Swedish Match aktie ändå klarat sig bra. OMX Stockholm (Stockholmsbörsen har bytt namn på SAX index till OMX Stockholm) har sedan 20 juli endast stigit 3 procent.

Traditionellt sett brukar tobaksbolag inte klara sig lika bra som börsen i helhet de år då aktiemarknaden generellt utvecklas starkt. Tobaksbolag ses som defensiva placeringar som i stället utvecklas starkare än

börsen i helhet de år då aktiemarknaden är svag. I år har aktiemarknaden utvecklats starkt och utvecklingen för Swedish Match får därför ändå anses ha varit mycket god. De branscher som i år har utvecklats starkast är energi (OMX Stockholm energi +110 procent), läkemedel (OMX Stockholm Hälsovård +43 procent) och IT och Telekom (OMX IT och Telekom +25 procent). Swedish Match ingår i index OMX Stockholm Konsument dagligvaror, detta index har hitintills i år stigit 11 procent. Swedish Match hör därmed ändå till vinnarna inom sin sektor på Stockholmsbörsen. Utöver Swedish Match ingår Axfood, Karlshamns, Cloetta Fazer, Sardus, Oriflame och Wilh. Sonesson i OMX Stockholm Konsument dagligvaror.

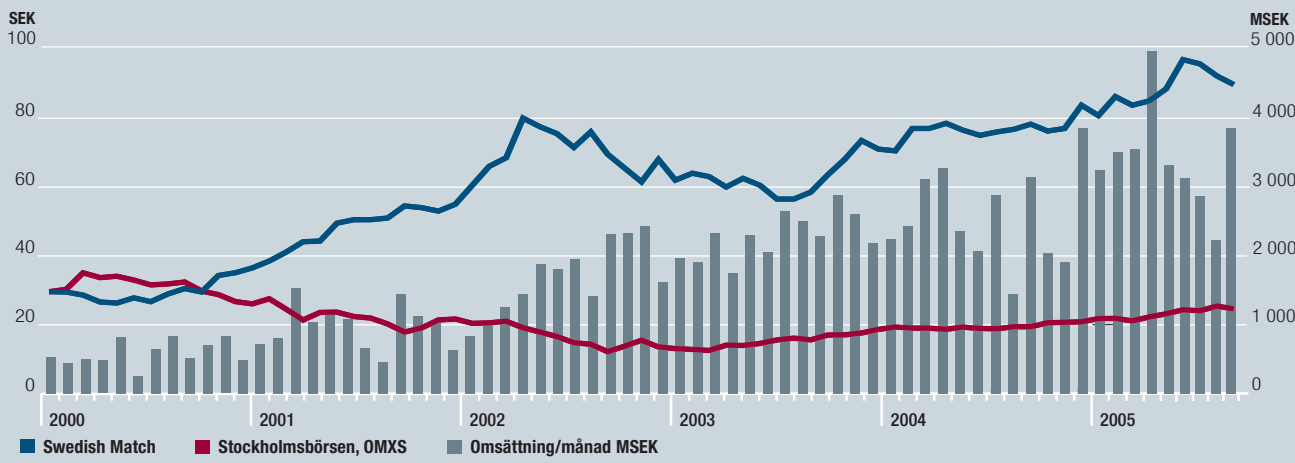
I ett internationellt perspektiv har Swedish Match aktie också utvecklats starkt. Av Swedish Match främsta konkurrenter

har endast BAT utvecklats starkare. Eftersom Swedish Match aktieägare till största delen är utländska (73 procent av kapitalet kontrolleras av utländska intressenter) och bolagets omsättning till största delen är internationell (Swedish Match omsättning utanför Norden utgör ca 60 procent av bolagets totala omsättning), är denna internationella jämförelse relevant.

Aktie	Utveckling sedan årsskiftet
BAT	31,5%
Swedish Match	16,6%
US Tobacco	-17,4
Imperial Tobacco	9,4
Gallaher	7,8%
Altadis	4,0%

KÄLLA: HALLVARSSON&HALVARSSON AB

AKTIENS KURS OCH OMSÄTTNING UNDER FEM ÅR



TOTALAVKASTNING

Totalavkastning, %	
2005 (tom 25 okt)	19
2004	6
2003	11
2002	25
2001	56
2000	32

NYCKELTAL

Vinst per aktie, SEK	
2004	5,10
2003	4,68

Eget kapital per aktie, SEK

31 dec 2004	13,55
31 dec 2003	12,21

KURSUUTVECKLING

1 jan 2005–25 okt 2005, %	
Swedish Match	18,9
OMXS	16,6

FORTSÄTTNING FRÅN SID 5

Nästa år ska revisorerna även granska och rapportera hur Swedish Match lever upp till den amerikanska Sarbanes-Oxley Act, SOX404, vilket är en amerikansk motsvarighet till Koderna för bolagsstyrning, till den del som gäller intern kontroll.



