

#1 februari 2005

Nya studier talar för snuset

Att konsumtion av snus innebär relativt små risker för liv och hälsa jämfört med cigarettökning visar ett antal vetenskapliga studier som nyligen publicerats. Genomförda studier har gjort att svenskt snus fått en särställning i förhållande till annan tobak i forskarvärlden, vilket kommer att öka intresset för harm reduction debatten.

Sid 6

Bättre jämförbarhet med nya regler

Från och med årsskiftet 2004/2005 ska alla noterade bolag på de europeiska börserna tillämpa nya regler för finansiell rapportering, så kallad International Financial Reporting Standards (IFRS). I stort hade Swedish Match anpassat sig till reglerna i förväg, men vissa förändringar sker först nu. Reglerna innebär att det kommer att bli lättare att jämföra företag som är noterade i olika europeiska länder än tidigare.

Sid 8

EG-domstolen behöll förbudet



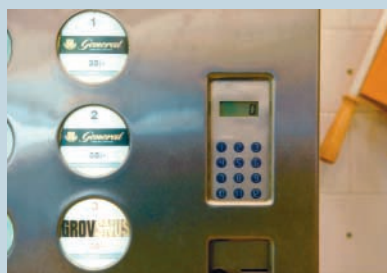
I december i fjol beslutade EG-domstolen att inte upphäva förbudet för försäljning av snus inom EU. "Oavsett EG-domstolens beslut, är Swedish Match uppfattning att dagarna är räknade för förbudet", kommenterar Bo Aulin, chefsjurist på Swedish Match.

Sid 2-3

Snusautomater på restauranger

Nu är det möjligt att köpa snus i automat. Swedish Match har tillsammans med två restauranger i Stockholm tagit fram den specialdesignade automaten som erbjuder restauranggästerna färskt snus.

Sid 6



”Vi följer redan koden”

Styrelseordförande Bernt Magnusson intervjuas om den nya koden för bolagsstyrning.

Sid 4-5

Heta cigarrer

Koncernen gick ur året med en starkare balansräkning än någonsin och med en kraftigt minskad nettoskuld. Styrelsen beslutade att föreslå en höjning av årets utdelning, till 1,90 SEK. För cigarrverksamheten blev 2004 ett starkt år, trots att en stor andel av försäljningen genereras i Nordamerika och därmed påverkas negativt av den svaga dollarn.

Sid 2-3





Bra balans mellan kontroll och affärsarbete

I JULHELGEN PRESENTERADES det färdiga förslaget till en "Svensk kod för bolagsstyrning" som vi kan räkna med blir obligatorisk för de stora svenska börsföretagen från och med nästa halvårsskifte.

Därmed formaliseras en rad regler och procedurer för svenska företag på bolagsstyrningsområdet (corporate governance), regler och procedurer som i stort sett redan tillämpas i Swedish Match. Vi hälsar denna uppstramning på självregleringsområdet välkommen, vilket alltså i praktiken inte kommer att förändra särskilt mycket i det sätt på vilket Swedish Match idag styrs och kontrolleras.

Det aktieägarperspektiv som koden ger uttryck för har länge dominerat vår styrelses och lednings syn- och arbetssätt. Swedish Match har hela tiden legat i täten bland svenska storföretag vad gäller corporate governance: Vi har varit bland de första att öppet redovisa våra styr- och kontrollprocesser under egen rubrik i årsredovisningen och vi var tidigt ute med att inrätta kommittéer för ersättningsfrågor och revision. I allt väsentligt tillämpar vi redan Svensk kod för bolagsstyrning.

Det är dock viktigt att koden inte leder till att kontrollaspekterna tar över på bekostnad av affärsarbetet. I Swedish Match har vi alltid prioriterat affärsarbetets främsta syfte: Att skapa värde för våra aktieägare. Det kommer vi att fortsätta med. Fortsatt satsning på våra tillväxtområden snus och cigarrer, en trög arbetet med rationaliseringar och effektiviseringar, sparsamhet med kapital och andra resurser, allt för att vi ska kunna få så stora kassaflöden som möjligt för utdelning och återköp av aktier och därmed långsiktigt skapa ökande värden för aktieägarna.

Koden ändrar inte detta vårt huvudfokus. Tack vare att vi har varit så tidigt ute med förstärkning av vårt corporate governance har vi funnit en bra balans mellan kontroll och offensivt affärsarbete, som vi kommer att kunna utveckla ytterligare i takt med omvärldens och våra aktieägares krav.

Sven Hindrikes, VD och Koncernchef

Swedish Match Inside är en tidning för Swedish Match aktieägare. Tidningen trycks i 82 500 exemplar.

UTGIVARE
Swedish Match AB

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

ANSVARIG UTGIVARE
Bo Aulin

I REDAKTIONEN
Lena Olofsdotter,
Swedish Match AB

PRODUKTION
Hallvarsson&Hallvarsson AB

FOTO
Stig-Göran Nilsson

REPRO
Scarena, Stockholm

TRYCK
Ljungbergs, Klippan

☆☆☆
SWEDISH MATCH

ÅRSBOKSLUT 2004

Ett händelserikt år

Verksamheten under 2004 utvecklades väl och försäljningen ökade med 3 procent i lokala valutor. Volymerna ökade för framförallt cigarrer, men också för snus. Rörelseresultatet ökade och har påverkats av flera poster av engångskaraktär. Förlikningen med UST i början på året resulterade i en intäkt på 1,5 miljarder SEK före skatt, samtidigt som resultatet har belastats med nedskrivningar, reserveringar och kostnader för rationaliseringsåtgärder. Vinsten per aktie ökade till 5:61 SEK (4:68) och styrelsen har beslutat föreslå en höjning av årets utdelning, till 1:90 SEK (1:70).

"2004 BLEV ETT ÅR DA verksamheten i stort sett presterade och utvecklades väl", konstaterar Lars Dahlgren, ekonomi- och finansdirektör i Swedish Match-koncernen. Försäljningen i svenska kronor minskade något och uppgick till 13 007 MSEK (13 036), men ökade med 3 procent i lokala valutor. Rörelseresultatet ökade till 3 370 MSEK (2 224).

2004 var ett unikt år unikt på grund av den stora förlikningen med UST som innebar en intäkt på 1,5 miljarder SEK före skatt. I övrigt har bolaget haft vissa motgångar på den juridiska sidan under det gångna året. I december fastställde EG-domstolen att förbudet mot försäljning av svenskt snus i EU inte är olagligt.

"Det är beklagligt att EG-domstolen kom fram till den slutsatsen och man kan undra på vilka egentliga grunder domen fastställdes", säger Lars Dahlgren. "Erfarenheterna från Sverige säger oss att många tusentals liv går att spara om cigarettökare, som inte lyckas sluta, erbjuds en rökfri produkt - som det svenska snuset - som alternativ. Det ironiska är att tuggtobak är lagligt och om snuset bara var avsett att tuggas skulle det i juridisk mening vara tillåtet.

I Indien fick Swedish Match ett domstolsutslag från Högsta Domstolen emot sig. Domstolen ålade Swedish Match att förvärva 20 av de utestående 26 procenten av aktierna i Wimco Ltd. Ett belopp om 90 MSEK belastar resultatet och har reserverats för fullgörandet av förvärvet enligt Högsta Domstolens utslag.

