



PERSEA

Årsredovisning för räkenskapsåret
2002-01-01 – 2002-12-31



Persea bedriver försäljning och marknadsföring av högkvalitativa, kosmetiska hårvårdsprodukter för professionellt bruk av frisörer samt för vidareförsäljning till slutkonsumenter via frisörer. Persea innehar agenturen för varumärket Goldwell i Sverige och Frankrike. I Sverige innehar Persea dessutom agenturen för OLYMP frisörinredningar. Företaget har huvudkontor i Stockholm och koncernen består, förutom moderföretaget, av fem dotterföretag i Stockholm, varav ett aktivt, samt ett dotterföretag i Paris som under början av år 2000 förvärvades från Kao Professional Salon Services (KPSS, tidigare Goldwell International GmbH). Persea är noterat på Nya Marknaden.

Innehållsförteckning

Året i korthet	5
I VD har ordet	6
II Verksamhetsbeskrivning	9
III Styrelse	12
Ledande befattningshavare och revisor	15
Medarbetare och personalpolitik	16
IV Ekonomisk översikt	18
V Marknad	24
Produktgrupper hårvård	28
VI Bolagsordning	31
Räkenskaper	32
Förvaltningsberättelse	32
Resultaträkningar	35
Balansräkningar	36
Kassaflödesanalyser	38
Redovisningsprinciper och noter	39
Revisionsberättelse	50



Namnet Persea kommer från *persea gratissima* (avokado-olja) som är en av ingredienserna i prestigeserien LC2.

Året i korthet



- Rörelseresultatet i koncernen ökade med 21 procent jämfört med motsvarande period föregående år och uppgick för räkenskapsåret till 9,3 (7,7) MSEK. Den franska verksamheten redovisar en förbättring av rörelseresultatet med 4,1 MSEK och rörelseresultatet uppgick därmed till -4,0 (-8,1) MSEK.
- Persea uppvisar sin högsta nettoomsättning under ett räkenskapsår. Nettoomsättningen i koncernen ökade med 6,3 procent jämfört med motsvarande period föregående år och uppgick till 146,0 (137,4) MSEK.
- Under räkenskapsåret lanserades den nya produktserien ELUMEN i både Sverige och Frankrike. ELUMEN är en färgförändrande produkt med en banbrytande teknologi. ELUMEN har bidragit till nettoomsättningsökningen och kommer fram-

gent att ha en stor betydelse för Persea både vad gäller nettoomsättning och antal nya kunder.

- Under räkenskapsårets andra kvartal beslutade styrelsen om finansiella mål i koncernen samt ny utdelningspolicy. Den organiska tillväxten skall som lägst uppgå till i genomsnitt 10 procent per år sett över en rullande treårsperiod. Rörelsemarginalen skall som lägst uppgå till 10 procent och soliditeten skall ej varaktigt understiga 30 procent. Styrelsens mål är att utdelningen över tiden skall uppgå till cirka 75 procent av koncernens resultat efter skatt. Vid beslut om förslag till utdelning kommer hänsyn att tas till Perseas finansiella ställning och kapitalbehov.
- Den ordinarie bolagsstämman 2002-04-18 beslutade om utgivande av personaloptio-

ner till tillsvidareanställda medarbetare i Sverige. Optionerna skall kunna utnyttjas under tiden 2004-05-01–2006-04-30 till en teckningskurs uppgående till 15,10 kronor. Antalet personaloptioner uppgår till 147 000 per 2002-12-31. Skälen till utgivande av personaloptioner är att ett långsiktigt personligt ägarengagemang hos de anställda kan förväntas stimulera till ett ökat intresse för verksamheten och resultatutvecklingen, höja motivationen samt öka känslan av samhörighet med bolaget.

- Vid den extra bolagsstämman 2002-10-25 beslutades i enlighet med styrelsens förslag att per 2002-10-31 överlåta den svenska operativa verksamheten till det nybildade dotterföretaget Persea Sverige AB. Avsikten med omstruktureringen är att tydliggöra rollerna inom koncernen samt att effektivisera arbetet

inom koncernens olika verksamhetsområden.

- Årets föreslagna utdelning uppgår till 1,00 (0,45) kronor per aktie.

Ekonomisk information

- Bolagsstämma äger rum den 24 april 2003 klockan 14:00.
- Delårsrapport för perioden januari–mars 2003 publiceras den 24 april.
- Delårsrapport för perioden april–juni 2003 publiceras den 13 augusti.
- Delårsrapport för perioden juli–september 2003 publiceras den 17 oktober.
- Bokslutskommuniké för räkenskapsåret 2003 publiceras den 16 januari 2004.

VD har ordet

I koncernen nådde vi den högsta nettoomsättningen någonsin för ett räkenskapsår samtidigt som ökningen av rörelseresultatet uppgick till 21 procent jämfört med föregående år. Anledningen till förbättringen av rörelseresultatet beror på att den franska verksamheten halverade sin förlust. Detta bevisar att omorganisationen av den franska verksamheten ger effekt. Under första halvåret introducerades den nya produktserien ELUMEN såväl i Sverige som i Frankrike. ELUMEN är en färgförändrande produkt för yrkesmässigt bruk och har en banbrytande teknologi. ELUMEN har under år 2002 bidragit till nettoomsättningsökningen och kommer att ha stor betydelse för oss framgent både vad gäller ökad nettoomsättning och antal nya kunder.

Under det sista kvartalet år 2002 genomfördes en omstrukturering av verksamheten i koncernen, vilket innebar att den operativa verksamheten i Sverige överläts till det nybildade dotterföretaget Persea Sverige AB. Genom detta blev Persea AB ett rent holdingbolag med ansvar för koncernövergripande frågor. I och med omstruktureringen har rollerna inom koncernen blivit tydligare samtidigt som arbetet har blivit effektivare inom koncernens olika verksamhetsområden. Dessutom innebär omstruktureringen att förutsättningarna är bättre för en framtida expansion.

Den svenska verksamheten

Ännu ett år kan vi konstatera att vi nådde den högsta nettoomsättningen någonsin för ett räkenskapsår i Perseas historia. Även om lanseringen av ELUMEN bidrar till nettoomsättningsökningen så innebär en omfattande lansering av en ny teknisk produkt en risk för en nedgång i försäljning av övrigt sortiment. Detta beror på att införsäljningen av tekniska, innovativa produkter som ELUMEN tar mycket av säljarnas tid och fokusering i anspråk. Det är därför tillfredsställande att den främsta anledningen till nettoomsättningsökningen beror på en volymökning av övrigt sortiment.

Totalt sett är marknadsandelen i nivå med föregående år och vi har fortsatt starka marknadsandelar i de så viktiga tekniska produktsegmenten färg och permanent. Den största ökningen av marknadsandelar i ett enskilt produktsegment erhöi vi i produktsegmentet stylingprodukter, där vi också genomfört stora satsningar i form av effektiv konsumentmarknadsföring. Denna konsumentmarknadsföring är också starkt bidragande till att vi har en fortsatt positiv trend avseende varumärkeskännedom om Goldwell.

Under året har vi genomfört rekryteringar inom områdena sälj, marknad och logistik.



I och med rekryteringen av en storkunds-säljare på försäljningsavdelningen tog vi vårt första steg i vår nya storkundsstrategi. Denna strategi syftar till att erhålla ett ännu närmare samarbete med våra kunder samt

att ytterligare vårda och vidareutveckla våra kundrelationer. Målsättningen med detta är en ökad lönsamhet såväl för våra kunder som för oss. Marknadsavdelningen har förstärkts med fler medarbetare, vilket innebär

att vi nu kan ställa siktet ännu högre vad beträffar effektiva kampanjer och attraktivt marknadsföringsmaterial. Våra snabba och säkra leveranser är en av våra avgörande konkurrensfördelar. Därför har vi också förstärkt vår logistikavdelning så att vi även fortsättningsvis kommer att bibehålla och utveckla vår redan idag erkänt goda distribution under fortsatt tillväxt.

Rörelseresultatet under 2002 var något lägre i jämförelse med föregående år. Detta beror främst på ökade marknadsföringskostnader i samband med introduktionen av ELUMEN samt att marknads- och försäljningsorganisationen har förstärkts med fler medarbetare. Dock innebär såväl introduktionen av ELUMEN som rekryteringen av fler medarbetare att vi har bättre förutsättningar än tidigare i vår strävan efter att bli marknadsledare.

Den franska verksamheten

Den franska marknaden är i huvudsak baserad på förbrukningsprodukter, vilket innebär att marknaden är mer känslig för konjunktursvängningar. Detta har under räkenskapsåret 2002 inneburit en svagare marknads efterfrågan. Detta i kombination med färre antal säljare innebär att nettoomsättningen är i paritet med föregående år. Anledningen till att antalet säljare är färre än tidigare

beror på att en avveckling av ej lönsamma säljare har skett under året. Således är omsättning och resultat per säljande enhet bättre under 2002 jämfört med tidigare, vilket också bevisas av den kraftiga resultatförbättringen. Detta bekräftar också att det pågående omorganisationsarbetet ger effekt.

Vår marknadsandel i Frankrike är i paritet med föregående år och relativt liten, men Goldwell associeras på den franska marknaden som ett varumärke som tillhandahåller högkvalitativa produkter. Inte minst styrks detta av den positiva responsen på introduktionen av ELUMEN från våra kunder. Under år 2002 har vi också genomfört ytterligare satsningar på utbildningssidan. Anledningen till detta är att då den större delen av försäljningen i Frankrike utgörs av hårvårdsprodukter för professionellt bruk är produktutbildning av såväl kunder som säljare av stor betydelse. En väl utvecklad utbildningsverksamhet bidrar till att höja såväl kvalitetsimagen som produktkompetensen. Perseas främsta konkurrensmedel för att säkerställa försäljning av förbrukningsprodukter som frisören använder i sitt dagliga arbete är därför kvalitet och service framför pris.

Utöver målet att säkerställa försäljningen av förbrukningsprodukter är ambitionen att

öka försäljningen av slutkonsumentprodukter via frisörer. Denna typ av försäljning är långt ifrån lika utvecklad på den franska marknaden som på den svenska. Dock har marknadens intresse för denna typ av försäljning ökat under det senaste året. Vi bör därför, med våra erfarenheter från den svenska marknaden av slutkonsumentförsäljning, kunna dra fördel av detta ökade intresse.

Jämfört med tidigare har vi idag ett bättre utgångsläge med en säljkår som besitter både bättre produktkompetens och bransch-erfarenhet. Dessutom kommer vi under 2003 att fortsätta med arbetet att ytterligare kvalitetshöja säljande enheter i verksamheten så att vi når ännu högre omsättning och resultat per säljande enhet. Bedömningen är därför att resultatet i den franska verksamheten kommer att fortsatt förbättras under 2003.



Peter Idestrom
Tf verkställande direktör och tf koncernchef





Persea säljer och marknadsför högkvalitativa, kosmetiska hårvårdsprodukter av märket Goldwell samt frisörinredningar av märket OLYMP, vilket gör Persea till en fullserviceleverantör inom frisörbranschen.

Verksamhetsbeskrivning

Perseakoncernen

Per den 31 oktober 2002 överläts den svenska operativa verksamheten från moderföretaget Persea AB (publ) till det nybildade helägda dotterföretaget Persea Sverige AB. Moderföretaget Persea AB (publ) som bildades 1985 blev därmed ett holdingbolag med ansvar för koncernövergripande frågor. Anledningen till omstruktureringen av den svenska verksamheten är att effektivisera och tydliggöra rollerna inom koncernens olika verksamhetsområden. Dessutom innebär omstruktureringen att förutsättningarna är bättre för en framtida expansion.

Sedan 1986 innehar Persea agenturen för varumärket Goldwell i Sverige. Persea är en av de ledande leverantörerna av hårvårdsprodukter till den professionella marknaden i Sverige. Dotterföretaget Persea Sverige AB innehar dessutom agenturen för OLYMP frisörinredningar, vilket gör Persea till en

fullserviceleverantör på den svenska frisörmarknaden. Dotterföretaget Persea SARL som förvärvades under januari 2000 innehar agenturen för Goldwell på den franska marknaden. Övriga dotterföretag i koncernen är Persea NetShops AB, Persea Invest AB, Persea Fashion AB och Persea Sälj AB, vilka alla är vilande. Samtliga dotterföretag ägs till 100 procent av Persea AB (publ). I koncernen sysselsätts per den 31 december 2002 76 (78) personer. Bolaget är sedan den 29 maj 2000 noterat på Nya Marknaden.

Organisationen i Persea Sverige AB är indelad i tre områden/linjer: försäljning, marknad och finans/administration där det finns en linjeförordning för respektive område. Linjeförordningarna rapporterar till den verkställande direktören. Den franska organisationen är i huvudsak lik den svenska med det undantaget att den verkställande direktören även innehar tjänsten som finanschef. De båda

verkställande direktörerna i respektive dotterföretag rapporterar till den verkställande direktören i moderföretaget Persea AB (publ). Den verkställande direktören i Persea AB (publ) har ansvaret för koncernövergripande frågor och affärsutveckling samt rapporterar till styrelsen i Persea AB (publ).

Bakgrund

Persea övertog agenturen för varumärket Goldwell i Sverige 1986. Persea har sedan starten kännetecknats av effektivitet och lönsamhet. Ett välutvecklat säljstyrningssystem i kombination med branschkunskap och känsla för konceptuell marknadsföring har varit nyckelfaktorer i Perseas framgångsrika etablering av varumärket Goldwell i Sverige. Jämfört med 1986, då Persea hade en marknadsandel på 1 procent, är Persea idag en av de absolut ledande leverantörerna av hårvårdsprodukter på den svenska professionella hårvårdsmarknaden.

I enlighet med Perseas expansionsstrategi förvärvade Persea i januari år 2000 KPSS (tidigare Goldwells) franska dotterföretag Persea SARL (tidigare Goldwell SARL). Då den svenska verksamheten under en mycket lång tid varit lönsam möjliggjorde detta att förvärvet kunde ske med egna medel. I och med förvärvet har Persea tillgång till att sälja sina produkter på den franska marknaden, en av Europas största professionella hårvårdsmarknader.

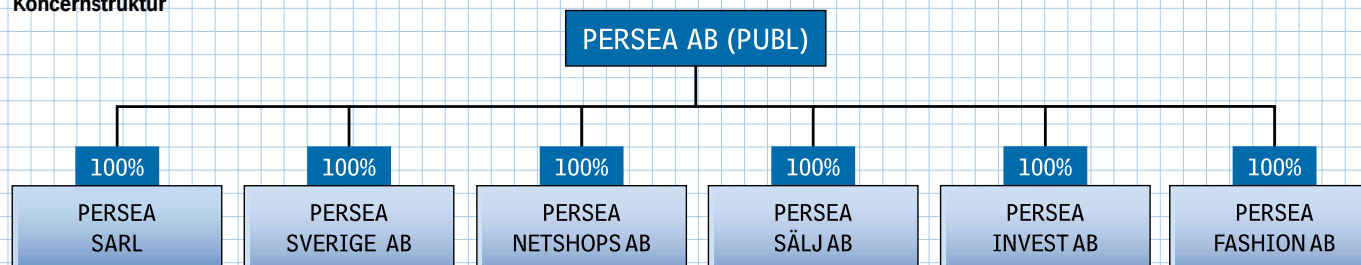
Verksamheten

Persea bedriver försäljning och marknadsföring av högkvalitativa, kosmetiska hårvårdsprodukter för professionellt bruk av frisörer samt för vidareförsäljning till slutkonsumenter via frisörer. Persea innehar agenturen för varumärket Goldwell i Sverige och Frankrike. I Sverige innehar Persea dessutom agenturen för OLYMP frisörinredningar, vilket gör Persea till en fullserviceleverantör på den svenska frisörmarknaden.

