



SWEDISH MATCH

1997

- Resultat efter finansnetto ökade till 1 558 MSEK (1 530).
- Koncernens försäljning under 1997 uppgick till 7 465 MSEK (7 416).
- Tobaksskattehöjningar genomfördes i Sverige under året på totalt 63 procent. Den i Sverige skattebelagda cigarettförsäljningen minskade med 27 procent.
- Försäljningen för Snuff Division ökade 20 procent till 1 079 MSEK och rörelseresultatet med 21 procent till 522 MSEK. Marknadsandelarna på den amerikanska marknaden ökade från 2,3 till 3,2 procent.
- Den rökfria tobakens andel av rörelseresultatet ökade till 51 procent (41). Cigarette Divisions andel har minskat till 29 procent (41).
- Under året har intressen i tillverkande företag förvärvats i Turkiet, Finland, Bulgarien och Indien. Därtill har ett distributionsföretag i Sverige förvärvats.
- Vinst per aktie blev 2:25 SEK (2:39).
- Föreslagen utdelning per aktie för 1997 1:10 SEK (1:10), motsvarande 510 MSEK.
- Aktieinlösen för cirka 1 200 MSEK föreslås av styrelsen.

NYCKELTAL		
MSEK där ej annat anges	1997	1996
Försäljning	7 465	7 416
Rörelseresultat före jämförelsestörande poster	1 586	1 723
Rörelseresultat	1 586	1 600
Resultat efter finansnetto	1 558	1 530
Årets resultat	1 045	1 109
Avkastning på eget kapital,%	39,5	57,3
Vinst/aktie efter full skatt före jämförelsestörande poster, SEK	2:25	2:59
Vinst/aktie efter full skatt efter jämförelsestörande poster, SEK	2:25	2:39
Utdelning per aktie, SEK	1:10 *)	1:10

*) Styrelsens förslag.

Uppgifterna i denna årsredovisning avseende 1995 och tidigare är proforma. För definitioner se sidan 71.



INNEHÅLL

SWEDISH MATCH 1997	1
INFORMATION TILL VÅRA AKTIEÄGARE	3
VD HAR ORDET	4
KONCERNENS KAPITALSTRUKTUR	7
SWEDISH MATCH-AKTIE	8
KONCERNENS VERKSAMHET	10
ÖVERGRIPANDE MARKNADSSTRATEGI	10
TUGGTÖBAK	12
CIGARETTER	16
CIGARRER	20
TÄNDARE	24
TÄNDSTICKOR	28
PIPTÖBAK	32
SNUS	36
EN GEMENSAM FÖRETAGSKULTUR	40
FINANSFÖRVALTNING	42
FEM ÅR I SAMMANDRAG	44
FÖRVALTNINGSBERÄTTELSE	46
BOKSLUT FÖR KONCERNEN	50
BOKSLUT FÖR MODERBOLAGET	62
REVISIONSBERÄTTELSE	67
STYRELSE OCH KONCERNLEDNING	68
DEFINITIONER	71
ADRESSER	72



INFORMATION

Till våra aktieägare

BOLAGSSTÄMMA

Ordinarie bolagsstämma hålls i Globen, Annexet, med ingång via Globens entré nr 4, i Stockholm onsdagen den 29 april 1998 kl. 16.30. Rätt att delta i Swedish Matchs bolagsstämma har den aktieägare som dels är registrerad i den utskrift av aktieboken som görs den 17 april, dels anmäler sin avsikt att delta i bolagsstämman till Swedish Match.

REGISTRERING I AKTIEBOKEN

Swedish Matchs aktiebok förs av Värdepapperscentralen VPC AB. Endast aktieägarregistrerade innehav återfinns under aktieägarens eget namn i aktieboken. För att aktieägare med förvaltarregistrerade aktier skall ha rätt att delta i bolagsstämman fordras att sådana aktieägare låter registrera sitt innehav under eget namn så att aktierna är ägarregistrerade senast den 17 april 1998.

ANMÄLAN TILL BOLAGSSTÄMMAN

Anmälan om deltagande till bolagsstämman tas emot från och med den 1 april och kan ske:

- per telefon 020-61 00 10
- via telefax 08-658 63 64
- per post till: Swedish Match AB
Juridik
118 85 Stockholm

Vid anmälan anges:

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

Aktieägare som önskar delta i bolagsstämman måste ha anmält detta senast fredagen den 24 april 1998 kl. 16.00, då anmälningstiden går ut. Som avstämningsdag för rätt att erhålla utdelning föreslås den 5 maj 1998. Utbetalning av utdelning beräknas ske genom VPC den 12 maj 1998.

NOMINERINGSKOMMITTÉ

Vid 1997 års ordinarie bolagsstämma inrättades en nomineringskommitté för framläggande av förslag till val av styrelse, revisorer och revisorssuppleanter. Till ledamöter i nomineringskommittén valdes Bo Eklöf, Försäkringsbolaget SPP, Björn Franzon, Fjärde AP-fonden, och Bernt Magnusson, styrelseordförande i Swedish Match AB.

EKONOMISK INFORMATION OCH RAPPORTERING

Rapport över första kvartalet 1998.....	29 april 1998
Rapport över första halvåret 1998.....	10 augusti 1998
Rapport över de tre första kvartalen 1998	26 oktober 1998
Bokslutsrapport 1998	februari 1999
Årsredovisning 1998.....	mars 1999
Form 20-F 1997	juni 1998
Form 20-F 1998	juni 1999

Samtliga rapporter kan beställas från:

Swedish Match AB, Investor Relations, 118 85 Stockholm

Telefon: 08-658 01 71 Telefax: 08-658 62 32 E-mail: investorrelations@swedishmatch.se

Information från Swedish Match på internet finns under adress: www.swedishmatch.se

VD HAR ORDET

Aktieägarna i fokus

Som VD för ett jämförelsevis ungt börsnoterat bolag med mycket spritt ägande känns det både naturligt och angeläget för mig att lägga stort engagemang på att stärka förtroendet för vår verksamhet, både externt och internt. Detta uppnår vi genom:

- att driva en strategi för tillväxt, som vinner marknadens förtroende och sålunda avspeglar sig såväl i långsiktigt positiv resultatutveckling som i nyckeltalen för bolagets aktier,
- att genomföra ett aktieägarprogram som skapar förtroende för våra ambitioner att till aktieägarna överföra resultatet av vårt arbete och underlätta en riktig värdering av bolaget,
- att bedriva verksamheten på det omstridda tobaksområdet på ett förtroendeskapande, ansvarsfullt och affärsmässigt sätt inom de ramar som samhället ställer upp.



STRATEGI FÖR TILLVÄXT

Swedish Match är ett i ordets rätta bemärkelse globalt företag inom konsumentvaruområdet. Det innebär att vår verksamhet bygger på att skapa starka, inom sina nischer ledande, varumärken på många marknader världen över. Det som skiljer oss från andra konsumentvaruföretag med liknande ambitioner är att vi bland annat verkar på det hårt beskattade och reglerade tobaksområdet. Till vår verklighet hör också att marknaden minskar på några av våra produktområden.

Hur kan vi då begära trovärdighet för våra tillväxtambitioner?

Den som sätter sig närmare in i vår verksamhet kommer att finna att totalmarknaden

för några av våra mer betydande produktområden ökar. På andra områden gäller att våra globala marknadsandelar redan är i ökande men fortfarande så små att vi kan åstadkomma fortsatt tillväxt även om totalmarknaden inte växer. Genom produktutveckling och produktanpassning kan vi härutöver attrahera nya konsumentgrupper på etablerade eller nya geografiska marknader. Den tillväxtpotential som vi således ser kommer att kunna förverkligas genom en kombination av organisk tillväxt och kompletterande företagsförvärv.

De yttre förutsättningarna för tillväxt finns således. Genom den nya matrisorganisationen i vilken produktdivisionerna har tillgång till en global distributions- och marknadsföringsresurs har vi också skapat de interna förutsättningarna. Konkret innebär detta att vi räknar med att kunna fortsätta att öka våra marknadsandelar för snus och cigarrer på den stora USA-marknaden. Likaså förväntar vi oss stärkta marknadspositioner för tändare på vissa asiatiska marknader och för tändstickor utanför Europa och Sydamerika där vi redan är mycket starka.

Tändstickor, tändare och delar av cigarrsortimentet kommer att introduceras på helt nya marknader i Asien och Östeuropa. Detta gäller även i viss mån cigaretter, som annars i huvudsak är koncentrerat till den krympande svenska marknaden. De volymer som san-



nolikt kommer att förloras här hemma kan i viss utsträckning komma att kompenseras genom fortsatta framgångar framför allt i Östeuropa.

När det gäller produktutveckling skall man inte förvänta sig några revolutionerande produktnyheter. Däremot har det visat sig att anpassningar till lokala krav kan skapa merförsäljning på nya marknader. Likaså kan produktanpassningar attrahera nya kundgrupper på en befintlig marknad. Ett exempel på detta är portionssnuset "miniprillan", som blivit ett alltmer uppskattat alternativ för i första hand rökande kvinnor.

På förvärvssidan har 1997 varit ett aktivt år. Totalt har vi förvärvat intressen i fyra tillverkande företag, som sammantaget tillför oss en omsättning av ca 600 MSEK. Härtill kommer ett distributionsföretag med en fakturering på ca 100 MSEK. Totalt uppgick investeringarna i företagsförvärv till ca 500 MSEK. Tändsticksdivisionen har stärkts med nya delägda enheter i Turkiet, Bulgarien och Indien, men även för cigarrer har ett viktigt förvärv genomförts i Finland. Vi räknar med att förvärven, framför allt inom tändsticksdivisionen, också leder till insteg för andra produkter på dessa nya marknader. De förvärv som genomförts ligger helt inom ramen för den tillväxtstrategi som jag beskrev i fjolårets årsredovisning.

Sammantaget innebär vår tillväxtstrategi att vi förväntar oss kunna uppnå en långsiktig årlig försäljningstillväxt om 5-6 procent i genomsnitt vid nuvarande låga inflationsnivå. Ungefär hälften av tillväxten kan beräknas komma från företagsförvärv.

SWEDISH MATCHES AKTIEÄGARPROGRAM

Swedish Match har en mycket stark finansiell ställning. Koncernens höga lönsamhet, stora kassaflöde och goda likviditet, innebär med hänsyn tagen till förväntad tillväxt att Swedish Match har en betydande utdelningskapacitet.

Ur principiell synvinkel anser vi det önskvärt att medel som inte är nödvändiga för koncernens expansion och konsolidering överförs till aktieägarna. Styrelsen föreslår därför ett program för överföring av överskottsmedel till bolagets ägare. Detta program, går i huvudsak ut på att vår utdelningspolitik kompletteras med successiva direktöverföringar, t ex i form av inlösen av aktier. Vår tidigare redovisade utdelningspolitik står fast, innebärande att 40-50 procent av koncernens nettoresultat efter skatt utdelas till aktieägarna.

Mot bakgrund av våra konkreta tillväxtmål och koncernens finansiella ställning vågar jag göra bedömningen att betydande belopp utöver aktieutdelningen kommer att tillföras aktieägarna under de kommande åren. Exakt under vilka former detta skall ske i framtiden vill jag lämna öppet, men för 1998 kommer att föreslås en aktieinlösen i storleksordningen 1 200 MSEK. I detta sammanhang kan också nämnas att styrelsen har beslutat medverka till att ett 20-tal ledande befattningshavare inom koncernen erbjuds förvärva köpoptioner avseende aktier i Swedish Match AB.

ANSVAR OCH AFFÄRSMÄSSIGHET

Som jag inledningsvis nämnde är det som skiljer Swedish Match från andra konsumentvaruföretag med liknande ambitioner, att vi bland annat är verksamma på tobaksområdet och det sätter naturligtvis sin prägel på verksamheten och våra arbetsvillkor.

Tobak är speciellt. Tobak är omstritt och kontroversiellt. Så har det i och för sig alltid varit, men de senaste åren har debatten och diskussionen tilltagit i styrka och tonläget har blivit högre. Polariseringen kan vi bara beklaga. Vi söker den inte. Vi söker samverkan och respekt för olika parter synsätt och uppgift.

Ett område där alla borde kunna samverka är ungdomars tobaksbruk, eftersom alla är överens om att det i görligaste mån bör förhindras. Vår uppfattning i frågan är klar. Under 18 år - ingen tobak! Vi är beredda att aktivt motverka tobaksbruk bland ungdomar på alla de marknader där vi är verksamma. I samverkan med handeln har vi sedan flera år program igång på våra stora marknader i Sverige och USA, som syftar till att förhindra försäljning av tobak till den som är under 18 år.

Men lika klar som vår ståndpunkt är när det gäller ungdom och tobak, lika bestämt är vi

beredda att försvara såväl vuxna människors rätt att själva bestämma om de vill använda tobak eller ej, som handelns rätt att sälja tobaksvaror till vuxna konsumenter.

Tobaksvaror är legala produkter och det innebär att samhället, om än motvilligt på sina håll, accepterar tobaksbruk. Då måste man också vara beredd att ta ansvar för hur hanteringen ska gå till. På Swedish Match är vi inte bara beredda att ta det ansvaret. Vi tar det.

Den tobaksverksamhet som vi idag hanterar i Sverige skötte staten själv - på väsentligen samma sätt - ända fram till för 10 år sedan. Att den nu utgör en väsentligt del av Swedish Matchs verksamhet beror på att Sveriges regering och riksdag har bestämt att hanteringen skall skötas av enskilt ägda företag, i fri konkurrens och på affärsmässiga grunder. Den bakgrunden kan vara värd att hålla i minnet.

ETT TURBULENT ÅR ...

År 1997 dominerades för Swedish Match av ganska turbulenta yttre omständigheter. De stora skattehöjningarna i Sverige och den preliminära uppgörelsen mellan den amerikanska tobaksindustrin och ett antal delstater är två exempel.

Även internt genomfördes stora förändringar. Den 1 januari 1997 omorganiserades Swedish Match. Från att i princip ha varit ett holdingbolag med fyra stycken väsentligen självständiga företagsgrupper med olika geografisk och historisk grund, formades verksamheten i en gemensam bolagsstruktur med globala produktdivisioner och regionala försäljningsorganisationer för samtliga produkter. Vad som de facto skedde var en fusion av dessa fyra företagsgrupper, och egentligen av ytterligare ett par självständiga operativa enheter. Verksamhetsåret 1997 har präglats av ansträngningar att få den nya organisationen att fungera smidigt och effektivt. Personligen är jag imponerad över det sätt och den snabbhet med vilken medarbetarna inom Swedish Match har anpassat sig till det nya sättet att arbeta.

... MED STABIL UTVECKLING

Trots alla förändringar lyckades Swedish Match förhållandevis väl med att upprätthålla en stabil utveckling. Koncernens omsättning var ungefär oförändrad, 7 465 MSEK. Resultatet efter finansnetto ökade till 1 558 MSEK (1 530) medan rörelseresultatet före jämförelsestörande poster minskade med 8 procent eller 137 MSEK till 1 586 MSEK, vilket motsvarade en rörelsemarginal på 21 procent (23). Bakom den till synes nästan statiska försäljnings- och resultatutvecklingen döljs stora förändringar. Cigaretternas betydelse har markant minskat samtidigt som den rökfria tobaken, snus och tuggtobak, kraftigt ökat i betydelse. Den rökfria tobaken svarar därmed för mer än halva koncernresultatet. Resultatminskningen skall ses mot bakgrund av att cigarettdivisionen drabbades hårt, framförallt av skattehöjningar med en minskning av rörelseresultatet på hela 252 MSEK.

Lönsamheten upprätthölls på en god nivå, avkastningen på eget kapital nådde 39,5 procent. Vinsten per aktie uppgick till 2:25 SEK, varav styrelsen föreslår att 1:10 SEK utdelas till aktieägarna.

I fjolårets redovisning gjorde jag bedömningen att förutsättningarna var goda för fortsatta långsiktiga resultatförbättringar. Det finns ingen anledning att ändra på den bedömningen. Swedish Match kommer att fortsätta att ta marknadsandelar i de länder vi redan har verksamhet samt växa genom inträde på nya marknader. Vid sidan av tändsticks- och tändarsektorerna, kommer vi att bli en betydande aktör på världsmarknaden inom den "bruna tobaken", dvs cigarrer, snus, tuggtobak och piptobak, där försäljningen inom vissa segment är på väg starkt uppåt.



Göran Lindén
VD och koncernchef



KONCERNENS

Kapitalstruktur

Styrelsen och ledningen för Swedish Match har i februari 1998 slutfört en omfattande analys av bolagets långsiktiga finansiella situation och struktur. Analysarbetet har medfört att befintliga finansiella mål vidareutvecklats, nya finansiella mål har tillkommit samt att styrelsen har angivit en programförklaring för överföring av överskottsmedel till aktieägarna, ett aktieägarprogram.

FINANSIELLA MÅL

Genomsnittligt avkastningskrav på förvärv samt nyinvesteringar

Förvärv samt expansionsinvesteringar som syftar till organisk tillväxt i befintlig verksamhet skall ge en avkastning om lägst 10 procent efter skatt på investerat eget kapital. Kravet avser investering i svenska kronor och vid nu gällande inflations- och räntenivå. Avkastningskravet för enskilda investeringar och förvärv varierar bland annat beroende på typ av investering, produktområde och geografisk marknad. Utifrån specifika förhållanden åsätts varje större enskild investering en individuell riskpremie.

Skuldsättningsgrad och räntetäckningsgrad

Målsättningen är att skuldsättningsgraden ej långsiktigt skall överstiga 100 procent. Vid rådande balansräkningsstruktur motsvarar detta en soliditet på ca 30 procent. Räntetäckningsgraden skall vid nuvarande räntenivå ej understiga 10 gånger.

AKTIEÄGARPROGRAM

Styrelsens programförklaring för överföring av överskottsmedel till aktieägarna

Under förutsättning av att de mål som uppställts för koncernens finansiella risktagande är uppfyllda, kommer styrelsen att, utöver ordinarie utdelning, överväga att på lämpligt sätt till aktieägarna överföra de medel som ej bedömts nödvändiga för koncernens expansion och konsolidering. Formerna för överföring kommer vid varje tidpunkt att avgöras utifrån en samlad bedömning av tillgängliga metoder och de sammantagna effekterna för Swedish Match-koncernen och dess aktieägare.

Utdelningspolitik

Företagets hittillsvarande utdelningspolitik ligger fast. Swedish Match avser således att långsiktigt dela ut 40-50 procent av koncernens nettoresultat. Storlek på och tidpunkt för utdelning är beroende av Swedish Matchs finansiella ställning, nettoresultat, förväntad framtida lönsamhet, kassaflöde, investeringar, expansionsplaner och andra faktorer som måste beaktas.

SWEDISH MATCH

Aktien

Swedish Match-aktien är noterad vid Stockholms Fondbörs och på Nasdaq, USA sedan den 15 maj 1996. Vid utgången av 1997 uppgick Swedish Matchs totala börsvärde till 12 284 MSEK. Under året noterades den högsta betalkursen, 29 SEK, den 6 och 7 mars och den lägsta betalkursen, 21:50 SEK, den 28 oktober. Börsposten är 1 000 aktier.

OMSÄTTNING

Under 1997 omsattes totalt ca 308 miljoner Swedish Match-aktier på Stockholms Fondbörs, den genomsnittliga dagsomsättningen var ca 1,2 miljoner aktier. Omsättningshastigheten, dvs aktiens likviditet på Stockholms Fondbörs, uppgick till 67 procent under året att jämföra med hela börssnittet på 66 procent. På Nasdaq är Swedish Match noterad i form av ADR (depåbevis). Depåbank är Citibank N.A. Varje ADR motsvaras av tio aktier. Vid årsskiftet 1997/98 var ca 550 000 depåbevis utestående motsvarande 5,5 miljoner aktier.

AKTIEKAPITAL

Aktiekapitalet i Swedish Match AB uppgick till 927,1 MSEK fördelat på 463 558 252 aktier vardera med ett nominellt värde om 2 SEK. Varje aktie motsvaras av en röst. Aktiekapitalet har sedan börsintroduktionen varit oförändrat.

UTLÄNDSKA ÄGARE

Under 1997 nettoköpte utländska investerare Swedish Match-aktier vilket medförde att det utländska ägandet ökade till 47,8 procent (37,5) av aktiekapitalet. Den största andelen utländska ägare återfinns i USA och Storbritannien.

UTDELNING

Swedish Matchs utdelningspolicy är att långsiktigt dela ut 40-50 procent av koncernens nettoresultat. Styrelsen har föreslagit att utdelningen för 1997 skall uppgå till 1:10 SEK (1:10) per aktie. Årets föreslagna utdelning motsvarar 49 procent av nettoresultatet.

HÖGSTA OCH LÄGSTA BETALKURS PER VECKA OCH OMSÄTTNING



INLÖSEN AV AKTIER

Inom ramen för av styrelsen antaget aktieägarprogram samt med hänsyn till Swedish Matchs starka finansiella ställning och betydande överföringskapacitet har styrelsen för Swedish Match beslutat att, utöver ordinarie utdelning för räkenskapsåret 1997, föreslå den ordinarie bolagsstämman den 29 april 1998 inlösen av egna aktier. Vid inlösen överförs kapital, som ej anses nödvändigt för verksamheten till aktieägarna. Därmed minskar det egna kapitalet och antal aktier. Inlösen kommer att föreslås ske med ett belopp i storleksordningen 1 200 MSEK.

Närmare information om exakta villkor kommer att lämnas i mitten av april dock senast den 22 april 1998. En extra bolagsstämman planeras till omkring den 7 juli varefter utbetalning av inlösenbelopp beräknas kunna ske i slutet av juli.

AKTIEFÖRDELNING DEN 31 DECEMBER 1997

Storleksklass	Antal ägare	Antal aktier	Kapitalandel, %
1 - 500	116 605	15 297 961	3,3
501 - 1 000	13 033	10 072 408	2,2
1 001 - 2 000	6 987	10 424 679	2,2
2 001 - 5 000	4 107	13 342 864	2,9
5 001 - 10 000	1 154	8 799 920	1,9
10 001 - 20 000	435	6 537 138	1,4
20 001 - 50 000	229	7 184 325	1,5
50 001 - 100 000	104	7 685 693	1,7
100 001 -	205	384 213 264	82,9
Summa varav	142 859	463 558 252	100,00
utländska förvaltare		197 145 251	42,5
övriga registrerade i utlandet		24 354 899	5,3
registrerade i utlandet totalt	3 049	221 500 150	47,8

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

DE STÖRSTA AKTIEÄGARNAS DEN 31 DECEMBER 1997

Ägare	Antal aktier	Andel av röster och kapital, %
Föreningssparbankernas aktiefonder	57 146 600	12,3
Fidelity fonder	36 300 000	7,8
Allmänna Pensionsfonden fjärde fondstyrelsen	22 958 990	5,0
Försäkringsbolaget SPP	21 278 217	4,6
Ratos	13 735 000	3,0
Ivy International Fund	9 000 000	1,9
AMF Pensionsförsäkring AB	7 300 000	1,6
KP Pension & Försäkring	5 895 225	1,3
Industritjänstemannaförbundet	4 000 000	0,9
SHB:s Livförsäkring AB	3 267 000	0,7

DATA PER AKTIE¹⁾

	1993	1994	1995	1996	1997
Vinst efter skatt					
före jämförelsestörande poster, SEK	1:90	2:20	1:89	2:59	2:25
efter jämförelsestörande poster, SEK	1:82	2:42	2:37	2:39	2:25
Utdelning, SEK	-	-	-	1:10	1:10 ²⁾
Börskurs vid årets slut, SEK	-	-	-	24:00	26:50
Eget kapital, SEK	3:79	3:80	3:36	4:99	6:41
P/E-tal efter skatt	-	-	-	10,0	11,8
EBIT-multipel	-	-	-	7,0	8,1
Börskurs/Eget kapital	-	-	-	4,8	4,1
Direktavkastning, %	-	-	-	4,6	4,2
Genomsnittligt antal aktier			463 558 252	463 558 252	
Antal aktieägare				167 062	142 859

¹⁾ Räknet på antal aktier 1997 ²⁾ Styrelsens förslag

KONCERNENS

Verksamhet

ÖVERGRIPANDE MARKNADSSTRATEGI OCH ORGANISATION

Swedish Match verkar inom området snabbbrörliga konsumentvaror. Inom sortimentet finns produkter med mycket hög märkeslojalitet (t ex cigaretter), men också produkter där själva varumärket spelar en mindre roll för konsumenten (t ex tändare). Gemensamt för produkter av dessa kategorier är att konsumenten kräver en mycket hög tillgänglighet av produkterna varhelst han/hon befinner sig. För att vinna framgång på marknaden blir därmed distributionssystemet, vid sidan av marknadsföringen, en nyckelfaktor.