Rörelseresultatet har även belastats med en nedskrivning på 150 MSEK avseende anläggningstillgångar i tändsticksrörelsen. En svag resultatutveckling för tändstickorna på vissa marknader har gjort att bolaget omprövat värdena i balansräkningen.

"Under 2004 har även betydande rationaliseringsåtgärder genomförts eftersom vi valt att ta ett ordentligt grepp om verksamheten och effekti-

visera för att lägga basen för en god framtida utveckling", säger Lars Dahlgren. Under 2004 har dessa åtgärder sammantaget belastat rörelseresultatet med 235 MSEK.

Arbetet handlar om ett antal åtgärder för att komma tillrätta med överkapaciteten inom tändstickor i Europa, omorganiseringar inom Kontinental-europa samt rationaliseringar, framförallt på tjänstemannasidan inom Nordeuropa.

"Vi har dessutom fattat ett noga övervägt beslut att ompositionera snusmärket Timberwolf i Nordamerika, för att bromsa den negativa utveckling vi sett under året", säger Lars Dahlgren.

Ompositioneringen av Timberwolf innebär att varumärket nu styrs mot lågprissegmentet, något som bedöms leda till förbättrad volymutveckling framöver, men som påverkade försäljningen under fjärde kvartalet negativt och minskade rörelseresultatet med 50 MSEK.

Årets rörelseresultat, exklusive förlikningsintäkten från UST, reserveringen avseende förvärv av aktier i Wimco och nedskrivningen i tändsticksverksamheten, uppgick till 2 089 MSEK (2 224), en minskning med 6 procent. Hela minskningen, och mer därtill, är en följd av omstruktureringsåtgärderna i Europa som resulterat i kostnader om 235 MSEK, engångseffekten av ompositioneringen av Timberwolf samt negativa valutaeffekter vid omräkning av utländska dotterbolags resultat med 94 MSEK, främst på grund av den lägre dollarkursen.

"Visserligen är kostnader för rationaliseringsåtgärder återkommande och något man bör ta hänsyn till när man tittar på ett bolags resultat. Men omfattningen av dessa kostnader var stor under 2004", säger Lars Dahlgren. "Även för 2003 hade vi rationaliseringskostnader, fast i mindre omfattning, och om vi justerar för effekten av ompositioneringen av Timberwolf och kostnaderna för större rationaliseringsåtgärder båda åren ökade det

underliggande rörelseresultatet 2004 med fyra procent, eller med åtta procent räknat i lokala valutor."

I SNUSVERKSAMHETEN ökade försäljningen under året med 3 procent till 3 081 MSEK (2 995). I lokala valutor ökade försäljningen med 6 procent. I Skandinavien som helhet har ökningstakten mattats av och stannade på totalt 1 procent i volym räknat. Förklaringen är dels att totalmarknaden i Sverige växer långsammare än historiskt, och dels att konkurrensen har skärpts på den svenska snusmarknaden under året. Den norska marknaden fortsatte dock att växa starkt, med en volymökning för Swedish Match på närmare 20 procent.

I USA ökade volymen med 3 procent mätt i antalet dosor, främst tack vare framgångarna för det nya lågprismärket Longhorn. Swedish Match marknadsandel på USA-marknaden uppgick under året som helhet till 8,9 procent enligt Nielsen-data jämfört med 9,1 procent samma period föregående år.

Rörelseresultatet minskade till 1 373 MSEK (1 386). I lokala valutor ökade rörelseresultatet med 1 procent. Rörelsemarginalen var 44,6 procent (46,3).

För det fjärde kvartalet minskade försäljningen med 6 procent jämfört med samma period föregående år och uppgick till 725 MSEK (772) och rörelseresultatet minskade med 20 procent till 286 MSEK (359). I Sverige och Norge sammantaget minskade volymerna något under det fjärde kvartalet, jämfört med fjärde kvartalet 2003. Även i Nordamerika var volymerna och rörelseresultatet lägre på grund av ompositioneringen av Timberwolf.

FÖR CIGARRVERKSAMHETEN blev 2004 ett starkt år, trots att en stor andel av försäljningen genereras i Nordamerika och därmed påverkas negativt av den svaga dollarn.

Försäljningen under året uppgick till 3 171 MSEK (3 008), en ökning med 5 procent. I lokala valutor ökade försäljningen med 13 procent.

"Både premiumcigarrer och maskintillverkade cigarrer har gått bra i USA. De maskintillverkade, smaksatta cigarrer har vuxit kraftigt på helårsbasis, men under fjärde kvartalet minskade volymerna något i jämförelse med ett starkt fjärde kvartal 2003. Försäljningen i lokal valuta ökade dock som ett resultat av prishöjningar", säger Lars Dahlgren.

På den europeiska marknaden var volymutvecklingen ojämn mellan olika länder med en total volym något över föregående år. Speciellt den franska marknaden utvecklades dock väl.

Snusförbudet kvar inom EU

"BESLUTET ATT INTE UPPHÅVA förbudet för försäljning av snus inom EU är givetvis en besvikelse, men det kom inte som någon överraskning för oss", säger Swedish Match chefsjurist Bo Aulin i en kommentar till de två rättsfall som avgjordes i december i följd av EG-domstolen i Luxemburg.

"Vi vände oss till domstolen för att få en objektiv, fördomsfri och legalt grundad bedömning, men tyvärr tycks domstolen ha valt ett politiskt ställningstagande, inte ett juridiskt".

"Snus är en mindre riskfylld produkt än cigaretter och skulle kunna spela en viktig roll i en mer ansvarsfull strategi

för att begränsa tobaksrelaterade hälsoskador än den förhärskande attityden "Quit or Die" (sluta röka eller dö), säger Bo Aulin. "Domstolens utslag är därför en besvikelse, inte bara för Swedish Match, utan även för de verkliga folkhälsorepresentanter som förespråkar den så kallade "Harm Reduction"

Analytikernas frågor

Swedish Match resultat för helåret 2004 presenterades 11 februari. I anslutning till rapporten hölls en telefonkonferens för analytiker från banker och mäklarhus runt om i Europa. Här följer ett urval av frågor och svar.

JONATHAN FELL, MORGAN STANLEY:

”Ni rapporterar en volymtillväxt på den nordiska marknaden för snus på en procent över helåret. Kan ni ge oss Nielsens siffror över marknadstillväxten totalt. Och hur stor andel av marknaden hade Swedish Match vid slutet av året?”

SVEN HINDRIKES, KONCERNCHEF:

”I slutet av 2004 hade vi en marknadsandel på 96 procent i Norden, och konkurrenterna således cirka 4 procent. Enligt Nielsen växte den nordiska marknaden totalt med 2 – 3 procent under året.”

PIETER VORSTER, CREDIT SUISSE FIRST BOSTON:

”För fjärde kvartalet ser det ut som om volymtillväxten minskade ytterligare. Väntar ni er att den nedgången ska bestå och hur ser prognosen ut för marknaden som helhet?”

SVEN HINDRIKES:

”Under fjärde kvartalet var volymtillväxten 0,8 procent lägre än motsvarande period förra året. I Norge ökade volymerna, men i Sverige minskade de med drygt 1 procent. När det gäller framtidsutsikterna så förväntar vi oss en fortsatt marknadstillväxt för snuset och att det gäller även oss.”

