

PRESSMEDDELANDE FRÅN ESSELTE AB

1998-10-21

Delårsrapport för årets första nio månader

- **Esseltes resultat före skatt förbättrades med elva procent och uppgick till 466 Mkr (418).**
- **Försäljningen var sex procent högre än föregående år.**
- **Vinsten per aktie ökade till 8,20 kronor (7,80).**

Försäljning

Esselte-koncernens försäljning under årets första nio månader uppgick till 9.956 Mkr (9.415). Räknat i jämförbara valutor och enheter ökade försäljningen med fem procent. Under tredje kvartalet var försäljningen 3.245 Mkr (3.142), en ökning med tre procent från motsvarande period föregående år varav valutaeffekter svarar för en procentenhet.

Resultat

Resultatet före skatt blev 466 Mkr (418), vilket är elva procent högre än föregående års första nio månader.

Under tredje kvartalet var resultatet i stort oförändrat jämfört med motsvarande period föregående år och uppgick till 113 Mkr (110).

Vinsten per aktie ökade med fem procent till 8,20 kr (7,80)

Finansnetto och skatter

Finansiella kostnader ökade till 36 Mkr (26). Ökningen hänför sig huvudsakligen till att vinsterna från terminskontrakt minskat jämfört med 1997.

Skattenivån har ökat från 38 till 40 procent av resultatet före skatt på grund av engångseffekter av den pågående legala omstruktureringen av Esselte-koncernen.

Kassaflöde

Kassaflöde från rörelsen var 22 Mkr under årets första nio månader inkluderande investeringar om 242 Mkr och förvärv om 155 Mkr.

Strukturförändringar

Meto

Styrelsen har idag beslutat att förelägga ordinarie bolagsstämma i april 1999 förslag till avskiljning av Meto.

Nielsen & Bainbridge

Utförsäljningen av Nielsen & Bainbridge kunde inte avslutas under tredje kvartalet på grund av oron på de finansiella marknaderna. Affären kommer att slutföras under fjärde kvartalet 1998.

Esselte AB (publ)
Reg. no: 556011-4554

Mail:
Box 70372
SE-107 24 Stockholm
Sweden

Visitors:
Klarabergsviadukten 70
Section D, 5th Floor
Stockholm

Phone:
+46-(0)8-545 219 00
Fax:
+46-(0)8-545 219 25

ESSELTE OFFICE PRODUCTS (EOP)

EOP är världens ledande leverantör av produkter som ökar effektiviteten i kontorsarbetet.

Mål

Målet för EOP är att vara världens ledande tillverkare av kontorsvaror och öka andelen av världsmarknaden. Omsatt i finansiella mål på kort och medellång sikt innebär det att år 2001 skall försäljningstillväxten vara minst tio procent, rörelsemarginalen åtta procent och avkastningen på sysselsatt kapital 20 procent.

Huvudstrategier

- Geografisk expansion genom förvärv och organisk tillväxt.
- Förändring av produktmixen till en större andel produkter med högre lönsamhet samt ökad takt i lanseringen av nya produkter.
- Effektivisering av produktion, distribution och logistik samt högre kostnadseffektivitet.
- En organisationsstruktur som är anpassad till en alltmer konsoliderad marknad och utnyttjar globala transaktionssystem för att betjäna marknaden.

Marknaden

Världsmarknaden för kontorsvaror ("office supply market") uppgår till 40 miljarder dollar. Den är under konsolidering och ett flertal samgåenden har offentliggjorts under tredje kvartalet. EOP är ledande i denna process med flera förvärv under året med framför allt förvärvet av Leitz under kvartalet. Leitz är det ledande kontorsvaruföretaget i Tyskland och kommer att förstärka EOP:s ställning i den alltmer koncentrerade branschen av leverantörer.

Marknadssegment

EOP är ledande i vart och ett av de segment som man arbetar i. Tillväxtmöjligheterna bedöms särskilt goda inom produktområdena *Identification Systems*, *Computer Supplies and Accssories* och *Presentation*. EOP koncentrerar verksamheten inom områdena *Filing and Desktop Organization Products* vilket bedöms få goda effekter. Produktområdet *Graphic Products* (*Letraset*) fortsätter att minska men har fortfarande en stark marknadsposition och åtgärder vidtas för att kunna växa inom vissa tillväxtnischer.

Tredje kvartalet

Viktigare händelser

- *Förvärvet av Leitz*
Förvärvet som är det största i kontorsvarubranschen under senare år offentliggjordes i augusti. Leitz är Tysklands ledande kontorsvarutillverkare och ett de starkaste varumärkena i branschen. Genom Leitz får EOP en stark marknadsposition i Tyskland som är världens tredje största kontorsvarumarknad. Förvärvet är föremål för prövning av de tyska konkurrensmyndigheterna som väntas meddela beslut under fjärde kvartalet i år.

- *Produktion, distribution och logistik ("Supply Chain")*
Rationaliseringsprogrammet som meddelades under senare delen av 1997 och som innefattar samordning av produktionen, omorganisation av distributionen samt rationalisering av administrationen fortgår enligt plan och beräknas uppnå full effekt under 1999.
- *Den globala marknadsorganisationen*
Ledningen av marknadsorganisationen har omorganiserats och produktlinjerna internationaliserats för att svara mot marknadens ökade behov av global närvaro och för att anpassas till konsolideringen av branschen.

Försäljning och resultat

EOP:s försäljning under årets första nio månader ökade med fyra procent till 6.602 Mkr (6.319). Beräknat i jämförbara valutakurser och enheter ökade försäljningen med tre procent. Under tredje kvartalet ökade försäljningen till 2.142 Mkr (2.116) vilket i jämförbara valutakurser innebär en ökning med fyra procent.