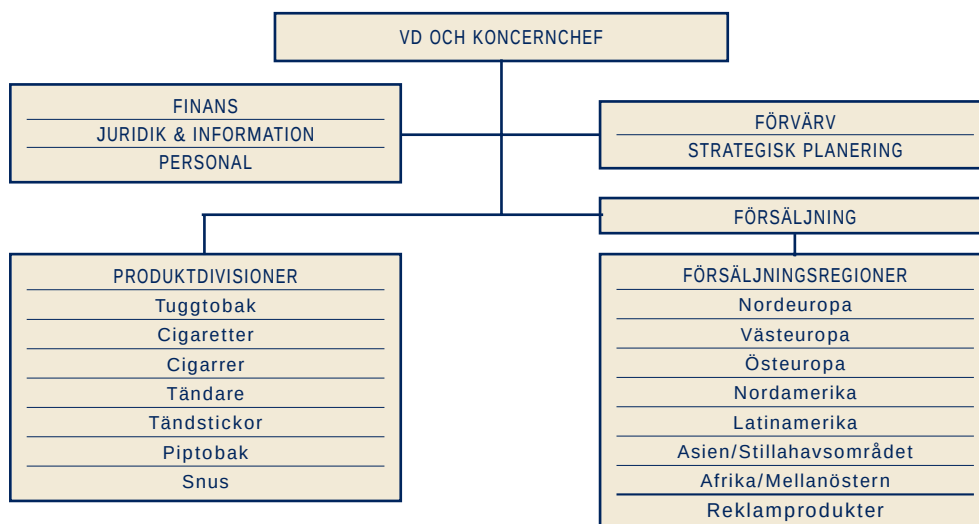
För att öka slagkraften i den globala marknadsföringen och i syfte att skapa förutsättningar för att förverkliga sin offensiva tillväxtstrategi, började Swedish Match den 1 januari 1997 att arbeta enligt en ny organisatorisk struktur. Från att ha varit ett holdingbolag med fyra väsentligen självständiga företagsgrupper med olika geografisk och historisk grund, formades verksamheten i en gemensam bolagsstruktur. Denna består av sju globala produktdivisioner som säljer sina produkter genom sju försäljningsregioner. Försäljningsregionerna bearbetar konsumentmarknader över hela världen. Härutöver finns en global enhet för försäljning av reklamprodukter. Produktdivisionernas ansvar omfattar bland annat produktutveckling, tillverkning, marknadsstrategier och varumärkeshantering. Försäljningsregionerna ansvarar inom ett definierat geografiskt område för all marknadsföring och försäljning av produkter från de divisioner som har närvaro i regionen. Till uppgifterna hör också att inhämta marknadskunskap och att aktivt skapa förutsättningar för tillväxt inom regionen.

Som framgår av tabellen nedan är försäljningen av koncernens produkter än så länge förhållandevis koncentrerad på ett antal huvudmarknader. Det är främst tändsticks- och tändardivisionerna som har en global spridning. Potentialen är med andra ord stor att introducera flera av produkterna på helt nya marknader i och med att en distributions- och marknadsföringsorganisation redan finns på plats.

Det är också mot denna bakgrund Swedish Matches förvärvsstrategi skall ses. Årets förvärv av delägda tändsticksfabriker i Turkiet, Bulgarien och Indien innebär inte enbart en förstärkning av tändsticksdivisionen utan också att nya distributionskanaler skapats för andra produkter.

Försäljning per Division och Region

MSEK	Nord-europa	Väst-europa	Öst-europa	Nord-amerika	Latin-amerika	Asien/Stillahavsområdet	Afrika/Mellanöstern	Reklam-artiklar	Ofördelat	Totalt/Division	%
Tuggtobak	-	-	-	1 149	-	-	-	-	-	1 149	15
Cigaretter	1 423	117	2	-	-	-	1	-	-	1 546	21
Cigarrer	65	543	-	19	2	20	5	-	37	691	9
Tändare	27	204	150	109	61	112	21	106	44	834	11
Tändstickor	61	438	35	-	397	17	49	-	115	1 299	17
Piptobak	26	40	2	88	1	6	3	-	-	166	2
Snus	914	7	-	158	-	-	-	-	-	1 079	15
Koncerngemensamt	-	-	-	-	-	-	-	-	701	701	10
Totalt/Region	2 516	1 349	189	1 523	461	158	79	293	897	7 465	100
%	34	18	3	20	6	2	1	4	12	100	



Det är just detta som utgör kärnan i koncernens ambitiösa tillväxtstrategi: att via starka lokala distributions- och försäljningsorganisationer, selektivt och successivt, introducera flera av koncernens produkter på nya växande marknader.

OMVÄRLDSRESTRIKTIONER OCH RISKER

Den dominerande delen av Swedish Matches omsättning, drygt 70 procent, finns, som framgår av vidstående tabell, idag i Europa och USA. På dessa marknader är verksamheten inom tobaksområdet omgärdad av ett stort antal restriktioner och särskild beskattning. De största riskerna för den framtida verksamheten ligger sannolikt i att antalet restriktioner utökas eller i att nya eller höjda skatter införs.

I USA träffades under sommaren en preliminär uppgörelse, Global Settlement, mellan fem stora bolag inom tobaksindustrin, Philip Morris och R.J. Reynolds med flera, och de 39 amerikanska delstater som för närvarande lämnat in stämningar mot dessa bolag.

Enligt förslaget till uppgörelse skall delstaterna återta sina stämningsansökningar samtidigt som begränsningar införs beträffande möjligheterna att kräva bolagen på skadestånd för produktansvar i framtiden. I gengäld skall tobaksindustrin under den närmaste 25-årsperioden betala närmare 370 miljarder USD. Uppgåelsen kräver att ny lagstiftning införs. I lagstiftningen kommer även andra detaljer än proceduren för själva utbetalningarna att regleras. Exempelvis restriktioner vad gäller tillverkning, distribution och marknadsföring i USA av cigaretter och rökfri tobak (cigarrer och piptobak omfattas inte av uppgörelsen).

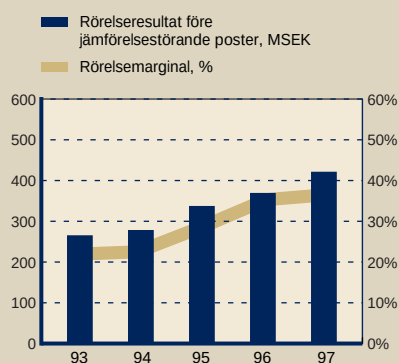
Global Settlement är när detta skrivs föremål för omfattande analys och debatt. Det går ännu inte att säga om och i vilken omfattning Global Settlement genomförs och ny lagstiftning beslutas och när så sker. Det är därför för närvarande inte möjligt att förutsäga vilken påverkan uppgörelsen kommer att få på Swedish Matches verksamhet i USA.

Inom EU förbereds marknadsföringsrestriktioner för tobaksvaror, i huvudsak dock inte mer långtgående än vad flera europeiska länder, däribland Sverige, redan har.

Ännu så länge är omfattningen av koncernens verksamhet i Östeuropa och Asien/Stillahavsområdet förhållandevis begränsad. Under 1997 stod detta område för cirka 5 procent av omsättningen. Inom detta område torde de största riskerna vara av politisk-ekonomisk natur, t ex valutakursförändringar, vilka för koncernen bedöms vara i stort sett resultatneutrala.



RÖRELSERESULTAT FÖRE
JÄMFÖRELSESTÖRANDE POSTER SAMT
RÖRELSEMARGINAL 1993-1997



NYCKELTAL

MSEK där ej annat anges

	1993	1994	1995	1996	1997
Försäljning	1 208	1 233	1 173	1 043	1 149
Rörelseresultat före jämförelsestörande poster	264	277	336	368	420
Rörelsemarginal, %	21,9	22,5	28,6	35,3	36,6

INVESTERINGAR OCH PERSONAL

MSEK där ej annat anges

	1997
Investeringar i materiella anläggningstillgångar	24
Medelantal anställda	525

Tuggtobak

Swedish Match är marknadsledande på tuggtobak i USA. Försäljningen steg med 10 procent till 1 149 MSEK (1 043) och rörelseresultatet ökade till 420 MSEK (368). Rörelsemarginalen ökade till 37 procent (35).

Chewing Tobacco Divisions verksamhet bedrivs uteslutande på den nordamerikanska marknaden, främst i USA. Varumärket Red Man återfinns i premiumsegmentet och är det största enskilda varumärket med en marknadsandel på ca 33 procent. Andra välkända varumärken är Granger Select och marknadsledaren i lågprissegmentet, J.D.'s Blend. Totalt uppgår divisionens marknadsandel till ca 45 procent.

Divisionen har sitt huvudkontor i Richmond, Virginia (USA). Produktionen sker i Owensboro, Kentucky (USA).

ÅRET 1997

Divisionens försäljning uppgick till 1 149 MSEK (1 043), en ökning med 10 procent jämfört med 1996. Försäljningsökningen beror huvudsakligen på prishöjningar och en starkare dollar. Rörelseresultatet steg till 420 MSEK (368), motsvarande en ökning med 14 procent, och rörelsemarginalen steg till 37 procent (35). Uttryckt i lokal valuta (USD) minskade försäljningen med 3 procent från 1996, under det att rörelseresultatet var oförändrat. Tuggtobaksmarknaden i USA har under nittiotalet minskat med 2-3 procent per år. Marknadsnedgången under 1997 förefaller vara något större, bland annat till följd av ökad övergång till snus.

De varumärkesbyggande marknadsåtgärderna har fortsatt, bland annat genom sponsring av biltävlingar med pick-up bilar märkta med Red Man varumärket. Deltagare och åskådare vid dessa aktiviteter är till stor del användare av tuggtobak.

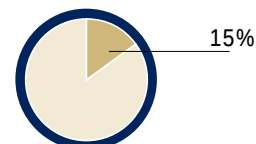
Som en reaktion på Global Settlement har dessutom butiksexponeringen hos vissa detaljister redan förändrats så att tuggtobaksprodukterna flyttats bakom disk eller närmare kassan, vilket minskar det totala exponeringsutrymmet i butikerna. Den största utmaningen för divisionen och försäljningsregion Nordamerika är nu att hantera de förändringar i handelsledet som har initierats av Global Settlement-uppgörelsen.

MARKNADEN FÖR TUGGTObak

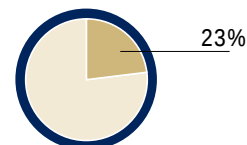
Bruket av tuggtobak är i USA av gammalt dato. I dag ses tuggtobak som en traditionell produkt främst kopplad till utomhusaktiviteter i olika former såsom lantbruk och byggnation eller fritidsaktiviteter, till exempel jakt och fiske.



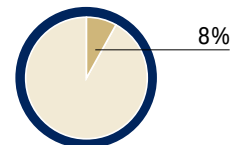
ANDEL AV KONCERNENS FÖRSÄLJNING



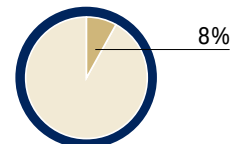
ANDEL AV KONCERNENS RÖRELSERESULTAT FÖRE JÄMFÖRELSESTÖRANDE POSTER SAMT KONCERNGEMENSAMT



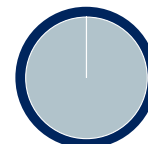
ANDEL AV KONCERNENS INVESTERINGAR



ANDEL AV KONCERNENS ANSTÄLLDA



FÖRSÄLJNING PER REGION



■ Nordamerika 100%



Försäljningen av tuggtobak är regionalt koncentrerad till USAs sydöstra delar, där South Carolina och Georgia svarar för cirka 20 procent av volymen. Köparen av tuggtobak är relativt priskänslig. Detta medför en stark priskonkurrens på marknaden både mellan premium- och lågprissegmentet och inom lågprissegmentet.

Tuggtobaksbranschen i USA domineras av fyra stora tillverkare. Den främste konkurrenten till Swedish Match är Conwood, vars andel av den amerikanska marknaden uppgår till ca 28 procent.

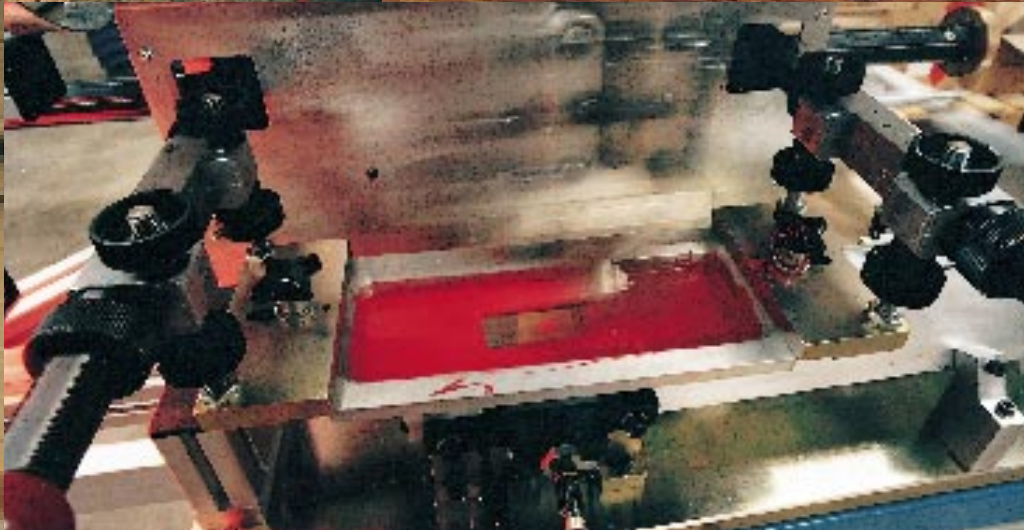
Liksom i många andra länder är tobaksreklam reglerad i USA. Reklam i radio och TV är till exempel förbjuden. Som en följd av Global Settlement kan ytterligare restriktioner tillkomma.

STRATEGISK INRIKTNING

På den mogna marknaden för tuggtobak i USA inriktar sig divisionen på att stärka sin marknadsledande ställning. Eftersom totalmarknaden är nedåtgående, ligger möjligheten till tillväxt i en utökning av divisionens marknadsandelar på konkurrenternas bekostnad. Varumärkesförstärkande åtgärder i kombination med en kontinuerlig produktutveckling blir viktiga åtgärder i dessa ansträngningar.

Bevakningen av prisskillnader mellan premium- och lågprisprodukter kommer att fortsätta. Strategiska prisjusteringar blir ett ständigt inslag i kampen att hindra lågpristillverkare att ta marknadsandelar på premiumprodukternas bekostnad.



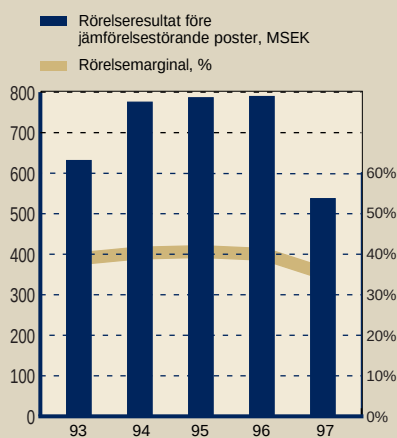


VIKTIGA VARUMÄRKEN

Red Man
Red Man Golden Blend
Red Man Select
Granger Select
J.D.'s Blend



RÖRELSERESULTAT FÖRE
JÄMFÖRELSESTÖRANDE POSTER SAMT
RÖRELSEMARGINAL 1993-1997



NYCKELTAL

MSEK där ej annat anges

	1993	1994	1995	1996	1997
Försäljning	1 633	1 934	1 941	1 983	1 546 ¹⁾
Rörelseresultat före jämförelsestörande poster	631	775	786	789	537 ²⁾
Rörelsemarginal, %	38,6	40,1	40,5	39,8	34,7

INVESTERINGAR OCH PERSONAL

MSEK där ej annat anges

	1997
Investeringar i materiella anläggningstillgångar	30
Medelantal anställda	609

¹⁾ Efter den första maj 1997 redovisas den externa faktureringen avseende Princecigaretter under Koncerngemensamt. I Cigarette Division kvarstår legotillverkningen. Detta innebär att av total Princeförsäljning under maj-december om 340 MSEK redovisas 121 MSEK i Cigarette Division och 219 MSEK under Koncerngemensamt.

²⁾ Det huvudsakliga bidraget från försäljningen av Princecigaretter redovisas i Cigarette Division.

Cigaretter

Cigarette Division står för 21 procent av koncernens försäljning och bidrar med 29 procent av rörelseresultatet. Försäljningen uppgick under 1997 till 1 546 MSEK (1 983), innebärande en minskning med 22 procent. Minskningen kan till stor del tillskrivas exceptionella skattehöjningar i Sverige. Samtidigt föll rörelseresultatet med 252 till 537 MSEK (789), vilket medförde att rörelsemarginalen sjönk från knappt 40 till 35 procent.

Cigarette Division tillverkade 6,3 miljarder cigaretter under 1997. Swedish Match har en marknadsledande ställning i Sverige (ca 50 procents marknadsandel) med varumärken som Blend, John Silver och Right. Blend är Swedish Matchs största märke med en andel på 32 procent av den svenska cigarettmarknaden. Divisionen tillverkar även rulltobak, där John Silver har en marknadsandel i Sverige på 54 procent. Också i Estland är Swedish Match marknadsledare med märket Rumba och har där totalt en andel på 35 procent av marknaden. Tillverkningen sker i Sverige. Divisionen marknadsför dessutom cigarettpapper och filter för handrullning på den engelska marknaden.

Cigarette Division har huvudkontor i Stockholm. Cigaretstillverkningen är numera helt koncentrerad till Malmö. Där tillverkas också rulltobak och filtercigariller.

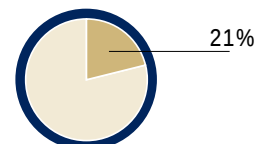
ÅRET 1997

Divisionens försäljning under 1997 uppgick till 1 546 MSEK (1 983), en minskning med 22 procent. Nedgången beror i huvudsak på en kraftigt minskad totalmarknad i Sverige, som svarar för cirka 80 procent av divisionens försäljning. Goda försäljningsökningar redovisas däremot för taxfree, Estland samt, för cigarettpapper och filter, i Storbritannien. Av försäljningsnedgången jämfört med 1996 hänförs sig 160 MSEK till lägre prisnivå på leveranser av Princecigaretter från divisionen till Tobaksvaruimporten (extern fakturering sker från Tobaksvaruimporten som redovisas under Koncerngemensamt). Försäljning om uppskattningsvis 75 MSEK tidigare lades till 1996 som en följd av hamstring inför skattehöjningen i Sverige den 1 januari 1997.

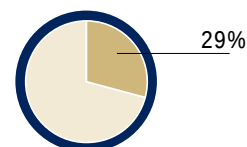
Divisionens rörelseresultat uppgick till 537 MSEK (789). Resultateffekten av volymnedgången i Sverige har endast till ca en tredjedel kunnat



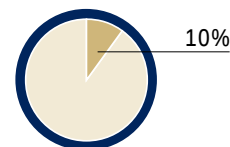
ANDEL AV KONCERNENS FÖRSÄLJNING



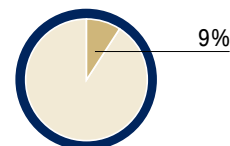
ANDEL AV KONCERNENS RÖRELSERESULTAT FÖRE JÄMFÖRELSESTÖRANDE POSTER SAMT KONCERNGEMENSAMT



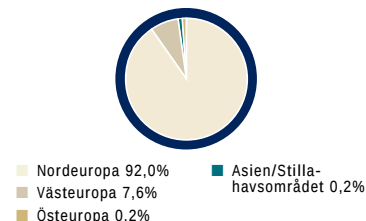
ANDEL AV KONCERNENS INVESTERINGAR



ANDEL AV KONCERNENS ANSTÄLLDA



FÖRSÄLJNING PER REGION





kompenstras av prishöjningar. Resultatet har belastats med kostnader i samband med relansering av nya Blend samt för att möta den hårdnande konkurrenssituationen på den svenska marknaden. Vinstförbättringar redovisas dock för taxfree, Estland och Storbritannien. Jämfört med 1996 har divisionens rörelseresultat genom Princeavtalet påverkats negativt med 60 MSEK. En tillkommande distributionsersättning om 16 MSEK redovisas under Koncerngemensamt. Hamstringeffekten på resultatet vid årsslutet 1996 har beräknats till 45 MSEK.

De reguljära leveranserna till den svenska marknaden för cigaretter sjönk under 1997 med 27 procent innebärande en totalmarknad på 6 miljarder cigaretter (8,3). Nedgången i volym är starkt korrelerad med de två stora skattehöjningarna på tobak den 1 januari och den 1 augusti, totalt uppgående till hela 62,8 procent. Priset på ett paket cigaretter i handeln har, som framgår av tabellen härintill, under 1997 ökat från 31:00 kronor till 44:50 kronor. Skattehöjningen den 1 januari 1997 gav dessutom upphov till en omfattande hamstring under slutet av 1996, vilket hade en negativ påverkan 1997 motsvarande ca 6 procent i årsvolym. Allt tyder på att nedgången i konsumtion avsevärt understiger 27 procent genom en kraftig ökning av smuggling, gränshandel, postorderförsäljning och taxfreeförsäljning. Som en följd av lägre leveranser har av Swedish Match under 1997 i Sverige utdebiterad tobaksskatt på cigaretter minskat med 0,6 procent till 6 343 MSEK, trots en genomsnittlig skattehöjning under 1997 om cirka 40 procent. Divisionens marknadsandel i Sverige var oförändrat ca 50 procent.

Efter krav från EU-kommissionen har Swedish Match och det danska tobaksföretaget Skandinavisk Tobakskompagni A/S (STK) tvingats omförhandla det mångåriga licensavtalet rörande tillverkning, marknadsföring och försäljning av cigarettmärket Prince på den svenska marknaden. Det nya Princeavtalet trädde i kraft den 1 maj 1997 och innebär att Swedish Match svarar för tillverkning och distribution av Prince (fakturerings till kund redovisas under Koncerngemensamt), medan STK övertar marknadsföringen och försäljningsarbetet genom ett svenskt dotterbolag. Avtalet, som löper till utgången av år 2001, gäller också rulltobaksmärket Escort.