MICHAEL SMITH, JP MORGAN:

”Under fjärde kvartalet skedde även en stor nedgång i snusvolymerna i USA. Förklarar ni det med ompositioneringen av Timberwolf, och skulle volymerna ökat annars?”

LARS DAHLGREN, FINANSDIREKTÖR

”Vi väntade oss en nedgång på grund av stora lager ute hos distributörer och i handeln. Så volymen sjönk fjärde kvartalet med 3,2 procent jämfört med 2003. Men det är för tidigt än att säga vad som kommer att hända första kvartalet och vad ompositioneringen av Timberwolf kommer att innebära.”

JOHAN GRABE, ENSKILDA SECURITIES:

”I Norge infördes rökförbud på restaurangerna förra sommaren. Har det påverkat er försäljning, och kan man i så fall vänta sig motsvarande när rökförbud införs i Sverige? Jag undrar också över marginalen för tändstickor fjärde kvartalet, är den långsiktigt stabil?”

LARS DAHLGREN:

”Vi har haft ett mycket starkt år i Norge, med dubbelsiffrig volymtillväxt under hela året. Men ökningen verkar bero på andra orsaker, vi har inte sett någon mätbar effekt av rökförbudet i våra utleveranser. Däremot har vi tagit del av en del extern data som visar på större öknings i konsumentledet efter rökförbudet. Det är svårt att jämföra Norge med Sverige som har en mycket högre andel snusare. Men ett svenskt rökförbud blir definitivt inte negativt för vår snusverksamhet.”

SVEN HINDRIKES:

”Vi har gjort en genomgripande omstrukturering av tändsticksverksamheten under 2004 och den fortsätter en bit in på det här året. När alla åtgärder är genomförda har vi sagt att det inte är orimligt att räkna med en marginal på 5 – 10 procent.”

Rörelseresultatet förbättrades med 73 MSEK till 466 MSEK (393), en ökning med 19 procent, men påverkades negativt av omstruktureringskostnader om 36 MSEK och försvagningen av den amerikanska dollarn.

Försäljningen av cigarrer under det fjärde kvartalet var i nivå med föregående år och uppgick till 790 MSEK, (787). Rörelseresultatet minskade med 14 procent till 83 MSEK (97).

TÄNDARE OCH TÄNDSTICKOR har haft ett tufft år, även om en viss ljusning kunde skönjas mot slutet av året för tändstickor, tack vare ökade exportvolymerna och stark utveckling på några utvalda lokala marknader.

Tändsticksförsäljningen under året uppgick till 1 378 MSEK (1 395), en minskning med 1 procent. Försäljningsvolymerna minskade på samtliga marknader av betydelse. Rörelseresultatet minskade till -57 MSEK (83). I rörelseresultatet ingår omstruktureringskostnader med 125 MSEK (30).

För tändare uppgick försäljningen under året till 582 MSEK (599), en minskning med 3 procent. I lokala valutor ökade försäljningen något. Rörelseresultatet minskade till 7 MSEK (14) till följd av lägre genomsnittspris, kostnader för minskning av antalet anställda i den europeiska produktionsverksamheten samt valutaeffekt vid omräkning av utländska dotterbolags resultat.

PIPTOBAC OCH TILLBEHÖR har haft ett starkt år trots sjunkande försäljningsvolymerna. Bakom det goda resultatet ligger en kombination av prishöjningar, effektiviseringsvinster och den starka sydafrikanska valutan, rand.

Försäljningen uppgick till 901 MSEK (909). Rörelseresultatet ökade till 220 MSEK (201), eller med 9 procent. Under det fjärde kvartalet minskade försäljningen med 4 procent till 242 MSEK och rörelseresultatet ökade med 14 procent jämfört med samma period föregående år till 64 MSEK (56).

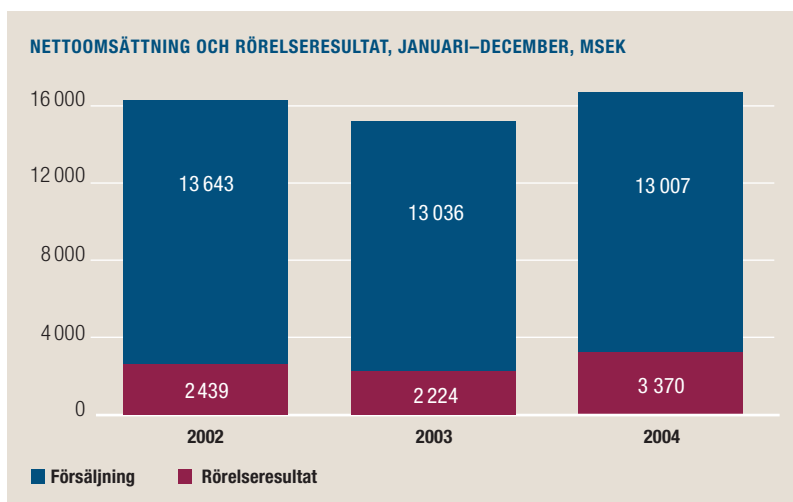
TUGGTOBAC MINSKADE försäljningen till 1 058 MSEK (1 146) eller med 8 procent. Rörelseresultatet minskade med 10 procent till 304 MSEK (336) och inkluderar kostnader som är relaterade till Firebreakanseringen i Japan. För tuggtobak i USA ökade såväl försäljning som rörelseresultat i lokal valuta.

Koncernens kassaflöde från rörelsen ökade till 3 626 MSEK jämfört med 2 638 MSEK föregående år.

”Det är exceptionellt starkt och har naturligtvis sin grund i förlikningen med UST. Samtidigt ser vi med tillfredsställelse att bolaget minskat rörelsekapitalet till rekordlåg andel av för-

strategin, samt inte minst miljoner europeer som kommer att fortsätta röka cigaretter i frånvaron av ett bättre alternativ”.

”DEN NUVARANDE SITUATIONEN gynnar endast de stora cigarettföretagen”, säger Bo Aulin. ”Snusförbudet är absurt och måste ersättas med en bättre reglering. Oavsett EG-domstolens beslut i



	NETTOOMSÄTTNING, MSEK			RÖRELSERESULTAT*, MSEK		
	Jan–dec 2004	Jan–dec 2003	Förändring %	Jan–dec 2004	Jan–dec 2003	Förändring %
Snus	3 081	2 995	3	1 373	1 386	-1
Tuggtobak	1 058	1 146	-8	304	336	-10
Cigarrer	3 171	3 008	5	466	393	19
Piptobak/ tillbehör	901	909	-1	220	201	9
Tändstickor	1 378	1 395	-1	-57	83	-
Tändare	582	599	-3	7	14	-
Övrig verksamhet	2 836	2 984	-5	-224	-189	-
Total	13 007	13 036	0	2 089	2 224	-6

*exkl. poster av engångskaraktär

säljningen. Den förändringen bidrog till en ökning av kassaflödet med 338 MSEK”, säger Lars Dahlgren.

”Det är också glädjande att kunna konstatera att koncernens balansräkning är starkare än någonsin. Vi hade vid årets utgång en nettoskuld på 527 MSEK, en minskning med nära 2,2 miljarder, jämfört med 2003”.

Den totala skattekostnaden för 2004 uppgick till 1 314 MSEK (572), vilket motsvarar en sammanvägd skattesats på 41 procent. Skattesatsen har tillfälligt ökat, bland annat till följd av 42 procents skattebelastning på förlikningsintäkten från UST. Under perioden återköptes aktier för 658 MSEK (959).