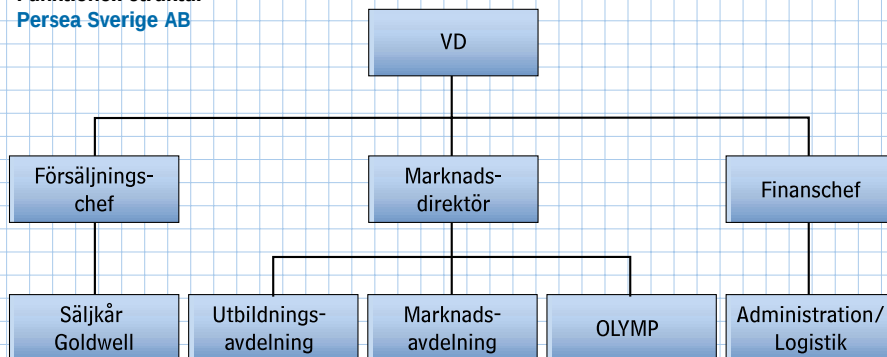
Affärsidé

Persea skall fortlöpande förvärva, utveckla och därefter profilera, sälja och marknadsföra varumärkeskoncept med fokus på kvinnan, i första hand på de nordiska och europeiska marknaderna.

Koncernstruktur



Funktionell struktur Persea Sverige AB



Målsättning

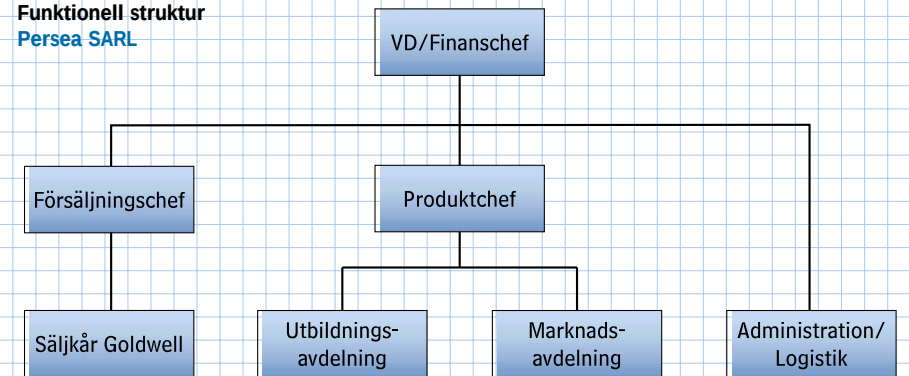
Perseas övergripande uttalade målsättning är att expandera och utveckla den idag väl fungerande verksamheten till att omfatta närliggande varumärkeskoncept på befintliga och nya marknader. Persea skall expandera sin verksamhet med fokus på att i första hand vara lönsammast i den bransch Persea verkar i och i andra hand på att vara störst.

För räkenskapsåret 2003 har Persea Sverige AB och Persea SARL specificerade målsättningar. För Persea Sverige AB är denna att öka nettoomsättningen med bibehållen lönsamhet. Målsättningen i Persea SARL är att nå en fortsatt resultatförbättring.

Strategi

Persea skall bedriva verksamhet i en marknad där det är möjligt att marknadsföra och sälja produkter direkt mot professionella användare och slutkonsument, vilka är Perseas huvudsakliga målgrupper. Perseas varumärken skall vara tydligt positionerade och förmedla ett klart budskap och en känsla av värde utöver produkternas fysiska egenskaper. I Persea finns det idag, på alla nivåer i organisationen, en gedigen kunskap om försäljning, marknadsföring och distribution av produkter. Kombinationen av huvudsakliga målgrupper, varumärken/produkter och kompetens skall utgöra basen för en framtida planerad expansion. Nyetableringar av varumärken skall ske på marknader där tillväxtpotentialen är viktigare än den totala marknadsstorleken.

Funktionell struktur Persea SARL



Styrkor

Persea har en stor riskspridning i och med att Persea har en stor kundbas. Antalet köpande kunder uppgår till cirka 5 900 i Sverige och cirka 1 600 i Frankrike. Ett bevis på att den stora kundbasen innebär en stor riskspridning är att kundförlusterna i Persea under räkenskapsåret 2002 uppgick till 2 promille och historiskt aldrig överstigit 2 promille.

Perseas samtliga medarbetare besitter en kompetens som är nödvändig för att Persea skall förbli framgångsrikt. Utmärkande för säljarna i Persea är att de har branschens bästa produktkunskap i kombination med att de är mycket säljorienterade. Säljarnas väldokumenterade produktkunskap bidrar till att stärka relationen med kunderna då

säljarna även bistår kunden med problemlösning och rådgivning. Perseas erkänt snabba och säkra distribution är ett resultat främst av en kompetent och motiverad logistikpersonal. Ett mått på att kompetensnivån i Persea är hög är att Persea år efter år har lyckats med att öka nettoomsättningen med bibehållen god lönsamhet.

Persea agerar inom två marknadssegment: dels förbrukningsprodukter som är nödvändiga för frisörens yrkesmässiga utövning och dels konsumentprodukter, vilket innebär vidareförsäljning från frisör till slutkonsument av produkter för hemmabruk. Perseas stora försäljningsframgångar av förbrukningsprodukter har lett till att Perseas kunder har ett stort förtroende för varumärket Goldwell. Detta innebär att det är naturligt

för frisören att rekommendera varumärket Goldwell vid vidareförsäljning av konsumentprodukter till slutkonsument. Således använder sig Persea av sina 7 500 kunder som säljare (vid försäljning) av konsumentprodukter till slutkonsument.

Persea är leverantör till kunder som verkar i en bransch med en lång tradition och som det alltid kommer att finnas ett stort behov av, även om modet och trenderna förändras.

Persea arbetar med varumärket Goldwell som enbart distribueras till och genom frisörer. Detta innebär att varumärket Goldwell inte kan handlas i dagligvaruhandeln, vilket ger Perseas kunder, frisörerna, ett mervärde i varumärket då återköpen av konsumentprodukter alltid kommer frisörerna tillgodo.

Svagheter

Eftersom Persea verkar på en marknad med ett varumärke som framförallt används/konsumeras av kvinnor innebär detta att varumärkets kännedom ej är särskilt hög bland män.

Möjligheter

Persea har framgent stora möjligheter att öka sin marknadsandel i Sverige. Det finns en stor tillväxtpotential då Perseas köpande kunder uppgår till cirka 50 procent av det

totala antalet potentiella kunder på den svenska professionella marknaden. Dessutom har en del av Perseas befintliga köpande kunder ej Perseas kompletta produktsortiment, vilket också innebär tillväxtmöjligheter. Med Perseas konkurrenskraftiga produktsortiment finns det även en stor tillväxtpotential för försäljning av produkter till slutkonsumenter via frisörer. Detta styrks av det faktum att fortfarande säljs cirka 8 av 10 konsumentprodukter i dagligvaruhandeln.

Persea har i Frankrike samma konkurrenskraftiga sortiment som den svenska verksamheten. Då den franska professionella marknaden är en av Europas största och då det franska dotterföretagets marknadsandel uppgår till cirka 1 procent är möjligheterna till en stark tillväxt betydande.

Hot

På den traditionella hårvårds- och frisörmarknaden ser Persea inga direkta hotbilder. Anledningen till detta är att Persea verkar i en bransch med lång och stabil historia. Vidare kan inte frisörbranschen rationaliseras bort i en strukturförändring och branschen är relativt okänslig för konjunktursvängningar. Inte minst har detta kunnat konstateras under de senaste åren, som har präglats av en orolig världsekonomi och ett oroligt politiskt läge i världen.



Perseas kompetenta logistikpersonal i Tyresö säkerställer den höga distributionsstandarden.

Styrelse

1

Per-Arne Nordlander

(född 1946). *Civilekonom.*

[Styrelseledamot i Persea AB \(publ\).](#)

Tidigare i ledningsgruppen för Nitro Nobel AB, Nife Jungner AB, VME (USA), Essef Sverige AB m fl. Invald i styrelsen i Persea AB (publ) 1999.

Innehav i Persea AB (publ): 153 000 A-aktier och 204 550 B-aktier via bolag.

4

Mikelis Weidemanis

(född 1942). *Civilekonom.*

[Styrelseledamot i Persea AB \(publ\).](#)

Tidigare personaldirektör Scancem AB, Tarkett Group, partner Scand. Executive Search, direktör Nitro Nobel Group och Ifö AB. Styrelseledamot Impact Development Training Group Ltd (UK). Invald i styrelsen i Persea AB (publ) 1999.

Innehav i Persea AB (publ): 9 500 A-aktier och 12 000 B-aktier via bolag.

2

Bo T:son Nyström

(född 1952).

[Styrelseledamot i Persea AB \(publ\).](#)

Tidigare verkställande direktör och koncernchef Persea AB (publ), produkt- och försäljningschef Intercosmetics AB (Wella Frisör Sverige), märkeschef Aramis och taxfreechef Aramis och Estée Lauder. Säljare Barlach AB (Schwarzkopf Frisör Sverige) och Tiedemann Företagen. Invald i styrelsen i Persea AB (publ) 1985.

Innehav i Persea AB (publ): 604 200 B-aktier.

5

Curt Hardegård

(född 1946). *Civilekonom.*

[Styrelseordförande i Persea AB \(publ\).](#)

Managementkonsult/Director i Carta Booz Allen Hamilton AB. Tidigare partner Indevo AB, strategikonsult SIAR Bossard. Styrelseordförande i Polarbröd Försäljning AB, Allbröd AB, Svefak Finans AB och Svefak AB. Invald i styrelsen i Persea AB (publ) 1999.

Innehav i Persea AB (publ): 47 500 A-aktier och 202 390 B-aktier via bolag.

3

Liia Nõu

(född 1965). *Civilekonom.*

[Styrelseledamot i Persea AB \(publ\).](#)

CFO (Chief Financial Officer) GE Capital Bank, skandinaviska verksamheten. Tidigare CFO Song Networks Holding AB, CFO Icon Medialab International AB, finansdirektör Tele2 AB, ekonomichef Kuwait Petroleum Svenska AB och finansiell analytiker American Express Co AB. Invald i styrelsen i Persea AB (publ) 2000.

Innehav i Persea AB (publ): –

6

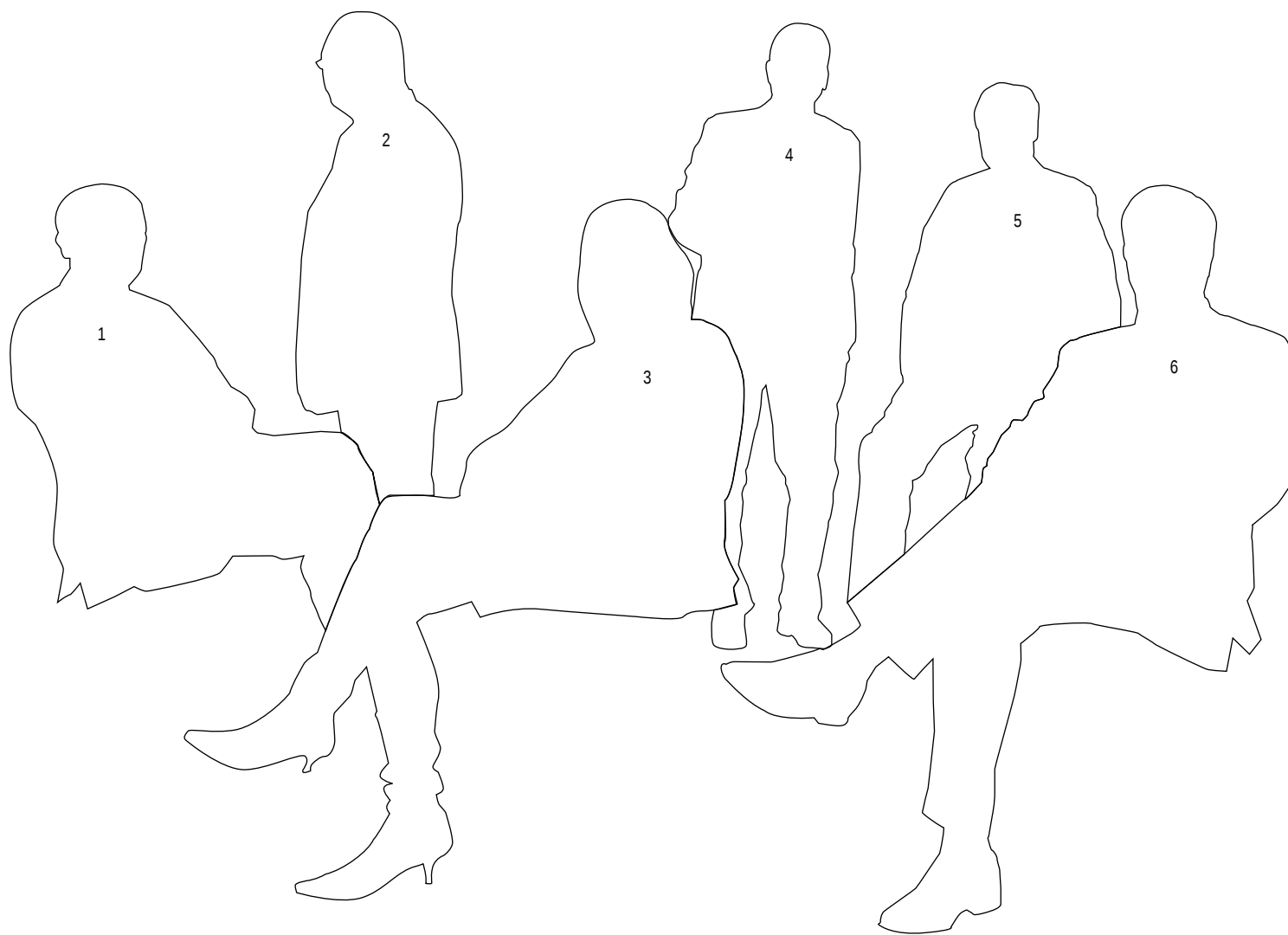
Örjan Håkanson

(född 1942). *Civilingenjör.*

[Styrelseledamot i Persea AB \(publ\).](#)

Tidigare verkställande direktör och koncernchef Scribona AB. Styrelseordförande Observer AB och Bibliotekstjänst AB. Invald i styrelsen i Persea AB (publ) 2000.

Innehav i Persea AB (publ): 4 000 B-aktier.







Färgförändrande hårvårdsprodukter finns i en mängd olika nyanser och står för en stor del av Perseas framgång.

Ledande befattningshavare och revisor



Peter Idestrom

(född 1971). *Civilekonom.*

Tf verkställande direktör och tf koncernchef i Persea AB (publ) samt verkställande direktör i Persea Sverige AB.

Tidigare konsult och revisor på Öhrlings PricewaterhouseCoopers. Anställd i Persea sedan 1999.

Innehav i Persea AB (publ): 13 000 personaloptioner.



Pahr Bennett

(född 1972). *Civilekonom.*

Koncernekonomichef i Persea.

Tidigare konsult och revisor på Öhrlings PricewaterhouseCoopers. Anställd i Persea sedan 2000.

Innehav i Persea AB (publ): 2 000 B-aktier, 8 000 personaloptioner.



Richard Wikstrom

(född 1963).

Marknadsdirektör i Persea Sverige AB.

Tidigare försäljningschef i Persea och säljare i Persea. Anställd i Persea sedan 1986.

Innehav i Persea AB (publ): 38 600 B-aktier, 8 000 personaloptioner.



Mattias Forslund

(född 1967). *Marknadsekonom.*

Försäljningschef i Persea Sverige AB.

Tidigare verkställande direktör och affärsprojektutvecklare Persea NetShops AB, försäljningschef Cook AB (Matrix Sverige) och säljare Persea. Anställd i Persea sedan 1999 och 1992–1997.

Innehav i Persea AB (publ): 5 400 B-aktier, 8 000 personaloptioner.



Damien Costet

(född 1969). *Civilekonom.*

Verkställande direktör och finanschef i Persea SARL.

Tidigare controller i Charles Jourdan (Valence) samt controller i Lalique (London). Anställd i Persea SARL sedan 2001.

Innehav i Persea AB (publ): –

Revisor

Hans Jönsson

(född 1955). Auktoriserad revisor, Öhrlings PricewaterhouseCoopers. Revisor i Persea AB (publ) sedan 1999.

Revisorssuppleant

Lars Wallén

(född 1966). Auktoriserad revisor, Öhrlings PricewaterhouseCoopers. Revisor i Persea AB (publ) sedan 1999.