Under året genomfördes ett omfattande program för kartläggning och analys av konsumenternas preferenser och beteenden i Sverige och på andra utvalda marknader. Detta har bland annat utmynnat i en ny serie Blend i reguljär storlek med "internationell smak" och i en förpackning med modernt utseende. Första varianten av den nya Blendfamiljen (Blend Kings) lanserades i Sverige på utvalda försäljningsställen i december. Mottagandet bland konsumenterna blev positivt. Relanseringen av Blendfamiljen kommer att ske i full skala under första halvåret 1998.

Under året lanserades också John Silver Lights på den svenska marknaden. I december 1997 träffades ett avtal mellan Swedish Match och R.J. Reynolds varigenom Swedish Match licensierades rätten att i Sverige från 1 januari 1998 marknadsföra och distribuera R.J. Reynolds' produkter, varav cigaretten Camel är den viktigaste. RJR-produkternas marknadsandel i Sverige uppgår för närvarande till knappt 2 procent.

CIGARETTMARKNADEN

Det konsumeras cirka 6 000 miljarder cigaretter per år i världen, vilket är dubbelt så många cigaretter som 1970. Detta innebär att totalmarknaden ökat med 3 procent per år under de senaste 25 åren, en trend som antas fortsätta. Andelen rökare har inte förändrats nämnvärt, utan följer befolkningsutvecklingen och är idag ca 1 150 miljoner.

I västvärlden är trenden negativ och rökningen minskar med 2-3 procent om året. Däremot ökar den i utvecklingsländerna och då främst i Asien och Östeuropa. Asien beräknas stå för mer än hälften av cigarettkonsumtionen i världen runt sekelskiftet.

Cigarettkonsumenten har en mycket hög grad av märkesmedvetande. Få produkter har så märkestrogna konsumenter. Cigarettindustrin präglas av mycket stora skalfördelar beträffande produktion, distribution och marknadsföring. Produktionen är helautomatiserad och en vanlig cigarettmaskin, t ex i malmöfabriken, producerar 7 000 cigaretter per minut. Mot bakgrund av de starka restriktionerna mot marknadsföring är det numera i många länder i princip omöjligt att introducera nya cigarettmärken. Globala tobaksföretag får därför en alltmer dominerande ställning med inarbetade varumärken och resurser att driva internationella kampanjer.

Swedish Matches cigarettdivision har varit utsatt för stark internationell konkurrens under en följd av år. Samtidigt har inhemska marknadsföringsrestriktioner och beskattning blivit hårdare.

STRATEGISK INRIKTNING

Divisionens huvudstrategi är att bibehålla och stärka sina positioner i Sverige och Baltikum. Varumärkeshantering och produktutveckling blir därvid viktiga faktorer. Omprofileringen av John Silver samt Blend är exempel på detta.

För långsiktig lönsamhet krävs dessutom tillkommande volymer genom en ökad internationalisering. Den geografiska expansionen avses ske selektivt i länder i Östeuropa och Asien.

BLEND GUL (fast högsta pris), SEK	per 1/1 1996	per 1/1 1997	per 1/8 1997
Försäljningspris Swedish Match	4:38	4:76	5:28
Handelsmarginal	5:11	5:25	5:40
Varuskatt	15:31	19:19	24:92
Moms	6:20	7:30	8:90
Pris till konsument	31:00	36:50	44:50

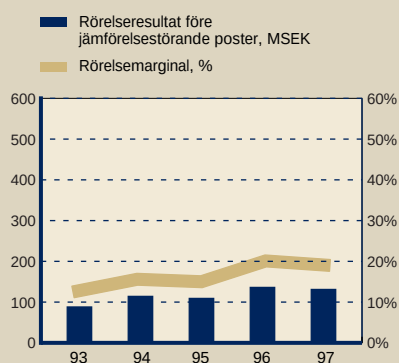


VIKTIGA VARUMÄRKEN

Blend
John Silver
Right
Point
Rumba
Leek



RÖRELSERESULTAT FÖRE
JÄMFÖRELSESTÖRANDE POSTER SAMT
RÖRELSEMARGINAL 1993-1997



NYCKELTAL

MSEK där ej annat anges

	1993	1994	1995	1996	1997
Försäljning ¹⁾	705	729	729	678	691
Rörelseresultat före jämförelsestörande poster ¹⁾	88	114	109	136	131
Rörelsemarginal, %	12,5	15,6	15,0	20,1	19,0

INVESTERINGAR OCH PERSONAL

MSEK där ej annat anges

	1997
Investeringar i materiella anläggningstillgångar	81
Medelantal anställda	1 369

¹⁾ Swedish Matches innehav om 40% i Arnold André redovisas enligt kapitalandelsmetoden.

Cigarrer

Swedish Match är en av världens största cigarrtillverkare med en årsproduktion på över en miljard cigarrer och en världsmarknadsandel på ca 7 procent. Försäljningen under 1997 ökade med 2 procent till 691 MSEK (678) medan rörelseresultatet sjönk till 131 MSEK (136). Rörelsemarginalen var 19 procent (20).

Cigarr Division tillverkar drygt 20 cigarmärken som marknadsförs i mer än 90 länder världen över. Inklusive det delägda tyska bolaget Arnold André uppgår produktionen till ca en miljard cigarrer om året. De största marknaderna är Väst- och Nordeuropa, men även andra marknader har en stor potential, till exempel USA och Asien. Den totala marknadsandelen i Europa är ca 16 procent. I Sverige har divisionen runt 80 procent av cigarrförsäljningen. På USA-marknaden är andelen än så länge mindre än en procent.

Det äldsta och mest kända märket är La Paz som lanserades redan 1814. Andra starka varumärken är Willem II, Clubmaster, Justus van Maurik, De Heeren van Ruysdael och den bland annat i USA lanserade handrullade cigarren Montague. I Sverige finns Bellman, Cortez och Frans Suell. Produktsortimentet omfattar alla typer av cigarrer/cigariller, från handrullade premiumcigarrer till lågpriscigarrer. Därmed täcker divisionen in hela cigarrmarknaden både vad gäller kvalitet och pris.

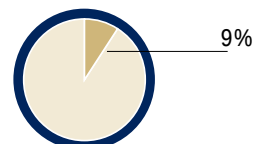
Divisionen har sitt huvudkontor i en nyuppförd anläggning i Valkenswaard (Holland). Divisionens produktionsanläggningar finns i Valkenswaard (Holland), Houthalen och Overpelt (Belgien), Jakobstad (Finland) och Pandaan (Indonesien). Det tyska företaget Arnold André, med produktionsanläggningar i Bünde och Königslutter (Tyskland), ägs av Swedish Match till 40 procent. I divisionen ingår även företaget Lareka, Valkenswaard (Holland) vars verksamhet består i reconditionering av maskiner för tobaksindustrin.

ÅRET 1997

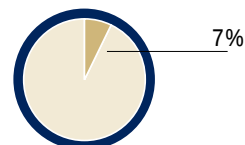
Divisionens försäljning uppgick till 691 MSEK (678), med en marginell ökning från året innan. Rörelseresultatet sjönk till 131 MSEK (136). En tillfällig volymnedgång i Holland och kostnader i samband med introduktionen av nya produkter samt satsningen på USA-marknaden är huvudanledningarna bakom resultatnedgången. Rörelsemarginalen sjönk till 19 procent (20).



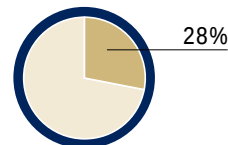
ANDEL AV KONCERNENS FÖRSÄLJNING



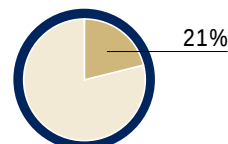
ANDEL AV KONCERNENS RÖRELSERESULTAT FÖRE JÄMFÖRELSESTÖRANDE POSTER SAMT KONCERNGEMENSAMT



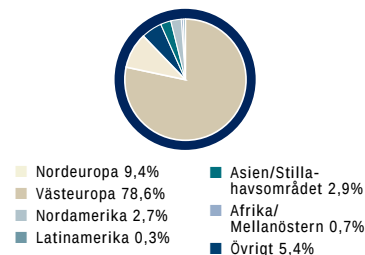
ANDEL AV KONCERNENS INVESTERINGAR



ANDEL AV KONCERNENS ANSTÄLLDA



FÖRSÄLJNING PER REGION





En fortsatt introduktion av cigarrer med testförsäljningar och initiala marknadsinvesteringar har genomförts i USA innebärande en viss volymökning men samtidigt en negativ resultatpåverkan för divisionen. I USA marknadsförs en helt ny typ av premiumcigarrer, så kallade longfiller, som säljs under varumärket Montague. Cigarrerna är handrullade och görs av tobakssorter av högsta kvalitet. Tillverkningen sker i divisionens fabrik i Indonesien, där produktionskapaciteten har utökats kraftigt inför USA-etableringen. Ändring av produktspecifikationer har försenat försäljningsstarten i USA. Under året tillverkades totalt ca 1 miljon cigarrer av Montague longfillertyp. Förutom handrullade Montague cigarrer tillverkas i Indonesien även halvfabrikat för de europeiska fabrikena. Valutakrisen i Asien får därmed en viss positiv effekt på divisionens resultat.

I Holland har under året en omstrukturering ägt rum i grossistledet. Detta har lett till en totalt sett lägre lagerhållning i handelsledet, något som har temporärt påverkat divisionens försäljning negativt. På marknaderna i Frankrike och Spanien har försäljning ökat och resultatnivån förbättrats.

Tillverkningen i Härnösand lades ned under 1997 och flyttades till Belgien. I slutet av november förvärvade Swedish Match R.J. Reynolds cigarrtillverkning i Finland, som har en årlig volym på 50 miljoner cigarrer, motsvarande 80 MSEK och en andel av 63 procent på den finska marknaden. R.J. Reynolds kommer även i fortsättningen att för Swedish Match räkning handha försäljning och distribution. Beslut har fattats om nedläggning av fabriken i Jakobstad i Finland under september 1998 samt överföring av produktionen till Belgien.

CIGARRMARKNADEN

Varje år säljs det i världen 14,6 miljarder cigarrer med ett försäljningsvärde på totalt 40 miljarder SEK. Av dessa säljs 6 miljarder cigarrer i Europa (42 procent) medan den amerikanska marknaden står för nära 5 miljarder cigarrer (33 procent). Prisläget i Europa är högre än i USA. Den på senare år kraftigt ökade efterfrågan på dyrare, högkvalitativa cigarrer på den amerikanska marknaden har dock gjort att det genomsnittliga prisläget där närmar sig det europeiska. Detta i kombination med en total marknadstillväxt gör den amerikanska marknaden mycket intressant för globala aktörer inom cigarrindustrin. Även på den europeiska marknaden märks en trend mot ökad konsumtion framförallt av högpriscigarrer.

Antalet aktörer på marknaden är stort med en mängd lokala småföretag vid sidan av de stora tillverkarna. Cirka tio företag står t ex för 70 procent av tillverkningen i Europa medan resterande del utförs av ett stort antal mindre familjeföretag. För att utnyttja skalfördelar inom automatiserade anläggningar för cigarrtillverkning har ett flertal sammanslagningar av företag gjorts under året. Denna utveckling förväntas att fortgå.

STRATEGISK INRIKTNING

Divisionens målsättning är att befästa sin position som en av världens största cigarrtillverkare, att fortsätta inriktningen på Europa som sin huvudmarknad samt att selektivt genomföra förvärv på befintliga och nya marknader.

Etablering skall också ske på nya marknader. En intressant ny marknad är USA, där divisionen startade sin försäljning under 1997. Potentialen där bedöms som mycket stor. Likaså är till exempel vissa länder i Asien med ökande levnadsstandard marknader som bör ha stora utvecklingsmöjligheter.

Divisionen arbetar aktivt med sina varumärken. För att möta intensifierad konkurrens lanseras nya produkter med divisionens välkända varumärkesnamn. Detta ökar konsumenternas uppmärksamhet för både nyintroducerade produkter och varumärkesfamiljerna.

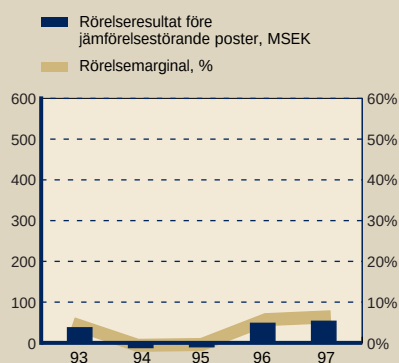


VIKTIGA VARUMÄRKEN

Montague
Willem II
La Paz
De Herren van Ruysdael
Frans Suell
Hofnar



RÖRELSERESULTAT FÖRE
JÄMFÖRELSESTÖRANDE POSTER SAMT
RÖRELSEMARGINAL 1993-1997



NYCKELTAL

MSEK där ej annat anges

	1993	1994	1995	1996	1997
Försäljning	791	796	835	846	834
Rörelseresultat före jämförelsestörande poster	37	-5	-3	48	53
Rörelsemarginal, %	4,7	-0,6	-0,4	5,7	6,4

INVESTERINGAR OCH PERSONAL

MSEK där ej annat anges

	1997
Investeringar i materiella anläggningstillgångar	60
Medelantal anställda	876

Tändare

Swedish Match är världens tredje största tillverkare av engångständare. De viktigaste marknaderna är Västeuropa, Östeuropa, USA och delar av Asien. Försäljningen har under 1997 varit i stort oförändrad med 834 MSEK (846). Rörelseresultatet blev 53 MSEK (48) innebärande en något förbättrad rörelsemarginal. Även om lönsamheten förbättrats kan den ännu inte betraktas som tillfredsställande.

Lighter Division är, jämte Match Division, den mest globalt orienterade divisionen inom koncernen. Den dominerande produkten är engångständaren Cricket. Enligt konsumentundersökningar står Crickettändaren för kvalitet, god design och "trendighet". Andra tändarvarumärken inom divisionen är Feudor och Poppell. Produktionen av tändarna sker i högt automatiserade fabriker i tre världsdelar. Lighter Division producerar även reklamprodukter i form av tändare med företagsnamn.

De största konkurrentprodukterna inom divisionens verksamhetsområde är den franska tändaren Bic och japanska Tokai. Swedish Match uppskattar sin andel av världsmarknaden till cirka 14 procent uttryckt i värde.

Divisionen har sitt huvudkontor i Nyon (Schweiz). Produktionsanläggningar finns i Lyon (Frankrike), Assen (Nederländerna), Manila (Filippinerna), Manaus och São João del Rei (Brasilien). I Vietnam och Malaysia finns två delägda bolag med monteringsfabriker för halvfabrikatsatser.

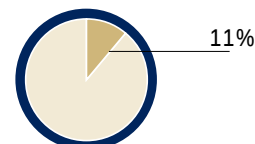
ÅRET 1997

Divisionens försäljning uppgick till 834 MSEK (846), en minskning med drygt 1 procent jämfört med föregående år. Rörelseresultatet ökade till 53 MSEK (48), vilket medförde en något förbättrad vinstmarginal, 6,4 procent (5,7). Utlevererade volymer sjönk med 3,5 procent främst p g a lägre försäljning till den amerikanska marknaden. Såväl försäljning som resultat påverkades positivt av valutautevecklingen. I årets resultat ingår en kostnad om totalt 10 MSEK avseende rationalisering av fabriken i Manila (Filippinerna).

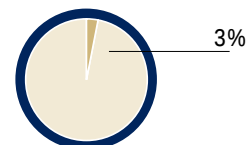
Kostnadsbesparingar har uppnåtts som bland annat beror på en kraftig reducering av sortimentet (mindre än hälften av antalet varianter sedan 1994) och en ökad grad av automatisering i tillverkningen.



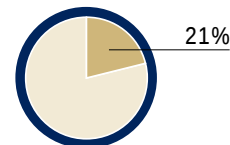
ANDEL AV KONCERNENS FÖRSÄLJNING



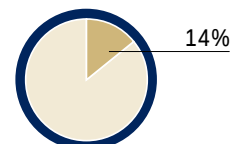
ANDEL AV KONCERNENS RÖRELSERESULTAT FÖRE JÄMFÖRELSESTÖRANDE POSTER SAMT KONCERNGENOMSNITT



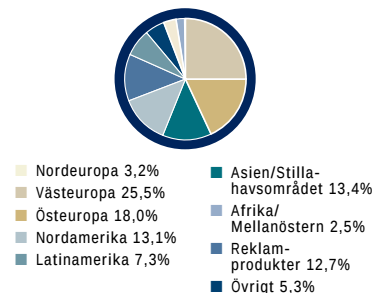
ANDEL AV KONCERNENS INVESTERINGAR



ANDEL AV KONCERNENS ANSTÄLLDA



FÖRSÄLJNING PER REGION





Swedish Match har under 1997 lanserat en ny minitändare i Frankrike med positivt mottagande. Detta är den första minitändaren av märket Cricket. På världsmarknaden är ungefär 15 procent av tändarna som säljs av minityp.

I USA har divisionen tappat volym och marknadsandelar i avsaknad av konkurrensmässigt barnsäkra tändare. Lansering av sådana beräknas ske under första delen av 1998 och förväntas bidra till att positionerna på USA-marknaden stärks. Den positiva försäljningsutvecklingen fortsätter i Östeuropa, framförallt i Ryssland. Den ekonomiska krisen i Asien har medfört pressade priser och volymer inom regionen. Divisionen har därför omprioriterat vissa expansionsprojekt. Den japanska lågpriskonkurrenten Tokai, som efter betalningsinställelse år 1994 stått under förvaltning, förvärvades under 1997 till 55 procent av ett japanskt gasföretag. Marknadskonsekvenserna av detta ägarbyte återstår fortfarande att se.

TÄNDARMARKNADEN

Världsmarknaden för engångständare uppskattas till ca 3,7 miljarder enheter per år och växer årligen med 1-2 procent i volym. I många utvecklingsländer där både antal rökare och inkomsten per capita stiger är tillväxttakten väsentligt högre. I Västeuropa och USA, där marknaden för tändare i stort följer utvecklingen av tobaksrökning, är marknaden vikande.

Världsmarknaden domineras av tre stora aktörer, Bic, Tokai och Swedish Match. Sammantaget producerar dessa tre aktörer 2 miljarder tändare, motsvarande drygt hälften av den uppskattade världsmarknadsandelen.

Med en försäljning av ca 400 miljoner tändare årligen uppgår Swedish Matchs marknadsandel till ca 11 procent i volym och 14 procent i värde. Crickettändaren tillhör premiumsegmentet och de viktigaste marknaderna är Västeuropa, USA, Ryssland, Malaysia och Japan. På många av de nya och växande marknaderna, exempelvis den östeuropeiska, är Swedish Match marknadsledande. I Ryssland har Swedish Match en marknadsandel på ca 40 procent, vilket är mer än de två största konkurrenterna tillsammans.

Köplojaliteten bland konsumenter mot ett visst märke är relativt låg. Detta gör att det är viktigt med hög tillgänglighet och god exponering i handeln. En kostnadseffektiv, global distribution och säljkår är därför ett viktigt konkurrensmedel.

STRATEGISK INRIKTNING

Lighter Division strävar efter att upprätthålla sin position som en av världens ledande tillverkare av engångständare. Divisionen avser även att befästa sin ställning som globalt kvalitetsledande. Ett viktigt led i dessa strävanden är att ytterligare stärka varumärket Cricket med inriktning på kvalitet och attraktiv design.

Nya marknadsinvesteringar koncentreras till de mest expanderande regionerna, främst i Östeuropa och Asien. Introduktion av tändare på nya geografiska marknader och strategiska förvärv blir en viktig del av utvecklingen. Strategiska förvärv leder till skalfördelar i produktion och större kritisk massa i marknadsföring och distribution.

Swedish Match är världens enda tillverkare av tändare som har erhållit kvalitetscertifieringen ISO 9002 för samtliga helägda produktionsenheter världen över. Målsättningen är att genom ständig utveckling och förbättring av produkterna skapa ett försprång i förhållande till övriga tillverkare.

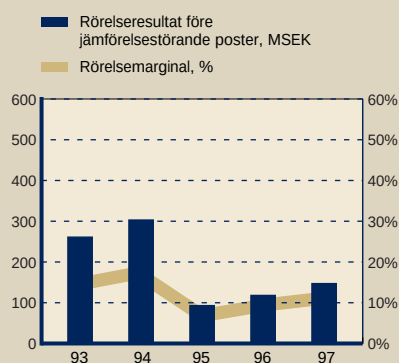


VIKTIGA VARUMÄRKEN

Cricket
Feudor
Poppell



RÖRELSERESULTAT FÖRE
JÄMFÖRELSESTÖRANDE POSTER SAMT
RÖRELSEMARGINAL 1993-1997



NYCKELTAL

MSEK där ej annat anges

	1993	1994	1995	1996	1997
Försäljning	1 825	1 754	1 358	1 241	1 299
Rörelseresultat före jämförelsestörande poster	261	303	93	118	147
Rörelsemarginal, %	14,3	17,3	6,8	9,5	11,3

INVESTERINGAR OCH PERSONAL

MSEK där ej annat anges

	1997
Investeringar i materiella anläggningstillgångar	61
Medelantal anställda	2 370

Tändstickor

Swedish Match är världens enda globala tändstickstillverkare med en andel av världsmarknaden om 7-8 procent i försäljningsvärde. Match Division ökade omsättningen till 1 299 MSEK (1 241) under 1997 och förbättrade rörelseresultatet med 29 MSEK till 147 MSEK (118). Rörelsemarginalen ökade därmed med nära två procentenheter till drygt 11 procent.

Match Division tillverkar och säljer ett komplett tändsticksprogram till kunder i cirka 140 länder. Varje land har oftast sina egna sedan länge välkända varumärken, t ex Solstickan i Sverige.

Match Divisions huvudkontor ligger i Nyon (Schweiz). Tändsticksfabriker finns i Tidaholm och Vetlanda (Sverige), Curitiba, Pirai och São Paulo (Brasilien), Valencia (Spanien), Szeged (Ungern) samt Geraardsbergen (Belgien). Delägda fabriker finns från och med 1998 även i Turkiet, Bulgarien och Indien.

Match Division äger också tillverkaren av maskinutrustning för tändstickstillverkning, Swedish Match Arencos, med enheter i Kalmar och Shanghai (Kina). Arencos förser hela divisionen med den högt automatiserade maskinparken och säljer också på externa marknader.

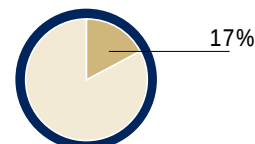
ÅRET 1997

Försäljningen ökade under året med 5 procent till 1 299 MSEK (1 241). Lägre volymer på den europeiska tändsticksmarknaden samt låg maskinförsäljning från Arencos har därvid mer än kompensats av högre priser och kursvinster. Rörelseresultatet förbättrades med 25 procent till 147 MSEK (118). Förutom tidigare nämnda faktorer har genomförda produktionsrationaliseringar, främst i Brasilien, påverkat rörelseresultatet positivt. Den för Swedish Match betydelsefulla brasilianska marknaden är nu på väg att stabiliseras med förbättrade marginaler som följd.