KONCERNENS EKONOMIÄVDNING har haft flera nyheter att hantera under året. Just nu pågår arbetet för fullt med att dokumentera koncernens interna kontroller. De interna kontrollerna ska utvärderas genom ett speciellt testförfarande och även granskas av de externa revisorerna. Arbetet handlar om en anpassning till det amerikanska regelverket Sarbanes-Oxley Act och är nödvändigt på grund av Swedish Match registrering

december, är Swedish Match uppfattning att dagarna är räknade för förbudet. Det finns inga rationella skäl till att beröva EU:s cigarettökare tillgång till ett mindre hälsofarligt alternativ till cigaretter”.

”MEN, NU HAR DEN LEGALA processen för att upphäva förbudet kommit till vägs ände. Nu vidtar istället en politisk

hos Securities and Exchange Commission, SEC i USA.

”Arbetet med att uppfylla dessa krav är mycket omfattande. Som CFO ser jag fördelar med mer rigorösa kontroller. Samtidigt är uppfyllandet av kraven förenade med betydande kostnader och det är ett regelverk som i mångt och mycket är anpassat till arbetssättet i USA. För utländska bolag krävs ofta stora förändringar i rutiner och framförallt i dokumentation av dessa”, säger Lars Dahlgren.

Den andra stora förändringen är övergången till EU:s nya redovisningsstandard, IFRS, som genomförts under året och som beskrivs närmare på sidan 8 i detta nummer av Inside.

”För Swedish Match del är det främst de nya reglerna för hur man ska hantera goodwill som kommer att märkas i resultat- och balansräkningarna. För 2004 innebär de nya reglerna att rörelseresultatet rapporterat enligt övergångsreglerna till IFRS skulle varit 191 MSEK högre och resultatet efter skatt 160 MSEK högre”.

process inom ramen för EU-samarbetet. Den svenska regeringen har stött Swedish Match i den legala processen. Regeringen måste nu fortsätta att ta sitt ansvar och spela en aktiv roll för att få bort förbudet, som är diskriminerande både för ett svenskt företag, och för Sverige som medlemsstat, men även för en miljon svenska konsumenter”, säger Bo Aulin.

BERNT MAGNUSSON:

”Swedish Match följer redan koden”

Den nya koden för bolagsstyrning innehåller inga stora nyheter för Swedish Match. ”Till 80-90 procent följer vi redan de regler som koden sätter upp,” säger styrelseordföranden Bernt Magnusson. Kodreglerna är i huvudsak bra, men det finns en risk att ökad byråkrati leder till ett minskat fokus på affärerna, vilket Magnusson varnar för. Regler i all ära, det viktigaste är hur man i praktiken lever upp till dem, betonar han.

Bernt Magnusson räknas som en av tungviktarna i svenskt näringsliv med en lång karriär bakom sig, bland annat som tidigare VD i det Johnson dominerade industrikonglomeratet Nordstjärnan. Numera är han så kallad styrelseproffs med ordförandeuppdrag både i Swedish Match och Skandia och flera andra poster.

Med sitt långa perspektiv konstaterar Magnusson att tiderna ändras betydligt – när han började i näringslivet var det snarare regel än undantag att VD och ordförande bestämde allt av betydelse i ett bolag. Nu finns en helt annan insyn, medbestämmande och kontroll.

I huvudsak är utvecklingen positiv, men det finns en risk att det går för långt och bolagets ledningar och styrelser tvingas fokusera mer på kontrollapparaten än på affärerna – det som ändå utgör grunden för både bolagets och de anställdas välfärd.

I USA har nog utvecklingen gått lite väl långt i detta avseendet, menar Magnusson.

Den nya svenska koden för bolagsstyrning är dock inte särskilt dramatisk – särskilt inte för Swedish Match – hävdar han.

”För mig som varit med i svensk storföretagsamhet i flera decennier är inte det här så mycket nytt. De stora företag som jag är verksam i, däribland Swedish Match, följer till 90 procent redan koden. Skillnaden mot tidigare är att reglerna nu fästs på pränt i ett sammanhang, och det är i sig välkommet. I det praktiska arbetet blir dock inte förändringarna särskilt stora”, säger Bernt Magnusson.

På vilket sätt kommer Swedish Match anpassa sig till koden?

”Det blir minimala förändringar. Vi har redan anpassat oss sedan flera år tillbaka och har ett fungerande system för bolagsstyrning som i stort sett överensstämmer med det som koden föreskriver.”

Skiljer sig Swedish Match i dessa avseenden från andra bolag du är verksam i till exempel Skandia?

”Nej, egentligen inte. Regler har nog funnits men skillnaden är att vissa bolag i praktiken varit dåliga att leva upp till dem. Om man inte gör det i det praktiska arbetet så spelar det ingen roll hur tuffa reglerna är.”

Vad tycker du om processen som ledde fram till koden, och att det slutliga förslaget på flera punkter blev ganska ”urvattnat” jämfört med ursprungsförslaget – till exempel att den föreslagna så kallade 70-årsregeln slopades?

”Jag har levt efter det här ganska länge nu, så för mig är det ingen dramatik i detta. Att 70-årsregeln föll bort tycker jag är bra, det finns många jättepigga 70-åringar på samma sätt som det finns yngre personer som tappat sin vitalitet, man skall undvika strikta gränser så långt det går anser jag.”



Styrelseordförande Bernt Magnusson välkomnar att reglerna fästs på pränt

Förslaget om en valberedning som föreslår styrelseledamöter och dess arvoden, vad anser du om det?

”Det har vi redan i Swedish Match genom vår nomineringskommitté och det tycker jag är bra.”

Att ordföranden skall utses av bolagsstämman och inte som tidigare inom styrelsen, vad anser du om det?

”I praktiken har det nog fungerat så tidigare också. Man kan inte vara ordförande utan att ha bolagsstämmans, och de största ägarnas, förtroende. Så att det nu blir så även formellt tycker jag är ett bra förslag.”

Förslaget om en särskild bolagsstyrningsrapport i årsredovisningen och på hemsidan, vad anser du?

”En sådan så kallad Corporate Governance-rapport har vi haft i flera år i Swedish Match. Det nya är möjligen att rapporten kommer att utökas särskilt på hemsidan och det är OK.”

Vad tycker du om förslaget att ge bolagsstämman tyngre roll, till exempel bestämma arvoden till styrelsen?

”Också där har vi redan en sådan ordning i Swedish Match så det innebär inget förändring.”

Det har diskuterats om inte bolagsstämman ytterst skall godkänna även VD:s lön och villkor, vad anser du om det?

”Så långt gick nu inte kodgruppen, och det tycker jag är bra. Det vore att gå för långt i detaljstyrning. VD:s lön och villkor är en fråga för styrelsen och den skall stanna där. Sedan är det helt OK att de övergripande ersättningsprinciperna debatteras och godkänns av stämman, som koden föreskriver. Hos Swedish Match godkänns redan de aktierelaterade incitamentsprogrammen av stämman.”

Swedish Match har ingen huvudägare. Hur påverkar det ditt och styrelsens arbete?