Medarbetare och personalpolitik



Humankapital

Humankapitalet i Persea utgörs av medarbetarnas kompetens. Humankapitalet har ett stort värde i Persea och utgör en av de viktigaste tillgångarna. Perseas humankapital motsvarar väl de krav som Perseas kunder ställer på företaget. Persea är framgångsrika på att såväl säkerställa och vårda som

att utveckla humankapitalet. Då Persea är framgångsrika på att rekrytera och attrahera nya kompetenta medarbetare är detta en viktig faktor i att säkerställa, vårda och utveckla humankapitalet. En annan viktig faktor för att uppnå detta är att de anställda i Persea arbetar i en stimulerande och utvecklande miljö samt att möjligheter till eget

ansvar är stora. Då de anställda får ta ett eget ansvar samt vara en del i beslutsprocessen bidrar detta till att de känner sig delaktiga i företaget och företagets prestation.

Omstrukturering av den svenska verksamheten

Under räkenskapsåret genomfördes en omstrukturering av den svenska verksamheten. Denna innebar att den svenska verksamheten överläts från Persea AB (publ) till det nybildade dotterföretaget Persea Sverige AB. Dock påverkade inte överlåtelsen de anställdas arbetsuppgifter eller villkor annat än bytet av arbetsgivare inom koncernen. Vid överlåtelsen skedde inga uppsägningar, varför samtliga anställda i den svenska operativa verksamheten nu är anställda i det nybildade dotterföretaget.

Rekryteringar och rekryteringsbehov

Under det senaste räkenskapsåret har humankapitalet i Persea stärkts ytterligare i och med de ny- och ersättningsrekryteringar som genomförts. I den svenska verksamheten har nyrekryteringar genomförts inom områdena sälj, marknad och logistik. Försäljningsavdelningen har utökats med en storkundssäljare (Key Account), vilket är en ny tjänst i Persea. I och med rekryteringen av

en storkundssäljare är Persea ännu bättre rustat för att möta och tillgodose de större kundernas efterfrågan och behov. Dessutom har försäljningsavdelningen utökats med en tjänst på order/kundtjänst för att skapa större tillgänglighet för såväl kunder som Perseas säljare i deras kontakt med den administrativa försäljningsavdelningen i företaget. Marknadsavdelningen har utökats med personal för att kunna skapa mer attraktiva kampanjer och högre kvalitet i marknadsföringsmaterial. De nyrekryteringar som genomförts på logistikavdelningen bidrar till att upprätthålla Perseas erkänt goda effektivitet och säkerhet i leveranser vid en högre nettoomsättning.

I den franska verksamheten har inga nyrekryteringar genomförts under året utan samtliga rekryteringar har varit ersättningsrekryteringar. Dessa har främst skett inom försäljningsområdet då en god kvalitet på säljarna är nödvändig för att kontinuerligt förbättra resultatet.

Varken i den svenska eller franska verksamheten bedöms det föreligga något större nyrekryteringsbehov under räkenskapsåret 2003. Detta beroende på att de båda organisationerna nu besitter den kompetens som är nödvändig för att infria respektive verksamhets mål. Dock kan ersättningsrekryteringar ej uteslutas.



Utbildning

För att vidareutveckla kompetensen i Persea utbildar Persea kontinuerligt sin personal. Under räkenskapsåret har samtliga anställda i Sverige genomgått utbildning inom området intern kommunikation. Målet med dessa utbildningar var att öka samhörigheten mellan de anställda och med företaget samt motivera till ett ökat individuellt ansvarstagande. Förutom att målet uppnåddes medförde också denna utbildning en ökad trivsel hos de anställda, vilket är viktigt då prestationen ökar när trivseln ökar. Övrig utbildning som genomförts är framförallt sälj- och produkt-

utbildning. Utöver detta har Perseas medarbetare kontinuerligt ett kunskapsutbyte med sina kollegor, vilket leder till att gruppens kompetens är högre än summan av varje medarbetares enskilda kompetens. Under de närmaste räkenskapsåren kommer ytterligare utbildningar att genomföras för att vidareutveckla kompetensen hos de anställda i Persea.

Säljarnas ersättningssystem

En av de avgörande framgångsfaktorerna i Persea är motiverade och målinriktade säljare. I Persea ställs höga krav på säljarnas

prestationer och ansvarskänsla. Då större delen av säljarnas ersättning är direkt resultatbaserad bidrar detta i hög grad till säljarnas goda prestationer och ansvarskänsla, vilket resulterar i en ökad nettoomsättning. I Sverige har ersättningssystemet sedan länge använts framgångsrikt. I Frankrike implementerades ersättningssystemet under år 2000 och är även där en väsentlig faktor i säljarnas motivation och prestation.

Personaloptionsprogram

Den ordinarie bolagsstämman i april 2002 beslutade om införande av ett personal-

optionsprogram. Personaloptionsprogrammet riktades till samtliga tillsvidareanställda i Sverige. Anledningen till införandet av personaloptionsprogrammet är att ett personligt långsiktigt ägarengagemang hos de anställda kan förväntas stimulera till ett ökat intresse för verksamheten och resultatutvecklingen. Vidare skall personaloptionsprogrammet syfta till att höja motivationen hos de anställda samt öka känslan av samhörighet med bolaget. Bolagsstämman bedömde därför att införandet av personaloptionsprogrammet är fördelaktigt för bolaget och dess aktieägare.

Ekonomisk översikt

Kommentarer till utvecklingen

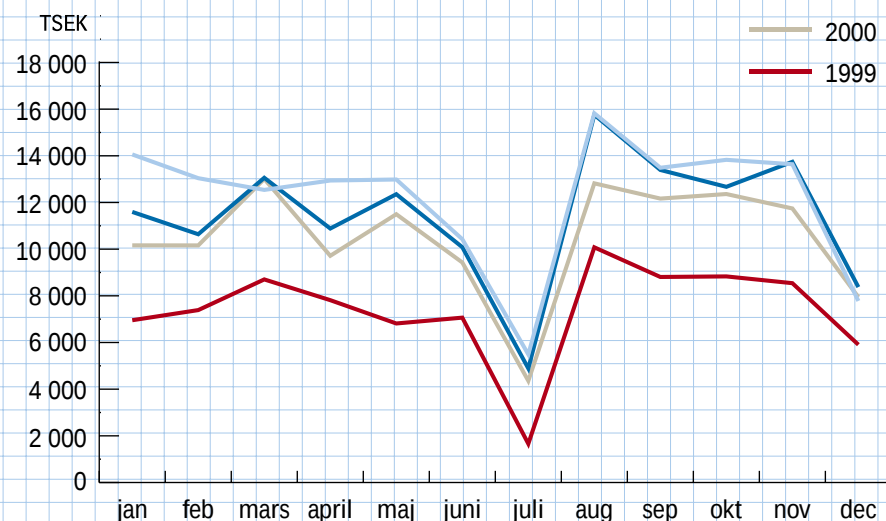
Nettoomsättning

Nettoomsättningen i koncernen har i genomsnitt ökat med 16 procent per år under en femårsperiod (vid omräkning av räkenskapsåren 1997/1998, 1998/1999 och 1999/2000 till kalenderår samt räkenskapsåret 2000 (8 mån) till 12 månaders proforma). Koncernens nettoomsättning för räkenskapsåret 2002 uppgick till 146 MSEK, vilket innebär en ökning med 6,3 procent jämfört med föregående år. Det franska dotterföretaget Persea SARLs nettoomsättning motsvarade 18 procent av koncernens totala nettoomsättning. Nettoomsättningen i den franska verksamheten är i paritet med föregående år, vilket innebär att den svenska verksamheten står för hela ökningen. Anledningen till att nettoomsättningen i den franska verksamheten ej ökat jämfört med föregående år är en svagare marknads efterfrågan under 2002 samt färre antal säljare. Nettoomsättningsökningen i den svenska verksamheten beror främst på en volymökning av ordinarie sortiment även om den nya produktserien ELUMEN bidrar till ökningen. Volymökningen av ordinarie sortiment har främst åstadkommits genom effektivitet i kampanjer och försäljningsmetodik.

Rörelseresultat

Rörelseresultatet i koncernen ökade med 21 procent jämfört med motsvarande period föregående år. Rörelseresultatet efter avskrivningar uppgick till 9,3 (7,7) MSEK. Koncernens rörelseresultat före avskrivningar uppgick till 11,3 MSEK jämfört med 9,7 MSEK föregående år. Rörelseresultatförbättringen efter avskrivningar beror på att den franska verksamheten redovisar ett rörelseresultat för räkenskapsåret uppgående till -4,0 MSEK. Föregående år redovisade den franska verksamheten ett rörelseresultat uppgående till -8,1 MSEK. Den under året redovisade resultatförbättringen är en bekräftelse på att det pågående omorganisationsarbetet ger effekt. Rörelseresultatet efter avskrivningar för den svenska verksamheten uppgår till 14,6 MSEK jämfört med 16,2 MSEK föregående år. Det lägre resultatet förklaras främst av ökade marknadsföringskostnader i samband med introduktionen av ELUMEN men också av en negativ valutakurseffekt på långfristiga räntebärande depositioner i bank uppgående till -0,2 MSEK. Föregående år var den valutakurseffekt positiv och uppgick till 0,6 MSEK. Under året har dessutom marknads- och försäljningsorganisationen förstärkts med fler medarbetare.

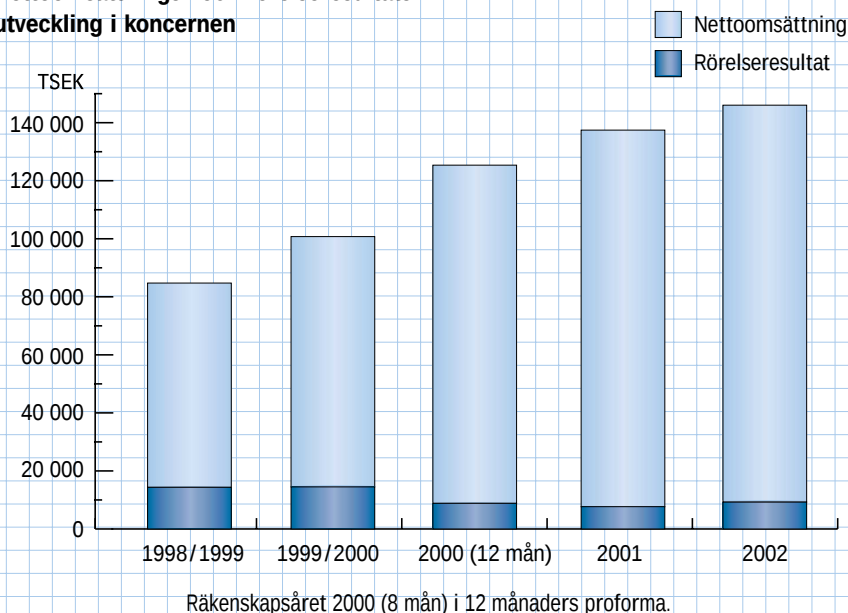
Nettoomsättning per månad i koncernen



Nettoomsättning, TSEK	2002	Q4 2002	Q3 2002	Q2 2002	Q1 2002
Persea AB (publ)	103 278	12 013	29 460	29 400	32 405
Persea Sverige AB	17 511	17 511	—	—	—
Summa svenska verksamheten	120 789	29 524	29 460	29 400	32 405
Persea SARL	26 829	6 357	5 762	7 231	7 479
Övriga justeringar	-1 579	-634	-422	-278	-245
Totalt	146 039	35 247	34 800	36 353	39 639

Nettoomsättning, TSEK	2001	Q4 2001	Q3 2001	Q2 2001	Q1 2001
Persea AB (publ)	113 314	28 390	27 392	27 462	30 070
Persea Sverige AB	—	—	—	—	—
Summa svenska verksamheten	113 314	28 390	27 392	27 462	30 070
Persea SARL	26 853	6 827	7 030	6 902	6 094
Övriga justeringar	-2 723	-429	-382	-1 041	-871
Totalt	137 444	34 788	34 040	33 323	35 293

Nettoomsättnings- och rörelseresultats- utveckling i koncernen



Rörelseresultat, TSEK	2002	Q4 2002	Q3 2002	Q2 2002	Q1 2002
Persea AB (publ)	13 543	1 133	4 702	3 500	4 208
Persea Sverige AB	1 077	1 077	—	—	—
Summa svenska verksamheten	14 620	2 210	4 702	3 500	4 208
Persea SARL	-4 019	-1 074	-1 720	-676	-549
Övriga justeringar	-1 347	-949	-183	-28	-187
Totalt	9 254	187	2 799	2 796	3 472

Rörelseresultat, TSEK	2001	Q4 2001	Q3 2001	Q2 2001	Q1 2001
Persea AB (publ)	16 222	2 669	4 476	4 202	4 875
Persea Sverige AB	—	—	—	—	—
Summa svenska verksamheten	16 222	2 669	4 476	4 202	4 875
Persea SARL	-8 115	-2 114	-1 832	-2 322	-1 847
Övriga justeringar	-424	-298	122	-1	-247
Totalt	7 683	257	2 766	1 879	2 781

Likviditet

Disponibla likvida medel i koncernen inklusive outnyttjade krediter uppgår vid räkenskapsårets utgång till 12,4 MSEK jämfört med 10,1 MSEK föregående år. Koncernens kassaflöde under räkenskapsåret uppgår till 0,4 MSEK jämfört med 0,1 MSEK föregående år. Räkenskapsårets kassaflöde har påverkats positivt av en avyttring avseende en långfristig räntebärande placering i bank uppgående till 3,3 MSEK och påverkats negativt med 2,3 MSEK avseende utdelning till aktieägare.

Väsentliga avtal

Perseas licens- och distributionsavtal med KPSS (tidigare Goldwell GmbH) innebär att Persea innehar agenturen och distributionsrätten för varumärket Goldwell i Sverige och Frankrike. Avtalen för Sverige är de tredje avtalen mellan parterna Persea och KPSS medan avtalen för Frankrike är de första avtalen mellan parterna Persea SARL och KPSS. Samtliga Perseas avtal med KPSS är 10-årsavtal och befintliga avtal sträcker sig fram till år 2010.

Koncernens skattesituation

Moderföretaget, Persea AB (publ), har per skattetaxering år 2003 inga ackumulerade

skattemässiga underskottsavdrag. För samtliga svenska dotterföretag uppgår ackumulerade skattemässiga underskottsavdrag totalt till 42 TSEK. I det franska dotterföretaget, Persea SARL, finns det ackumulerade skattemässiga underskottsavdrag som med hög sannolikhet bedöms ej kunna utnyttjas.

Persea-aktien

Under maj 1999 genomfördes en utförsäljning av företagets aktier till en begränsad grupp investerare. Persea-aktien noterades inofficiellt med en introduktionskurs på 11,90 kronor (split med villkoren 2:1 beaktat) under juni 1999. Den 29 maj 2000 noterades Persea-aktien på Nya Marknaden. Den 27 juli 2000 genomförde företaget en split med villkoren 2:1, vilket resulterade i att antalet aktier uppgår till 4 790 000 B-aktier och 210 000 A-aktier. Det av företaget under 1999 utfärdade optionsprogrammet (optionsprogram 1) avseende 500 000 teckningsoptioner med löptiden 2001-05-01–2001-05-31 alternativt 2002-05-01–2002-05-31 och till en teckningskurs av 16,75 kronor per aktie har ej medfört någon teckning. Detta innebär att optionsprogram 1 ej medfört någon utspädning. Den ordinarie bolagsstämman, 18 april 2002, beslutade om ett införande av ett personaloptionsprogram (optionsprogram 2)

avseende 150 000 optioner som kan utnyttjas under tiden 1 maj 2004 till och med 30 april 2006. Teckningskursen avseende detta program är fastställt till 15,10 kronor. Antalet personaloptioner uppgår till 147 000 per 2002-12-31. Vid fullt utnyttjande av optionsrätterna blir utspädningseffekten på aktiekapitalet 2,9 procent och det totala antalet aktier uppgår till 5 147 000, varav 210 000 är A-aktier. Senast betalt för Persea-aktien vid utgången av år 2002 uppgick till 14,50 kronor.