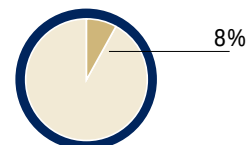
I december förvärvade Swedish Match majoriteten i två investmentföretag i Singapore, vilka äger 39 procent av aktierna i det börsnoterade indiska tändsticksföretaget Wimco Ltd. Detta företag är en av de största enskilda tändstickstillverkarna i världen och har också ett av de mest utvecklade distributionsnäten för konsumentprodukter i Indien. Omsättningen uppgår till ca 375 MSEK. Det primära syftet med förvärvet är att öppna den stora indiska marknaden för Swedish Match produkter i samverkan med partners med lokal kunskap och erfarenhet.



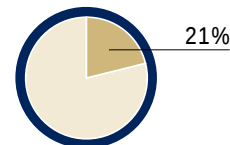
ANDEL AV KONCERNENS FÖRSÄLJNING



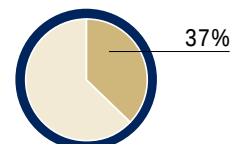
ANDEL AV KONCERNENS RÖRELSERESULTAT FÖRE JÄMFÖRELSESTÖRANDE POSTER SAMT KONCERNGENOMSNITT



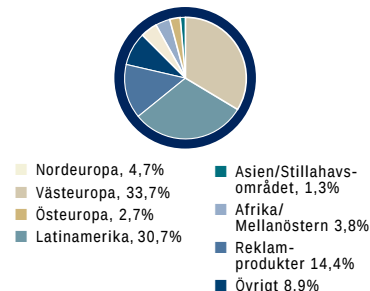
ANDEL AV KONCERNENS INVESTERINGAR

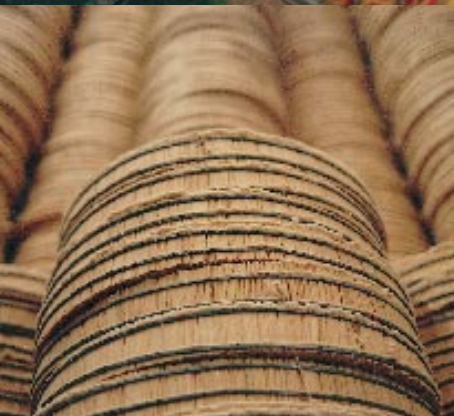


ANDEL AV KONCERNENS ANSTÄLLDA



FÖRSÄLJNING PER REGION





Swedish Match har också under slutet av året förvärvat 58 procent av aktierna i PLAM Bulgarski Kibrit JSCo, som är Bulgariens enda tändstickstillverkare med en omsättning på ca 35 MSEK. Hälften av de tändstickor som produceras går på export till grannländerna. Även här förväntas förvärvet ge insteg för flera av koncernens produkter på de intressanta marknaderna på Balkan.

Under hösten tecknade Swedish Match ett avtal med turkiska KAV Orman Sanayii A.S. om ett joint venture för utveckling av tändstickor och andra Swedish Match-produkter i Turkiet och i andra länder i regionen. Avtalet innebär att ett nytt bolag bildas, som Swedish Match kommer att äga till 60 procent. KAV överlåter sin befintliga tändsticksverksamhet, med en omsättning på 100 MSEK som i dagsläget har en marknadsandel på 45-50 procent av den turkiska marknaden.

TÄNDSTICKSMARKNADEN

Av de uppskattningsvis 6 000 miljarder tändstickor som konsumeras i världen varje år står Asien och Stillahavsregionen för 70 procent och Västeuropa för mindre än 2 procent. Den förstnämnda regionen svarar dock i värde endast för 20 procent av världsmarknaden, medan motsvarande siffra för Västeuropa är 7 procent. Tändsticksmarknaden i Brasilien är i volym ungefär lika stor som den västeuropeiska.

Merparten av världens tändstickstillverkning är högst lokal. Match Division, som är den största internationella aktören, har endast 3 procent av världsmarknaden räknat på antalet sålda tändstickor motsvarande 7-8 procent i försäljningsvärde.

Match Divisions huvudmarknader är Västeuropa och Brasilien, där divisionens försäljning uppgår till 550 MSEK respektive 330 MSEK. Swedish Matches andelar på dessa marknader är 60 respektive 54 procent. Divisionens tredje viktigaste marknad är Afrika/Mellanöstern med en försäljning på 65 MSEK under 1997. De östeuropeiska marknaderna täcks via export från framför allt divisionens fabrik i Ungern. Divisionen har haft en begränsad närvaro i Asien men med det nyligen genomförda förvärvet i Indien åstadkoms en ökad närvaro.

Reklamtändstickor utgör, med en försäljning på 190 MSEK, en viktig del av verksamheten.

Tändstickskonsumtionen är starkt kopplad till ekonomisk utvecklingsnivå. Ju högre levnadsstandard, desto färre tändstickor konsumeras per capita, men med högre kvalitet och pris. Den långsiktiga trenden i västvärlden är minskande konsumtion, exempelvis använder ca 95 procent av cigarettrökarna i väst tändare. Tändstickor utnyttjas här mest för andra ändamål i motsats till utvecklingsländerna, där elektrifiering och användandet av tändare ännu ej fått fullt genomslag. I de senare länderna stiger tändstickskonsumtionen fortfarande på grund av befolkningsökningen.

STRATEGISK INRIKTNING

Swedish Match är världens enda integrerade tändstickstillverkare och avser att befästa och ytterligare förstärka sin globala position. Produktstrategin innebär en fortsatt fokusering på kvalitetssegmentet av den globala tändsticksmarknaden samt på varumärkespositionering.

Marknaden är global och utsatt för prispress från tillverkare av lågkvalitativa tändstickor. En konkurrenskraftig kostnadsstruktur är därför en avgörande förutsättning för lönsamhet på tändsticksmarknaden. Koncernen strävar efter att kontinuerligt rationalisera produktionen genom effektivare produktionsteknik och förbättrat produktsortiment.

På de mogna tändsticksmarknaderna inriktar sig Swedish Match på att försvara och stärka sin position som marknadsledare. Det är därför strategiskt viktigt att kunna erbjuda ett heltäckande produktsortiment, inklusive volymtändstickor, och att möta priskonkurrens på redan etablerade marknader.

Överkapacitet och vikande efterfrågan på Swedish Matches befintliga marknader i väst gör expansion i tillväxtområden som Asien och Östeuropa till en viktig komponent i strategin. I exempelvis Kina och Indien tillsammans konsumeras över hälften av världens tändstickor. Swedish Match har därför fattat beslut om en förvärvs- och expansionsstrategi. Köpen av Wimco i Indien, PLAM Bulgarski Kibrit i Bulgarien samt den turkiska tändsticksverksamheten, är exempel på sådana förvärv som dessutom tillför koncernen nya marknader och distributionskanaler, inte minst för koncernens övriga produkter. Detta kommer även framgent att vara en mycket viktig uppgift för divisionen.

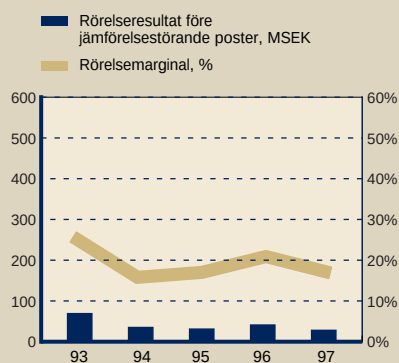


VIKTIGA VARUMÄRKEN

Three Stars
Solstickan
Swan Vestas
England's Glory
Swallow
Union Match
Fiat Lux



RÖRELSERESULTAT FÖRE
JÄMFÖRELSESTÖRANDE POSTER SAMT
RÖRELSEMARGINAL 1993-1997



NYCKELTAL

MSEK där ej annat anges

	1993	1994	1995	1996	1997
Försäljning	269	222	182	196	166
Rörelseresultat före jämförelsestörande poster	69	35	31	41	28
Rörelsemarginal, %	25,7	15,8	17,0	20,9	16,9

INVESTERINGAR OCH PERSONAL

MSEK där ej annat anges

	1997
Investeringar i materiella anläggningstillgångar	-
Medelantal anställda	105

Piptobak

Swedish Matchs division för Piptobak är en av världens största tillverkare och försäljare av piptobak med en världsmarknadsandel på ca 10 procent i volym räknat. Försäljningen sjönk med 15 procent till 166 MSEK (196) och rörelseresultatet minskade med 13 MSEK till 28 MSEK (41). Rörelsemarginalen utgjorde 17 procent (21).

Pipe Tobacco Divisions största varumärken är Borkum Riff, Half and Half och Velvet. Borkum Riff har en världsmarknadsandel på 6 procent och är ett av världens få globala varumärken för piptobak. Borkum Riffs andel av divisionens försäljning uppgår till ca 60 procent. Half and Half är divisionens största märke i USA med en andel på 8 procent av den amerikanska piptobaksförsäljningen.

Huvudmarknaderna är Nordamerika och Västeuropa (exklusive Norden) med volymer på 56 respektive 21 procent av divisionens försäljning medan försäljningen i Norden utgjorde 15 procent. Divisionens totala marknadsandel i Nordamerika uppgår till ca 19 procent, i Västeuropa till ca 3 procent och i Norden till ca 17 procent.

Huvudkontoret ligger i Richmond, Virginia (USA). Divisionen har idag inga egna fabriker utan tillverkar sina produkter i Cigarette Divisions fabrik i Malmö (Sverige) och i Chewing Tobacco Divisions fabrik i Owensboro, Kentucky (USA).

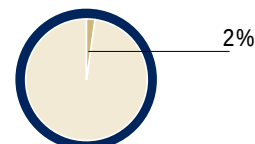
ÅRET 1997

Divisionens försäljning minskade till 166 MSEK från 196 MSEK året innan. Rörelseresultatet sjönk till 28 MSEK (41) och rörelsemarginalen till 17 procent (21).

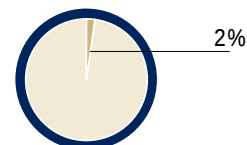
Försämringen av försäljningsvärde och rörelseresultat har huvudsakligen sin förklaring i vikande huvudmarknader samt i tidigareläggande av vissa leveranser från 1997 till slutet av 1996. I Sverige har fabriken i Arvika avvecklats och produktionen flyttats till malmöfabriken. I USA har rätten till marknadsföring av Borkum Riff på den amerikanska marknaden förvärvat från US Tobacco. Detta förväntas leda till ökad försäljning och bättre resultat fr o m 1998. Avtalet med US Tobacco härör från tiden innan Swedish Match hade egen verksamhet i USA.



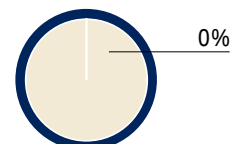
ANDEL AV KONCERNENS FÖRSÄLJNING



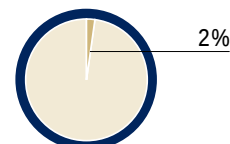
ANDEL AV KONCERNENS RÖRELSERESULTAT FÖRE JÄMFÖRELSESTÖRANDE POSTER SAMT KONCERNGENOMSNITT



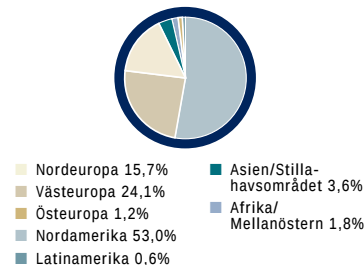
ANDEL AV KONCERNENS INVESTERINGAR

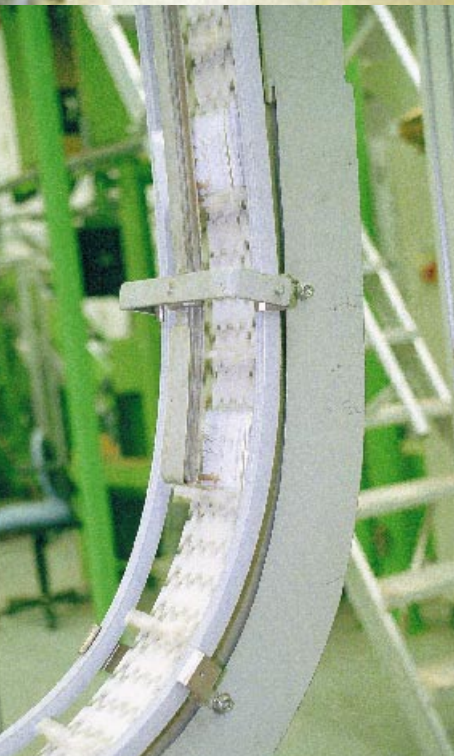


ANDEL AV KONCERNENS ANSTÄLLDA



FÖRSÄLJNING PER REGION





PIPTOBAKSMARKNADEN

Världsmarknaden för piptobak har präglats av en successiv nedgång under en följd av år. Minskningen har varit 6-8 procent i volym och 3-4 procent i försäljningsvärde per år under det senaste decenniet. Försäljningen av piptobak i världen, som 1997 utgjorde drygt 2 miljarder SEK, har sjunkit med ca en halv miljard SEK sedan 1992. Marknaden beräknas minska ytterligare de kommande åren.

Det växande intresset för cigarrökning i USA kan emellertid ge en möjlighet att dämpa den nedåtgående trenden för piptobak. Historiskt har det visat sig att cigarr- och piptobaksförsäljning är starkt korrelerade. De nya cigarrbutikerna i USA kommer också sannolikt att behöva bredda sortimentet, vilket kan innebära en ökad möjlighet till exponering av piptobak i sådana butiker. En stigande försäljning av pipor i USA kan också tyda på en kommande uppgång för försäljningen av piptobak.

USA svarar för 37 procent medan Danmark, Frankrike, Tyskland och Storbritannien tillsammans svarar för en tredjedel av världskonsumtionen av piptobak. Danskarna är, per capita, de största konsumenterna i världen. Även Sydafrika, Australien och Japan är viktiga marknader.

Piptobaksbranschen kännetecknas av vikande försäljning och överkapacitet i produktionen. De flesta tillverkarna tillämpar en "mjölkningsstrategi" med höga salupriser och ringa marknadsföringsinsatser.

STRATEGISK INRIKTNING

Pipe Tobacco Division har beslutat att satsa på en offensiv strategi för att uppnå tillväxt. Detta kan ske genom organisk tillväxt, men också genom strategiska förvärv. Swedish Match skiljer sig från flertalet konkurrenter genom att satsa offensivt i en bransch där de flesta andra aktörer intar en avvaktande position.

Den amerikanska marknaden skall utvecklas ytterligare, bland annat genom introduktion av nya produkter. Pipe Tobacco Division har idag inga eller obetydliga positioner i Tyskland, Frankrike och Storbritannien. På dessa marknader är piptobak väl etablerad och konsumenterna har specifika preferenser vad gäller smak och typ. Divisionens försäljning bör här kunna ökas under de kommande åren genom riktade marknadsföringsinsatser.

Generellt avser Pipe Tobacco Division att fortsätta exploateringen av Borkum Riff globalt och att marknadsföra märket mer offensivt.



VIKTIGA VARUMÄRKEN

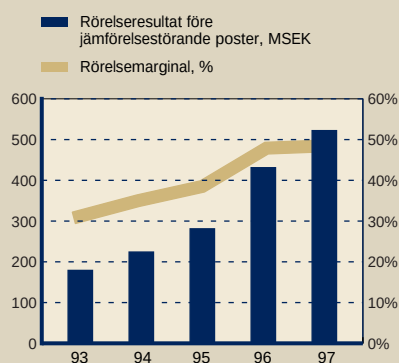
Borkum Riff

Half & Half

Hamiltons Blandning



RÖRELSERESULTAT FÖRE
JÄMFÖRELSESTÖRANDE POSTER SAMT
RÖRELSEMARGINAL 1993-1997



NYCKELTAL

MSEK där ej annat anges

	1993	1994	1995	1996	1997
Försäljning	581	640	729	900	1 079
Rörelseresultat före jämförelsestörande poster	179	224	281	431	522
Rörelsemarginal, %	30,8	35,0	38,5	47,9	48,4

INVESTERINGAR OCH PERSONAL

MSEK där ej annat anges

	1997
Investeringar i materiella anläggningstillgångar	19
Medelantal anställda	407

Snus

Snus är det starkast växande produktområdet inom Swedish Match. Med restriktionerna mot tobaksrökning får rökfria alternativ en allt större marknadspotential. Divisionens största marknader är Sverige inkl taxfree (82 procent av försäljningen) och USA (15 procent). Försäljningen under 1997 uppgick till 1 079 MSEK (900), en ökning med 20 procent. Rörelseresultatet för året blev 522 MSEK (431), vilket ger en rörelsemarginal på 48 procent (48).

Snuff Division dominerar på de svenska och norska marknaderna med de namnkunniga varumärkena Generalsnus, Ettan och Grovsnus. I Sverige svarar snus för 27,6 procent av den totala tobakskonsumtionen.

Snuff Division har sitt huvudkontor och tillverkning i Göteborg. Tillverkningen för den amerikanska marknaden sker i Chewing Tobacco Divisions fabrik i Owensboro, Kentucky, (USA).

ÅRET 1997

Divisionens starka tillväxt fortsatte även under 1997. Försäljningen ökade med 20 procent till 1 079 MSEK (900). Högre volymer i USA samt höjda priser i Sverige bidrog till försäljningsökningen.

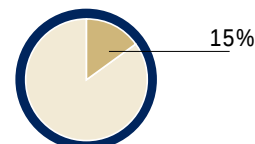
Rörelseresultatet förbättrades med 21 procent till 522 MSEK (431). Försäljningstillväxten har i genomsnitt varit ca 17 procent per år den senaste femårsperioden och under samma period ökade rörelsemarginalen från 30 till 48 procent. Den förbättrade rörelsemarginalen förklaras, förutom av försäljningstillväxten, också av höjda priser samt den successivt förändrade produktmixen, med en ökad andel portionssnus i Sverige.

De två skattehöjningarna i Sverige under 1997, i januari respektive augusti, påverkade den inhemska försäljningen negativt i volym räknat, men detta kompensades av en 60-procentig ökning av taxfreeförsäljningen. Som framgår av tabellen sid 39 ökade konsumentpriset på en dosa Generalsnus med 6 SEK till 21:50 SEK på åtta månader. Varuskatt och moms utgör nu nära 50 procent av priset till konsument. I samband med skattehöjningarna har Swedish Match också genomfört egna pris-höjningar.

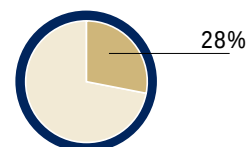
Totalt uppgick försäljningen i Sverige och på taxfreemarknaden till 886 MSEK (765). Portionssnus mätt i antal snusdosor ökade till närmare 40 procent av försäljningen. Försäljningen på den amerikanska marknaden uppgick till 158 MSEK (103) varvid marknadsandelen ökade under året från 2,3 procent till 3,2 procent.



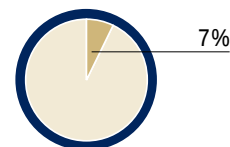
ANDEL AV KONCERNENS FÖRSÄLJNING



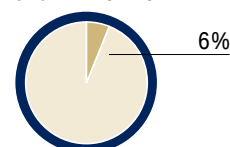
ANDEL AV KONCERNENS RÖRELSERESULTAT FÖRE JÄMFÖRELSESTÖRANDE POSTER SAMT KONCERNGENOMSNITT



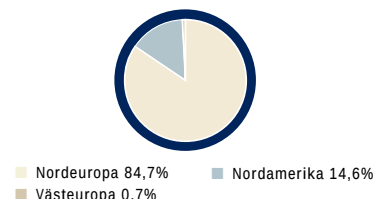
ANDEL AV KONCERNENS INVESTERINGAR



ANDEL AV KONCERNENS ANSTÄLLDA



FÖRSÄLJNING PER REGION





Marknadsledande US Tobacco gjorde i augusti en lågprissatsning, varvid Swedish Match tvingades sänka priset på sin huvudprodukt, Timber Wolf, från USD 1:10 till USD 0:70 per dosa. En prishöjning från USD 0:70 till USD 0:90 genomfördes senare av US Tobacco vid årsslutet.

SNUSMARKNADEN

Mot bakgrund av den ökande regleringen av tobaksrökning får rökfria alternativ till användning av tobak en allt större utbredning. I Sverige är snus en produkt med mycket gamla anor som på senare tid fått en allt bättre social acceptans framför allt genom introduktionen av portionsförpackningar. Snuset förväntas därför få en fortsatt tillväxt. Med en ändrad inställning till snuset också på andra marknader kan helt nya möjligheter öppna sig, exempelvis inom EU där förbud mot försäljning av snus f n råder. Sverige är undantaget genom avtal. Den svenska marknaden (inkl taxfree) uppgår till 150 miljoner dosor med Swedish Match som enda större aktör.

Intressant är också att notera att det i många delar av världen används tobak på ett sätt som liknar snusandet. Mycket stora mängder av rökfri tobak för oralt bruk, konsumeras bland annat i Indien, Pakistan och stora delar av Afrika.

Swedish Matchs snusförsäljning på den nordamerikanska marknaden har de senaste åren haft stora framgångar. Totalmarknaden i USA uppgår till 850 miljoner dosor snus per år, vilket är nästan sex gånger så mycket som i Sverige. Från introduktionen av Swedish Matchs nuvarande produktsortiment för ca tre år sedan har försäljningen varit ständigt uppåtgående och marknadsandelen överstiger nu 3 procent och når i vissa delstater upp till omkring 10 procent.

Den dominerande aktören är US Tobacco (marknadsandel cirka 78 procent) med sina varumärken Copenhagen och Skoal, båda inom högprissegmentet. Denna högprisstrategi har givit upphov till ett snabbt växande lågprissegment, i vilket Swedish Matchs huvudprodukt Timber Wolf samt vissa andra konkurrerande produkter snabbt vuxit. US Tobacco's lansering av en egen lågprisprodukt, Red Seal, tycks ha påskyndat tillväxten av detta segment i sin helhet.

STRATEGISK INRIKTNING

Swedish Match strategiska mål för Snuff Division är tillväxt i första hand på de svenska och amerikanska marknaderna. Förutsättningarna för marknadstillväxt i Sverige, där Swedish Match dominerar marknaden, är goda med en ökad övergång från cigarettrökning till rökfri tobaksanvändning. Snuff Division bedriver en kontinuerlig produktutveckling för att anpassa det rökfria alternativet snus till behovet hos olika kategorier av konsumenter. Detta har lett till en intensifierad satsning på det lönsamma portionssnussegmentet vars andel av konsumtionen i Sverige är snabbt stigande. Kvinnliga konsumenter i Sverige svarar nu för cirka 10 procent av konsumtionen, mycket tack vare introduktionen av den s.k. "mini-prillan". I USA finns det goda förutsättningar till

högre försäljning genom en ökning av marknadsandelen. Trots att Swedish Match har vuxit snabbt på den amerikanska marknaden så är marknadsandelen ännu bara drygt 3 procent. Betydande geografiska marknader i USA återstår dock fortfarande att bearbeta för Swedish Match. Varje vunnen procentandel av marknaden innebär en betydande försäljningstillväxt.

Divisionen arbetar även aktivt med geografisk expansion främst till länder i Asien och Afrika där snusliknande produkter traditionellt används.

GENERAL lössnus (riktpris), SEK	per 1/1 1996	per 1/1 1997	per 1/8 1997
Försäljningspris Swedish Match	4:65	4:98	5:53
Handelsmarginal	4:00	4:62	5:52
Varuskatt	3:75	4:80	6:15
Moms	3:10	3:60	4:30
Pris till konsument	15:50	18:00	21:50



VIKTIGA VARUMÄRKEN

Generalsnus
 Ettan
 Grovsnus
 Röda Lacket
 Göteborgsrapé
 Catch
 Probe
 Timber Wolf
 Renegades

ONE GLOBAL COMPANY

En gemensam företagskultur

Samtidigt som den övergripande organisatoriska strukturen introducerades ändrades namnet på de flesta av koncernens bolag och operativa enheter så att all verksamhet nu bedrivs under namnet Swedish Match. Den grafiska profilen förnyades och samordnades så att den yttre Swedish Match-identiteten tydliggörs som "One Global Company".