”I vissa fall är det förstås lättare om det finns en huvudägare som vi kan gå till och stämma av med, typ Fredrik Lundberg eller Stefan Persson i H&M. Swedish Match har många institutionella ägare, men i praktiken är det inget stort problem. Det finns förstås skillnader mellan dem, jag kan exempelvis konstatera att våra utländska ägare är betydligt mer intresserade av att motivera ledningen med olika incitamentsprogram. Där finns en kulturell skillnad mot de svenska institutionerna, kan man säga.”

En omdebatterad fråga är om en tidigare VD bör få bli styrelseordförande. Vad anser du?

”Det får nog avgöras från fall till fall. Men som princip tycker jag man skall undvika att en tidigare VD blir styrelseordförande. Det blir litet fräschare och mer nytänkande om man avstår från det, även om kontinuiteten är viktig.”

Hur skall styrelsens arbete utvärderas och av vem? Enligt koden får ordföranden ett särskilt ansvar för detta.

”Vår styrelse har redan idag ett noggrant genomtänkt system för utvärdering av sitt arbete. Ledamöterna får anonymt svara på mycket detaljerade frågeformulär med ett hundratal olika frågor, däribland vad man anser om ordföranden och arbetets upplägg. Svaren debatteras igenom och rapporteras till vår nomineringskommitté. Det är självklart att ordföranden har ett särskilt ansvar för att detta viktiga arbete sköts bra.”

Har Swedish Match olika utskott i styrelsen?

”Vi har särskilda utskott för kompensationsfrågor och revision liksom en särskild nomineringskommitté, som är fristående från styrelsen.”

Kravet på en särskild bolagsstyrningsrapport. Kommer det någon sådan till årsredovisningen för år 2004?

”I årsredovisningen för 2004 blir det en så kallad Corporate Governance-rapport som tidigare. Till nästa årsredovisning blir det en bolagsstyrningsrapport av den typ som koden föreslår, och den läggs också ut på hemsidan.”

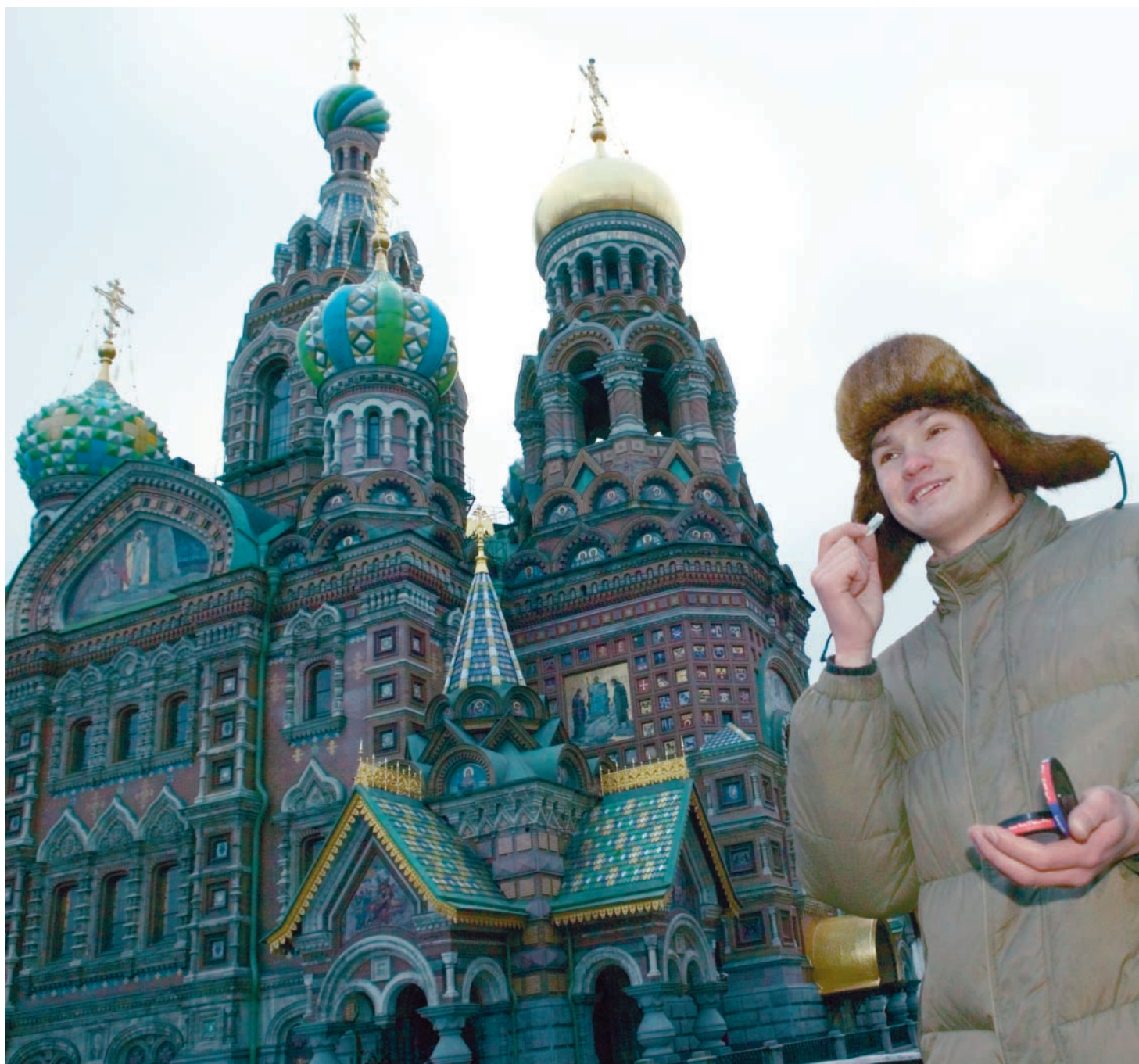
DETTA ÄR KODEN:

Förslaget om en ”svensk kod för bolagsstyrning” lades fram av en arbetsgrupp under förra finansministern Erik Åsbrink i december 2004. Förslaget hade då varit ute på en så kallad remissrunda där synpunkter på ett tidigare utredningsförslag inhämtat från en rad håll, bland annat näringslivets organisationer och enskilda företag.

Det slutliga förslaget kom att modifieras på flera punkter, bland annat föll ett tidigare förslag om att personer över 70 år bara skall kunna sitta kvar i bolagsstyrelser i undanagsfall och med särskild motivering.

Koden är frivillig, men kommer att införas i Stockholmsbörsens reglemente och blir därmed obligatorisk för svenska börsnoterade företag. Tanken är att koden i des helhet skall tillämpas fullt ut från och med år 2006.

Koden innehåller en lång rad regler om hur bolag skall styras, framförallt om bolagens verkställande ledning, ersättningsfrågor, styrelsen arbete, bolagsstämans roll och den ekonomiska redovisningen. Reglerna är dock inte tvingande – principen är ”följ eller förklara” och det innebär att bolag skall kunna avvika från enskilda regler – men då också motivera varför man gör så.



Snuskampanj i St Petersburg

Testlanseringarna av svenskt snus fortsätter i Ryssland. Under fjärde kvartalet 2004 genomfördes en marknadsföringskampanj i St Petersburg, Rysslands näst största stad.

Det var på hösten 2002 som ett beslut togs om testlansering av svenskt snus på den ryska marknaden. Satsningen inleddes i Moskva 2003 och utvidgades under det året också till St Petersburg.