Finansiella mål

Under år 2002 beslutade styrelsen om finansiella mål för koncernen. Den organiska tillväxten skall som lägst uppgå till i genomsnitt 10 procent per år sett över en rullande treårsperiod. Rörelsemarginalen skall som lägst uppgå till 10 procent och soliditeten skall ej varaktigt understiga 30 procent.

Per 2002-12-31 uppgick den organiska tillväxten i koncernen i genomsnitt till 11 procent sett över en rullande treårsperiod. Rörelsemarginalen uppgick till 6 procent och soliditeten till 46 procent.

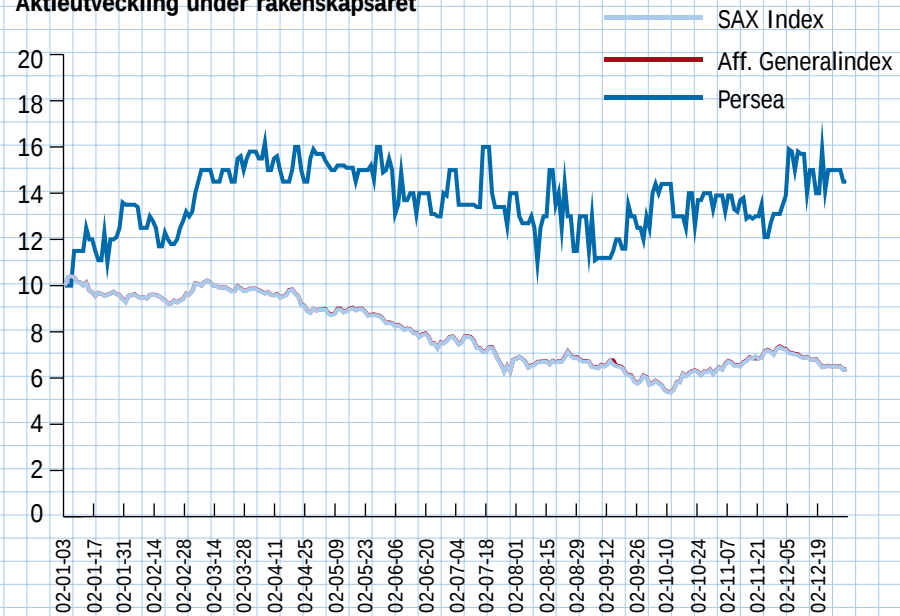
Perseas utdelningspolicy

Perseas verksamheter genererar ett gott kassaflöde och en god lönsamhet varför utdelningskapaciteten är hög. "Styrelsens mål är att utdelningen över tiden skall uppgå till cirka 75 procent av koncernens resultat efter skatt. Vid beslut om förslag till utdelning kommer hänsyn att tas till Perseas finansiella ställning och kapitalbehov."

Ägarförhållanden

Persea AB (publ) hade per den 31 december 2002 cirka 840 aktieägare. Aktieägare som är aktiva i företaget eller dotterföretag som anställd eller som styrelseledamot i Persea AB (publ) innehar aktier vilka motsvarar 27,1 procent av kapitalet och 47,1 procent av rösterna.

Aktieutveckling under räkenskapsåret



Ägare	A-aktier	B-aktier	Totalt antal aktier	Andel av kapital	Andel av röster
Bo T:son Nyström	–	604 200	604 200	12,1%	8,8%
Banque Edouard Constant	–	588 600	588 600	11,8%	8,5%
Investment AB Spiltan	–	446 733	446 733	8,9%	6,5%
Persea Promotion AB	190 000	240 000	430 000	8,6%	31,1%
Wasa Småbolagsfond	–	232 500	232 500	4,7%	3,4%
Hans Björstrand	–	175 000	175 000	3,5%	2,5%
Arcticus Curt Hardegård AB	–	141 900	141 900	2,8%	2,1%
Ronnie Johansson	–	100 000	100 000	2,0%	1,5%
Trossamfundet Svenska Kyrkan	–	86 000	86 000	1,7%	1,2%
Svenska Röda Korsets Centralstyrelse	–	67 500	67 500	1,4%	1,0%
Övriga ägare	20 000	2 107 567	2 127 567	42,5%	33,4%
Summa	210 000	4 790 000	5 000 000	100,0%	100,0%

Flerårsöversikt

Vid en jämförelse av resultat- och balansposter samt nyckeltal mellan åren skall det uppmärksammas att räkenskapsåret 2000 (8 mån) omfattar 8 månader till skillnad

mot övriga räkenskapsår som omfattar 12 månader. Perioden 2000 (12 mån) avser 2000-01-01–2000-12-31 och har ej varit föremål för granskning av företagets

revisor och består av perioden januari–april 2000 (del av räkenskapsåret 1999/2000) samt räkenskapsåret 2000 (8 mån). Anledningen till att denna period är med

i flerårsöversikten är att öka jämförbarheten med övriga räkenskapsår. Flerårsöversikten avser koncernen.

Flerårsöversikt koncernen	2002	2001	2000 (8 mån)	2000 (12 mån)	1999/2000	1998/1999
RESULTAT OCH BALANSPOSTER						
Nettoomsättning, TSEK	146 039	137 444	82 323	125 370	100 753	84 743
Bruttoresultat, TSEK	98 358	92 561	54 563	84 713	69 887	57 026
Rörelseresultat, TSEK	9 254	7 683	3 109	8 833	14 499	14 352
Resultat efter finansiella poster, TSEK	9 051	7 559	3 143	8 840	14 731	14 203
Resultat efter skatt, TSEK	4 808	2 825	2 094	6 209	10 619	10 352
Eget kapital, TSEK	23 780	21 277	19 717	19 717	22 263	11 089
Anläggningstillgångar*, TSEK	7 094	14 440	18 337	18 337	9 789	3 191
Omsättningstillgångar, TSEK	45 014	38 177	34 692	34 692	39 830	30 713
Balansomslutning, TSEK	52 108	52 617	53 029	53 029	49 619	33 904
NYCKELTAL						
Tillväxt¹						
Nettoomsättningsförändring, %	6,3	9,6 (67,0)	42,7 (-18,3)	24,4	18,9	8,4
Lönsamhet						
Bruttomarginal, %	67,4	67,3	66,3	67,6	69,4	67,3
Rörelsemarginal, %	6,3	5,6	3,8	7,0	14,4	16,9
Vinstmarginal, %	6,2	5,5	3,8	7,1	14,6	16,8
Vinstmarginal efter skatt, %	3,3	2,1	2,5	5,0	10,5	12,2
Räntabilitet på eget kapital**, %	40,2	36,9	15,0	46,7	88,3	143,3
Räntabilitet efter skatt på eget kapital**, %	21,3	13,8	10,0	32,8	63,7	104,4
Räntabilitet på operativt kapital**, %	50,0	56,1	25,0	120,8	97,6	96,5
Räntabilitet på sysselsatt kapital**, %	38,0	35,4	15,3	46,6	74,1	92,0

Flerårsöversikt koncernen, forts.	2002	2001	2000 (8 mån)	2000 (12 mån)	1999/2000	1998/1999
Kapitalstruktur						
Genomsnittligt operativt kapital, TSEK	18 524	13 700	12 456	7 315	14 862	14 875
Genomsnittligt sysselsatt kapital, TSEK	25 023	23 013	22 424	20 028	20 333	16 041
Räntetäckningsgrad, ggr	20,9	13,8	12,0	18,9	45,2	26,3
Soliditet, %	45,6	40,4	37,2	37,2	44,9	32,7
Balanslikviditet, %	177,9	145,2	116,0	116,0	162,5	195,6
Kassalikviditet, %	98,7	89,9	66,5	66,5	113,8	148,7
Anställda						
Medelantal anställda	78	80	69	68	52	41
Nettoomsättning per anställd**, TSEK	1 872	1 718	1 193	1 844	1 938	2 067
Förädlingsvärde per anställd**, TSEK	145	128	74	168	304	373
Resultat (efter finansnetto) per anställd**, TSEK	116	94	46	130	283	346
Resultat efter skatt per anställd**, TSEK	62	35	30	91	204	252
Data per aktie²						
Totalt antal utestående aktier	5 000 000	5 000 000	5 000 000	5 000 000	5 000 000	5 000 000
Totalt antal utestående aktier vid full utspädning	5 147 000	5 147 000	5 147 000	5 147 000	5 147 000	5 147 000
Eget kapital per aktie, SEK	4,76	4,26	3,94	3,94	4,45	2,22
Eget kapital per aktie vid full utspädning, SEK	4,62	4,13	3,83	3,83	4,33	2,15
Vinst (efter skatt) per aktie**, SEK	0,96	0,57	0,42	1,24	2,12	2,07
Vinst (efter skatt) per aktie vid full utspädning**, SEK	0,93	0,55	0,41	1,21	2,06	2,01
Aktiekurs vid räkenskapsårets utgång, SEK	14,50	10,00	14,50	14,50	22,00	—
P/E-tal**	15,1	17,7	34,6	11,7	10,4	—
P/E-tal vid full utspädning**	15,5	18,2	35,6	12,0	10,7	—
Utdelning, kronor per aktie	1,00	0,45	0,30	—	1,00	—
Direktavkastning***, %	6,90	4,50	2,1	—	4,5	—

1 Nettoomsättningsförändring avser nettoomsättningsförändring jämfört med motsvarande period föregående år. Nettoomsättningsförändring inom parentes för räkenskapsåret 2001 avser nettoomsättningsförändring jämfört med räkenskapsåret 2000 (8 mån). Nettoomsättningsförändring inom parentes för räkenskapsåret 2000 (8 mån) avser nettoomsättningsförändring jämfört med räkenskapsåret 1999/2000 (12 mån).

2 Företaget har utfärdat ett optionsprogram avseende 147 000 personaloptioner med lösenperiod 2004-05-01–2006-04-30 och till en teckningskurs av 15,10 kronor per aktie. Aktuell kurs per 2002-12-31 uppgår till 14,50 kronor per aktie. Vid jämförelse av nyckeltal avseende data per aktie för räkenskapsår tidigare än 2000 (8 mån) har split 2:1, genomförd 2000-07-27, beaktats.

* Finansiell leasing är upptagen från och med räkenskapsåret 1999-05-01–2000-04-30.

** Vid beräkning av nyckeltal skall det observeras att för räkenskapsåret 2000 (8 mån) har nyckeltal ej räknats om till rullande tolv månader, vilket stör nyckeltalsjämförelsen mellan räkenskapsåren.

*** Direktavkastning för kalenderåret 2000 (12 mån) proforma angivs ej då detta ej är ett legalt räkenskapsår.

Nyckeltalsdefinitioner

Nettoomsättningsförändring Nettoomsättningsförändring i procent av föregående års omsättning.	Genomsnittligt sysselsatt kapital Balansomslutningen minskad med icke räntebärande skulder inklusive latenta skatteskulder, vid årets ingång och utgång, dividerat med två.
Bruttomarginal Bruttoresultat i procent av nettoomsättning.	Räntetäckningsgrad Resultat efter finansiella poster plus finansiella kostnader dividerat med finansiella kostnader, ggr.
Rörelsemarginal Rörelsens resultat efter avskrivningar i procent av nettoomsättning.	Soliditet Eget kapital i procent av balansomslutningen.
Vinstmarginal Resultat efter finansiella poster i procent av nettoomsättningen.	Balanslikviditet Omsättningstillgångar i procent av kortfristiga skulder.
Vinstmarginal efter skatt Resultat efter skatt i procent av nettoomsättningen.	Kassalikviditet Kortfristiga fordringar plus likvida medel i procent av kortfristiga skulder.
Räntabilitet på eget kapital Resultat efter finansiella poster i procent av justerat eget kapital.	Nettoomsättning per anställd Nettoomsättning dividerat med medelantalet anställda.
Räntabilitet efter skatt på eget kapital Resultat efter skatt i procent av justerat eget kapital.	Förädlingsvärde per anställd Rörelseresultat plus avskrivningar dividerat med medelantalet anställda.
Räntabilitet på operativt kapital Rörelseresultat i procent av genomsnittligt operativt kapital.	Resultat per anställd Resultat efter finansnetto dividerat med medelantalet anställda.
Räntabilitet på sysselsatt kapital Resultat efter finansiella poster plus finansiella kostnader i procent av genomsnittligt sysselsatt kapital under året.	Resultat efter skatt per anställd Resultat efter skatt dividerat med medelantalet anställda.
Justerat eget kapital Eget kapital plus 72 procent av obeskattade reserver, vid årets ingång och utgång, dividerat med två.	Eget kapital per aktie Eget kapital dividerat med antal aktier.
Genomsnittligt operativt kapital Sysselsatt kapital minus likvida medel och andra räntebärande tillgångar, vid årets ingång och utgång, dividerat med två.	Vinst per aktie Vinst efter skatt dividerat med antal aktier.
	Direktavkastning Utdelning i procent av aktiekurs.



Den professionella hårvårdsmarknaden genomförde under 2002 cirka 5–5,5 miljoner färgbehandlings. Av dessa användes Goldwell i cirka 1,5–1,8 miljoner behandlingar.

Marknad

Marknad Sverige

Inom den totala marknaden för hårvårdsprodukter skiljs det mellan den öppna och den professionella marknaden. Den öppna marknaden tillhandahåller hårvårdsprodukter till slutkonsument via dagligvaruhandeln, medan den professionella marknaden består av försäljning till frisörer för yrkesmässigt bruk samt vidareförsäljning till slutkonsument via frisörsalonger. Merparten av hårvårdsprodukter i Sverige säljs via den öppna marknaden. Av omsättningen på den totala marknaden står den professionella marknaden för 15–20 procent. Den professionella marknadens försäljning av slutkonsumentprodukter är dock på stark tillväxt och branschstatistik visar att frisörernas behandlingsskador i allt större utsträckning handlar sina hårvårdsprodukter på sin frisörsalong.

Marknadsposition

Goldwell är, tillsammans med L'Oréal, Wella och Schwarzkopf, de ledande varumärkena inom den europeiska professionella hårvårdsmarknaden. Störst marknadsandel i Sverige har Wella tätt följt av Goldwell. Av dessa fyra varumärken är varumärket Goldwell det enda som uteslutande säljs via frisörsalonger. Denna frisörexklusivitet skapar konkurrensfördelar gentemot övriga varumärken eftersom Goldwell inte kon-

kurrerar med frisören genom försäljning i dagligvaruhandeln. En annan fördel är att Goldwell kan prioritera kvalitet och professionell service istället för att använda prissättning som konkurrensmedel. Försäljningen på den öppna marknaden är priskänslig medan kunder som handlar via den professionella marknaden fokuserar mer på kvalitet och service.

Den professionella hårvårdsmarknaden i Sverige värderas, i leverantörsledet, år 2002 till cirka 550 miljoner kronor. Leverantörerna till den professionella hårvårdsmarknaden uppskattar att tillväxten på marknaden fortsätter öka i samma takt som tidigare, dvs med 5 till 8 procent per år. Denna ökning sker dels inom färgmarknaden och dels i slutkonsumentleden och därmed på bekostnad av den öppna marknaden. Omfördelningen från den öppna till den professionella marknaden beror bland annat på att frisörer har blivit allt mer medvetna om att försäljning till slutkonsument höjer salongens nettoomsättning och resultat. Detta leder till att salongerna idag exponerar och aktivt arbetar med slutkonsumentprodukter i större utsträckning än tidigare. Persea Sverige AB säljer Goldwells slutkonsumentprodukter uteslutande via frisörsalonger och har därför goda chanser att dra nytta av den tillväxten. Dessutom bedöms den

under de senaste åren starka utvecklingen av marknaden för färgförändrande hårvårdsprodukter fortsätta, vilket innebär ytterligare goda tillväxtmöjligheter.