FÖRÄNDRINGSARBETET OCH MEDARBETARNA

Ytliga förändringar såsom ett namnbyte är relativt lätta att genomföra. Men för att en helt ny organisation skall få genomslag och aktivt bidra till att koncernens uttalade tillväxtstrategi ger resultat, krävs ett stort engagemang av företagsledningen och alla medarbetare. Den nya globala organisationen har vuxit fram ur fyra olika företagsgrupper där varje företag hade sin kultur. Dessa håller nu på att sammansmältas och skall samverka inom ramen för ett företag och med en gemensam kultur. Eftersom Swedish Match är en världsomspännande organisation med medarbetare från alla olika delar av världen måste den gemensamma företagskulturen formas med respekt för kulturella och individuella skillnader.

Swedish Matches grundläggande personlidé för att uppnå affärsmålen är att vara ett attraktivt företag för yrkesskickliga människor med ambitioner att utveckla verksamheten och sig själva oberoende av var i världen de arbetar.

För samtliga 6 500 medarbetare som arbetar på något av Swedish Matches 85 kontor och fabriker över hela världen presenterades i september 1997 ett program för intern utveckling och utbildning. Programmet "the Global Challenge" sträcker sig över flera år och den betydande satsningen på världskappseglingen Whitbread Round the World Race 1997/98 är en viktig del i detta. Förutom att ge positiva externa marknadsföringseffekter skall båten Swedish Match och dess internationella besättning representera de grundvärderingar som skall genomsyra den nya organisationen och ange riktningen för personalpolitiken. Det är grundvärderingar som riktar sig till alla anställda och som sätter riktlinjer för alla medarbetares sätt att verka i företaget:

Kommunikation (Communication)

Kommunikation över alla gränser är basen för den nya företagskulturen.

Samarbete (Teamwork)

Medarbetarna skall arbeta tillsammans i team på sina egna arbetsplatser och över alla geografiska och kulturella gränser som medlemmar av Swedish Matches globala team.

Förtroende (Trust)

Medarbetarna uppmanas att agera på eget ansvar, utan allt för detaljerade instruktioner. Och de ska kunna känna förtroende för Swedish Match som ett företag som håller sina löften.

Nytänkande (Innovation)

Varje medarbetare i Swedish Match ska kunna och vilja lägga fram sina egna kreativa idéer om allt som rör företaget lokalt eller globalt.

Erkänsla (Recognition)

Alla medarbetare ska uppmärksammas för sitt arbete och sina idéer om hur företaget ska utvecklas.

Tillväxt (Growth)

Kommersiell och mänsklig tillväxt är övergripande mål för Swedish Match. Att utveckla människor är en förutsättning för att nå de kommersiella målen.

Dessa sex grundvärderingar ligger till grund för Swedish Matches strategier för personalarbete. Det praktiska förändringsarbetet skall ske på varje arbetsplats i den globala organisationen och utgå från ett antal huvudstrategier.

En viktig strategi är ledarskap för förnyelse. Det är cheferna på alla nivåer inom organisationen som är nyckelpersoner när det gäller att förändra företaget och sättet att arbeta. En annan huvudpunkt är att samtliga medarbetare måste stärka sin egen kompetens och vara beredda på att anta nya utmaningar. En gemensam företagskultur skall byggas, där spelreglerna är gemensamma och tydliga. De bästa medarbetarna skall rekryteras bland annat med stöd av enhetliga belöningssystem.

WHITBREAD – ETT SAMLANDE GREPP

Whitbreadseglingen har använts som en enande länk i det pågående förändringsarbetet. Varje gång båten Swedish Match och dess besättning angör en hamn startar ett stort flöde av information inom företaget. Information om Swedish Matches verksamhet i den region där båten finns sänds ut till alla anställda. Länder, olika kulturer och medarbetare presenteras och den allmänna kunskapen om det egna företaget ökas för varje avverkad etapp i seglingen. På detta sätt förenas olika kulturer runt en gemensam företagskultur och en gemensam uppgift – att göra en stark insats i hård internationell konkurrens. Kunskapen, samarbetet och förståelsen stärks samtidigt som båten och dess besättning i sig symboliserar och representerar de sex grundvärderingarna och vad som krävs av medarbetarna inom Swedish Match.

Ett uppmärksammat evenemang som Whitbread Round the World Race ger självklart även externa värden. Whitbread Round The World Race är världens mest kända seglingstävling. Den mycket krävande seglingen är ett tufft och spännande möte mellan människa och natur.

Whitbread har blivit ett av världens mest uppmärksammade sportevenemang med deltagare från hela världen. Detta gör Whitbread till en perfekt sponsorsatsning för Swedish Match. Tävlingen bygger på kompetens, samarbete, förtroende, nytänkande, erkänsla och engagemang - samma egenskaper som utgör styrkan i Swedish Matches globala organisation. Swedish Match deltar genom att sponsra en båt i tävlingen. Den är byggd speciellt för detta ändamål och bär företagets namn och färger.



FINANS-

förvaltning

Swedish Matches verksamhet medför finansiella riskexponeringar främst inom valuta- och ränteområdet. Styrelsen för Swedish Match har fastställt en finanspolicy vilken har till syfte att minimera koncernens risker vad avser valutarisk, ränterisk, kreditrisk samt finansiering och likviditet. Dessa risker hanteras centralt av Swedish Match Corporate Treasury som en del av moderbolaget och inom ramen för ett i den fastställda finanspolicy väldefinierat riskmandat.

Utöver den finansverksamhet som bedrivs av Swedish Match Corporate Treasury i Stockholm sker även internutlåning till koncernbolag från det helägda dotterbolaget Swedish Match Finance, Irland. Detta bolags verksamhet bedrivs enligt fastställd finanspolicy och inom ramen för Swedish Match Corporate Treasurys riskmandat.

VALUTARISK

Koncernen har betalningsströmmar i flera olika valutor vilket ger upphov till kommersiell eller finansiell riskexponering som får effekter på koncernens resultat. Resultatet påverkas också när de utländska dotterbolagens resultat och nettotillgångar omräknas till svenska kronor, s k omräkningsexponering.

Kommersiell transaktionsexponering

Kommersiella valutaflöden i andra valutor än respektive dotterbolags hemmavaluta ger upphov till transaktionsexponering. I enlighet med koncernens valutapolicy säkras 40-60 procent av nettoexponeringen av kontrakterade och förväntade nettoflöden i annan valuta än hemmavalutan. Säkringen sker med en tidshorisont på rullande 12 månader. Dotterbolagen säkrar sig genom interna terminskontrakt med Swedish Match Corporate Treasury, som sedan gör externa terminsaffärer med banker i syfte att reducera koncernens totala riskexponering. Som framgår av tabell 1 hade Swedish Match vid utgången av 1997 utestående terminskontrakt för säkring av framtida kommersiella betalningsflöden till ett bokfört värde av netto 2 MSEK.

Per 31 december 1997 uppgick koncernens totala prognosticerade transaktionsexponering, netto, i utländsk valuta mot SEK till cirka 7 MSEK för de kommande 12 månaderna (se diagram 1). Som framgår av diagrammet förekommer dock större exponeringar i enskilda valutor.

Tabell 1. Swedish Match-koncernens terminskontrakt (MSEK)

Kursräkringar av framtida kommersiella betalningsflöden		Kursräkring av placeringar och lån	
CHF	128	CNY	-17
EEK	-26	FIM	-34
FRF	11	FRF	-18
GBP	-72	HUF	-37
IEP	-8	IDR	-26
NLG	96	PHP	-67
SEK	51	SEK	367
USD	-148	USD	-170
Övr.	-30	Övr.	-3
Totalt	2	Totalt	-5

Diagram 1. Transaktionsexponering i gruppens viktigaste valutor (MSEK)

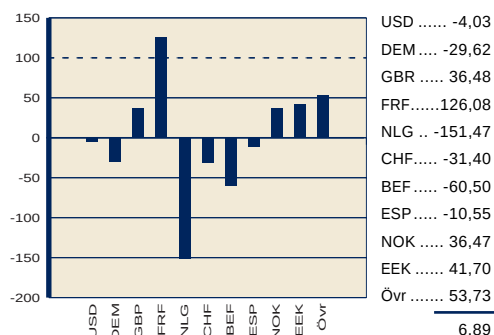
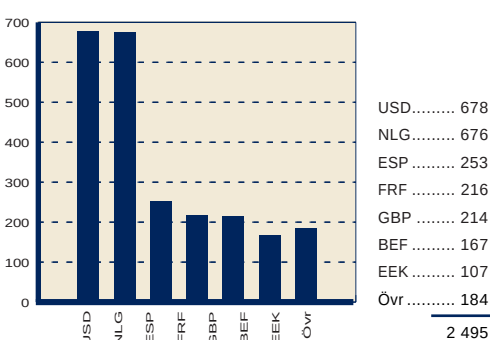


Diagram 2. Nettotillgångar i utländsk valuta (MSEK)



Finansiell transaktionsexponering

Dotterbolagens finansiering skall enligt finanspolicyn ske på ett sådant sätt att de ej utsätts för någon valutarisk. Detta åstadkoms normalt genom upplåning från Corporate Treasury i respektive dotterbolags lokala valuta. Endast i de fall det p.g.a. valutaregleringar eller andra orsaker ej är möjligt att finansiera dotterbolagen i lokal valuta, sker upplåning i annan valuta. Lånen skall då valutasäkras genom interna terminskontrakt med Swedish Match Corporate Treasury.

Omräkningsexponering

Det egna kapitalet i Swedish Matches utländska dotter- och intressebolag uppgick vid utgången av 1997 till 2 495 MSEK (se diagram 2). Swedish Match har beslutat att tills vidare ej valutasäkra det egna kapitalet i dotterbolagen.

RÄNTERISK

Hur snabbt en varaktig ränteförändring får genomslag på koncernens räntenetto beror på upplåningens samt placeringarnas räntebindningstid. Den genomsnittliga räntebindningstiden för koncernens räntebärande tillgångar uppgick per 31 december 1997 till 17 dagar och för koncernens räntebärande skulder till 221 dagar per samma datum.

Koncernens räntebärande tillgångar hade en genomsnittsränta om 4,9 procent per 31 december 1997. För koncernens samlade låneportfölj var genomsnittsräntan 5,1 procent per samma datum.

KREDITRISK

Enligt Swedish Matches finanspolicy får placeringar, förutom på bankräkning, endast göras i svenska statsskuldsväxlar och riksobligationer samt i värdepapper utgivna av vissa motparter vilka specificerats på av företagsledningen godkänd motpartslista. Samtliga motparter på denna lista har en lång rating om lägst A enligt Standard & Poor's eller motsvarande. Per 31 december 1997 var 365,7 MSEK av koncernens likvida medel placerade i bankräkning och 196,9 MSEK placerade i form av bankdepositioner.

FINANSIERING OCH LIKVIDITET

Koncernens upplåning sker huvudsakligen genom ett svenskt certifikatprogram med en låneram om 2 000 MSEK, vilken per 31 december 1997 var utnyttjat med 777 MSEK. Certifikatprogrammet har en s.k. back-up facility i form av ett syndikerat banklån med en låneram om 2 000 MSEK, vilken per 31 december 1997 var helt utnyttjad. Därutöver finns ett treårigt fastförräntat obligationslån om 200 MSEK, vilket förfaller den 8 september år 2000 och har en räntesats om 6,05 procent.

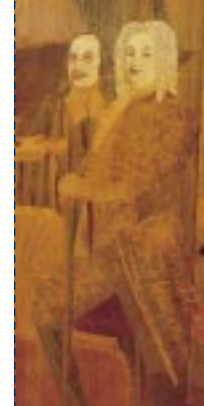
Koncernens policy är att i så stor utsträckning som möjligt utjämna likvida medel mot upplåning för att minimera upplåningskostnaden. Cashpools har därför införts i Sverige, Storbritannien, Tyskland och USA och planeras under 1998 att införas även i Nederländerna, Frankrike och Belgien.

FEM ÅR

i sammandrag

Koncernens resultaträkningar	1993	1994	1995	1996	1997
Försäljning	7 423	7 760	7 435	7 416	7 465
Kostnad för sålda varor	-3 810	-3 888	-3 761	-3 653	-3 615
Bruttovinst	3 613	3 872	3 674	3 763	3 850
Försäljnings- och adm kostnader mm	-2 201	-2 304	-2 201	-2 056	-2 281
Resultatandelar i intressebolag	17	11	21	16	17
Jämförelsestörande poster	-53	144	189	-123	-
Rörelseresultat	1 376	1 723	1 683	1 600	1 586
Räntenetto	-173	-129	-107	-81	-17
Övriga finansiella poster	5	31	0	11	-11
Finansiella poster, netto	-168	-98	-107	-70	-28
Resultat efter finansiella poster	1 208	1 625	1 576	1 530	1 558
Inkomstskatter	-362	-487	-473	-439	-512
Minoritetsandelar	-1	-15	-6	18	-1
Årets resultat	845	1 123	1 097	1 109	1 045
Vinst/aktie efter full skatt före jämförelsestörande poster, SEK	1:90	2:20	1:89	2:59	2:25
Vinst/aktie efter full skatt efter jämförelsestörande poster, SEK	1:82	2:42	2:37	2:39	2:25
Koncernens balansräkningar	1993	1994	1995	1996	1997
Tillgångar					
Immateriella anläggningstillgångar	765	640	563	516	757
Materiella anläggningstillgångar	2 002	2 048	2 002	1 939	2 050
Övriga operativa anläggningstillgångar	163	126	98	94	176
Finansiella anläggningstillgångar	23	67	80	278	308
Kortfristiga operativa tillgångar	3 750	3 393	2 980	2 964	3 125
Kortfristiga finansiella fordringar	281	288	119	144	153
Kassa och bank	535	961	804	942	563
Summa tillgångar	7 519	7 523	6 646	6 877	7 132
Eget kapital och skulder					
Eget kapital	1 757	1 760	1 557	2 314	2 972
Minoritetsintressen	123	121	105	54	20
Avsättningar	555	574	630	663	656
Långfristiga skulder till kreditinstitut	3	2	9	4	209
Övriga långfristiga skulder	83	60	35	29	27
Kortfristiga skulder till kreditinstitut	2 170	1 902	1 990	1 015	825
Övriga kortfristiga skulder	392	646	174	508	290
Kortfristiga operativa skulder	2 436	2 458	2 146	2 290	2 133
Summa eget kapital och skulder	7 519	7 523	6 646	6 877	7 132
Aktiekapital	405	408	408	927	927
Utdelning	-	-	-	510	510 ¹⁾
Medelantal anställda	10 242	7 658	7 306	6 580	6 467

¹⁾ Föreslagen utdelning



Nyckeltal	1993	1994	1995	1996	1997
Rörelsemarginal, %	19,3	20,3	20,1	23,2	21,2
Avkastning på operativt kapital, %	36,8	39,9	41,3	49,9	42,7
Avkastning på eget kapital, %	54,2	63,9	66,1	57,3	39,5
Räntetäckningsgrad, %	6,9	9,0	9,1	9,6	24,9
Skuldsättningsgrad, %	87,1	50,1	71,9	3,2	15,7
Soliditet, %	25,0	25,0	25,0	34,4	41,9
Investeringar	532	376	302	217	292
Operativt kapital	4 244	3 749	3 497	3 224	3 975
Nettoskuld	1 638	943	1 195	77	471
Redovisning per division	1993	1994	1995	1996	1997
Försäljning					
Tuggtobak	1 208	1 233	1 173	1 043	1 149
Cigaretter	1 633	1 934	1 941	1 983	1 546
Cigarrer	705	729	729	678	691
Tändare	791	796	835	846	834
Tändstickor	1 825	1 754	1 358	1 241	1 299
Piptobak	269	222	182	196	166
Snus	581	640	729	900	1 079
Koncerngemensamt och eliminerings	411	452	488	529	701
Summa	7 423	7 760	7 435	7 416	7 465
Rörelseresultat före jämförelsestörande poster					
Tuggtobak	264	277	336	368	420
Cigaretter	631	775	786	789	537
Cigarrer	88	114	109	136	131
Tändare	37	-5	-3	48	53
Tändstickor	261	303	93	118	147
Piptobak	69	35	31	41	28
Snus	179	224	281	431	522
Koncerngemensamt och eliminerings	-100	-144	-139	-208	-252
Summa	1 429	1 579	1 494	1 723	1 586
Rörelsemarginal, %					
Tuggtobak	21,9	22,5	28,6	35,3	36,6
Cigaretter	38,6	40,1	40,5	39,8	34,7
Cigarrer	12,5	15,6	15,0	20,1	19,0
Tändare	4,7	-0,6	-0,4	5,7	6,4
Tändstickor	14,3	17,3	6,8	9,5	11,3
Piptobak	25,7	15,8	17,0	20,9	16,9
Snus	30,8	35,0	38,5	47,9	48,4

FÖRVALTNINGS- berättelse

FÖRSÄLJNING OCH RÖRELSERESULTAT

Swedish Match-koncernens försäljning för 1997 uppgick till 7 465 MSEK (7 416). Försäljningen har påverkats positivt av en valutaeffekt på 5 procent. Försäljningsökningar för ett flertal divisioner, främst Snuff Division, kompenserade nedgången för Cigarette Division.

Rörelseresultatet före jämförelsestörande poster uppgick till 1 586 MSEK (1 723) efter en positiv valutaeffekt på 5 procent. Vinstbortfallet för Cigarette Division har därvid endast delvis kunnat kompenseras av förbättringar för rökfri tobak och tändstickor.

Den svenska totalmarknaden för cigaretter har under året sjunkit med 27 procent. Nedgången i volym är starkt korrelerad med de två skattehöjningarna på tobak under året och resultateffekten av volymnedgången har endast till cirka en tredjedel kunnat kompenseras av prishöjningar. Jämfört med 1996 har dessutom rörelseresultatet i koncernen påverkats negativt genom hamstringen i december 1996, samt Prince-avtalet som trädde i kraft den 1 maj 1997. Nettokostnaden för de koncerngemensamma aktiviteterna ökade till 252 MSEK (208). I beloppet ingår bl a kostnader för deltagande som sponsor i världskappseglingen Whitbread Round the World Race samt kostnader för ett globalt internt projekt, Swedish Match Global Challenge. Kostnaderna för dessa projekt beräknas få samma omfattning under 1998. Det interna projektet syftar till att, i linje med den nya koncernstrukturen från 1 januari 1997, stärka den globala samverkan inom företaget och därigenom också stärka den globala affärsverksamheten.

FINANSNETTO

Räntenettot uppgick till -17 MSEK (-81). Övriga finansiella poster, netto uppgick till -11 (11) och hänför sig bl a till kursvinster och kursförluster på finansiella tillgångar och skulder. Den övervägande delen av kursförlusterna har uppkommit i dotterbolag i Indonesien och Filippinerna.

SKATT

Koncernens skattekostnad uppgick till 512 MSEK motsvarande en skattebelastning på 32,8 procent. Se även not 5, sidan 54.

VINST PER AKTIE OCH FÖRSLAG TILL UTDELNING

Vinst per aktie blev 2:25 SEK (2:39). Styrelsen har i enlighet med företagets utdelningspolicy beslutat att föreslå bolagsstämman att till aktieägarna utdela 1:10 SEK (1:10) per aktie. Årets föreslagna utdelning motsvarar 49 procent av årets resultat.

FÖRVÄRV

Genom avtal med R.J. Reynolds International förvärvades per den 1 december 1997 deras cigarrfabrik i Jakobstad i Finland. Avtalet innebär att alla R.J. Reynolds cigarrvarumärken överfördes till Swedish Match. R.J. Reynolds OY kommer dock även i fortsättningen att för Swedish Match räkning handha försäljning, marknadsföring och distribution. Verksamheten har en årlig volym på 50 miljoner cigarrer motsvarande 80 MSEK i omsättning.

I Finland har MBL-förhandlingar avslutats innebärande nedläggning av fabriken i Jakobstad under september 1998 samt överföring av produktionen till divisionens fabrik i Belgien.

I slutet av december förvärvade Swedish Match en majoritetspost i två investmentföretag i Singapore av indiska Jatia Group som kvarstår med minoritetsandelen. De två investmentföretagen är största aktieägare i det indiska tändsticksföretaget Wimco Limited med 38,6 procent av aktierna. Wimco är ett publikt bolag som är noterat på Bombay-börsen samt på andra indiska börser. Swedish Match och Jatia Group har dessutom, i enlighet med indisk lag, gemensamt lämnat ett offentligt erbjudande på upp till 20 procent av aktierna i Wimco. Genom förvärvet får Swedish Match tillsammans med Jatia Group kontrollen i Wimco.

Wimcos omsättning för tändsticksverksamheten uppgick under 1997 till 375 MSEK. Produktionskapaciteten uppgår till 5 miljarder tändsticksaskar och man har också ett av det mest välutvecklade distributionsnäten för konsumentprodukter i Indien. Det primära syftet med samarbetet är att öppna den indiska marknaden för Swedish Match produkter i samverkan med partners med god lokal kunskap och erfarenhet.

Vid årsskiftet träffades avtal om förvärv, med tillträde i februari 1998, av 58 procent av aktierna i PLAM Bulgarski Kibrit JSCo som är Bulgariens enda tändstickstillverkare. PLAM har ca 400 anställda i en fabrik och huvudkontor i staden Kostenec, som ligger 70 km sydost om huvudstaden Sofia. Omsättningen under 1997 uppgick till ca 35 MSEK.

Under hösten tecknade Swedish Match ett avtal med turkiska KAV Orman Sanayii A.S. om ett joint venture för utveckling av tändstickor och andra Swedish Match-produkter i Turkiet och andra länder i regionen. Avtalet innebär att ett nytt bolag bildas, som Swedish Match kommer att äga till 60 procent. KAV överlåter sin befintliga tändsticksverksamhet med en omsättning på 100 MSEK, vilket motsvarar en marknadsandel på 45-50 procent av den turkiska marknaden. Efter att alla myndighetstillstånd erhållits beräknas verksamheten i det nya bolaget starta mot slutet av första kvartalet 1998.

I december förvärvades Treab Plus AB. Treab Plus bedriver verksamhet inom dagligvaru- och servicehandeln i Sverige, där företaget säljer bland annat tobaksvaror och tobakstillbehör. Omsättningen under 1997 uppgick till 94 MSEK.

AKTIEÄGARPROGRAM

Inom ramen för av styrelsen antaget aktieägarprogram samt med hänsyn till Swedish Matchs starka finansiella ställning och betydande överföringskapacitet har styrelsen för Swedish Match beslutat att, utöver ordinarie utdelning för räkenskapsåret 1997, föreslå den ordinarie bolagsstämman den 29 april 1998 inlösen av egna aktier. Vid inlösen överförs kapital, som ej anses nödvändigt för verksamheten, till aktieägarna. Därmed minskar det egna kapitalet och antalet aktier. Inlösen kommer att föreslås ske med ett belopp i storleksordningen 1 200 MSEK.