”Vi har valt att gå fram med små steg i taget, allt eftersom marknaden växer. Det gör vi eftersom vi vill ha kontroll på hur försäljningen sköts och vi vill också skaffa oss kunskap om konsumenterna och marknaden alla led”; säger Åke Viktorsson, area manager för Östeuropa och Balkan.

Hittills har den strategin utfallit som planerat och försäljningen har visat en försiktig men stadig uppgång.

Kampanjen i St Petersburg omfattade flera olika kanaler, utomhusreklam, reklam i metron och på linjebussar. Det finns också en hemsida som förklarar snusets fördelar som alternativ till cigarettrökning.

”Kampanjen har i huvudsak riktat sig till försäljningsställen som vi vill ska lära känna och förstå produkten”, säger Åke Viktorsson.

MEN DEN HAR OCKSÅ VARIT ett sätt att svara på den trend som också gör sig gällande

i Ryssland med ökat hälsomedvetande, allt fler restriktioner mot rökning och höjda tobaksskatter.

”Det gör att det finns en acceptans redan på marknaden som vi vill ta vara på. Budskapet har varit att snus är ett alternativ när rökning blivit omodernt. Dessutom är ”svenskt” något positivt

för de flesta ryssar och det finns också en stor medvetenhet om varumärket Swedish Match, tack vare våra tändare, där vi är stora på den ryska marknaden”, säger han.

Det gäller dock att hitta försäljningsställen som är lokaliserade där man kan förvänta sig att nå den huvudsakliga målgruppen, människor i 25 – 40-årsåldern, med större köpkraft och stort hälsomedvetande. Idag säljs svenskt snus hos två bensinkedjor, 7 dagligvarukedjor, på inrikes flygterminaler och i tobakshoppar.



Kampanjen i St Petersburg omfattade flera olika kanaler, utomhusreklam, reklam i tunnelbanan och på linjebussar.

Första snusautomaterna för restauranger i Sverige

Förbudet mot rökning på Sveriges restauranger, barer, pubar och kaféer träder i kraft den 1 juni 2005. Redan idag snusar närmare en miljon svenskar och alltför rökare går över till snus. Under november månad förra året ställdes de första specialdesignade snusautomaterna ut på restaurangerna Sturehof och Riche i Stockholm.

”Många av våra gäster vill ha alternativ till rökningen och vi vill kunna erbjuda färskt snus från automater som passar väl in i vår atmosfär”, säger Juha Harmaala, Sturehofgruppen.

Swedish Match har tillsammans med Sturehof och Riche tagit fram specialdesignade snusautomater som hanterar enbart snus, något som gör automaterna unika i sitt slag. Speciella snuskylar i handeln har länge varit en självklarhet. Snusautomaterna är gjorda av blankt stål och har små, runda ”fönster” för snuset. Automaterna rymmer 135 snusdosor som betalas med mynt. Sortimentet består av General, Ettan, Grov, Catch och Göteborgs Rapé.



Ompositionering av Timber Wolf i USA

Swedish Match North America har beslutat sänka listpriset på snuset Timber Wolf med drygt 30 procent per dosa. Med det nya lägre priset förstärks varumärket Timber Wolfs lågprisprofil gentemot de amerikanska snuskonsumenterna.



Timber Wolf finns i åtta olika varianter. Sedan introduktionen 1994 har Timber Wolf blivit ett framgångsrikt snusmärke som kombinerar hög kvalitet med ett lågt pris.

Ompositioneringen av Timber Wolf beräknas leda till långsiktig volymtillväxt samt väsentligt lägre marknadsföringskostnader.

Mycket väl godkänt för Swedish Match klimatarbete

Växthuseffekten och ett varmare klimat på jorden anses av forskarkåren vara ett av de allvarligaste globala miljöproblemen. Därför arbetar Swedish Match målmedvetet med ett antal åtgärder som bland annat mäts i det svenska försäkringsbolaget Folksam Klimatindex för ett stort antal svenska storföretag. Bland dessa kan nämnas ansträngningarna att öka andelen biobränsle, som 2003 uppgick till 57 procent. I den nordiska verksamheten är 85 procent av all el märkt med Bra Miljöval, vilket motsvarar 19 procent globalt.

Sammantaget har Swedish Match vidtagit åtgärder som sparar in cirka 6 450 ton i koldioxidutsläpp, en av de främsta källorna till växthuseffekten. Detta motsvarar cirka 7 procent av koncernens totala utsläpp. Tack vare dessa ansträngningar får Swedish Match klimatarbete Mycket väl godkänt av Folksam. Koncernen får också Väl godkänt för att ha lämnat uppgifter för samtliga utsläppskategorier med god kvalitet på data. Det sammanlagda klimatomdömet är fyra stjärnor av fem möjliga.

Nya studier ger belägg för harm reduction

Ett antal vetenskapliga studier publicerade på senare tid ger nya belägg för att konsumtion av svenskt snus innebär relativt små risker för liv och hälsa, jämfört med cigarettrökning och många andra rökfria tobaksprodukter.

”SÄRSKILT GLÄDJANDE ÄR det att svenskt snus numera betraktas som en egen kategori i forskarvärlden. Det ser vi som en stor framgång och det kommer att göra den fortsatta debatten om harm reduction mera relevant”, säger Inger Wahlberg, vetenskaplig rådgivare på Swedish Match.

Det finns ett stort antal rökfria tobaksprodukter runt om i världen. Dessa har i hög grad olika kemisk sammansättning och det är klart belagt att vissa, till exempel indiska produkter och sudanesiskt snus, kan orsaka cancer. Svenskt snus däremot har mycket låga halter av oönskade ämnen, framför allt nitrosaminer, som av expertisen anses kunna orsaka cancer. Swedish Match har länge i sin forskning och utveckling arbetat med och lyckats få ned halten av nitrosaminer vilket manifesterats i tillverkningsstandarden GOTHIA TEK®.

NYLIGEN PUBLICERADES en utvärdering av en internationell panel som granskade produkter med låg halt av nitrosaminer såsom snus och jämförde deras hälsorisker med rökning. Panelen finansierades av National Cancer Institute i USA och leddes av David T. Levy, professor vid Pacific Institute for Research and Evaluation, Calverton, Maryland. Panelen enades i sin slutsammanfattning om att i jämförelse med rökning reducerades de relativa hälsoriskerna med minst 90 procent vid användning av snus med låg nitrosaminhalt.



Inger Wahlberg, vetenskaplig rådgivare på Swedish Match.

”Riskerna med att använda snus med låg nitrosaminhalt bör därför inte framställas som jämförbara med cigarettrökning, något som tidigare varit praxis bland vissa regeringsorgan och hälso-

myndigheter”, skriver panelen.

I januari i år publicerades också en fristående studie ledd av Maria-Pia Hergens vid Institutet för Miljömedicin vid Karolinska Institutet i Stockholm. Syftet med studien var att värdera om långvarigt bruk av svenskt snus leder till en förhöjd risk att drabbas av hjärt-

I HÖSTAS LÄCKTE EN RAPPORT från WHO-organet IARC, International Agency for Research on Cancer, till tidningen Dagens Nyheter. Enligt tidningsartikeln visar rapporten att alla rökfria tobaksprodukter kan orsaka cancer.

För Swedish Match är det svårt att kommentera rapporten eftersom den ännu inte är publicerad.