Konsument- och förbrukningsprodukter

Den professionella hårvårdsmarknaden delas in i förbrukningsprodukter och konsumentprodukter. Konsumentprodukter är t ex stylingprodukter, schampo, balsam och hårfärg för hemmabruk, som säljs via frisörer till slutkonsument. Förbrukningsprodukter är de produkter som frisören använder i samband med sitt yrkesutövande. Exempel på dessa är färgförändrande produkter som färg, toning och blekning. Marknaden för förbrukningsprodukter är idag värderad till cirka 240 miljoner kronor i Sverige. För att få en förståelse för omfattningen av den svenska färgförändringsmarknaden genomfördes 5 till 5,5 miljoner färgförändringar hos frisörer under år 2002. Av dessa användes Goldwell vid 1,5 till 1,8 miljoner tillfällen.

Marknadsstrategi

Historiskt sett har den högsta försäljningen av Goldwells produkter funnits inom förbrukningssortimentet. Idag är fördelningen av försäljningen jämnare mellan förbruknings- och slutkonsumentprodukter. En av Perseas

ambitioner är därför att följa marknadens förändringar och aktivt bidra till omfördelningen av konsumtionen från den öppna till den professionella hårvårdsmarknaden. Som ett led i detta arbetar Persea för att alltför fräsörsalonger skall förse med ett komplett sortiment av hårvårdsprodukter för hemmabruk. Ett sådant sortiment ökar konsumentens förtroende för frisören då denne kan ge personliga råd för ett optimalt resultat vid användandet av produkterna. Försäljning av konsumentprodukter för hemmabruk skapar inte enbart en bra intäktskälla för frisören utan också starka relationer mellan frisören och konsumenten. Detta resulterar ofta i fler behandlingar hos frisören, vilket även leder till merförsäljning för Persea. Perseas starka och nära relation till sina kunder samt kontinuerligt genomförda aktiviteter bidrar också till omfördelningen från den öppna till den professionella hårvårdsmarknaden. Även Perseas framgångsrika Frisör & Shop-koncept bidrar till positionen som en av de ledande aktörerna på den professionella hårvårdsmarknaden. Konceptet Frisör & Shop har som mål att öka vidareförsäljningen av hårvårdsprodukter till slutkonsument. Konceptet innebär att Persea förser frisörerna med shoplösningar och tillhörande inredning för att på så sätt attrahera kunder och locka till köp.



Varumärket Goldwell säljs och marknadsförs till slutkonsumenter genom yrkesskickliga frisörer.

Perseas marknadskanaler

Säljkåren är Perseas viktigaste kanal för marknadsbearbetning. Potentiella och befintliga kunder bearbetas med personliga besök där säljarna erbjuder aktiviteter och nyheter, uppdaterar befintligt sortiment samt informerar om kampanjer och utbildningar. Säljarna är även den personliga länken mellan företaget och frisörerna. I Sverige genomförs cirka 4 400 besök per säljperiod, vilket på årsbasis ger cirka 40 000 besök då året är uppdelat på nio säljperioder. Perseas säljkår är med sin långa och samlade erfarenhet samt utbildning kända för att ha hög produkt- och branschkunskap. Tack vare en kompetent säljkår har Persea möjlighet att, som ett led i marknadsföringen, produktutbilda kunder och på så sätt säkerställa ett korrekt användande av produkterna.

Varumärket Goldwell marknadsförs huvudsakligen genom återkommande kampanjer hos frisörerna. Frisörsalonger är Sveriges vanligaste butik och ligger ofta på strategiskt bra platser. Det är därför effektivt att dra fördel av salongernas skyltfönster vid reklamkampanjer. Persea genomför kontinuerligt kampanjer hos 1 200 till 2 000 salonger, vilket enbart inne på salongerna innebär cirka 500 000 slutkonsumentexponeringar under varje säljperiod. Fokus ligger på att göra slagkraftiga kampanjer till frisö-

ren, med starka slutkundserbudanden där marknadsföringsmaterial används inne i salongerna och i frisörernas skyltfönster.

Persea har en väl utvecklad PR-verksamhet där nära kontakt med journalister och media inom mode, skönhet, och trend är betydelsefull. Genom att regelbundet bli omnämnd i press stärks Goldwells position som ett professionellt och välkänt varumärke.

Persea arrangerar egna frisyrisningar och utbildningar. Årligen möter Persea cirka 4 000 frisörer i Sverige på dessa arrangemang. Under 2002 har Persea påbörjat ett program för att utbilda nya frisörinstruktörer för att bättre kunna möta marknadens efterfrågan. Antalet frisörinstruktörer efter genomfört utbildningsprogram uppgår till 24, vilket är en ökning med 13 stycken jämfört med föregående år. Persea använder sig av dessa frisörinstruktörer för att lära ut det senaste inom trend och klipptechnik. Dessutom säkerställer utbildningen ett korrekt produktanvändande av frisörerna. Utbildningsverksamheten är en viktig del av Perseas kundbearbetning och starkt fokus läggs på att fortsätta utveckla denna.

Under året har Perseas mångåriga samarbete med Hair Art School – Hair Art Academy vidareutvecklats. Hair Art School har behörig kompetens att genomföra ut-

bildning för frisörer likvärdig med högskoleutbildning. Hair Art School har utvecklat en högre utbildning för frisörer under namnet Akademifrisör innehållande marknads-, ekonomi- och managementdelar kombinerat med färgexpertutbildningar och utbildningar i begreppsutveckling. Fullständig kurs innebär ett års studerande, vilket ger 40 kurspoäng och examen som Diplomerad Akademifrisör. Delar av detta program ingår även i Perseas kursutbud.

För att kontinuerligt utveckla och förbättra sina marknadsföringsinsatser arbetar Persea med uppföljning och utvärdering av säljinsatser, kampanjer, marknadsföring och utbildningar. Genom denna uppföljningsprocess förbättras hela tiden rutiner, effektivitet och träffsäkerhet.

Persea arbetar också med diverse marknadsföringsprojekt. Bland annat sponsras mode- och skönhetsturnéer samt välgörenhetsaktiviteter. Internet är en viktig marknadsföringskanal där Persea på hemsidan www.goldwell.nu möter kunder och konsumenter. Regelbundna utskick görs till såväl befintliga kunder som potentiella kunder för att marknadsföra Goldwell, OLYMP, utbildning och kampanjer.

Under året har ett första steg i riktning mot en starkare bearbetning av större kunder

och kedjor tagits genom utökning av säljkåren med en storkundssäljare. Därigenom förbättras förutsättningarna ytterligare för att möta stora kunders efterfrågan.

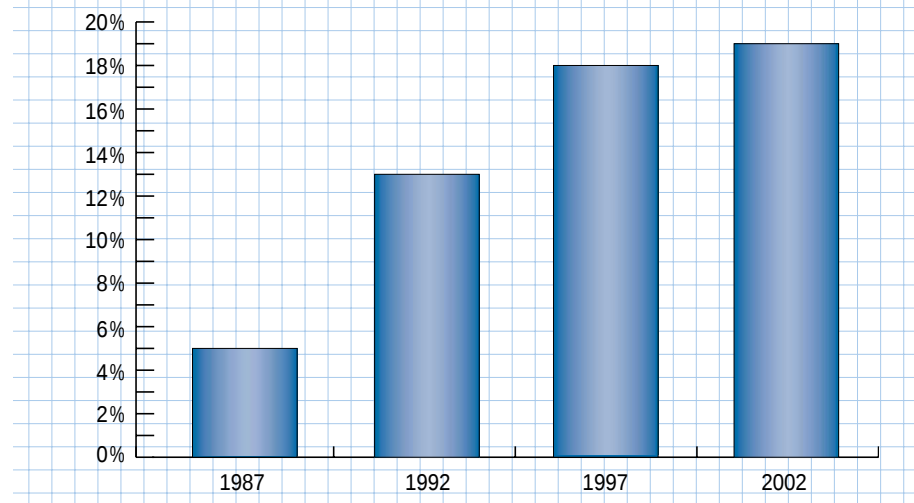
Marknadsandelar

Under kalenderåret 2002 uppgår varumärket Goldwells marknadsandel till 18,8 procent på den professionella hårvårdsmarknaden. Detta är i paritet med föregående år. Den svenska professionella marknaden består idag av cirka 12 000 salonger inklusive hyrstolar. Av dessa är 5 900 Perseas kunder.

Varumärkeskännedom

Perseas varumärke Goldwell är ett av företagets viktigaste marknads- och försäljningsinstrument. Goldwell är idag ett välrenommerat varumärke som associeras med kvalitet, lojalitet och hög branschkunskap/kompetens. Denna varumärkeskännedom blir allt mer betydelsefull då marknaden ständigt utsätts för nya konkurrenter och konkurrensmetoder. Persea har, med bland annat sin frisörexklusivitet och sin växande varumärkeskännedom, etablerat en stark relation till både frisörer och slutkonsumenter. Detta är en anledning till att Persea kan möta konkurrensen inom hårvårdsbranschen och därmed fortsätta att stärka sin position som en av de ledande leverantörerna.

Marknadsandelar Sverige 1987–2002



Försäljningsstatistik för den svenska professionella hårvårdsmarknaden sammanställs av branschorganet KTF (Kemisk Tekniska Leverantörförbundet), på uppdrag av marknadsaktörer. Försäljningsstatistik rapporteras in till KTF från de elva största företagen/varumärkena i branschen (Persea/Goldwell, Wella, L'Oréal, Schwarzkopf, Gazette/XL, Matrix, Hårologi, Redken, Sebastian, Kadus och Graham Webb).

Persea har under år 2002, gemensamt med marknadsundersökningsinstitutet GfK Sverige AB, låtit genomföra en marknadsundersökning i syfte att följa varumärket Goldwells utveckling inom företagets målgrupp. Resultatet baseras på intervjuer med svenska kvinnor i åldern 15–74 år. Syftet med denna marknadsundersökning är att mäta varumärkeskännedomen, dvs hur många av de tillfrågade som känner till Goldwell och hur denna kännedom förändras över

tiden. Resultatet från undersökningen visar att tidigare års positiva trend håller i sig och att kännedomen om Goldwell stadigt fortsätter att öka. Sammantaget har den största ökningen under 2002 skett i den breda ålderskategorin 18–50 år, där Goldwell idag har en varumärkeskännedom på 63 procent. En ny och positiv trend är att kännedomen inom denna målgrupp har blivit djupare. Detta innebär att kunskapen om Perseas branschverksamhet och vilka sorters hår-

vårdsprodukter som säljs under namnet Goldwell har ökat de senaste två åren.

Marknad Frankrike

Försäljning av hårvårdsprodukter till slutkonsumenter sker i Frankrike, i ännu större utsträckning än i Sverige, via dagligvaruhandeln, dvs på den öppna marknaden. Endast 8 till 10 procent av slutkonsumentprodukterna säljs på den professionella hårvårdsmarknaden. Persea bedömer att värdet på den professionella marknaden uppgår till cirka 3,5 miljarder kronor i leverantörsledet. Antalet frisörsalonger i Frankrike uppgår till cirka 58 000. Av dessa är 50 procent specialiserade damsalonger, 25 procent kombinerade dam- och herrsalonger och 25 procent herrsalonger. Enligt branschens marknadsstatistik har dessa salonger tillsammans cirka 22 miljoner regelbundna salongs-kunder. Tillväxten på den professionella hårvårdsmarknaden uppgår till cirka 4 procent per år.

Marknadsposition

Den dominerande leverantören på franska marknaden är L'Oréal följt av Wella, Schwarzkopf och det franska varumärket Eugène Perma. Goldwells marknadsandel är fortfarande relativt liten, cirka 1 procent, men Goldwell associeras som ett varumärke

som tillhandahåller högkvalitativa produkter. Detta ger goda förutsättningar för Perseas utveckling på den franska marknaden.

Den professionella hårvårdsmarknaden

Varumärket Goldwell säljs endast på den professionella marknaden, dvs via frisörsalonger. Denna strategi är gällande över hela världen och betyder att Perseas främsta konkurrensmedel även i Frankrike är kvalitet och service framför pris. Försäljningen till slutkonsument är inte lika utvecklad på den franska professionella hårvårdsmarknaden som på den svenska. Många frisörer har därför inte den erfarenhet som krävs för att skapa lättåtkomliga och attraktiva butiksavdelningar i salongen. Dock märks ett ökat intresse för denna typ av försäljning. Med Perseas erfarenhet från den svenska marknaden av slutkonsumentförsäljning bör Persea kunna dra fördel av detta ökade intresse.

Marknadsstrategi

Idag står förbrukningsprodukter för cirka 85 till 90 procent av försäljningen och den primära målsättningen är därför att säkerställa denna del av försäljningen. Dessutom är ambitionen att utveckla försäljningen av slutkonsumentprodukter



via frisörsalonger för att aktivt följa marknadens ökade intresse.

Perseas marknadskanaler

I Frankrike är, precis som i Sverige, säljkåren Perseas viktigaste marknadsföringsinstrument. Det franska säljarbetets utformning motsvarar det som under åren fört den svenska verksamheten framåt, dvs personliga kundbesök med försäljning och information om aktiviteter, produkter och utbildningar. Persea har idag i Frankrike cirka 1 600 kunder som aktivt bearbetas genom regelbundna säljbesök och diverse marknadsaktiviteter.

Den franska professionella PR-industrin inom frisörbranschen är väl utvecklad med

ett tiotal tidningar på marknaden. Persea har ett mycket gott samarbete med dessa tidningar och omnämns regelbundet i pressen vid produktlanseringar samt skönhets- och modereportage. Detta bidrar till en ökning av Goldwells varumärkeskännetecken.

Då den större delen av försäljningen i Frankrike utgörs av hårvårdsprodukter för professionellt bruk är produktutbildning av stor betydelse. En väl utvecklad utbildningsverksamhet, som även omfattar utbildningar och visningar inom trend och teknik, bidrar till att höja företagets kvalitetsimage. Persea fortsätter sin utveckling inom detta område genom att kontinuerligt utbilda både säljare och kunder med hjälp av cirka 15 frisörinstruktörer.

Produktgrupper hårvård

Persea innehar agenturen för varumärket Goldwell sedan 1986 i Sverige och sedan 2000 i Frankrike. Varumärket Goldwell grundades år 1948 och ägs av det tyska bolaget Kao Professional Salon Services (KPSS, tidigare Goldwell International GmbH). KPSS har som affärsidé att utveckla, producera och sälja hårvårdsprodukter till frisörer för yrkesmässig utövning (förbrukningsprodukter) samt till slutkonsumenter via frisörer (konsumentprodukter). KPSS har idag cirka 1 300 anställda i 41 länder och produkterna säljs över hela världen via dotterföretag och agenter. Nettoomsättningen uppgick år 2002 till cirka 314 miljoner euro (270 miljoner euro 2001). Ökningen förklaras delvis av KPSS förvärv under året av det amerikanska hårvårdsföretaget KMS.

KPSS ägs av KAO Corporation som är en av Japans och världens ledande tillverkare av kosmetik- och hygienprodukter. KAO Corporation har en erkänd hög forsknings- och produktutvecklingskompetens och KPSS har fördelen att ha tillgång till kunskapen hos KAO och dess cirka 2 000 forskare.

Perseas relation till KPSS

Perseas och KPSS affärssamarbete bygger på ett nyligen förnyat agenturavtal. Nuvarande avtal löper fram till år 2010. Persea har sedan 1986 kraftigt ökat sin

marknadsandel, mycket tack vare de kundrelationer som framför allt säljkåren, men även övriga delar av företaget, har byggt under åren. Samarbetet mellan Persea och KPSS ger ömsesidiga fördelar. Persea har fördel av KPSS och KAOs forsknings- och produktkompetens. Persea har gedigen erfarenhet av försäljning av professionella hårvårdsprodukter, i synnerhet vad gäller försäljning av konsumentprodukter från frisören till slutkonsumenten. Perseas utveckling av denna typ av försäljning har resulterat i att andelen försäljning från frisör till slutkonsument idag är större i Sverige än i något annat europeiskt land. Perseas försäljningsframgångar av konsumentprodukter har därför lett till att KPSS använder sig av Perseas erfarenheter och kompetens inom området. Persea är därmed en viktig samarbetspartner för KPSS i deras produktutveckling av konkurrenskraftiga konsumentprodukter.