Närmare information om exakta villkor kommer att lämnas under mitten av april dock senast den 22 april. En extra bolagsstämma planeras till omkring den 7 juli varefter utbetalning av inlösenbeloppet beräknas kunna ske i slutet av juli.

INCITAMENTSPROGRAM

Styrelsen har beslutat medverka till att ett 20-tal ledande befattningshavare inom koncernen erbjuds förvärva köpoptioner avseende aktier i Swedish Match AB. Erbjudandet omfattar paket med optioner med tre olika löptider, 3, 4 respektive 5 år. Vid full anslutning kommer optioner motsvarande 1 065 000 aktier att utfärdas. Tilldelningen motsvarar



maximalt mellan 30 000 och 105 000 optioner för aktuella befattningshavare. Prissättningen av optionerna sker på marknadsmässiga villkor. Företaget utreder även möjligheten till införandet av ett vinstdelningssystem för koncernens anställda.

INVESTERINGAR

Koncernens investeringar i materiella anläggningstillgångar under året uppgick till 292 MSEK (217). I immateriella anläggningstillgångar har investerats 249 MSEK (1) avseende förvärv av varumärken och distributionsrättigheter i Finland och USA. Avskrivning enligt plan uppgick till 268 MSEK (270).

FINANSIERING OCH LIKVIDITET

Kassa och bank inklusive kortfristiga placeringar var vid utgången av året 563 MSEK jämfört med 942 MSEK vid årets inledning. Nettoskulden var vid årets utgång 471 MSEK, en ökning med 394 MSEK från december 1996. Nettoskulden var vid 1996 års utgång låg beroende på att skulder för såväl inkomstskatter som tobaksskatter var totalt cirka 500 MSEK högre än normalt. Dessa skulder har nedbetalats under 1997 och ligger nu på en normal nivå.

Under året upptogs ett treårigt fastförräntat obligationslån om 200 MSEK. Bolagets huvudsakliga lånefinansiering är ett svenskt certifikatprogram med en låneram om 2 000 MSEK, vilken per den 31 december var utnyttjad med 777 MSEK. Härutöver finns även ett syndikerat banklån med en låneram om 2 000 MSEK, vilken per den 31 december var helt utnyttjad.

SOLIDITET

Vid utgången av verksamhetsåret uppgick koncernens soliditet till 41,9 procent (34,4).

GLOBAL SETTLEMENT

Under året nådde Philip Morris Incorporated, R.J. Reynolds Tobacco Company, Brown & Williamson Tobacco Corporation, Lorillard Tobacco Company och United States Tobacco Company en preliminär överenskommelse med de 39 delstater som inlämnat stämningar mot dessa företag i USA. I utbyte bland annat mot att dessa stämningar dras tillbaka och vissa begränsningar rörande framtida stämningar avseende produktansvar, har de fem bolagen åtagit sig att göra utbetalningar som under den närmaste 25-årsperioden uppgår till närmare 370 miljarder dollar. Enligt den preliminära överenskommelsen accepterar de fem bolagen nya restriktioner rörande tillverkning, marknadsföring och distribution av cigaretter och rökfria tobaksprodukter som säljs i USA (uppgörelsen täcker ej piptobak och cigarrer). Om den föreslagna överenskommelsen materialiseras skulle det få en betydande påverkan på tobaksindustrin i USA, inklusive Swedish Matches verksamhet.

Den föreslagna överenskommelsen är för närvarande föremål för omfattande analys och debatt. Det går ännu inte att säga om och i vilken omfattning ny lagstiftning kommer att beslutas och när den i så fall kommer att införas. Det är därför för närvarande ej möjligt att förutsäga omfattningen av den påverkan uppgörelsen kommer att få på Swedish Matches verksamhet i USA.

INDONESIEN

Koncernen har exponering i Asien med bl a en fabrik i Indonesien för tillverkning av handrullade cigarrer och halvfabrikat för de europeiska cigarrfabrikerna. Om den politiska situationen förvärras i Indonesien kan det inte uteslutas att detta kan medföra produktionsstörningar.

PERSONAL

Medelantalet anställda i koncernen under 1997 var 6 467 (6 580), varav i Sverige 1 485 (1 467). Under året utbetalades 1 171 MSEK (1 114) i löner och ersättningar varav 462 MSEK (390) till personal i Sverige. Se även not 19 på sidan 60.

FÖRSLAG TILL VINSTDISPOSITION

Koncernens fria egna kapital enligt koncernbalansräkningen uppgår till 1 693 MSEK varav räkenskapsårets vinst är 1 045 MSEK. Avsättning till bundna fonder föreslås ej.

Till bolagsstämmans förfogande står enligt moderbolagets balansräkning 5 138 MSEK, varav årets vinst är 1 478 MSEK.

Styrelsen och verkställande direktören föreslår att de till bolagsstämmans förfogande stående vinstmedlen, 5 138 MSEK, disponeras så att till aktieägarna utdelas 1:10 SEK per aktie, vilket uppgår till 510 MSEK, samt att resterande vinstmedel balanseras.

Styrelsen föreslår vidare att avstämning av i VPC registrerade aktieägare sker den 5 maj 1998.

Stockholm den 24 februari 1998

Bernt Magnusson
Styrelsens ordförande

Arne R. Bennborn

Jan Blomberg

Lennart Engström

Christer Nordgren

Bertil Persson

Klaus Unger

Göran Lindén
Verkställande direktör

Min revisionsberättelse har avgivits den 25 februari 1998

Göran Tidström
Auktoriserad revisor

KONCERNENS

Resultaträkning

MSEK där inget annat anges	1997	1996
Försäljning inklusive tobaksskatt	15 231	15 007
Avgår, tobaksskatt	-7 766	-7 591
Försäljning	7 465	7 416
Kostnad för sålda varor	-3 615	-3 653
Bruttovinst	3 850	3 763
Försäljningskostnader not 2	-1 572	-1 352
Administrationskostnader	-759	-729
Övriga rörelseintäkter	84	30
Övriga rörelsekostnader	-34	-5
Resultatandelar i intressebolag	17	16
Jämförelsestörande poster not 3	-	-123
Rörelseresultat	1 586	1 600
Ränteintäkter	48	97
Räntekostnader	-65	-178
Kursdifferenser och övriga finansiella poster not 4	-11	11
Resultat efter finansiella poster	1 558	1 530
Skatter not 5	-512	-439
Minoritetsintresse	-1	18
ÅRETS RESULTAT	1 045	1 109

KONCERNENS

Balansräkning

MSEK där inget annat anges		31 dec. 1997	31 dec. 1996
TILLGÅNGAR			
Anläggningstillgångar			
Immateriella anläggningstillgångar	not 6	757	516
Materiella anläggningstillgångar	not 7	2 050	1 939
Övriga operativa anläggningstillgångar			
Andelar i intresseföretag	not 8	152	79
Andra långfristiga operativa fordringar		24	15
Summa övriga operativa anläggningstillgångar		176	94
Finansiella anläggningstillgångar	not 9	308	278
Summa anläggningstillgångar		3 291	2 827
Omsättningstillgångar			
Varulager	not 10	1 584	1 388
Kortfristiga operativa fordringar			
Kundfordringar *)		1 245	1 344
Förutbetalda kostnader och upplupna intäkter		138	91
Övriga operativa fordringar		158	141
Summa kortfristiga operativa fordringar		1 541	1 576
Kortfristiga finansiella fordringar		153	144
Kassa och bank		563	942
Summa omsättningstillgångar		3 841	4 050
SUMMA TILLGÅNGAR		7 132	6 877
EGET KAPITAL, AVSÄTTNINGAR OCH SKULDER			
Eget kapital	not 11		
Bundet eget kapital			
Aktiekapital		927	927
Bundna reserver		352	89
Fritt eget kapital			
Fria reserver		648	189
Årets resultat		1 045	1 109
Summa eget kapital		2 972	2 314
Minoritet		20	54
Avsättningar			
Pensions- och liknande förpliktelser	not 12	214	156
Avsättningar för skatter		373	310
Övriga avsättningar		69	197
Summa avsättningar		656	663
Långfristiga skulder			
Skulder till kreditinstitut	not 13	209	4
Övriga långfristiga skulder		27	29
Summa långfristiga skulder		236	33
Kortfristiga finansiella skulder			
Skulder till kreditinstitut	not 13	825	1 015
Övriga kortfristiga skulder		290	508
Summa kortfristiga finansiella skulder		1 115	1 523
Kortfristiga operativa skulder			
Leverantörsskulder		397	338
Upplupna kostnader och förutbetalda intäkter	not 14	534	531
Övriga kortfristiga operativa skulder	not 14	1 202	1 421
Summa kortfristiga operativa skulder		2 133	2 290
Summa kortfristiga skulder		3 248	3 813
SUMMA EGET KAPITAL, AVSÄTTNINGAR OCH SKULDER		7 132	6 877
ÅTAGANDEN OCH ANSVARFÖRBINDELSER	not 16		
Ställda säkerheter		156	126
Ansvarsförbindelser		151	50

*) (Netto efter avdrag för osäkra fordringar om 87 och 71 för 1997 respektive 1996)

KONCERNENS

Kassaflödesanalys

(MSEK)	1997	1996
<i>Rörelsen</i>		
Årets resultat	1 045	1 109
Avskrivningar	268	270
Resultatandelar i intressebolag	-17	-17
Utdelning från intressebolag	16	9
Vinst på försäljning av fastigheter, maskiner och inventarier	-6	-9
Vinst på försäljning av aktier	-	-1
Minoritetsintressen	2	-17
Övriga ej kassapåverkande poster	-21	11
Förändring av operativa tillgångar/skulder		
Kundfordringar	125	-135
Varulager	-111	156
Övriga tillgångar	-62	-7
Leverantörsskulder	41	-3
Upplupna kostnader och övriga kortfristiga skulder	-427	263
Förändring av avsatt till pensioner och övriga långfristiga skulder	26	-22
Förändring av inkomstskatteskulder	-186	286
Förändring av latent inkomstskatteskuld	80	-87
Kassaflöde från rörelsen	773	1 806
<i>Investeringar</i>		
Investeringar i fastigheter, maskiner och inventarier	-292	-217
Intäkter från försäljning av fastigheter, maskiner och inventarier	40	38
Förvärv av dotterbolag	-60	-
Förvärv av varumärken	-249	-1
Investeringar i övriga aktier	-	-1
Investering i associerade företag	-45	-
Intäkter från försäljning av övriga aktier	-	1
Förändring av finansiella fordringar	-46	-160
Kassaflöde från investeringar	-652	-340
<i>Finansiering</i>		
Förändring av kortfristiga lån	-214	-1 007
Utdelning till minoritetsägare	-5	-2
Förändring av långfristiga lån	198	-3
Utdelning till aktieägare/moderbolag	-510	-300
Kassaflöde från finansiering	-531	-1 312
Omräkningsdifferenser hänförliga till kassa och bank	31	-16
Minskning/ökning av kassa och bank	-379	138
Kassa och bank vid årets början	942	804
Kassa och bank vid årets slut	563	942
<i>Årets utbetalningar för</i>		
Räntor	89	163
Inkomstskatter	587	254

KONCERNENS

Noter

(Samtliga belopp i MSEK om inte annat anges)

1 VÄSENTLIGA REDOVISNINGSPRINCIPER

Årsredovisningen följer Redovisningsrådets rekommendationer. Redovisningsprinciperna är oförändrade sedan föregående år. Föregående års siffror har omklassificerats enligt den nya Årsredovisningslagen.

Koncernredovisning

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

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

Minoritetens andel i Swedish Matches resultat redovisas efter inkomstskatter.

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

Utländska valutor

Omräkning av utländska dotterföretags räkenskaper

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

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

Fordringar och skulder i utländsk valuta

Fordringar och skulder i utländsk valuta har omräknats till balansdagskurs, med undantag för kurssäkrade poster, som

omräknats till respektive kurs enligt terminskontraktet. Kursvinster och kursförluster redovisas i rörelseresultatet till den del det belöper sig på operativa mellanhavanden och i övrigt i finansnettot.

Operativa respektive finansiella tillgångar och skulder

Operativa tillgångar och skulder hänförs till rörelsen medan finansiella tillgångar och skulder hänförs till finansiering och övrig verksamhet.

Terminskontrakt

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

Inkomstskatter

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

Latent skattefordran bokförs avseende temporära differenser som kommer att resultera i framtida avdrag samt skattemässiga förlustavdrag. Om det är mindre sannolikt att den latent skattefordran kommer att realiseras tas den ej upp som fordran utan reserveras mot värderingsreserv.

Jämförelsestörande poster

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

Immateriella anläggningstillgångar

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

Värdet av goodwill och övriga immateriella tillgångar är föremål för regelbunden bedömning med avseende på om händelser

eller omständigheter antyder att det kan vara svårt att återvinna deras bokförda värden. Dessa bedömningar innehåller med nödvändighet väsentliga bedömningar gjorda av företagsledningen avseende förmågan hos en förvärvad verksamhet att uppnå förväntade resultat.

Materiella anläggningstillgångar

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

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

Varulager

Varulager redovisas enligt lägsta värdets princip, i allt väsentligt enligt först-in först-ut-metoden (FIFU), efter avdrag för inkurans. Icke realiserade internvinster elimineras i sin helhet.

Användning av uppskattningar

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

2 FÖRSÄLJNINGSKOSTNADER

Försäljningskostnader inkluderar kostnader för forskning och utveckling och dyl till ett belopp av 91 MSEK respektive 88 MSEK för räkenskapsåren 1997 respektive 1996.

3 JÄMFÖRELSESTÖRANDE POSTER

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

4 KURSDIFFERENSER OCH ÖVRIGA

FINANSIELLA POSTER	1997	1996
Kursdifferenser	-5	15
Övriga finansiella poster	-6	-4
Summa	-11	11

5 SKATTER

Resultat före inkomstskatter och minoritetsandelar 1997 respektive 1996 fördelade sig geografiskt enligt följande:

	1997	1996
Sverige	937	920
Utanför Sverige	621	610
Summa	1 558	1 530

Inkomstskatter 1997 respektive 1996 fördelades geografiskt enligt följande:

	1997	1996
Löpande inkomstskatter		
Sverige	-177	-276
Utanför Sverige	-226	-217
Summa löpande inkomstskatter	-403	-493

Latenta inkomstskatter		
Sverige	-63	79
Utanför Sverige	-17	9
Summa latenta inkomstskatter	-80	88

Övriga skatter		
Sverige	-	-
Utanför Sverige	-29	-34
Summa övriga skatter	-29	-34
Summa skatter	-512	-439

Skatteeffekterna av temporära differenser, som resulterat i tillgångar och skulder i form av latent skatt per 31 december 1997 respektive 1996, sammanfattas nedan:

	1997	1996
Förlustavdrag	90	88
Omstruktureringsreserv	10	43
Pensionsförmåner	72	60
Skatteutjämningsreserver och resultatutjämningsfonder	-240	-219
Avskrivningar utöver plan	-94	-82
Varulagerreserver	-42	-40
Värderingsreserver	-76	-59
Övrigt	59	61
Latent inkomstskatteskuld, netto	-221	-148

Klassificerat per balansräkningskategori

Kortfristig finansiell fordran	61	59
Finansiella anläggningstillgångar	91	103
Avgår: Avsättningar för skatter	-373	-310
Latent inkomstskatteskuld, netto	-221	-148

Per 31 december 1997 hade koncernen förlustavdrag motsvarande 278 MSEK. Koncernens skattemässiga förlustavdrag förfaller enligt följande:

År	Belopp
1998	55
1999	7
2000	41
2001	88
2002	11
Därefter	76
Summa skattemässiga förlustavdrag	278

Under 1997 och 1996 belastas koncernens resultat med en skatt på 32,8 procent respektive 28,7 procent. Skillnaden mellan koncernens skattekostnad och skattekostnaden vid tillämpning av den lagstadgade skattesatsen i Sverige om 28,0 procent är hänförlig till poster enligt tabellen nedan:

	1997	1996
Svensk skattesats	28,0	28,0
Justerings för utländska skattesatser	2,6	4,6
Förluster som ej kunnat utnyttjas	1,5	1,2
Ej skattepliktiga poster	-1,2	-5,7
Ej avdragsgilla goodwill-avskrivningar	0,5	0,8
Ej avdragsgilla kostnader	1,1	2,3
Justerings från tidigare år	-1,2	-2,5
Övrigt	1,5	0
Totalt	32,8	28,7

6 IMMATERIELLA ANLÄGGNINGSTILLGÅNGAR

Immateriella anläggningstillgångar per 31 december består av följande:

	Varumärken och andra immateriella tillgångar		Goodwill		Summa	
	1997	1996	1997	1996	1997	1996
Ingående anskaffningsvärde	108	115	862	869	970	984
Inköp/Investerings	249	1	-	-	249	1
Företagsförvärf	-	-	23	-	23	-
Försäljningar/utrangeringar	-	-2	-	-	-	-2
Omklassificeringar	-	-5	-	-24	-	-29
Kursdifferenser	1	-1	66	17	67	16
Utgående ackumulerade anskaffningsvärden	358	108	951	862	1 309	970
Ingående avskrivningar	-78	-72	-376	-349	-454	-421
Årets avskrivningar	-12	-12	-47	-44	-59	-56
Försäljningar/utrangeringar	-	2	-	-	-	2
Omklassificeringar	-	4	-	25	-	29
Kursdifferenser	-	-	-39	-8	-39	-8
Utgående ackumulerade avskrivningar	-90	-78	-462	-376	-552	-454
Utgående bokfört värde	268	30	489	486	757	516

Avskrivningarna på immateriella tillgångar redovisas i sin helhet under rubriken "Administrationskostnader" i resultaträkningen.

7 MATERIELLA ANLÄGGNINGSTILLGÅNGAR

Materiella anläggningstillgångar per 31 december omfattar följande:

	Byggnader och mark		Maskiner och andra anläggningar		Inventarier, verktyg och installationer		Pågående nyanlägg- ningar		Summa	
	1997	1996	1997	1996	1997	1996	1997	1996	1997	1996
Ingående anskaffnings- värde	1 351	1344	2 510	2 352	146	224	72	37	4 079	3 957
Inköp/Investeringar	55	9	123	124	23	15	91	70	292	217
Företagsförvärv	21	-	15	-	11	-	-	-	47	-
Försäljningar/ utrangeringar	-44	-67	-27	26	-52	-82	10	-	-113	-123
Omklassificeringar	5	68	29	30	-13	-5	-51	-34	-30	59
Kursdifferenser	45	-3	41	-22	5	-6	-2	-1	89	-32
Utgående ackumulerade anskaffningsvärden	1 433	1 351	2 691	2 510	120	146	120	72	4 364	4 078
Ingående avskrivningar	-387	-321	-1 665	-1 493	-87	-141	-	-	-2 139	-1 955
Årets avskrivningar	-30	-32	-170	-169	-9	-13	-	-	-209	-214
Företagsförvärv	-4	0	0	0	-8	0	-	-	-12	0
Försäljningar/ utrangeringar	24	46	31	-17	24	64	-	-	79	93
Omklassificeringar	2	-82	8	2	10	0	-	-	20	-80
Kursdifferenser	-12	2	-39	12	-2	3	-	-	-53	17
Utgående ackumulerade avskrivningar	-407	-387	-1 835	-1 665	-72	-87	-	-	-2 314	-2 139
Utgående bokfört värde	1 026	964	856	845	48	59	120	72	2 050	1 939

Taxeringsvärden per 31 december för fastigheter i Sverige anges nedan:

	1997	1996
Byggnader	527	431
Mark	83	68
Summa taxeringsvärden för fastigheter i Sverige	610	499

Avskrivningar på materiella anläggningstillgångar har fördelats på följande rubriker i resultaträkningen:

	1997	1996
Kostnad för sålda varor	-166	-164
Försäljningskostnader	-11	-15
Administrationskostnader	-32	-35
Summa	-209	-214

8 ANDELAR I INTRESSEFÖRETAG

Andelar i intressebolag och övriga aktier per 31 december:

	1997		1996	
	Ägarandel %	Bokfört värde	Ägarandel %	Bokfört värde
Arnold André GmbH & Co.KG	40	76	40	78
Arnold André Verwaltungs GmbH	40	0	40	0
Wimco Ltd ¹⁾	39	63	-	-
BVT Cricket & Co Ltd Vietnam	33	1	33	1
Cricket de Mexico SA de CV	20	0	20	0
Malaysian Match Company SDN	32	12	-	-
Summa aktier i intressebolag	-	152	-	79
Övriga aktier	-	0	-	0
Summa aktier	-	152	-	79

¹⁾ Ingår från och med 31 december 1997 i koncernen. Jämförbart börsvärde per 31 december 1997 var 42 MSEK

Förändring av andelar i intressebolag:	1997	1996
Ingående värde från föregående år	79	83
Förvärv av andelar i intressebolag	75	-
Resultatandelar från intressebolag, netto efter skatt	15	8
Utdelningar från intressebolag	-16	-9
Kursdifferenser	-1	-3
Utgående värde	152	79

Inom ramen för den normala verksamheten genomför Swedish Match transaktioner med intressebolag. Fordringar på dessa bolag uppgick till 6 respektive 9 MSEK per 31 december 1997 och 1996. Försäljningen till intressebolag uppgick till 103 respektive 89 MSEK för 1997 och 1996.

9 FINANSIELLA ANLÄGGNINGSTILLGÅNGAR

	1997	1996
Ingående värde från föregående år	278	80
Förskottsbetalning avseende förvärv	16	-
Deposition	-	117
Lån	-	49
Förändring av långfristiga latent skattefordringar	-22	31
Kursdifferenser	36	1
Utgående värde	308	278

10 VARULAGER

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

	1997	1996
Färdigvarulager	417	361
Produkter i arbete	96	77
Råttobak	841	747
Övrigt insats- och förbrukningsmaterial	230	203
Summa varulager	1 584	1 388

11 EGET KAPITAL

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

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

	1997	1996
Aktiekapital	927	927
Bundna reserver	89	93
Överföring från/till fria reserver	263	-4
Summa bundna reserver	352	89
Summa bundet eget kapital	1 279	1 016
Fria reserver från föregående år	1 298	537
Överföring från/till bundna reserver	-263	4
Utdelning till aktieägare	-510	-300
Omräkningsdifferens	123	-52
Årets resultat	1 045	1 109
Summa fritt eget kapital	1 693	1 298
Summa eget kapital	2 972	2 314

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

12 PENSIONER OCH LIKANDE FÖRPLIKTELSE

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

De pensionsförmåner som tillhandahålls anställda i koncernens svenska tobaksverksamhet täcks delvis av två helt oberoende pensionskassor. Marknadsvärdet för dessa kassors tillgångar överskred per 31 december 1997 pensionsåtagandenas försäkringstekniska värde med 1 146 MSEK. Överskotten av medel kan endast disponeras efter godkännande av kassornas styrelser. Under 1997 gavs bidrag om 104 MSEK ur dessa kassor till koncernens bolag i Sverige. Motsvarande siffra för 1996 var 57 MSEK.

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

Vissa av koncernens förmånsbaserade pensionsåtaganden, främst lokala och nationella allmänna planer, är tagna i egen regi. Nuvärdet av sådana framtida pensionsförmåner bokförs som skuld i koncernens balansräkning och uppgår till 35 MSEK.