Cronie Wallquist, engagement partner, styr revisionen på daglig basis.

REVISORERNAS OBEROENDE av företagsledningarna i de bolag de granskar var en av

de frågor som hamnade fokus i de stora företagsskandaler som inträffade i framför allt USA för några år sedan. Även om oberoendet alltid haft en central betydelse för företag som KPMG, har det sedan dess blivit allt viktigare, både för revisorerna och för företagen, att skiljelinjen är klar och tydlig.

”Vi arbetar för aktieägarna och för styrelsens revisionskommitté. Det är oerhört viktigt att betona att vi visserligen har ett samarbete med företagsledningen, men våra uppdragsgivare är ägarna och deras valda representanter”, säger Thomas Thiel.

För att säkra sitt oberoende tillämpar KPMG något som man kallar analysmodellen inför varje uppdrag. Med analysmodellen prövas om revisorn kan fullgöra sitt uppdrag med opartiskhet, självständighet och objektivitet i det specifika bolaget. Man har även en databas över de anställdas aktieinnehav världen över och när kontrakt skrivits med en ny kund skickar systemet en ”säljorder” till alla anställda som äger aktier i det bolaget.

På grund av SEC-registreringen tillämpas också ett system med förhandsgodkännande av alla tilläggstjänster.

”Det innebär att ingen inom KPMG får tillhandahålla rådgivningstjänster till Swedish Match utan godkännande av mig som ytterst ansvarig för uppdraget, och dessutom i vissa fall även av Swedish Match revisionskommitté. Det är också ett sätt att säkra vårt oberoende i alla lägen visavi bolaget”, säger Thomas Thiel.

”KVALITET I ALLT VI GÖR ÄR oerhört centralt för oss och säkerställs bland annat genom hur vi sätter samman teamet. Det handlar inte bara om att ha bra system. Ledning och övervakning är väldigt viktigt, liksom strukturerna. Man måste också ha en bra metodik och inte minst medarbetare som har en grundlig förståelse för kundföretaget och dess omvärld”, säger Thomas Thiel.

För varje publikt bolag finns det alltid en annan erfaren revisor som går igenom uppdragen främst inom riskområden och bedömer huruvida revisionsteamet genomfört tillräckliga revisionsåtgärder innan revisionsberättelsen avges.

Eftersom Swedish Match är ett publikt bolag och dessutom SEC-registrerat genomförs årligen en så kallad Quality Performance Review. Det är en kvalitetskontroll av uppdraget som görs av kolleger från KPMG i andra länder. Det omfattande arbetet innebär att de olika nationella firmorna i praktiken licensierar varandra. Personer som är oberoende av teamet gör dessutom regelbundet intervjuer med kundföretaget för att säkerställa att kunden är nöjd och upplever att den får kvalitet i det som levereras.

För att en firma ska få verka under KPMGs namn krävs också att man lever upp till gemensamma regler för kvalitet i arbetet och arbetsmetoderna och att man har en godkänd infrastruktur. I så kallade ”peer reviews” granskar KPMG International regelbundet sina medlemsföretag på de här punkterna.



MÖT STYRELSEN: BERNT MAGNUSSON

”Vi fortsätter att tjäna våra pengar”

Under Bernt Magnussons ordförandeskap i Swedish Match har bolaget och dess aktieägare varit med om en enastående kursutveckling. Bernt Magnussons grundtips för framtiden är att Swedish Match kommer att förbli en fortsatt trygg investering.

Bernt Magnusson har varit verksam i Swedish Match sedan 1979, bortsett från några år i slutet på 1980-talet. 1995 blev han ordförande i de sammanslagna tändsticks- och tobaksverksamheterna inom dåvarande Procordia. Under det gemensamma namnet Swedish Match styrdes bolaget in på börsen 1996 och det blev början till en exceptionell framgångsresa som få andra börsföretag kunnat matcha under de gångna tio åren.

Bernt Magnussons eget facit av sina 26 år med Swedish Match summerar en historia med stundtals dramatiska omvälvningar.

”Vi har gått från ett vildvuxet, inte särskilt lönsamt konglomerat till ett fokuserat bolag med starka kassaflöden och en enastående utveckling. De senaste tio åren har vi upplevt en omvandling som redan vid börsintroduktionen stod skriven på väggen: en accelererande nedgång för tändstickorna och en väldig tillväxt för snuset”, säger han.

Till de verkligt stora milstolparna under sin ordförandetid räknar Bernt Magnusson framför allt försäljningen av cigarettverksamheten, men också förvärvet av General Cigar. Båda de händelserna, ackompanjerade av snusets tillväxt, har haft avgörande betydelse för att Swedish Match är vad det är idag.