Varumärket Goldwell

Goldwell är ett modernt dynamiskt kund- och konsumentinriktat internationellt varumärke, specialiserat på professionell hårvård. Genom att erbjuda innovativa lösningar, pålitliga produkter samt högkvalitativ service vill Goldwell garantera nöjda kunder och konsumenter. Persea skall med varumärket Goldwell erbjuda både frisörer och

slutkonsumenter det mest fördelaktiga sortiment vad gäller kvalitet, funktion och känsla.

Goldwells produktsortiment utvecklas och förbättras kontinuerligt, vilket inte minst gäller frisörernas arbetsmaterial som färgförändrande produkter, permanentväschor och blekningsmedel. Det är viktigt att sträva efter att utveckla produkter med optimala, kosmetiska produkttegenskaper som samtidigt är skonsamma för frisörerna att arbeta med och för miljön. Under 2002 genomfördes ett flertal intressanta produktintroduktioner, varav den mest omtalade på frisörmarknaden var världslanseringen av produktserien ELUMEN, en teknisk innovation inom segmentet hårfärg. Lanseringen i Sverige och Frankrike fick ett mycket gott mottagande och förväntningarna är höga inför framtiden.

Miljö- och produktansvar

I den gemensamma europeiska konsumentlagstiftningen finns krav på att alla tillverkare av kosmetik- och hygienprodukter skall uppfylla GMP (Good Manufacturing Practice), dvs god tillverkningssed. Dessa krav och riktlinjer som den europeiska kosmetikindustrins branschförening, Colipa (The European Cosmetic Toiletry and Perfumery Association), ger för god tillverkningssed följs av KPSS som innehar produktansvaret.

KPSS åtar sig att i möjligaste mån minimera hälso-, säkerhets- och miljörisker som kan tänkas uppstå i handhavandet av deras produkter. Person- och miljösäkerhet ses som ytterst viktigt och KPSS arbetar kontinuerligt för att öka kännedomen om de effekter som produktionsförloppet och produkterna kan ha på människor och miljön. Arbetet börjar redan i planerings- och utvecklingsstadiet av produkterna och omfattar sedan alla faser i dess livscykel. Detta kräver ett samarbete mellan alla parter i produktionskedjan, från utveckling till slutligt användande. Om resultatet av riskanalysen skulle kräva försiktighetsåtgärder för att undvika hälso- eller säkerhetsfaror, begränsas eller stoppas försäljningen eller tillverkningen av produkten.

Persea deltar också i samarbetet med förpackningsinsamlingen (REPA) där system för återvinning av frisörens förpackningar utvecklats. Persea har som medlem av KTF (Kemisk Tekniska Leverantörförbundet) aktivt bidragit till systemets slutliga utformning.



Olika typer av hårtoning för hemmabruk står för en stor del av Perseas försäljningsframgångar.

Produkter

Förbrukningsprodukter

Förbrukningsprodukter är hårvårdsprodukter som är avsedda för frisörernas yrkesmässiga utövning. Nedan följer exempel på några av Goldwells viktigaste produktgrupper inom detta segment.

HÅRFÄRG

Den svenska hårfärgsmarknaden följer en fortsatt ökande trend och även Perseas totala hårfärgsförsäljning ökar. För Persea står produktgruppen hårfärg procentuellt för den största andelen av den totala nettoomsättningen. Imagemässigt är hårfärg ett av de viktigaste segmenten då en bra hårfärg ger legitimitet till kvaliteten även för det övriga sortimentet.

Topchic

Topchic är en permanent hårfärg som utmärker sig genom en hög professionell nivå beträffande kvalitet och applikationsteknik.

Colorance

Colorance är en semi-permanent hårfärg som Goldwell lanserade 1986. Produktserien har sedan sin introduktion blivit ett välkänt varumärke på frisörmarknaden och Persea

har alltid varit en av de största och ledande aktörerna i Sverige inom detta segment.

ELUMEN

Den tekniskt revolutionerande färgförändrande produkten ELUMEN lanserades med stor framgång under 2002. ELUMEN har inneburit att Persea ökat sin försäljning i färgsegmentet. Produkten har en stor potential och ytterligare satsningar kommer att genomföras under 2003.

PERMANENT

Topform / Evolution

Topform och Evolution är Goldwells två största produktserier inom segmentet permanent och utgör ett heltäckande sortiment för frisören. Persea har under de senaste åren och så även under 2002 kraftigt ökat sin marknadsandel inom detta produktsegment trots en vikande permanentmarknad som helhet.

Konsumentprodukter

Konsumentprodukter är hårvårdsprodukter som säljs via frisörer till slutkonsumenter. Slutkonsumentprodukter marknadsförs huvudsakligen genom Perseas Frisör & Shop-koncept, dvs utveckling av frisörsalongens funktion som butik. Nedan

följer några av Goldwells viktigaste produktgrupper avseende konsumentprodukter.

LC2

LC2 är Goldwells mest exklusiva prestige-serie med en selektiv distribution. LC2-serien består av schampo-, balsam-, kur- och stylingprodukter. LC2 utgör en relativt liten del av den totala nettoomsättningen men har haft en god tillväxt det senaste året. Dessutom är den en viktig produktgrupp då den i huvudsak säljs till Perseas större kunder.

Trendline

Stylingsegmentet är värdemässigt det tredje största produktsegmentet på den professionella hårvårdsmarknaden efter färgförändrande produkter och schampo/balsam. Goldwell representeras i detta segment av stylingserien Trendline. Persea har en hög marknadsandel inom segmentet tack vare Trendlines kvalitet, design och regelbundna produktlanseringar.

Definition

Produktserien Definition består av schampo-, balsam- och kurprodukter. Definition är positionerad i prissegmentet under LC2 och har stor betydelse och potential för Persea inom segmentet schampo/balsam.

Kerasilk

Kerasilk är Perseas tredje schampo-, balsam- och kurserie. Den är positionerad i prissegmentet under Definition och utgör en lättöverskådlig konsumentserie med en prissättning som ger frisören möjlighet att konkurrera med dagligvaruhandeln.

Colorance pH 6.8

Persea har en fortsatt mycket stark marknadsposition inom segmentet färgförändrande produkter för hemmabruk. Colorance pH 6.8 är en av Perseas viktigaste produkter för att erövra marknadsandelar från den öppna marknaden.

Frisörinredning

OLYMP

Persea säljer och marknadsför frisörinredningsprodukter under varumärket OLYMP. Produktutbudet utgörs främst av frisörstolar, schamponeringar, arbetsplatser och infraapparater/hårtorkar. Dessutom finns det möjligheter att skraddarsy inredningar och erbjuda större entreprenader med hjälp av underleverantörer. Produktsegmentet inredning har utvecklats på ett tillfredsställande sätt och försäljningsökningen under år 2002 uppgick till 26 procent.



LC2 är ett avancerat hårvårdssystem som reparerar håret inifrån och vårdar utifrån.

Bolagsordning

Persea AB

Org nr 556152-2409

Antagen 2002-10-25

§1 – Firma

BBolagets firma är Persea AB (publ).

§2 – Säte

Styrelsen skall ha sitt säte i Stockholms kommun, Stockholms län.

§3 – Verksamhet

Bolaget skall äga och förvalta aktier i dotterföretag, direkt eller indirekt genom dotterföretag bedriva försäljning, marknadsföring och distribution av hårvårdsprodukter, frisörutrustning och andra kosmetiska produkter samt bedriva annan därmed förenlig verksamhet.

§4 – Aktiekapital

Aktiekapital utgör lägst 5.000.000 kronor och högst 20.000.000 kronor.

§5 – Aktiebelopp

Aktie lyder på 2 kronor.

§6 – Aktieslag

Aktierna skall utges i två serier, serie A och serie B. A-aktie medför 10 röster per aktie och B-aktie medför en röst per aktie.

A- och B-aktier kan i vardera serien utges till högst det antal som motsvarar 100 procent av hela aktiekapitalet.

Beslutar bolaget att genom kontantemission ge ut nya aktier av serie A och serie B, skall ägare av aktier av serie A och serie B äga företrädesrätt att teckna nya aktier av samma aktieslag i förhållande till det antal aktier innehavaren förut

äger (primär företrädesrätt). Aktier som inte tecknats med primär företrädesrätt skall erbjudas samtliga aktieägare till teckning (subsidiär företrädesrätt). Om inte sålunda erbjudna aktier räcker för den teckning som sker med subsidiär företrädesrätt, skall aktierna fördelas mellan tecknarna i förhållande till det antal aktier de förut äger och i den mån detta inte kan ske, genom lottnings.

Beslutar bolaget att genom kontantemission ge ut aktier endast av serie A eller serie B, skall samtliga aktieägare, oavsett om deras aktier är av serie A eller serie B, äga företrädesrätt att teckna nya aktier i förhållande till det antal aktier de förut äger.

Bestämmelsen om företrädesrätt skall inte innebära någon inskränkning i rätten att besluta om kontantemission med avvikelse från aktieägarnas företrädesrätt.

Vid fondemission skall nya aktier av varje slag emitteras i förhållande till det antal aktier av samma slag som finns sedan tidigare. Därvid skall de gamla aktierna ge företrädesrätt till nya aktier av samma slag i förhållande till sin andel i aktiekapitalet. Vad nu sagts skall inte innebära någon inskränkning i möjligheten att genom fondemission, efter erforderlig ändring av bolagsordningen, utge aktier av nytt slag.

§7 – Styrelsens sammansättning

Styrelsen består av lägst tre och högst sex ledamöter med högst fem suppleanter. Den väljs årligen på ordinarie bolagsstämma för tiden intill nästa ordinarie bolagsstämma har hållits.

Revisorer

1–2 revisorer med lika antal revisorssuppleanter väljs.

§8 – Kallelse

Kallelse till ordinarie bolagsstämma samt kallelse till extra bolagsstämma där fråga om ändring av bolagsordningen kommer att behandlas skall utfärdas tidigast sex veckor och senast fyra veckor före stämman. Kallelse till annan extra bolagsstämma skall utfärdas tidigast sex veckor och senast två veckor före stämman.

Kallelse skall alltid ske genom annonsering i Post- och Inrikes Tidningar och den rikstäckande dags- tidningen Svenska Dagbladet.

§9 – Bolagsstämma

På ordinarie bolagsstämma skall följande ärenden förekomma:

1. Stämman öppnas av styrelsens ordförande
2. Upprättande och godkännande av röstlängd
3. Val av ordförande vid stämman
4. Godkännande av dagordning
5. Val av en eller två protokolljusterare
6. Prövning av om stämman blivit behörigen sammankallad
7. Föredragning av framlagd årsredovisning och revisionsberättelse samt i förekommande fall koncernredovisning och koncernrevisionsberättelse
8. Beslut
 - a) om fastställande av resultaträkning och balansräkning samt i förekommande fall koncernresultaträkning och koncernbalansräkning
 - b) om dispositioner beträffande bolagets vinst eller förlust enligt den fastställda balansräkningen
 - c) om ansvarsfrihet åt styrelseledamöter och verkställande direktör när sådan förekommer

9. Fastställande av styrelse- och revisorsarvoden
10. Val av styrelse och i förekommande fall revisorer samt eventuella revisorssuppleanter
11. Annat ärende, som ankommer på stämman enligt aktiebolagslagen eller bolagsordningen

Vid bolagsstämman må envar röstberättigad rösta för hela antalet av honom företrädde aktier, utan begränsning i röstantalet.

§10 – Räkenskapsår

Bolagets räkenskapsår skall vara kalenderår.

§11 – Avstämningsförbehåll

Den som på fastställd avstämningsdag är införd i aktieboken eller i förteckning enligt 3 kap 12 § aktiebolagslagen (1975:1385) skall anses behörig att mottaga utdelning och, vid fondemission ny aktie som tillkommer aktieägare, samt att utöva aktieägares företrädesrätt att delta i emission.

§12 – Rätt att delta på bolagsstämma

För att få delta på bolagsstämma skall aktieägare dels vara upptagen i utskrift av aktieboken avseende förhållandena tio dagar före stämman, dels göra en anmälan härom till bolaget senast den dag som anges i kallelsen till stämman, före klockan 12.00. Denna dag får ej vara söndag, annan allmän helgdag, lördag, midsommarafton, julafton eller nyårsafton, och ej infalla tidigare än femte vardagen före stämman. Biträde åt aktieägare får medföras vid stämman endast om aktieägaren till bolaget anmäler antalet biträden på sätt som anges i denna punkt.

Räkenskaper

FÖRVALTNINGSBERÄTTELSE

Information om verksamheten

Företaget bedriver genom dotterföretag försäljning och marknadsföring av högkvalitativa, kosmetiska hårvårdsprodukter för professionellt bruk av frisörer samt för vida-reförsäljning till slutkonsumenter via frisörer. Företaget innehar genom dotterföretag agenturen för varumärket Goldwell. Dessutom innehar företaget genom dotterföretag agenturen för OLYMP frisörinredningar, vilket gör Persea till en fullserviceleverantör i frisörbranschen. Företaget har sitt säte i Stockholm.

Koncernen består, förutom moderföretaget, av fem dotterföretag i Stockholm, varav ett aktivt, samt ett dotterföretag i Paris. Dotterföretaget i Paris, Persea SARL, innehar agenturen för varumärket Goldwell på den franska marknaden. I koncernen sysselsätts per 2002-12-31 76 (78) personer.

Resultat och ställning

Det skall observeras att per 2002-10-31 överläts den svenska operativa verksamheten från moderföretaget Persea AB (publ) till det nybildade dotterföretaget Persea Sverige AB. Detta innebär att operativ

verksamhet bidrivits i moderföretaget under räkenskapsårets tio första månader.

Det skall också observeras att räkenskapsåret 2000-05-01–2000-12-31 var förkortat till åtta månader. För en rättvisande jämförelse med övriga räkenskapsår se flerårsöversikt.

Resultat och ställning i koncernen

Nettoomsättningen i koncernen för räkenskapsåret 2002-01-01–2002-12-31 uppgår till 146,0 (137,4) MSEK. Det franska dotterföretaget bidrar till nettoomsättningen med 26,8 MSEK, vilket motsvarar cirka 18 procent av nettoomsättningen i koncernen. Nettoomsättningen i det franska dotterföretaget är i paritet med föregående år, vilket innebär att den svenska verksamheten står för hela nettoomsättningsökningen.

Resultat efter finansnetto i koncernen uppgår till 9,1 (7,6) MSEK. Resultatförbättringen vid jämförelse med föregående räkenskapsår beror på att resultatet efter finansnetto i det franska dotterföretaget, Persea SARL, uppgår till -4,3 MSEK jämfört med -8,4 MSEK föregående år. Den under året redovisade resultatförbättringen i den franska verksamheten är en bekräftelse på att det tidigare omorganisationsarbetet givit effekt.

Resultat och ställning i moderföretaget

Nettoomsättningen i moderföretaget, Persea AB (publ), uppgår till 103,3 (113,3) MSEK och resultatet efter finansnetto uppgår till 13,6 (16,4) MSEK.

Under det fjärde kvartalet 2002 har en omstrukturering genomförts där den operativa svenska verksamheten per 2002-10-31 överläts från moderföretaget Persea AB (publ) till det nybildade dotterföretaget Persea Sverige AB. För att erhålla en korrekt jämförelse av den svenska verksamheten jämfört med föregående år summeras nettoomsättning och resultat efter finansnetto i Persea AB (publ) och Persea Sverige AB. Vid en sådan jämförelse uppgår nettoomsättningen till 120,1 MSEK, vilket är en ökning med 6,6 procent. Den nya produktserien ELUMEN som introducerades under det första halvåret 2002 bidrar till nettoomsättningsökningen, men ökningen beror främst på en volymökning av övrigt ordinarie sortiment.

Resultatet efter finansnetto för den svenska verksamheten uppgår för räkenskapsåret till 14,7 (16,4) MSEK. Det lägre resultatet efter finansnetto förklaras främst av ökade marknadsföringskostnader i samband med introduktionen av ELUMEN men också av

en negativ valutakurseffekt på långfristiga räntebärande depositioner i bank uppgående till -0,2 MSEK. Föregående år var denna valutakurseffekt positiv och uppgick till 0,6 MSEK. Under året har dessutom marknads- och försäljningsorganisationen förstärkts med fler medarbetare.