”Det enda som hittills kommit ut från IARC är ett pressmeddelande där man refererade till en studie i Norge av tobaksanvändare och förekomsten av cancer i bukspottkörteln. Den studien har den fördelen att den är framåtriktad. Det vill säga att man 1964 intervjuat tobaksanvändare och sedan, 40 år senare,



”Bland män i åldrarna 25 till 34 år i Västerbotten och Norrbotten är det numera bara tre procent som röker dagligen, medan 35 procent snusar. Det måste vara världsunik.”

infarkt. Studien, som omfattade knappt 1 500 fall av hjärtinfarkt och en kontrollgrupp på drygt 1 800 personer, kunde inte påvisa någon förhöjd risk för snusare eller före detta snusare. Detta gällde även när man tog hänsyn till andra möjliga riskfaktorer.

Resultatet stöds också av tidigare fallkontrollstudier inom det så kallade MONICA-projektet i norra Sverige. Projektet inleddes 1986 på initiativ av världshälsoorganisationen WHO för att systematiskt kartlägga riskfaktorer för hjärt- och kärlsjukdomar hos en hel befolkning.

”En intressant aspekt av MONICA-projektet är att den visar på en kraftig minskning av antalet rökare bland den manliga befolkningen”, säger Inger Wahlberg. ”Bland män i åldrarna 25 till 34 år i Västerbotten och Norrbotten är det numera bara tre procent som röker dagligen, medan 35 procent snusar. Det måste vara världsunik.”

följt upp cancerförekomsten”, säger Inger Wahlberg.

Men hon menar att den norska studien också har uppenbara svagheter. Framför allt har inte tobaksvanorna följts upp sedan 1964.

”40 år är en lång tid och folks vanor kan ha ändrats. Studien tar inte heller hänsyn till andra riskfaktorer såsom alkoholkonsumtion och den gör ingen åtskillnad mellan snus och tuggtobak.”

I MARS I ÅR KOMMER EN stor konferens att hållas i Prag, anordnad av Society for Research on Nicotine and Tobacco.

”Vi hoppas att snus och dess roll som alternativ till rökning kommer att finnas på agendan”, säger Inger Wahlberg. ”Vi hävdar inte att snus är riskfritt, men vi tycker att det är glädjande att allt fler i forskarsamhället, liksom vi, tycker att man ska fokusera på de relativa riskerna, framför allt i förhållande till rökning.”

Stark inledning på 2005

Swedish Match-aktien har inlett det nya året starkt. Sedan årsskiftet har aktien stigit med 5,75 SEK, eller drygt 7,5 procent, till 82,75 SEK (14 februari). Aktien har under januari månad noterat en ny rekordnivå på 87,50 SEK. Stockholmsbörsen i genomsnitt har sedan årsskiftet stigit cirka 4 procent.

Swedish Match har genomfört vissa prisjusteringar som förstärkt lågprisprofilen för Timber Wolf. I januari har vissa tecken på en stabilisering av andelarna på den amerikanska marknaden för Timber Wolf kunnat ses. Ett antal analyshus som bevakar aktien har sedan årsskiftet också upprepat eller höjt sina riktkurser för aktien något.

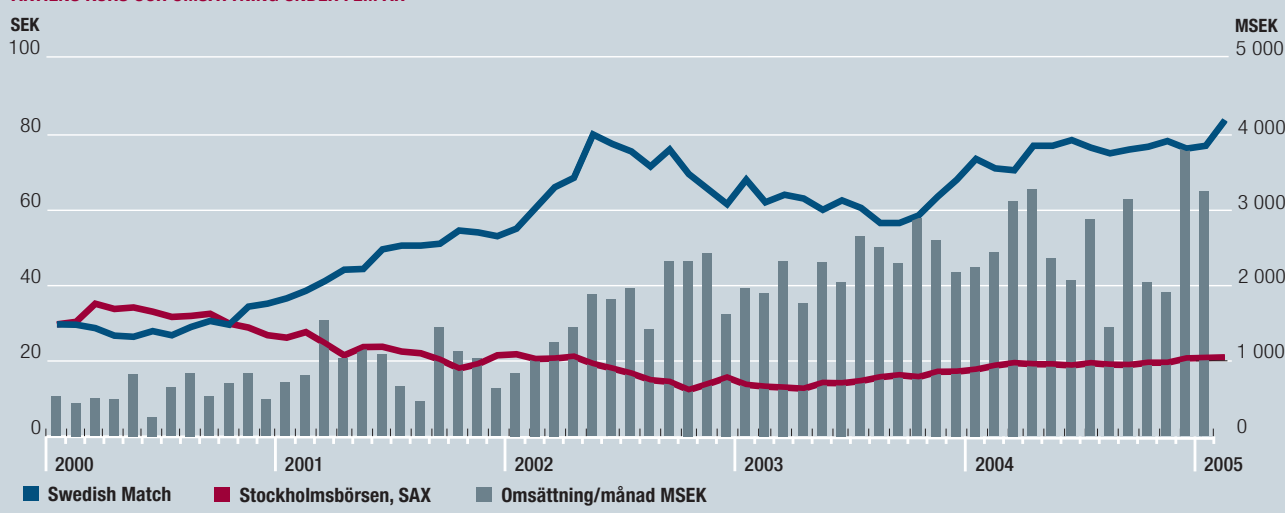
Helåret 2004 innebar det femte året i följd med en positiv kursutveckling för Swedish Match-aktien. Uppgången för 2004 var knappt 5 procent, samtidigt som börsen i genomsnitt steg med närmare 18 procent under året. Totalavkastningen för Swedish Match aktie under 2004, det vill säga med aktieutdelningen återinvesterad, stannade på 7 procent. Från inledningen av 2000 fram till årsskiftet 2004 har Swedish Match aktie genererat en totalavkastning på över 200 procent om utdelningarna återinvesteras. Under samma femårsperiod har börsen som helhet inklusive utdelningar sjunkit med drygt 20 procent.

Swedish Match har sedan länge varit en mycket stabil aktie som över tiden har

genererat en god avkastning till aktieägarna. I grunden har legat en stabil försäljning och vinstutveckling.

Aktien har under den senaste femårsperioden uppvisat en för en aktiesparare extra intressant egenskap. Swedish Match aktie har ofta haft en stark utveckling när den övriga börsen backat eller stått stilla. Den har alltså varit en mycket trygg placering. Denna typ av trygga placeringar brukar ibland också kallas defensiva placeringar och bidrar till en god riskspridning i en aktieportfölj.

AKTIENS KURS OCH OMSÄTTNING UNDER FEM ÅR



TOTALAVKASTNING

Totalavkastning, %	
2005 (tom 14 februari)	8
2004	6
2003	11
2002	25
2001	56
2000	32

NYCKELTAL

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

Eget kapital per aktie, SEK

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

KURSUUTVECKLING

1 jan 2005–14 feb 2005, %	
Swedish Match	7,5
SAX	4,1

Information till aktieägarna angående bolagsstämman

BOLAGSSTÄMMA

Ordinarie bolagsstämman äger rum onsdagen den 27 april 2005, klockan 16.30 på Stockholmsmässan i Älvsjö, sal K1. Inregistreringen till stämman öppnas klockan 15.00. Rätt att delta i stämman har den aktieägare som dels är registrerad i den utskrift av aktieboken som görs den 17 april 2005, dels anmäler sin avsikt att delta i bolagsstämman till Swedish Match.