Utöver pensionsplaner tillämpar koncernens amerikanska dotterföretag s.k icke-finansierade planer avseende hälsovård och övriga förmåner för anställda som gått i pension och som uppfyller kraven på minimiålder och tjänsteår. Planerna avser i allmänhet kostnadsbidrag, varvid pensionärernas andelar juste-

ras regelbundet och omfattar andra komponenter som exempelvis självrisk och medförsäkring. Den beräknade framtida utgiften för pensionsförmåner avseende hälsovård skuldförs, vilket överensstämmer med U.S. SFAS No. 106, "Employers' Accounting for Postretirement Benefits Other Than Pensions". Skulden i koncernens balansräkning uppgår till 179 MSEK.

13 SKULDER TILL KREDITINSTITUT

Långfristiga skulder till kreditinstitut 1997 inkluderar ett obligationslån om 200 MSEK, vilket förfaller den 8 september år 2000 och har en räntesats om 6.05 procent.

Swedish Match-koncernen har avtalat om krediter inom alla de geografiska områden där koncernen driver verksamhet. Den outnyttjade delen av beviljade krediter, utöver outnyttjad del av ett syndikerat banklån, uppgick per 31 december 1997 till 349 MSEK. Vissa av ifrågakvarande krediter förutsätter att man erlägger limitavgifter. Dessa avgifter kan variera, men överstiger i normala fall inte 0,25% av den outnyttjade delen av respektive kredit. Outnyttjad del av det syndikerade banklånet uppgick per den 31 december 1997 till 2 000 MSEK. Detta lån skall dock säkerställa Swedish Matchs svenska certifikatprogram med en låneram om 2 000 MSEK, vilket per den 31 december 1997 var utnyttjat med 777 MSEK.

14 UPPLUPNA KOSTNADER ÖVRIGA KORTFRISTIGA OPERATIVA SKULDER

Upplupna kostnader och förutbetalda intäkter per 31 december består av följande:

	1997	1996
Upplupna lönerelaterade kostnader	93	111
Upplupna semesterlöner	76	68
Upplupna sociala avgifter	131	125
Övrigt	234	227
Summa	534	531

Övriga kortfristiga operativa kostnader per 31 december består av följande:

	1997	1996
Tobaksskatter	768	942
Mervärdesskatteskuld	242	312
Övrigt	192	167
Summa	1 202	1 421

15 FINANSIELLA INSTRUMENT

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

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

	1997	1996
Terminskontrakt	745	743

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

	1997		1996	
	Bokfört värde	Beräknat marknads värde	Bokfört värde	Beräknat marknads värde
Terminskontrakt	-5	-10	-1	-10

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

16 ÅTAGANDEN OCH ANSVARSFÖRBINDELSER

Leasingavtal

Framtida årliga minimiavgifter enligt icke uppsägningsbara operativa leasingavtal med initiala eller återstående löptider på ett år eller mer bestod per 31 december 1997 av följande:

År	Årliga minimiavgifter
1998	24
1999	20
2000	17
2001	15
2002	10
Därefter	5
Summa minimiavgifter	91

Koncernens leasingkostnader för operativa leasingavtal uppgick till 28 MSEK (28) för år 1997 respektive 1996.

Rättstvister

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

Miljöfrågor

Ett av koncernens dotterföretag har identifierats som potentiellt ansvarigt enligt Comprehensive Environmental Response, Com-

pensation and Liability Act ("CERCLA") för en avstjälningsplats för avfall i USA.

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

17 GEOGRAFISK INFORMATION

I nedanstående tabeller sammanfattas vissa uppgifter per geografiskt område:

	1997	1996
Koncernextern försäljning		
Sverige	3 433	3 679
Västeuropa exklusive Sverige	1 825	1 782
Östeuropa	123	121
Nordamerika	1 533	1 359
Latinamerika	427	372
Övriga områden	124	103
Summa koncernextern försäljning	7 465	7 416
Resultat före inkomstskatter och minoritetsandelar		
Sverige	937	919
Västeuropa exklusive Sverige	256	232
Östeuropa	-6	-15
Nordamerika	387	355
Latinamerika	8	52
Övriga områden	-24	-13
Summa resultat före inkomstskatter och minoritetsandelar	1 558	1 530
Tillgångar		
Sverige	2 861	3 067
Västeuropa exklusive Sverige	2 079	1 837
Östeuropa	171	209
Nordamerika	1 054	878
Latinamerika	703	691
Övriga områden	264	195
Summa tillgångar	7 132	6 877

18 RESULTAT OCH EGET KAPITAL ENLIGT AMERIKANSKA REDOVISNINGSPRINCIPER

Räkenskaperna i Swedish Match har upprättats enligt svenska redovisningsprinciper ("Swedish GAAP"). I samband med Swedish Matches notering på Nasdaq-börsen i USA lämnar bolaget viss ekonomisk information avfattad enligt amerikanska redovisningsprinciper ("US GAAP"). Swedish Match avger även en årlig rapport (Form 20-F) till Securities and Exchange Commission (SEC), i USA, vilken innehåller ytterligare information om Swedish Matches verksamhet enligt fastställda regler.

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

	Not.	1997	1996
Avstämning av årets resultat			
Årets resultat enligt svenska redovisningsprinciper		1 045	1 109
Poster som ökar resp minskar resultatet			
Konsolidering:	1		
Avskrivning på goodwill		-308	-308
Övriga avskrivningar		-3	-3
Omstruktureringskostnader	2	-65	73
Förtidspension	3	-2	-5
Finansiella instrument	4	-1	-22
Pensioner och pensionsinvesteringar	5	10	61
Skatteeffekter av ovanstående justeringar		17	-32
Resultat enligt amerikanska redovisningsprinciper		693	873
I kronor per aktie:			
Årets resultat enligt amerikanska redovisningsprinciper		1:49	1:88
Avstämning av eget kapital			
Eget kapital redovisat enligt svenska redovisningsprinciper		2 972	2 314
Poster som ökar resp minskar eget kapital			
Konsolidering:	1		
Goodwill		5 057	5 365
Fastigheter, maskiner och inventarier		109	112
Omstruktureringskostnader	2	8	73
Förtidspension	3	-18	-
Finansiella instrument	4	-10	-9
Pensioner	5	192	123
Skatteeffekter av ovanstående US GAAP-justeringar		-116	-118
Eget kapital enligt amerikanska redovisningsprinciper		8 194	7 860

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

US GAAP kräver att man tillämpar "push down"-redovisning för helägda dotterbolags oberoende årsredovisningar om ägarandelen uppgår till 80 procent eller mer, vilket blev fallet i samband med Volvos förvärv 1994. Följaktligen har de juste-



ringar, som enligt förvärvsmetoden gjorts av Volvo avseende Swedish Match, redovisats för US GAAP ändamål i Swedish Match från och med juni 1994. Den goodwill som på detta sätt beräknats har därefter ytterligare justerats då US GAAP kräver att anskaffningspriset ska sättas med utgångspunkt från marknadspriset av vederlaget per det datum då transaktionen genomfördes och inte som i Swedish GAAP den dag förvärvet offentliggörs.

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

Den realisationsvinst som redovisades som engångsbelopp i Swedish Match i samband med försäljningen av aktierna i UST, Inc har i stället ökat värdet av tillgångarna vid Volvos förvärv.

2.I resultatet för 1996 redovisas bland poster av engångskaraktär en omstruktureringskostnad på 150 Mkr avseende nedläggning av fabriker i Arvika och Härnösand för att koncentrera tillverkningen av rök tobaksprodukter till fabriker i Malmö och Belgien. Enligt svenska redovisningsprinciper bokförs hela kostnaden för omstruktureringen i samband med beslutet medan enligt US GAAP endast vissa kostnader får bokas som omstruktureringskostnad. Kostnader för utbildning, flyttning av maskiner och andra kostnader, som avser framtida produktion får enligt US GAAP redovisas först i samband med att kostnaderna uppstår. Denna korrigering uppgick till 73 MSEK per 1996-12-31. Av dessa kostnader har 65 MSEK fallit på 1997 och resterande 8 MSEK kommer att utfalla 1998.

3.Under 1994 redovisade ett dotterföretag i Swedish Match-koncernen en kostnad avseende förtidspension enligt Swedish GAAP. Enligt SFAS No. 88, "Employers' Accounting for Settlements and Curtailments of Defined Benefit Pension Plans and for Termination Benefits", uppfylldes kriterierna för denna kostnad först efter 1994. Redovisade belopp under 1997 uppfyller US GAAP's kriterier för förtidspension.

4.Vid tillämpning av svenska redovisningsprinciper redovisas vanligtvis realiserade valutakursvinster och -förluster på terminskontrakt, som skyddar förväntade framtida transaktioner, först när den underliggande transaktionen inträffar. Vid tillämpning av US GAAP skall positiva och negativa realiserade kursdifferenser för sådana terminskontrakt beräknade på basis av balansdagens marknadsvärden ingå i det redovisade resultatet.

5.Pensioner redovisas i respektive enhet i Swedish Match-koncernen, om tillämpligt, baserat på de principer som gäller i respektive land förutsatt att dessa innebär att intjänad pensionsrätt redovisas som kostnad.

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

Finansiella tillgångar ingående i en svensk pensionsstiftelse har under 1997 omklassificerats från att vara "Plan assets" till att

vara "Corporate assets" under SFAS No. 87. Denna omklassificering har gett upphov till en ökning av eget kapital på 28 MSEK utan motsvarande effekt på resultatet.

19 PERSONAL

Medelantalet anställda under 1997 uppgick i moderbolaget till 38 och i koncernen till 6 467. För 1996 var motsvarande uppgifter 29 respektive 6 580

Löner, andra ersättningar och sociala kostnader sammanfattas nedan:

		1997		1996	
	Löner och andra ersättningar	Sociala kostnader (varav pensionskostnader)	Löner och andra ersättningar	Sociala kostnader (varav pensionskostnader)	
Moderbolaget	23	13	17	9	
		(5)		(3)	
Dotterbolag	1148	463	1097	430	
		(68)		(64)	
Koncernen	1171	476	1114	439	
		(73)		(67)	

Löner och andra ersättningar fördelade per land och mellan styrelseledamöter m.fl. och övriga anställda sammanfattas nedan:

	1997		1996	
	Styrelse och VD (varav tantiem o d)	Övriga anställda	Styrelse och VD (varav tantiem o d)	Övriga anställda
Moderbolaget				
Sverige	5(1)	18	3(0)	14
Dotterföretag				
Belgien	-(-)	102	-(-)	86
Brasilien	2(-)	55	1(-)	55
England	2(0)	22	3(0)	20
Estland	0(0)	4	1(0)	12
Filippinerna	0(-)	13	1(-)	12
Frankrike	2(0)	60	1(0)	58
Indonesien	-(-)	4	-(-)	3
Irland	1(0)	9	1(0)	7
Kina	1(-)	5	1(-)	4
Nederländerna	5(1)	95	3(1)	123
Portugal	1(-)	4	1(0)	4
Schweiz	6(1)	34	12(6)	45
Spanien	1(0)	37	1(0)	32
Sverige	2(1)	437	5(1)	368
Tyskland	2(0)	10	2(0)	10
Ungern	0(0)	12	1(0)	15
USA	7(4)	206	6(3)	197
Övriga länder	2(1)	5	2(1)	4
Totalt i dotterföretag	34(8)	1114	42(12)	1055
Koncernen totalt	39(9)	1132	45(12)	1069

Koncernens anställda fördelade på länder sammanfattas nedan:

	Medelantal anställda	
	1997 därav män,%	1996
Moderbolag		
Sverige	38	58
Övriga		
Belgien	577	43
Brasilien	985	64
England	81	60
Estland	54	54
Filippinerna	277	32
Frankrike	263	68
Indonesien	650	11
Irland	39	77
Kina	231	74
Nederländerna	459	81
Portugal	30	77
Schweiz	41	59
Spanien	166	87
Sverige	1 447	56
Tyskland	38	13
Ungern	384	39
USA	686	62
Övriga länder	21	19
Koncernen totalt	6 467	54

NEDAN LÄMNAS INFORMATION AVSEENDE HÖGSTA LEDNINGENS FÖRMÅNER:

Bernt Magnusson, styrelseordförande i Swedish Match, erhöll under 1997 450 TSEK i styrelsearvode.

Göran Lindén, verkställande direktör och koncernchef, erhöll under 1997 3 582 TSEK i lön och förmåner varav bonus 708 TSEK. Göran Lindén har avtal om bonus som kan uppgå till högst 35 procent av den kontanta lönen. Göran Lindén har rätt till pension från 60 års ålder. Från 60-65 års ålder utgår pension med 70 procent av den fasta kontanta lönen plus genomsnittet av de senaste tre årens bonus. Från 65 år utgår pension med 45 procent av den pensionsmedförande lönen. Uppsägningstid gäller med 6 månader från Göran Lindéns sida och 12 månader från bolagets sida. Avgångsvederlag utgår med maximalt två årslöner om bolaget säger upp anställningsavtalet. Avgångsvederlaget reduceras med andra inkomster dock med maximalt 50 procent av dessa och högst ner till halva avgångsvederlaget.

För övriga i koncernledningen, fränsett nedan särskilt angivna, gäller att pension utgår från 60 års ålder. Mellan 60-65 års ålder utgår pension med 50-70 procent av den pensionsmedförande lönen och från 65 år utgår pension med 32,5-65 procent av den pensionsmedförande lönen. Med pensionsmedförande lön avses den kontanta lönen plus genomsnittet av de tre närmast föregående årens bonus, som i inget fall kan uppgå till mer än 35 procent av kontantlönen.

För Hans van den Berg gäller 65 års ordinarie pensionsålder och maximalt 70 procent i pension. För William G. McClure III gäller 65 års pensionsålder med en avgiftsbaserad pensionsplan. Premien har baserats på 70 procent i pension.

För koncernledningen, utom för Göran Lindén, gäller en ömsesidig uppsägningstid om 6 månader. Avgångsvederlag utgår om bolaget säger upp den anställde med ett belopp motsvarande 18 månaders kontantlön. Avgångsvederlaget skall reduceras med andra inkomster, dock med maximalt 50 procent av dessa och högst ner till halva avgångsvederlaget.

Löner och ersättningar för VD och VVD (3 st) uppgick under 1997 till motsvarande ca 15,2 MSEK, varav bonus ca 3,7 MSEK. Det sammanlagda beloppet av pensionskostnader och förpliktelser avseende denna grupp uppgick till motsvarande ca 6,8 MSEK.

Sociala kostnader för ledningspersonalen uppgick till motsvarande ca 9,5 MSEK, varav pensionskostnader ca 8,2 MSEK.

Incitamentsprogram

Styrelsen har beslutat medverka till att ett 20-tal ledande befattningshavare inom koncernen erbjuds förvärva köpoptioner avseende aktier i Swedish Match AB. Erbjudandet omfattar paket med optioner med tre olika löptider, 3, 4 resp. 5 år. Vid full anslutning kommer optioner motsvarande 1 065 000 aktier att utfärdas. Tilldelningen motsvarar maximalt mellan 30 000 och 105 000 optioner för aktuella befattningshavare. Prissättning av optionerna sker på marknadsmässiga villkor.

MODERBOLAGETS

Resultaträkning

MSEK där inget annat anges		1997	1996
Försäljning	not 1	21	12
Kostnad för sålda varor		-15	-8
Bruttovinst		6	4
Försäljningskostnader		-3	-2
Administrationskostnader	not 1	-321	-167
Övriga rörelseintäkter	not 1	184	25
Rörelseresultat		-134	-140
Resultat från andelar i koncernbolag		1 069	191
Ränteintäkter från koncernbolag		13	51
Övriga ränteintäkter		15	-
Räntekostnader från koncernbolag		-67	-242
Övriga räntekostnader		-48	-
Övriga finansiella poster, netto	not 2	2	-145
Finansiella poster, netto		984	-145
Resultat efter finansiella poster		850	-285
Bokslutsdispositioner			
Avsättning till periodiseringsfond		-169	-
Koncernbidrag och aktieägartillskott, netto		991	1209
Resultat före skatt		1 672	924
Skatter		-194	-246
ÅRETS RESULTAT		1 478	678

MODERBOLAGETS

Balansräkning

MSEK där inget annat anges	31 dec. 1997	31 dec. 1996
TILLGÅNGAR		
Anläggningstillgångar		
Materiella anläggningstillgångar not 3	4	2
Finansiella anläggningstillgångar		
Aktier och andelar i koncernföretag not 4	7 358	6 841
Andra långfristiga fordringar koncernföretag	34	14
Summa anläggningstillgångar	7 396	6 857
Omsättningstillgångar		
Varulager not 5	3	1
Kortfristiga operativa fordringar		
Kundfordringar	1	1
Kundfordringar koncernföretag	28	-
Förutbetalda kostnader och upplupna intäkter	43	33
Övriga operativa fordringar	6	1
Summa kortfristiga operativa fordringar	78	35
Kortfristiga finansiella fordringar koncernföretag	648	464
Kassa och bank	221	518
Summa omsättningstillgångar	950	1 018
SUMMA TILLGÅNGAR	8 346	7 875
EGET KAPITAL, AVSÄTTNINGAR OCH SKULDER		
Eget kapital		
Bundet eget kapital not 6		
Aktiekapital	927	927
Reservfond	186	88
Fritt eget kapital		
Balanserad vinst	3 660	3 590
Årets resultat	1 478	678
Summa eget kapital	6 251	5 283
Obeskattade reserver	169	0
Långfristiga skulder		
Skulder till kreditinstitut	200	-
Skulder till koncernföretag	2	2
Summa långfristiga skulder	202	2
Kortfristiga finansiella skulder		
Skulder till kreditinstitut	792	1 032
Skulder till koncernföretag	637	1 210
Övriga kortfristiga skulder	220	306
Summa kortfristiga finansiella skulder	1 649	2 548
Kortfristiga operativa skulder		
Leverantörsskulder	27	6
Leverantörsskulder, koncernföretag	32	22
Upplupna kostnader och förutbetalda intäkter	6	10
Övriga kortfristiga operativa skulder	10	4
Summa kortfristiga operativa skulder	75	42
Summa kortfristiga skulder	1 724	2 590
SUMMA EGET KAPITAL AVSÄTTNINGAR OCH SKULDER	8 346	7 875
ÅTAGANDEN OCH ANSVARFÖRBINDELSER		
Ställda säkerheter	4	7
Ansvarsförbindelser för koncernföretag	105	31

MODERBOLAGETS

Kassaflödesanalys

MSEK	1997	1996
<i>Rörelsen</i>		
Årets resultat	1 478	678
Avskrivningar och förändring obeskattade reserver	170	1
Förlust/Vinst (-) på försäljning av aktier	-	145
Förändring av operativa tillgångar		
Kundfordringar	-31	2
Varulager	-3	-
Övriga tillgångar	-15	-29
Förändring av leverantörsskulder samt upplupna kostnader och övriga kortfristiga skulder	36	65
Förändring av inkomstskatteskulder	-86	249
Kassaflöde från rörelsen	1 549	1 111
<i>Investeringar</i>		
Investeringar i fastigheter, maskiner och inventarier	-3	-2
Investeringar i aktier	-516	-1
Försäljning av aktier	-	29
Betalning av finansiella fordringar	-	-3
Kassaflöde från investeringar	-519	23
<i>Finansiering</i>		
Förändring av kortfristiga lån	-240	1 000
Förändring av långfristiga lån	200	-
Förändring av koncernmellanhavanden	-777	-1 316
Utdelning	-510	-300
Kassaflöde från finansiering	-1 327	-616
Minskning/ökning av kassa och bank	-297	518
Kassa och bank vid årets början	518	0
Kassa och bank vid årets slut	221	518

MODERBOLAGETS

Noter

(Samtliga belopp i MSEK om inte annat anges)

Moderbolagets redovisningsprinciper överensstämmer i tillämpliga delar med koncernens.

1 FÖRSÄLJNING, ADMINISTRATIONSKOSTNADER OCH ÖVRIGA RÖRELSEINTÄKTER

Försäljningen i moderbolaget avser reklamprodukter. Under 1997 har försäljning skett till koncernbolag för 12 MSEK (6). Inköp från koncernbolag har under 1997 uppgått till 10 MSEK (6). Övriga rörelseintäkter avser på koncernbolag utdebiterad andel av gemensamma administrationskostnader.

2 ÖVRIGA FINANSIELLA POSTER, NETTO

Övriga finansiella intäkter och utgifter, netto, inkluderar kursvinster till ett belopp av 6 MSEK och 0 för räkenskapsåren 1997 och 1996. För 1996 ingår ett belopp om 145 MSEK avseende förlust vid avyttringar av aktier i dotterbolag.

3 MATERIELLA ANLÄGGNINGSTILLGÅNGAR

Materiella anläggningar per den 31 december omfattar inventarier enligt följande:

	1997	1996
Ingående anskaffningsvärde	3	2
Investeringar	4	1
Utgående ackumulerade anskaffningsvärde	7	3
Ingående avskrivningar	-1	-1
Årets avskrivningar	-2	0
Utgående ackumulerade avskrivningar	-3	-1
Utgående bokfört värde	4	2

4 AKTIER OCH ANDELAR I KONCERNFÖRETAG

I dotterbolag per 31 december 1997:

	Antal aktier eller andelar	Valuta	Nominellt värde, TSEK	Bokfört värde, MSEK	Moder- bolagets innehav,%	Organisations- nummer	Säte
Swedish Match Arenco AB	5 500	SEK	550	1	100	556040-2157	Kalmar
Swedish Match Industries AB						556005-0253	Tidaholm
- stamaktier	30 000	SEK	30 000	195	100		
- preferensaktier	851	SEK	851	0	99,8		
Swedish Match United Brands	200 000	SEK	20 000	2 908	100	556345-7737	Sthlm
Export AB Svalan	500	SEK	50	3	100	556030-5640	Sthlm
Intermatch Sweden AB	10 000	SEK	1 000	1	100	556018-0423	Kalmar
AB Jönköping Vulcan	600	SEK	60	0	100	556008-0805	Sthlm
Svenska Tändsticks AB	1 000	SEK	100	0	100	556105-2506	Sthlm
Svenska Tändsticksbolaget Försäljnings AB	3 000	SEK	300	0	100	556012-2730	Sthlm
Treab Plus AB ⁴⁾	91 407	SEK	4 050	16	95	556013-4412	Sthlm
Svenska Tändsticks Philippine Company	20 000	PHP	20 000	0			
Swedish Match North America Inc.	100	USD	100	849	100		
Swedish Match Holding BV Netherlands	112 055	NLG	112 055	700	100		
Swedish Match Group BV	17 060 000	NLG	1 706	2 162	100		
Nitedals Taendstikker A/S	500	NOK	500	0	100		
Swedish Match SA	10 604	CHF	1 591	21	100		
Swedish Match Finance, Irland ⁴⁾	500 000 000	SEK	500 000	500	100		
SA Allumettiére Caussemille 1)	10 000	FRF	1 000	0	100		
The Burma Match Co. Ltd 2)	300 000	BUK	3 000	0	100		
Vulcan Trading Co. Ltd 3)	4 000	BUK	400	0	100		
Summa aktier				7 358			

¹⁾ Nationaliserat i november 1963

³⁾ Nationaliserat i januari 1969

²⁾ Nationaliserat i december 1968

⁴⁾ Tillkomna under 1997

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

Övriga aktier per 31 december 1997:

Moderbolaget innehar aktier i ett rörelseanknutet bolag.

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

5 VARULAGER

Varulagret per 31 december 1997 och 1996 består i sin helhet av färdigvarulager.