Investeringar

Koncernens investeringar i immateriella anläggningstillgångar under räkenskapsåret 2002 uppgår till 36 (22) TSEK och består främst av investeringar i befintliga hyresrätter. Koncernens investeringar i materiella anläggningstillgångar uppgår till 1 508 (839) TSEK. Av dessa 1 508 (839) TSEK avser 843 (160) TSEK aktivering av finansiell leasing i koncernen. Placeringar i finansiella anläggningstillgångar uppgår till 72 (506) TSEK och består främst av icke räntebärande depositioner.

Moderföretagets investeringar i immateriella anläggningstillgångar under räkenskapsåret 2002 uppgår till 36 (23) TSEK och består av investeringar i befintliga hyresrätter. Moderföretagets investeringar i materiella anläggningstillgångar under perioden uppgår till 530 (527) TSEK och består av datorer och inventarier. Investeringar och placeringar i finansiella anläggningstillgångar under



räkenskapsåret 2002 uppgår till 7 495 (7 151) TSEK och består av aktieägartillskott till det franska dotterföretaget samt anskaffning av det nybildade svenska dotterföretaget Persea Sverige AB.

Likviditet

Likvida medel inklusive outnyttjade krediter, dvs disponibla likvida medel, uppgår vid räkenskapsårets utgång i koncernen till 12 416 (10 136 per 2001-12-31) TSEK och i moderföretaget till 188 (9 147 per 2001-12-31) TSEK.

Väsentliga händelser under räkenskapsåret

Omstrukturering av den svenska verksamheten

Vid den extra bolagsstämman 2002-10-25 beslutades i enlighet med styrelsens förslag att per den 31 oktober 2002 överlåta den svenska operativa verksamheten till det nybildade helägda dotterföretaget Persea Sverige AB. Persea AB (publ) kommer genom förändringen att bli ett holdingbolag med ansvar för koncernövergripande frågor. Med omstruktureringen tydliggörs rollerna inom koncernen varmed ett effektivare arbete inom koncernens olika verksamhetsområden

uppnås. Överlåtelsen har skett mot revers till bokförda värden per överlåtelседagen 2002-10-31. Av den totala fordran som uppkommit mellan Persea AB (publ) och dotterföretaget, Persea Sverige AB, har ett belopp uppgående till 5,9 miljoner kronor genom kvittningsemission i dotterföretaget använts för att stärka dotterföretagets bundna eget kapital. Vidare beslutades att med anledning av överlåtelsen justera verksamhetsförmålet i bolagsordningen för Persea AB (publ) till följande lydelse: "Bolaget skall äga och förvalta aktier i dotterföretag, direkt eller indirekt genom dotterföretag bedriva försäljning, marknadsföring och distribution av hårvårdsprodukter, frisörutrustning och andra kosmetiska produkter samt bedriva annan därmed förenlig verksamhet."

Incitamentsprogram

Den ordinarie bolagsstämman 2002-04-18 beslutade om utgivande av personaloptioner till cirka 55 tillsvidareanställda medarbetare i Sverige. Tilldelning av optioner har till verkställande direktören skett med 13 000 optioner samt till andra ledande befattningshavare med 8 000 optioner. Övriga anställda har tilldelats upp till 3 000 optioner. Tilldelningen av optioner har skett utan vederlag. Värdet för personaloptionerna vid tilldelningstillfället har beräknats till 2,48 kronor per option. Optionerna skall kunna utnyttjas under tiden

2004-05-01–2006-04-30 till en teckningskurs uppgående till 15,10 kronor. Optionerna kan i huvudsak utnyttjas under förutsättning att vederbörande fortfarande är anställd i Persea-koncernen. Bolagets kostnader för personaloptionsprogrammet är i huvudsak begränsade till sociala avgifter vid eventuell lösen av personaloptionerna. Sociala avgifter utgår endast i det fall personaloptionerna löses. Storleken beror av skillnaden mellan värdet av aktie i Bolaget vid lösentillfället och optionernas lösenpris. Utifrån dagens avgiftsnivå skulle de sociala avgifterna maximalt uppgå till 241 227 kronor om värdet av aktie i Bolaget överstiger lösenpriset med 5 kronor vid lösentillfället och 482 454 kronor om skillnaden uppgår till 10 kronor. Antalet personaloptioner uppgår till 147 000 per 2002-12-31. Vid fullt utnyttjande av optionsrätterna blir utspädningseffekten på aktiekapitalet 2,9 procent.

Väsentliga händelser efter räkenskapsårets utgång

Efter räkenskapsårets utgång har en överenskommelse träffats om att VD i Persea AB (publ) och Koncernchef Bo T:son Nyström lämnar sina befattningar i bolaget. Han kvarstår tills vidare i styrelsen. Peter Idestrom, VD i Persea Sverige AB, har utsetts till tf VD i Persea AB (publ) och tf Koncernchef. Förändringen gäller från 2003-01-08, vilket

Förslag till vinstdisposition

Till bolagsstämman förfogande står följande vinstmedel:

Balanserad vinst	11 937 608
Årets resultat	10 241 218
Kronor	22 178 826

Styrelsen och verkställande direktören föreslår att vinstmedlen disponeras så

att till aktieägarna utdelas	5 000 000
att i ny räkning överföres	17 178 826
Kronor	22 178 826

Styrelsens och den verkställande direktörens förslag till bolagsstämman avseende utdelning på 5 000 000 kronor motsvaras av 1,00 kronor per aktie. Koncernens fria egna kapital enligt koncernbalansräkningen uppgår till 5 568 TSEK. Härav åtgår 5 000 TSEK för föreslagen utdelning.

innebär att kostnaden för VD-bytet kommer att belasta det första kvartalet 2003.

Framtida utveckling

Den primära målsättningen för den svenska verksamheten under räkenskapsåret 2003 är att öka nettoomsättningen i kombination med fortsatt god lönsamhet. I det franska dotterföretaget, Persea SARL, är den primära målsättningen att förbättra resultatet 2003 jämfört med 2002. Utöver de primära målsättningarna har företaget för avsikt att de kommande åren fullfölja sin fastslagna expansionsstrategi, vilket innebär att expandera på den europeiska marknaden med befintliga verksamheter samt att förvärva

eller utveckla andra likartade verksamheter och varumärken.

Finansiella mål och utdelningspolicy

Styrelsen i Persea AB (publ) har per den 18 april 2002 beslutat om nya finansiella mål och om en ny utdelningspolicy.

Finansiella mål

Tillväxt

Den organiska tillväxten i koncernen skall som lägst uppgå till i genomsnitt 10 procent per år sett över en rullande treårsperiod.

Marginaler

Perseas rörelsemarginal skall som lägst uppgå till 10 procent.

Soliditet

Perseas soliditet skall ej varaktigt understiga 30 procent.

Utdelningspolicy

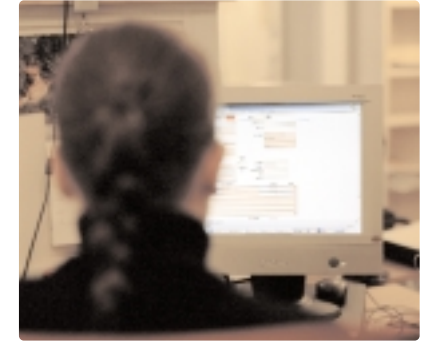
Perseas verksamheter genererar ett gott kassaflöde och en god lönsamhet, varför utdelningskapaciteten är hög.

Utdelningspolicy

Styrelsens mål är att utdelningen över tiden skall uppgå till cirka 75 procent av koncernens resultat efter skatt. Vid beslut om förslag till utdelning kommer hänsyn att tas till Perseas finansiella ställning och kapitalbehov.

Styrelsearbete

De väsentligaste besluten styrelsen har fattat under räkenskapsåret är: rekommendation till ordinarie bolagsstämman för beslut om införande av nytt personaloptionsprogram, nya finansiella mål och utdelningspolicy, förslag till extra bolagsstämman för beslut om ny koncernstruktur och därmed överlåtelse av den svenska operativa verksamheten till det nybildade helägda dotterföretaget Persea Sverige AB. Styrelsen i Persea AB (publ) har under räkenskapsåret 2002 haft nio protokollförda sammanträden.



RESULTATRÄKNINGAR	Not	Koncern 2002	Koncern 2001	Koncern 2000 (8 mån)	Moderföretag 2002	Moderföretag 2001	Moderföretag 2000 (8 mån)
TSEK							
Nettoomsättning	1,2	146 039	137 444	82 323	103 278	113 314	68 972
Kostnad för sålda varor		-47 681	-44 883	-27 760	-32 889	-37 345	-22 461
Bruttoresultat		98 358	92 561	54 563	70 389	75 969	46 511
Försäljningskostnader	3	-67 292	-64 279	-35 703	-43 111	-46 531	-26 786
Administrationskostnader	3,4	-22 090	-21 579	-15 167	-13 477	-13 984	-11 252
Jämförelsestörande poster	5	—	—	-1 483	—	—	—
Övriga rörelseintäkter		582	998	926	28	768	794
Övriga rörelsekostnader		-304	-18	-27	-286	—	—
Rörelseresultat	1,2	9 254	7 683	3 109	13 543	16 222	9 267
Resultat från finansiella investeringar							
Ränteintäkter	6	252	466	320	215	463	303
Räntekostnader		-455	-590	-286	-127	-262	-114
Summa resultat från finansiella investeringar		-203	-124	34	88	201	189
Resultat efter finansiella poster	1,2	9 051	7 559	3 143	13 631	16 423	9 456
Bokslutsdispositioner	7	—	—	—	718	-1 462	-1 039
Skatt	8	-4 243	-4 734	-1 049	-4 108	-4 317	-2 254
Årets resultat		4 808	2 825	2 094	10 241	10 644	6 163

BALANSRÄKNINGAR	Not	Koncern 021231	Koncern 011231	Koncern 001231	Moderföretag 021231	Moderföretag 011231	Moderföretag 001231
TSEK							
TILLGÅNGAR							
Anläggningstillgångar							
<u>Immateriella anläggningstillgångar</u>							
Goodwill	9	929	1 327	1 738	—	—	—
Balanserade utvecklingskostnader	10	—	—	—	—	—	—
Hysesrätter och liknande rättigheter	11	2 101	2 591	2 998	870	1 006	1 212
Övriga immateriella anläggningstillgångar	12	—	—	—	—	—	—
Summa immateriella anläggningstillgångar		3 030	3 918	4 736	870	1 006	1 212
<u>Materiella anläggningstillgångar</u>							
Inventarier och konst	13,14	3 676	3 619	3 805	20	1 858	1 795
Summa materiella anläggningstillgångar		3 676	3 619	3 805	20	1 858	1 795
<u>Finansiella anläggningstillgångar</u>							
Andelar i koncernföretag	15	—	—	—	29 568	16 172	9 415
Andra långfristiga fordringar	16	388	6 903	9 796	—	6 582	9 281
Summa finansiella anläggningstillgångar		388	6 903	9 796	29 568	22 754	18 696
Summa anläggningstillgångar		7 094	14 440	18 337	30 458	25 618	21 703
Omsättningstillgångar							
<u>Varulager m m</u>							
Färdiga varor och handelsvaror		16 829	14 540	14 811	—	11 068	11 012
Summa varulager m m		16 829	14 540	14 811	—	11 068	11 012
<u>Kortfristiga fordringar</u>							
Kundfordringar		16 244	15 297	12 600	192	10 029	7 927
Fordringar hos dotterföretag	17	—	—	—	14 502	371	694
Skattefordringar		404	—	—	262	—	—
Övriga fordringar		739	196	665	278	24	47
Förutbetalda kostnader och upplupna intäkter	18	5 804	6 720	5 271	170	5 885	4 632
Summa kortfristiga fordringar		23 191	22 213	18 536	15 404	16 309	13 300
Kortfristiga placeringar		3 210	—	—	—	—	—
Kassa och bank		1 784	1 424	1 345	188	1 288	784
Summa omsättningstillgångar		45 014	38 177	34 692	15 592	28 665	25 096
SUMMA TILLGÅNGAR		52 108	52 617	53 029	46 050	54 283	46 799

BALANSRÄKNINGAR	Not	Koncern 021231	Koncern 011231	Koncern 001231	Moderföretag 021231	Moderföretag 011231	Moderföretag 001231
TSEK							
EGET KAPITAL OCH SKULDER							
Eget kapital	19						
<u>Bundet eget kapital</u>							
Aktiekapital		10 000	10 000	10 000	10 000	10 000	10 000
Överkursfond		—	—	—	712	712	712
Bundna reserver/reservfond		8 212	8 729	5 778	2 000	2 000	100
Bundet eget kapital		18 212	18 729	15 778	12 712	12 712	10 812
<u>Fritt eget kapital</u>							
Fria reserver/balanserat resultat		760	-277	1 845	11 938	3 544	921
Årets resultat		4 808	2 825	2 094	10 241	10 644	6 163
Summa fritt eget kapital		5 568	2 548	3 939	22 179	14 188	7 084
Summa eget kapital		23 780	21 277	19 717	34 891	26 900	17 896
<u>Obeskattade reserver</u>	20	—	—	—	7 516	8 234	6 772
<u>Avsättningar</u>							
Uppskjuten skatt		2 299	2 422	1 985	—	—	—
Summa avsättningar		2 299	2 422	1 985	—	—	—
Skulder							
<u>Långfristiga skulder</u>	21						
Checkräkningskredit	22	165	2 154	385	—	141	385
Långfristig skuld leasingbolag	14	557	473	1 044	—	—	—
Summa långfristiga skulder		722	2 627	1 429	—	141	385
<u>Kortfristiga skulder</u>							
Kortfristig skuld leasingbolag	14	895	744	232	—	—	—
Leverantörsskulder		12 996	12 867	14 160	1 322	8 954	9 283
Skulder till koncernföretag	23	—	—	—	989	990	1 418
Skatteskulder		—	1 270	3 491	—	1 326	3 549
Övriga skulder		2 665	2 456	2 245	64	1 770	1 815
Upplupna kostnader och förutbetalda intäkter	24	8 751	8 954	9 770	1 268	5 968	5 681
Summa kortfristiga skulder		25 307	26 291	29 898	3 643	19 008	21 746
SUMMA EGET KAPITAL OCH SKULDER		52 108	52 617	53 029	46 050	54 283	46 799
<u>Ställda säkerheter</u>							
Företagsinteckningar		14 500	14 500	14 500	14 500	14 500	14 500
Ansvarsförbindelser	25	3 210	6 580	9 279	Inga	8 186	9 279

KASSAFLÖDESANALYSER	Koncern 2002	Koncern 2001	Koncern 2000 (8 mån)	Moderföretag 2002	Moderföretag 2001	Moderföretag 2000 (8 mån)
TSEK						
DEN LÖPANDE VERKSAMHETEN						
Rörelseresultat före finansiella poster	9 254	7 683	3 109	13 543	16 222	9 267
Avskrivningar	2 053	1 983	1 970	654	683	655
Övriga ej likviditetspåverkande poster	354	103	859	0	10	26
	11 661	9 769	5 938	14 197	16 915	9 948
Erhållen ränta	252	466	325	215	470	303
Erlagd ränta	-455	-590	-301	-127	-262	-129
Betald inkomstskatt	-6 040	-6 518	-294	-5 696	-6 485	-294
	5 418	3 127	5 668	8 589	10 638	9 828
Ökning/minskning varulager	-2 289	271	-2 876	-661	-56	-2 551
Ökning/minskning kundfordringar	-947	-2 697	3 577	-4 932	-2 102	2 726
Ökning/minskning övriga kortfristiga fordringar	373	-980	-3 534	3 270	-914	-1 475
Ökning/minskning leverantörsskulder	129	-1 293	4 498	-341	-329	3 367
Ökning/minskning övriga kortfristiga rörelseskulder	6	-605	263	3 427	-186	908
Kassaflöde från den löpande verksamheten	2 690	-2 177	7 596	9 352	7 051	12 803
INVESTERINGSVERKSAMHETEN						
Investeringar i immateriella anläggningstillgångar	-36	-22	-470	-36	-23	-103
Investeringar i materiella anläggningstillgångar	-1 508	-839	-1 044	-530	-527	-624
Investeringar i dotterföretag	—	—	—	-7 495	-6 757	-334
Placeringar i övriga finansiella anläggningstillgångar	-72	-506	-9 599	—	-394	-9 279
Avyttring/amortering av övriga finansiella anläggningstillgångar	3 290	3 413	96	—	3 093	—
Kassaflöde från investeringsverksamheten	1 674	2 046	-11 017	-8 061	-4 608	-10 340
FINANSIERINGSVERKSAMHETEN						
Upptagna lån	-1 287	1 897	537	—	—	385
Amortering av skuld	-81	-173	-82	-141	-244	—
Ökning/minskning av kortfristiga finansiella skulder	-386	-14	—	—	—	—
Lämnat koncernbidrag	—	—	—	—	-195	-4 881
Utbetald utdelning	-2 250	-1 500	-5 000	-2 250	-1 500	-5 000
Kassaflöde från finansieringsverksamheten	-4 004	210	-4 545	-2 391	-1 939	-9 496
Årets kassaflöde	360	79	-7 966	-1 100	504	-7 033
Likvida medel vid årets början	1 424	1 345	9 311	1 288	784	7 817
Likvida medel vid årets slut	1 784	1 424	1 345	188	1 288	784

Redovisningsprinciper och noter

Redovisnings- och värderingsprinciper

Företagets årsredovisning har upprättats enligt Årsredovisningslagen och Redovisningsrådets rekommendationer och uttalanden. Om inte annat anges är redovisningsprinciperna oförändrade jämfört med föregående år.