FRÅGAN ÄR VAD SOM KAN FÖRVÄNTAS hända de kommande åren. Swedish Match får återkommande påpekanden om att bolaget

borde bli lite mer spännande, kanske öka förvärvstakten, kanske signalera att man själv är en uppköpskandidat.

”Många har till exempel frågat varför vi inte går in i spritbranschen. Mitt svar är att om något råkar bli till salu kan säkert andra spritbolag se synergieffekter som vi inte skulle ha och som gör att de är beredda att betala mer. Vi har i historien upplevt hur de stora kassaflödena lett till dyrköpta erfarenheter när man försökt sig på att diversifiera. De misstagen vill vi inte upprepa.”

Bernt Magnusson avfärdar också de spekulationer som dyker upp då och då, att Swedish Match skulle vara en uppköpskandidat.

”Det är nog många som frestats av det starka kassaflödet och jag skulle tro att hela den civiliserade världen någon gång har räknat på Swedish Match. Men det finns samtidigt flera faktorer som bromsar, framför allt att tobaksverksamhet alltid är förenat med politiska risker och dessutom ett ständigt, potentiellt stämningssubjekt i USA”, säger han. ”Så vi fortsätter att tjäna våra pengar. Att använda dem till återköp är kanske inte så gloriöst, men man kan inte säga annat än att det varit en bra affär för aktieägarna.”

OCH KAN SWEDISH MATCH FÖRBLI denna goda affär, även under kommande år, säg fem år framåt?

”Jag vet inte ens om jag kan säga vad

som händer fem dagar framåt. Det mesta går så oerhört fort nu, på grund av globaliseringen, de fria kapitalströmmarna, det enorma informationsflödet. Så mycket kan jag säga som att det för tobak, utom snus, inte lär komma några nya aktörer i marknaden. Branschen är väl konsoliderad och antalet stora cigarett- och även cigarrbolag har krympt dramatiskt. Det har i sin tur gjort det svårt att köpa och sälja, av konkurrensskäl.”

”Min grundprognos är dock att Swedish Match kommer att vara en fortsatt trygg investering.”

UNDER BERNT MAGNUSSONS TID som ordförande har kraven ökat dramatiskt på börsbolagen och deras styrelser. Regleringarna har blivit allt mer omfattande och administrativt tunga för bolagen.

”Det har också gjort styrelsearbetet, och ordförandeskapet, allt mer formaliserat och i stora bolag är det mera ett jobb än ett förtroendeuppdrag att vara ordförande. Kommittéarbetet tar betydligt mera tid och antalet kontrollstationer har ökat. Faran, som jag ser det, är att formalia tar allt mer tid på bekostnad av sådant som affärsutveckling. Det är något man måste vara observant på.”

Bernt Magnusson pekar också på en annan risk med de allt större kraven på kontroll.

”Jag tror att om inte pendeln svänger

tillbaka lite kommer riskkapitalbolagen att ta över en allt större del av företagsamheten. Det blir bättre och enklare för de flesta än att gå till börsen. Incentiveprogrammen, till exempel, hanterar man betydligt lättare i ett riskkapitalbolag och det finns skattemässiga fördelar med att vara onoterad. Onoterade bolag kan också ha en högre skuldsättningsgrad.”

NYLIGEN AVSADE SIG Bernt Magnusson ordförandeskapet i Skandia, efter en hel del stormande kring Old Mutals bud på bolaget. Hur påverkas man av en sådan massiv uppmärksamhet?

”Jag har ju varit med om många stormar förr, i Nordstjernen, Nordbanken, Nobel, Assi Domän. Jag blir inte så upphetsad när det blåser, det har blivit något av en livsstil för mig att hamna i krishärdar. Man vänjer sig, det blir ett arbete som alla andra.”

Men blir det inte vårt att hålla fast vid en utstakad kurs i sådana lägen?

”Det är klart att jag alltid måste lyssna på media och marknaden, men man kan inte ta allt som skrivs i media ad notam. När det gäller har ju de normalt inte lika mycket information som finns inom ett bolag. Samtidigt, någon har sagt om media att i det korta perspektivet blir det alltid över- eller underdrifter. Men i det långa perspektivet brukar det bli någorlunda rätt. Det tror jag man kan skiva under på.”

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 mer än 140 länder. Under 2004 var medelantalet anställda 15 039. Swedish Match aktie är noterad på Stockholmsbörsen (SWMA).

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	2004	2003
Nettomomsättning	13 007	13 036
Rörelseresultat	3 370	2 224
EBITDA	2 869	2 889
Årets resultat	1 828	1 558
Vinst per aktie efter skatt, SEK	5:10	4:68
Utdelning per aktie, SEK	1:90	1:70
Avkastning på eget kapital, %	43,7	38,9

☆☆☆
SWEDISH MATCH