6 EGET KAPITAL

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

	Aktiekapital	Reserv- fond	Balanserad vinst	Summa eget kapital
Vid slutet av 1995	927	88	3 890	4 905
Utdelning	-	-	-300	-300
Årets resultat	-	-	678	678
Vid slutet av 1996	927	88	4 268	5 283
Avsättning till reservfond	-	98	-98	-
Utdelning	-	-	-510	-510
Årets resultat	-	-	1 478	1 478
Vid slutet av 1997	927	186	5 138	6 251

REVISIONS- berättelse

Till bolagsstämman i Swedish Match AB

Jag har granskat årsredovisningen, koncernredovisningen och räkenskaperna samt styrelsens och verkställande direktörens förvaltning i Swedish Match AB för år 1997. Det är styrelsen och verkställande direktören som har ansvaret för räkenskapshandlingarna och förvaltningen. Mitt ansvar är att uttala mig om årsredovisningen, koncernredovisningen och förvaltningen på grundval av min revision.

Revisionen har utförts i enlighet med god revisionssed. Det innebär att jag planerat och genomfört revisionen för att i rimlig grad försäkra mig om att årsredovisningen och koncernredovisningen inte innehåller väsentliga fel. En revision innefattar att granska ett urval av underlagen för belopp och annan information i räkenskapshandlingarna. I en revision ingår också att pröva redovisningsprinciperna och styrelsens och verkställande direktörens tillämpning av dem samt att bedöma den samlade informationen i årsredovisningen och koncernredovisningen. Jag har granskat väsentliga beslut, åtgärder och förhållanden i bolaget för att kunna bedöma om någon styrelseledamot eller verkställande direktören är ersättningsskyldig mot bolaget eller på annat sätt har handlat i strid mot aktiebolagslagen, årsredovisningslagen eller bolagsordningen. Jag anser att min revision ger mig rimlig grund för mina uttalanden nedan.

Årsredovisningen och koncernredovisningen har upprättats i enlighet med årsredovisningslagen varför jag tillstyrker

- att resultaträkningen och balansräkningen för moderbolaget och för koncernen fastställs,
- att vinsten i moderbolaget disponeras enligt förslaget i förvaltningsberättelsen.

Styrelseledamöterna och verkställande direktören har inte vidtagit någon åtgärd eller gjort sig skyldiga till någon försummelse som enligt min bedömning kan föranleda ersättningskyldighet mot bolaget, varför jag tillstyrker

- att styrelsens ledamöter och verkställande direktören beviljas ansvarsfrihet för räkenskapsåret.

Stockholm den 25 februari 1998

Göran Tidström
Auktoriserad revisor

Styrelse



Bernt Magnusson

f 1941. Ordförande. Ledamot sedan 1993. Styrelseordförande i NCC AB.

Övriga styrelseuppdrag: vice ordförande i Avesta Sheffield AB, ledamot i MeritaNordbanken Abp, Burmah Castrol plc., Silja Oy Ab, Höganäs AB, ICB Shipping AB, Net Insight AB, Industriförbundet och Stockholms handelskammare. Rådgivare till European Bank for Reconstruction and Development.

Aktieinnehav i Swedish Match AB: 1 500 aktier.



Arne R. Bennborn

f 1932. Ledamot sedan 1996. Teknologie hedersdoktor.

Övriga styrelseuppdrag: vice ordförande i Invest in Sweden Agency-ISA. Ledamot av Ingenjörsvetenskapsakademien.

Aktieinnehav i Swedish Match AB: 4000 aktier.



Jan Blomberg

f 1939. Ledamot sedan 1996.

Övriga styrelseuppdrag: ordförande i Närkebro AB, vice ordförande i Posten AB, ledamot i PLM AB, Haldex AB, Investment AB Bure, Inductus AB, Skandia Investment AB, Byggelit AB, Svenska Spel AB, Mellanskog Industrier AB, Concis AB och Handelsbanken Regionbank City.

Aktieinnehav i Swedish Match AB: 2 068 aktier.



Christer Nordgren

f 1943. Ledamot sedan 1982. Representerar L.O. Klubbordförande för Livs vid tobaksfabriken i Malmö.

Aktieinnehav i Swedish Match AB: 0.



Bertil Persson

f 1947. Ledamot sedan 1997. Representerar PTK. Vice klubbordförande för SIF vid tobaksfabriken i Malmö.

Aktieinnehav i Swedish Match AB: 200 aktier.



Kenneth Ek

f 1953. Suppleant sedan 1997. Representerar PTK. Klubbordförande för Ledarna vid snusfabriken i Göteborg.

Aktieinnehav i Swedish Match AB: 0.



Klaus Unger

f 1934. Ledamot sedan 1984. Tidigare verkställande direktör och koncernchef i Swedish Match AB.

Övriga styrelseuppdrag: ledamot i Arnold André GmbH & Co KG. Ledamot av Ingenjörsvetenskapsakademien.

Aktieinnehav i Swedish Match AB: 2 831 aktier.



Göran Lindén

f 1944. Ledamot sedan 1985. Verkställande direktör och koncernchef i Swedish Match AB. Övriga styrelseuppdrag: ledamot i Prippts Ringnes AB, Monark Stiga AB, Liber AB samt 6:e AP-fonden.

Aktieinnehav i Swedish Match AB: 32 957 aktier*.



Lennart Engström

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

Aktieinnehav i Swedish Match AB: 0.



Rolf Esbjörnsson

f 1950. Suppleant sedan 1994. Representerar LO. Klubbordförande för Livs vid tobaksfabriken i Arvika.

Aktieinnehav i Swedish Match AB: 200 aktier.



Dag Ivarsson

f 1946. Suppleant sedan 1985. Representerar PTK. Klubbordförande för Ledarna vid Swedish Match Industries AB in Vetlanda.

Aktieinnehav i Swedish Match AB: 0.

Revisorer

Ordinarie

Göran Tidström

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

Suppleant

Åke Danielsson

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

* inkl. familjens aktieinnehav

Koncernledning



Göran Lindén

f 1944. Verkställande direktör och koncernchef i Swedish Match AB sedan 15 februari 1996. Övriga styrelseuppdrag: ledamot i Pripss Ringnes AB, Monark Stiga AB, Liber AB samt 6:e AP-fonden.
Aktieinnehav i Swedish Match AB: 32 957 aktier.*



Massimo Rossi

f 1942. Vice verkställande direktör och VDs ställföreträdare. Anställdes 1975. Medlem i koncernledningen** sedan 1992. Styrelseuppdrag: ordförande i Duni AB, ledamot i Stiftelsen Solstickan, CityMail Sweden AB och Phimco Industries Inc., Filippinerna.
Aktieinnehav i Swedish Match AB: 61 400 aktier.



William G. McClure III

f 1944. Vice verkställande direktör, med ansvar för Strategisk planering. Anställd 1990. Medlem i koncernledningen** sedan 1992. Styrelseledamot i Svensk-amerikanska Handelskammaren.
Aktieinnehav i Swedish Match AB: ADR motsvarande 10 000 aktier.



Hans van den Berg

f 1945. Vice verkställande direktör med ansvar för koncernens försäljningsregioner. Anställdes 1984. Medlem i koncernledningen** sedan 1992.
Aktieinnehav i Swedish Match AB: 923 aktier.



Göran Streiffert

f 1946. Direktör, med ansvar för Personal. Anställd och medlem i koncernledningen sedan 1 januari 1997.
Aktieinnehav i Swedish Match AB: 200 aktier.



Bo Aulin

f 1948. Direktör, med ansvar för Juridik & Information, styrelsens sekreterare och chefsjurist. Anställdes 1990. Medlem i koncernledningen** sedan 1996.
Aktieinnehav i Swedish Match AB: 100 aktier.*



Jan Gabrielsson

f 1938. Direktör, med ansvar för Ekonomi och Finans. Anställdes 1982. Medlem i koncernledningen** sedan 1993.
Aktieinnehav i Swedish Match AB: 10 000 aktier.



Definitioner

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

AVKASTNING PÅ EGET KAPITAL

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

AVKASTNING PÅ OPERATIVT KAPITAL

är rörelseresultat före jämförelsestörande poster dividerat med genomsnittligt operativt kapital. Genomsnittligt operativt kapital har beräknats genom att dividera summan av ingående balans och utgående balans av operativt kapital med 2. För 1996 och 1997 har använts rullande tolv månaders genomsnitt.

DIREKTAVKASTNING

Utdelning i procent av börskursen vid årets slut.

EBIT-MULTIPEL

Börsvärde plus nettoskuld plus minoritetsintresse dividerat med rörelseresultatet.

NETTOSKULD

är räntebärande skulder minus kassa och bank.

OPERATIVT KAPITAL

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

P/E-TAL EFTER SKATT

Börskurs dividerat med vinst per aktie efter jämförelsestörande poster.

RÄNTETÄCKNINGSGRADEN

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

RÖRELSEMARGINAL

är rörelseresultatet före jämförelsestörande poster dividerat med försäljning.

SKULDSÄTTNINGSGRAD

är nettoskuld dividerat med summan av eget kapital och minoritetsintressen.

SOLIDITET

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

VINST EFTER SKATT PER AKTIE

Årets resultat dividerat med genomsnittligt antal aktier. I förekommande fall justerat för jämförelsestörande poster.

Adresser

CORPORATE HEADQUARTERS

Swedish Match
Corporate Headquarters
118 85 Stockholm
tel 08-658 0200
fax 08-658 3522

CHEWING TOBACCO DIVISION

Swedish Match
Chewing Tobacco Division
P.O. Box 11588
Richmond,
Virginia 23230-1588
USA
tel +1 804 287 3220
fax +1 804 287 3282

Swedish Match
Chewing Tobacco Division
P.O. Box 986
Owensboro,
Kentucky 42301
USA
tel +1 502 685 7200
fax +1 502 685 7353

Swedish Match
Leaf Tobacco
P.O. Box 1872
Owensboro,
Kentucky 42302-1872
USA
tel +1 502 685 7200
fax +1 502 685 7353

CIGAR DIVISION

Swedish Match
Cigar Division
P.O. Box 1
NL-5550 AA Valkenswaard
The Netherlands
tel +31 40 208 5555
fax +31 40 208 5501

Swedish Match
Cigar Division
Europark 1030
B-3530 Houthalen
Belgium
tel +32 11 524 918/19/20
fax +32 11 525 420

Swedish Match
Cigar Division
Willem II straat 43
B-3900 Overpelt
Belgium
tel +32 11 641 916
fax +32 11 663 284

Swedish Match
Cigar Division
JL Stadion 28
Pandaan 67156
Indonesia
tel +62 343 631336
fax +62 343 631337

Lareka Machines B.V.
P.O. Box 836
NL-5550 AV Valkenswaard
The Netherlands
tel +31 40 208 6666
fax +31 40 204 8738

(intressebolag)
Arnold André
Postfach 1247
D-32212 Bünde
Germany
tel +49 5223 163 220
fax +49 5223 163 136

EBAS Finland Oy
P.O. Box 33
FIN-68601 Jakobstad
tel +358 6 786 9333
fax +358 6 786 9444

CIGARETTE DIVISION

Swedish Match
Cigarette Division
118 85 Stockholm
tel 08-658 0200
fax 08-668 7217

Swedish Match
Cigarette Division
Hanögatan 9
211 24 Malmö
tel 040-38 25 00
fax 040-38 27 80

LIGHTER DIVISION

Swedish Match
Lighter Division
P.O. Box 222
CH-1260 Nyon 1
Switzerland
tel +41 22 363 9111
fax +41 22 363 9118

Swedish Match
Lighter Division
B.P. 116
F-69142 Rillieux La Pape
Cedex
France
tel +33 4 78 88 33 33
fax +33 4 78 88 30 03

Swedish Match
Lighter Division
P.O. Box 82
NL-9400 AB Assen
The Netherlands
tel +31 592 376 888
fax +31 592 344 487

Swedish Match
Lighter Division
P.O. Box 7215
Airmail Distribution Center
NAIA, Philippines
tel +63 2 532 3071/81
fax +63 2 532 1254

Swedish Match
Lighter Division
Rua Poraque, 240
Distrito Ind. Castelo Branco
69075-180 Manaus, AM
Brazil
tel +55 92 237 7869
fax +55 92 237 6437

Swedish Match
Lighter Division
Rua Carlos Guedes 44/70
36300-000-São João Del Rei-MG
Brazil
tel +55 32 371 5466
fax +55 32 371 5597

Yaka Feudor K.K.
3-7 Usazaki-naka,
Shirahama-cho
Himeji, Hyogo Pref. 672
Japan
tel +81 792 463 005
fax +81 792 463 435

MATCH DIVISION

Swedish Match
Match Division
P.O. Box 222
CH-1260 Nyon 1
Switzerland
tel +41 22 363 9111
fax +41 22 363 9172

Swedish Match
Match Division
P.O. Box 84
522 22 Tidaholm
tel 0502-165 00
fax 0502-165 55

Swedish Match
Match Division
P.O. Box 1002
574 28 Vetlanda
tel 0383-195 00
fax 0383-184 61

Swedish Match
Match Division
San Bartolomé, 68
E-46115 Alfara del Patriarca,
Valencia
Spain
tel +34 6 139 00 90
fax +34 6 139 48 61

Swedish Match
Match Division
Bakay Nándor utca 7-9
H-6701 Szeged
Hungary
tel +36 62 310 188
fax +36 62 313 911

Swedish Match
Match Division
Gaverstraat 35
B-9500 Geraardsbergen
Belgium
tel +32 54 43 34 11
fax +32 54 43 35 60

Swedish Match
Match Division
Travessa Pinheiro, 194
80230-160 Curitiba - PR
Brazil
tel +55 41 322 5225
fax +55 41 232 5144

Swedish Match
Match Division
Rua Prefeito Gumerindo
Sguario, 372
84240-000 Pirai do Sul - PR
Brazil
tel +55 42 237 1203
fax +55 42 237 1131

Swedish Match
Match Division
Av. Belmino Correia, 7412
54740-000 São Laurenço da
Mata - PE
Brazil
tel +55 81 525 0611
fax +55 81 525 0775

Swedish Match
Arenco
P.O. Box 915
391 29 Kalmar
tel 0480-945 00
fax 0480-100 34

Swedish Match
Arenco Shanghai
Land lot 14
Jin Qiao Proc. Zone for Export
Pudong
Shanghai 201206
P.R. China
tel +86 21 5899 5190
fax +86 21 5899 5291

PIPE TOBACCO DIVISION

Swedish Match
Pipe Tobacco Division
P.O. Box 11588
Richmond, Virginia 23230-1588
USA
tel +1 804 287 3220
fax +1 804 287 3208

Swedish Match
Pipe Tobacco Division
118 85 Stockholm
tel 08-658 0200
fax 08-658 2059

SNUFF DIVISION

Swedish Match
Snuff Division
Box 77
401 21 Göteborg
tel 031 80 86 00
fax 031 15 61 04

Swedish Match
Snuff Division
118 85 Stockholm
tel 08-658 0200
fax 08-658 4871

Swedish Match
Snuff Division
P.O. Box 11588
Richmond,
Virginia 23230-1588
USA
tel +1 804 287 3220
fax +1 804 287 3208

Swedish Match
Snuff Division
Box 913
671 29 Arvika
tel 0570 842 00
fax 0570 802 91

NORTH EUROPEAN SALES REGION

Swedish Match
North European Sales Region
118 85 Stockholm
tel 08-658 0200
fax 08-720 6928

Swedish Match
Distribution
171 89 Solna
tel 08-29 84 80
fax 08-28 09 78

Swedish Match
Distribution
Hanögatan 9
211 24 Malmö
tel 040-38 28 28
fax 040-93 32 37

Swedish Match
Distribution
P.O. Box 159
401 22 Göteborg
tel 031-80 87 00
fax 031-80 87 07

Treab Plus AB
Box 9025
126 09 Hägersten
tel 08-681 44 00
fax 08-726 90 90

Swedish Match
Finland Sales
Heikavägen 2A, 4 vån
FIN-00210 Helsingfors
Finland
tel +358 9 682 1611
fax +358 9 682 2021

Swedish Match
Norway Sales
Stortorget 5-7
N-1600 Fredrikstad
Norway
tel +47 69 31 59 40
fax +47 69 31 59 41

Swedish Match
Estonia Sales
Kunderi 8
EE-0100 Tallinn
Estonia
tel +372 2 421 845
fax +372 6 312 110

Swedish Match
Lithuania Sales
Pilies Street 8-3
LT-2001 Vilnius
Lithuania
tel +370 2 221 746
fax +370 2 220 678

WEST EUROPEAN SALES REGION

Swedish Match
West European Sales Region
P.O. Box 1
NL-5550 AA Valkenswaard
The Netherlands
tel +31 40 208 5555
fax +31 40 208 5507

Swedish Match
Austria Sales
P.O. Box 203
A-1013 Vienna
Austria
tel +43 1 533 6827
fax +43 1 533 9590

Swedish Match
Belgium Sales
Athena Hallencomplex
Heiveldekens 9 E
B-2550 Kontich
Belgium
tel +32 3 457 7909
fax +32 3 458 3178

Swedish Match
France Sales
B.P. 116
F-69140 Rillieux La Pape Cedex
France
tel +33 4 78 88 33 33
fax +33 4 78 88 40 30

Swedish Match
France Sales Tobacco
55, Avenue Hoche
F-75008 Paris
France
tel +33 1 55 37 37 00
fax +33 1 55 37 37 10

Swedish Match
Germany Sales
Postfach 103135
D-50471 Köln
Germany
tel +49 221 257 8777
fax +49 221 257 8778

Swedish Match
Ireland Sales
Maguire & Paterson House
Hammond Lane
Dublin 7
Ireland
tel +353 1 872 5333
fax +353 1 873 2078

Swedish Match
Netherlands Sales
P.O. Box 1
NL-5550 AA Valkenswaard
The Netherlands
tel +31 40 208 5555
fax +31 40 208 5508

Swedish Match
Portugal Sales
Rua Rodrigo da Fonseca 53
P-1250 Lisboa
Portugal
tel +351 1 386 4180
fax +351 1 386 2020

Swedish Match
Spain Sales
Centro Comercial Gran Via de
Hortaleza C/Arequipa, 1
E-28043 Madrid
Spain
tel +34 1 381 6400
fax +34 1 381 7879

Swedish Match
Switzerland Sales
Postfach CH-8604 Volketswil
Switzerland
tel +41 1 946 0454
fax +41 1 946 0450

Swedish Match
UK Sales
Sword House
Totteridge Road
High Wycombe
Bucks HP13 6EJ
England
tel +44 1494 533 300
fax +44 1494 437 459

EAST EUROPEAN SALES REGION

Swedish Match
East European Sales Region
118 85 Stockholm
tel 08-658 0200
fax 08-84 20 15

Swedish Match
East European Sales Region
Nagytétényi út 112
H-1222 Budapest
Hungary
tel +36 1 226 8022
fax +36 1 226 8236

Swedish Match
Hungary Sales
Nagytétényi út 112
H-1222 Budapest
Hungary
tel +36 1 226 8022
fax +36 1 226 8236

NORTH AMERICAN SALES REGION

Swedish Match
North American Sales Region
P.O. Box 11588
Richmond, Virginia 23230-1588
USA
tel +1 804 287 3220
fax +1 804 287 3208

Swedish Match
Atlantic Sales
Lookout Corporate Center
1717 Dixie Highway, Suite 510
Fort Wright, Kentucky 41011
USA
tel +1 606 344 6511
fax +1 606 344 6551

Swedish Match
Southern Sales
2951 Flowers Road South
Oxford Building, Suite 200
Atlanta, Georgia 30341
USA
tel +1 404 454 6204
fax +1 404 454 6919

Swedish Match
Western Sales
235 Northeast Loop 820,
Suite 502
Hurst, Texas 76053
USA
tel +1 817 284 2280
fax +1 817 284 3816

LATIN AMERICAN SALES REGION

Swedish Match
Latin American Sales Region
P.O. Box 70052
22422-970 Rio de Janeiro, RJ
Brazil
tel +55 21 522 1122
fax +55 21 522 1904

ASIA/PACIFIC SALES REGION

Swedish Match
Asia/Pacific Sales Region
P.O. Box 222
CH-1260 Nyon 1
Switzerland
tel +41 22 363 9111
fax +41 22 361 9912

Swedish Match
Japan Sales
Nihonbashi Kajiwara Bldg., 6fl.
Nihonbashi Kakigara-cho 2-13-3
Chuo-ku, Tokyo 103
Japan
tel +81 3 3664 8561
fax +81 3 3664 8564

Swedish Match
Philippines Sales
P.O. Box 7215
Airmail Distribution Center
NAIA, Philippines
tel +63 2 532 3071/81
fax +63 2 532 1254

Swedish Match
Hong Kong Sales
Unit B, 23rd floor
Entertainment Building
30 Queens Road Central
Central Hong Kong
tel +852 297 102 50
fax +852 297 102 56

(intressebolag)
Malaysia Match Company
SDN. BHD.
No. 11A, Jalan PJS 11/8,
Bandar Sunway
46150 Petaling Jaya
Selangor Darul Ehsan
Malaysia
tel +60 3 733 8040
fax: +60 3 733 8127

(intressebolag)
BVT Cricket Co., Ltd.
P.O. Box 34000 Hai Duong
Post Office
Thach Khoi - Gia Loc
Hai Hung Province
Vietnam
tel +84 32 854727/8/9
fax +84 32 854746

(intressebolag)
BVT Cricket Co., Ltd.
HoChiMinh City Branch
90E Thach Thi Thanh St., Dist. 1
HoChiMinh City
Vietnam
tel +84 8 820 3806/7
fax +84 8 820 1917

AFRICA/MIDDLE EAST SALES REGION

Swedish Match
Africa & Middle East Sales Region
Centro Comercial Gran Via de
Hortaleza C/Arequipa, 1
E-28043 Madrid
Spain
tel +34 1 381 6400
fax +34 1 381 7873

ADVERTISING PRODUCTS

Swedish Match
Advertising Products Sales
P.O. Box 222
CH-1260 Nyon 1
Switzerland
tel +41 22 363 9111
fax +41 22 361 9912

Swedish Match
Advertising Products Benelux
Gaverstraat, 35
B-9500 Geraardsbergen
Belgium
tel +32 54 433 532
fax +32 54 433 402

Swedish Match
Advertising Products France
55, Avenue Hoche
F-75008 Paris
France
tel +33 1 55 37 37 00
fax +33 1 55 37 37 10

Swedish Match
Advertising Products Germany
P.O. Box 260
D-27368 Visselhövede
Germany
tel +49 4262 3030
fax +49 4262 303 34

Swedish Match
Advertising Products North
America
2951 Flowers Road South
Oxford Building Suite #200
Atlanta 30341, Georgia
USA
tel +1 770 454 6204
fax +1 770 454 6919

Swedish Match
Advertising Products Sweden
118 85 Stockholm
tel 08-658 0200
fax 08-84 20 15

Swedish Match
Advertising Products Switzerland
Postfach
CH-8604 Volketswil
Switzerland
tel +41 1 945 5253
fax +41 1 945 5287

Swedish Match
Advertising Products UK
Sword House
Totteridge Road
High Wycombe
Bucks HP13 6EJ
England
tel +44 1494 556 226
fax +44 1494 538 759

ÖVRIGT

Swedish Match Stiftelser
P.O. Box 16101
103 22 Stockholm
tel 08-22 06 20
fax 08-24 21 11

Swedish Tobacco Import
118 85 Stockholm
tel 08-658 02 00
fax 08-668 73 69



SWEDISH MATCH AB (publ) 118 85 STOCKHOLM BESÖKSADRESS ROSENLUNDSGATAN 36
TELEFON 08-658 02 00 TELEFAX 08-658 35 22 www.swedishmatch.se