REGISTRERING I AKTIEBOKEN

Swedish Match aktiebok förs av VPC AB. Endast aktieägarregistrerade innehav återfinns under aktieägarens eget namn i aktieboken. För att aktieägare med förvaltarregistrerade aktier ska ha rätt att delta i stämman fordras att sådana aktieägare låter registrera sitt innehav under eget namn senast fredagen den 15 april så att aktierna är ägarregistrerade i den utskrift av aktieboken som görs den 17 april 2005.

ANMÄLAN TILL BOLAGSSTÄMMAN

Anmälan om deltagande till bolagsstämman tas emot från och med tisdagen den 22 mars 2005. Anmälan kan ske per:

- Telefon 020-61 00 10 (kl. 13.30 – 16.30)
- Fax: 08-720 76 56
- www.swedishmatch.se/stamman
- Post: Swedish Match AB, Juridik, 118 85 Stockholm

Vid anmälan anges:

Namn, personnummer (registreringsnummer), adress och telefonnummer (dagtid).

Aktieägare som önskar delta i stämman måste ha anmält detta senast torsdag den 21 april 2005 klockan 16.00, då anmälnings-tiden går ut och anmälan måste vara Swedish Match tillhanda. Som avstämningsdag för rätt att erhålla utdelning föreslås den 2 maj 2005. Utbetalning av utdelning beräknas ske genom VPC den 6 maj 2005.

Rapporterna kan beställas från:

Swedish Match AB
Investor Relations
118 85 Stockholm
Tel: 08-658 01 45
Fax: 08-658 02 62
E-mail: investorrelations@swedishmatch.se

Den ekonomiska informationen finns också tillgänglig på www.swedishmatch.com.

TIDPLAN FÖR EKONOMISK INFORMATION

Rapport över första kvartalet	20 april 2005
Rapport över första halvåret	21 juli 2005
Rapport över de tre första kvartalen	25 oktober 2005
Bokslutsrapport för 2005	februari 2006
Årsredovisning för 2005	mars 2006
Form 20F-2004	juni 2005

AKTIEÄGARTJÄNST



Med en tjänst på Swedish Match webbplats kan du som aktieägare i bolaget själv styra hur mycket och vilken typ av information du vill ha, och inte minst, hur du vill ha den tillsänd. Ett alternativ till vanlig post kan ju vara e-post eller sms till mobilen.

Tjänsten hittar du på webbplatsen: www.swedishmatch.com/prenumerera. Här kan du göra din beställning bland utbudet av tjänster. För att skydda dina uppgifter får du en personlig inloggning. Du kan när som helst ändra din profil.

Detta kan du nu själv reglera via Swedish Match prenumerationstjänst:

- Uppdatering om aktiekursens utveckling direkt till e-postlådan eller mobilen
- Prenumeration på årsredovisningen och delårsrapporter
- Prenumeration på aktieägartidningen
- Påminnelser om datum för bokslut och andra aktiviteter
- Beställning av pressmeddelanden

Nya regler för finansiell rapportering

1 januari 2005 började alla noterade europeiska bolag tillämpa en ny standard för finansiell rapportering. I Swedish Match har det funnits en beredskap länge på koncernnivå för detta och redan för ett år sedan drogs det praktiska arbetet igång. "Det har varit omfattande arbete och tagit mycket tid.

Men det positiva är att det i framtiden blir bättre jämförbarhet mellan Europeiska börsbolag när vi använder samma standard", säger Joakim Tilly, Group Finance.

Det var för drygt två år sedan som EU-kommissionen bestämde i en så kallad förordning att alla bolag som är noterade på de europeiska börserna ska övergå till de nya International Financial Reporting Standards (IFRS) i sin finansiella rapportering från och med årsskiftet 2004/2005. Sammanlagt runt 7 000 europeiska bolag berörs av nyordningen, som i praktiken kommer att gälla från och med 1 januari 2004. Detta i och med att en ny version av bokslutet måste tas fram för 2004 eftersom jämförbara siffror ska finnas för minst ett år bakåt i tiden när IFRS-reglerna börjat gälla.

I sak har förändringarna inte blivit så dramatiska för Swedish Match.

Det beror på att Swedish Match redan har följt Redovisningsrådets rekommendationer i koncernens redovisning. Det svenska Redovisningsrådet har i sitt arbete kontinuerligt strävat efter att de svenska redovisningsreglerna ska likna IFRS i så stor utsträckning som möjligt.

EN AV DE STORA FÖRÄNDRINGARNA för Swedish Match enligt de nya reglerna är att goodwill inte längre avskrivs enligt plan, så som har gjorts tidigare. Istället blir det obligatoriskt att minst en gång per år undersöka om det finns ett nedskrivningsbehov. Effekten av att exkludera goodwillavskrivningar i ett omräknat bokslut för 2004 enligt IFRS, innebär för Swedish Match ett ökat rörelseresultat med 175 MSEK.

IFRS innebär också förändringar kring hur företagsförvärv ska redovisas. I fortsättningen kommer det att krävas en omfattande analys och dokumentation av förvärvade immateriella tillgångar där dessa ska uppdelas per tillgångsslag med individuella avskrivningstider.

SWEDISH MATCH BERÖRS OCKSÅ av nya regler för värdering av finansiella instrument och av biologiska tillgångar som växande gröda. För dessa tillgångar gäller att de ska redovisas till verkligt värde vid varje rapporteringstillfälle. Det verkliga värdet kan då komma att påverkas av fysiska förändringar eller förändringar i marknadspriset på en råvara eller ett finansiellt instrument. Swedish Match biologiska tillgångar består framför allt av tändsticksverksamhetens skogsinnehav i Brasilien, men också av cigarrverksamhetens tobaksodlingar.

"En effekt av marknadsvärderingen kan bli att vi får större svängningar på resultatet från kvartal till kvartal, även om jag inte tror att det i vårt fall kommer att ge så väldigt stora utslag", säger Joakim Tilly. Enligt IFRS-reglerna uppgick det bokförda värdet för växande gröda till 98 MSEK, att jämföras med 76 MSEK enligt de gamla redovisningsprinciperna.

IFRS-REGLERNA STADGAR OCKSÅ långtgående krav på informationsgivning, framför allt i notapparaten, i framtiden.

"Vi har också lagt ner mycket möda i år i årsredovisningen på att förklara skill-



Joakim Tilly, Group Finance

naderna och dessa framgick också tydligt i bokslutskommunikén", säger Joakim Tilly.

På ett område, ersättning till anställda, har Swedish Match redan tillämpat IFRS-reglerna sedan 1 januari 2004. Då redovisades ersättningar och pensioner till anställda enligt Redovisningsrådets rekommendation RR 29, som i sin tur var en anpassning till IFRS. Följden av omläggningen blev en ökad skuld i koncernbalansräkningen med 257 MSEK.

SWEDISH MATCH I KORTHET

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

Koncernens verksamhet är global och produkterna säljs i mer än 140 länder. Under 2004 var medelantalet anställda 15 039. Swedish Match aktie är noterad på Stockholmsbörsen (SWMA).

Rökfri Tobak

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



MARKNADSPPOSITION

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

Brun Tobak

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



MARKNADSPPOSITION

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

Tändstickor och Tändare

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



MARKNADSPPOSITION

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

NYCKELTAL

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

¹⁾ Föreslagen utdelning

☆☆☆
SWEDISH MATCH