Försäljningen under kvartalet utvecklades väl i USA och i Sydeuropa, medan Storbritannien och Tyskland hade svag försäljning. Försäljningen i Asien, som utgör mindre än tre procent av hela EOP:s försäljning, var svag.

Alla huvudproduktgrupper förbättrade försäljningen – *Organization & Filing, Identification Systems, Computer Supplies and Accessories* samt *Presentation Products* – medan den minskade i icke-kärnområdena.

Rörelseresultatet ökade med fyra procent till 299 Mkr (288). För tredje kvartalet var resultatet 74 Mkr (86). Minskningen återspeglar dels försäljningen av Chrono, dels att de lägre marginalerna på mogna produkter ännu inte har kompensterats av förändringar i produktmixen och kostnadsminskningar.

Rationaliseringsprogrammet som fastställdes 1997 är under genomförande enligt plan. Kostnadsminskningarna började få effekt under tredje kvartalet.

Rörelsemarginalen för de senaste 12 månaderna uppgick till 4,6 procent (exklusive jämförelsestörande poster). För helåret 1997 var den 4,7 procent.

EOP:s avkastning på sysselsatt kapital för de senaste tolv månaderna (exklusive jämförelsestörande poster) var 13,0 procent. Motsvarande värde för 1997 var 12,8 procent.

METO

Meto är ledande leverantör av avancerade etikettsystem som stödjer kundernas försäljning och hantering.

Mål

Metos mål är att bli världens ledande leverantör av etikettsystem för olika tillämpningar i detaljhandeln och dess leveranssystem och därigenom öka sina marknadsandelar. Målet att lämna 20 procents avkastning på sysselsatt kapital är uppnått och nya mål är under utarbetande.

Strategi

- Skapa en global verksamhet med återkommande försäljning av kvalificerade etiketter och etikettsystem huvudsakligen inriktad mot detaljhandel och dess totala försörjnings- och leveranssystem
- Bli huvudleverantör till internationella detaljhandelskedjor genom att tillgodose deras behov av kvalificerade system för identifiering, styrning och promotion.
- Öka marknadsandelarna genom en kombination av organisk tillväxt och strategiska förvärv.

Marknaden

Meto förser marknaden med etikettsystem för speciella tillämpningar, integrerade lösningar med hårdvara och mjukvara som möjliggör identifiering, styrning, märkning och skydd av kundernas produkter genom hela tillverknings- och distributionskedjan.

Metos produkter och system syftar till att öka effektiviteten i kundernas system för logistik, minska svinnet, förbättra datainsamlingen samt förbättra marknadsföringen med hjälp av produktmärkning.

Marknadssegment

Metos marknader kännetecknas av olika utvecklingstendenser:

Handprismärkning minskar med sex till sju procent per år. Införandet av Euro medför behov av dubbel prismärkning och påverkar segmentet positivt.

Marknaden för *Streckkodsystem* utgörs av skrivare, utrustning för dataläsning och etiketter. Efterfrågan på hårdvara ökar med mer än tio procent årligen men sjunker samtidigt i pris per enhet. Etiketter och förbrukningsartiklar växer för närvarande mindre på de flesta marknader.

Handeln fortsätter att investera i *Stöldskyddssystem* och den europeiska marknaden växer med närmare tio procent per år även om det sker från en relativt liten bas. Stöldskyddsmärkning vid produktionsstället ökar i efterfrågan med mer än 20 procent även om det sker från en låg bas.

Tredje kvartalet

Viktigare händelser

- Under tredje kvartalet förvärvades ett mindre etikettryckeri i Helsingborg, Jinnestål. Genom förvärvet kan Meto öka sin marknadsandel i Skandinavien.
- Meto har ingått en preliminär överenskommelse med etikettryckföretaget Raflatac som ingår i finska UPM Kymmene OY där Raflatac tar över Metos laminator i Tyskland i utbyte mot ett långsiktigt leveransavtal. Ett kontrakt kommer att tecknas under fjärde kvartalet. Detta kommer att få en gynnsam inverkan på Metos kapitalbindning.
- De ledande europeiska detaljhandelskedjorna förbereder sig för introduktionen av Euro. Meto har utvecklat ett speciellt verktyg för dubbel prismärkning, "Euorokit". Utrustningen introducerades under kvartalet och blev mycket väl mottagen av marknaden.

Försäljning och resultat

Metos försäljning ökade med sex procent till 2.291 Mkr (2.156). I tredje kvartalet ökade försäljningen med sju procent till 748 Mkr (697). Varav valutaeffekter svara för två procent.

Justerat för valutaeffekter ökade försäljningen av *Barcoding Systems* och *Anti-theft Systems* med 13 respektive 15 procent. *Hand-held price marking* minskade med tre procent vilket innebär en bättre försäljning än trenden utvisade under föregående kvartal.

Rörelseresultatet ökade med 22 procent till 160 Mkr (131). Förbättringen under tredje kvartalet var 19 procent till 43 Mkr (36).

Rörelsemarginalen för de senaste 12 månaderna uppgick till 6,7 procent. För helåret 1997 var den 6,0 procent.

Metos avkastning på sysselsatt kapital för de senaste tolv månaderna är 22,1 procent att jämföra med 18,0 procent för helåret 1997. Lönsamheten väntas fortsätta.

Nästa bokslutsrapport

Preliminär rapport för helåret 1998 beräknas sändas ut 10 februari 1999.

Denna rapport har inte varit föremål för revisorernas granskning.

Stockholm den 21 oktober 1998

Jan Kvarnström
Verkställande direktör och koncernchef