Tillämpning av redovisnings- och värderingsprinciper

Värderingsprinciper

Tillgångar, avsättningar och skulder har värderats till anskaffningsvärdet om inget annat anges.

Varulager

Varulagret värderas enligt först-in-först-ut-principen; det lägsta av anskaffningsvärdet och det verkliga värdet. Avdrag har gjorts med 3 procent inkurans.

Fordringar och skulder

Fordringar upptas till det belopp som efter individuell bedömning beräknas bli betalt. Skulder har upptagits till nominella värden. Periodisering av inkomster och utgifter har skett enligt god redovisningssed.

Fordringar och skulder i utländsk valuta

Fordringar och skulder i utländsk valuta värderas till balansdagens kurs. Vinsten och förlusten på fordringar och skulder ingår i rörelseresultatet.

Leasing

Redovisningsrådets rekommendation 6:99 om leasing-avtal följs från och med räkenskapsåret 1999/2000. Leasing klassificeras i koncernredovisningen som antingen finansiell eller operationell leasing. Finansiell leasing föreligger då de ekonomiska riskerna och för- månerna som är förknippade med ägandet i all väsent- lighet är överförd till leasetagaren. Om så ej är fallet är det frågan om operationell leasing. Finansiell leasing innebär att aktuellt objekt redovisas som materiell

anläggningstillgång, samtidigt som en motsvarande låneskuld skuldförs. I resultaträkningen fördelas leasingkostnaden på en avskrivningsdel och en del bland räntekostnaderna. Koncernens resultat efter finansnetto har belastats med -89 (-67) TSEK samt en ökning av balansslutningen med 1 223 (1 077) TSEK för räkenskapsåret 2002.

Goodwill

Den goodwill som uppkommit i samband med förvärvet av Persea SARL skrivs av från och med räkenskapsåret som påbörjades 2000-05-01.

Balanserade utvecklingskostnader

Kostnader avseende utveckling i verksamheten Persea NetShops AB har under räkenskapsåret 1999/2000 balanserats som utvecklingskostnader. Balanserade utvecklingskostnader består huvudsakligen av personal- och konsultkostnader.

Avskrivningar på anläggningstillgångar

I resultaträkningen belastas rörelseresultatet med avskrivningar enligt plan, vilka beräknas på ursprungligt anskaffningsvärde och baseras på tillgångarnas bedöm- da ekonomiska livslängd. Följande avskrivningstider tillämpas:

Immateriella anläggningstillgångar

Goodwill	5 år
Hyresrätter och liknande rättigheter	5–15 år
Övriga immateriella anläggningstillgångar	3 år
Balanserade utvecklingskostnader	5 år

Materiella anläggningstillgångar

Inventarier	5 år
Konst	Avskrivs ej

Koncernredovisning

Koncernredovisningen är upprättad enligt Redovisnings- rådets rekommendation (RR 1:00). Detta innebär att koncernens egna kapital omfattar moderföretagets egna kapital samt den del av dotterföretagens egna kapital som tillkommer efter förvärvstidpunkten.



Vid upprättandet av koncernbalansräkningen har obeskattade reserver uppdelats i en andel uppskjuten skatt och en andel eget kapital. Skatteskulden har beräknats på basis av en skattesats av 28 procent. I koncernresultaträkningen har redovisade förändringar av obeskattade reserver uppdelats på analogt sätt mellan skattekostnad och resultat.

Dagskursmetoden tillämpas för omräkning av bokslut för det utländska dotterföretaget. Detta innebär att det utländska dotterföretagets tillgångar och skulder omräknas till balansdagens kurs. Samtliga poster i resultaträkningen omräknas till årets genomsnittskurs. Omräkningsdifferenser förs direkt till koncernens egna kapital.

Samtliga belopp i noter redovisas i TSEK.

Not 1 – Nettoomsättningens, rörelseresultatets och resultatets efter finansnetto fördelning på geografiska marknader

Nettoomsättningen fördelar sig på geografiska marknader enligt följande:

	Koncern 2002	Koncern 2001	Koncern 2000	Moderföretag 2002	Moderföretag 2001	Moderföretag 2000
Sverige	120 789	113 314	69 192	103 278	113 314	68 972
Frankrike	26 829	26 853	15 209	–	–	–
Koncernjusteringar	-1 579	-2 723	-2 078	–	–	–
Summa	146 039	137 444	82 323	103 278	113 314	68 972

Rörelseresultatet fördelar sig på geografiska marknader enligt följande:

	Koncern 2002	Koncern 2001	Koncern 2000	Moderföretag 2002	Moderföretag 2001	Moderföretag 2000
Sverige	14 582	16 025	2 863	13 543	16 222	9 267
Frankrike	-4 019	-8 115	-2 319	–	–	–
Koncernjusteringar	-1 309	-227	2 565	–	–	–
Summa	9 254	7 683	3 109	13 543	16 222	9 267

Resultat efter finansnetto fördelar sig på geografiska marknader enligt följande:

	Koncern 2002	Koncern 2001	Koncern 2000	Moderföretag 2002	Moderföretag 2001	Moderföretag 2000
Sverige	14 700	16 223	3 046	13 631	16 423	9 456
Frankrike	-4 266	-8 363	-2 418	–	–	–
Koncernjusteringar	-1 383	-301	2 515	–	–	–
Summa	9 051	7 559	3 143	13 631	16 423	9 456

Not 2 – Koncernens nettoomsättning, rörelseresultat och resultat efter finansnetto fördelat på respektive företag

Nettoomsättning

	Koncern 2002	Koncern 2001	Koncern 2000
Persea AB (publ)	103 278	113 314	68 972
Persea Sverige AB	17 511	–	–
Persea SARL	26 829	26 853	15 209
Persea NetShops AB	–	–	220
Övriga dotterföretag	–	–	–
Koncernjusteringar	-1 579	-2 723	-2 078
Summa	146 039	137 444	82 323

Rörelseresultat

	Koncern 2002	Koncern 2001	Koncern 2000
Persea AB (publ)	13 543	16 222	9 267
Persea Sverige AB	1 077	–	–
Persea SARL	-4 019	-8 115	-2 319
Persea NetShops AB	-36	-193	-3 730
Övriga dotterföretag	-2	-4	-2 674
Koncernjusteringar	-1 309	-227	2 565
Summa	9 254	7 683	3 109

Resultat efter finansnetto

	Koncern 2002	Koncern 2001	Koncern 2000
Persea AB (publ)	13 631	16 423	9 456
Persea Sverige AB	1 106	–	–
Persea SARL	-4 266	-8 363	-2 418
Persea NetShops AB	-35	-196	-3 736
Övriga dotterföretag	-2	-4	-2 674
Koncernjusteringar	-1 383	-301	2 515
Summa	9 051	7 559	3 143

Not 3 – Personal**Medelantal anställda**

	Koncern 2002	Koncern 2001	Koncern 2000	Moderföretag 2002	Moderföretag 2001	Moderföretag 2000
Medelantalet anställda uppgår till	78	80	69	46	54	47
Fördelning på kvinnor och män i %						
Kvinnor	31	32	34	33	34	35
Män	69	68	66	67	66	65
Summa	100	100	100	100	100	100

Löner, andra ersättningar och sociala kostnader

	2002	2002	2001	2001	2000	2000
	Löner och andra	Sociala kostnader	Löner och andra	Sociala kostnader	Löner och andra	Sociala kostnader
	ersättningar	(varav pensionskostnader)	ersättningar	(varav pensionskostnader)	ersättningar	(varav pensionskostnader)
Moderföretag	18 573	8 041 (623)	20 156	8 879 (679)	13 759	5 193 (252)
Dotterföretag	11 053	4 560 (85)	8 945	3 740 (–)	4 113	1 666 (6)
Koncern	29 626	12 601 (708)	29 101	12 619 (679)	17 872	6 859 (258)

Med VD i moderföretaget avses Bo T:son Nyström. Av moderföretagets pensionskostnader avser 183 TSEK (183 TSEK) VD. Motsvarande belopp för koncernen är 183 TSEK (183 TSEK). För räkenskapsåret 2000 avser 80 TSEK av moderföretagets pensionskostnader VD. Motsvarande belopp för koncernen 2000 är 86 TSEK. Av löner och andra ersättningar har under räkenskapsåret tantiem och bonus utgått med 0 (0) TSEK. För räkenskapsåret 2000 har tantiem och bonus utgått med 1 206 TSEK.

Löner och andra ersättningar för VD och styrelseledamöter

	2002	2002	2001	2001	2000	2000
	Styrelse och VD	Övriga anställda	Styrelse och VD	Övriga anställda	Styrelse och VD	Övriga anställda
Moderföretag	1 865	16 708	1 670	18 486	1 531	12 228
Dotterföretag	151	10 902	1 394	7 551	270	3 843
Koncern	2 016	27 610	3 064	26 037	1 801	16 071

Med VD i moderföretaget avses Bo T:son Nyström. Lön, andra ersättningar och pension har till VD i moderföretaget utgått med 1 623 TSEK under räkenskapsåret 2002. Motsvarande belopp för räkenskapsåret 2001 uppgår till 1 553 TSEK och för räkenskapsåret 2000 (8 mån) till 1 411 TSEK. Utöver ovan har, till VD i moderföretaget, förmåner utgått med 228 TSEK (216 TSEK) och för räkenskapsåret 2000 (8 mån) är motsvarande belopp 144 TSEK. Av löner och andra ersättningar till VD har under räkenskapsåret tantiem och bonus utgått med 0 (0) TSEK. För räkenskapsåret 2000 (8 mån) har tantiem och bonus till VD utgått med 578 TSEK. Till styrelsens ordförande och ledamöter utgår arvode enligt bolagsstämans beslut.

Avgångsvederlag och övriga villkor för tf VD och övriga ledande befattningshavare

Med tf VD avses Peter Idestrom. Vid uppsägning av tf VD från bolagets sida, har tf VD rätt till två årslöner (inklusive lön under uppsägningstid uppgående till 12 månader). Lön under 2003 utgår till tf VD med 1 027 TSEK och förmåner med 109 TSEK. Rörlig lön som baseras på utfall i förhållande till individuellt uppsatta mål kan maximalt uppgå till 75 TSEK. Inga pensionskostnader eller övriga ersättningar utgår till tf VD.

Vad gäller övriga ledande befattningshavare finns inga avgångsvillkor avseende avgångsvederlag förutom en uppsägningstid motsvarande 3–4 månader. Lön under 2003 utgår till övriga ledande befattningshavare (4 pers) med 2 701 TSEK och förmåner med 239 TSEK. Rörlig lön som baseras på utfall i förhållande till individuellt uppsatta mål kan maximalt uppgå till 144 TSEK. Pensionskostnader till övriga ledande befattningshavare utgår med 220 TSEK. Inga övriga ersättningar utgår.

Medelantal anställda, löner och andra ersättningar fördelade per land och mellan styrelseledamöter m fl och anställda
Medelantal anställda

	Sverige 2002	Sverige 2001	Sverige 2000	Frankrike 2002	Frankrike 2001	Frankrike 2000
Medelantalet anställda uppgår till	55	54	49	23	26	20
Fördelning på kvinnor och män i %						
Kvinnor	32	35	35	29	25	30
Män	68	65	65	71	75	70
Summa	100	100	100	100	100	100

Löner, andra ersättningar och sociala kostnader

	2002	2002	2001	2001	2000	2000
	Löner och andra ersättningar	Sociala kostnader (varav pensionskostnader)	Löner och andra ersättningar	Sociala kostnader (varav pensionskostnader)	Löner och andra ersättningar	Sociala kostnader (varav pensionskostnader)
Sverige	21 953	9550 (708)	20 180	8 887 (679)	14 431	5 437 (258)
Frankrike	7 673	3051 (–)	8 921	3 732 (–)	3 441	1 422 (–)
Koncern	29 626	12 601 (708)	29 101	12 619 (679)	17 872	6 859 (258)

Löner och andra ersättningar för VD och styrelseledamöter

	2002	2002	2001	2001	2000	2000
	Styrelse och VD	Övriga anställda	Styrelse och VD	Övriga anställda	Styrelse och VD	Övriga anställda
Sverige	2 016	19 937	1 670	18 510	1 801	12 630
Frankrike	–	7 673	1 394	7 527	–	3 441
Koncern	2 016	27 610	3 064	26 037	1 801	16 071

Not 4 – Ersättning till revisorerna

	Koncern 2002	Koncern 2001	Koncern 2000	Moderföretag 2002	Moderföretag 2001	Moderföretag 2000
Revision						
Öhrlings PricewaterhouseCoopers	-312	-367	-256	-144	-252	-128
Andra uppdrag än revisionsuppdraget						
Öhrlings PricewaterhouseCoopers	-386	-251	-230	-386	-251	-230
Summa	-698	-618	-486	-530	-503	-358

Not 5 – Jämförelsestörande poster

	Koncern 2002	Koncern 2001	Koncern 2000	Moderföretag 2002	Moderföretag 2001	Moderföretag 2000
Nedskrivning av balanserade utvecklingskostnader i Persea NetShops AB	–	–	-618	–	–	–
Övriga poster, Persea NetShops AB	–	–	-865	–	–	–
Summa	–	–	-1 483	–	–	–

Not 6 – Ränteintäkter

	Koncern 2002	Koncern 2001	Koncern 2000	Moderföretag 2002	Moderföretag 2001	Moderföretag 2000
Ränteintäkter	252	466	320	215	460	293
Ränteintäkter från koncernföretag	–	–	–	–	3	10
Summa	252	466	320	215	463	303

Not 7 – Bokslutsdispositioner

	Moderföretag 2002	Moderföretag 2001	Moderföretag 2000
Avsättning till periodiseringsfond	–	-1 200	-904
Avskrivningar över plan	718	-262	-135
Summa	718	-1 462	-1 039

Not 8 – Skatt

	Koncern 2002	Koncern 2001	Koncern 2000	Moderföretag 2002	Moderföretag 2001	Moderföretag 2000
Skatt på årets resultat	-4 366	-4 297	-910	-4 108	-4 262	-888
Beräknad skatt på koncernbidrag	–	–	–	–	-55	-1 366
Uppskjuten skatt	123	-437	-139	–	–	–
Summa	-4 243	-4 734	-1 049	-4 108	-4 317	-2 254

Skillnaden mellan skattekostnad i resultaträkningen och skattekostnad baserad på gällande skattesats

	Koncern 2002	Koncern 2001	Koncern 2000	Moderföretag 2002	Moderföretag 2001	Moderföretag 2000
Redovisat resultat före skatt	9 051	7 559	3 143	14 349	14 961	8 417
Redovisad förlust i Persea SARL*	4 266	8 363	2 418	–	–	–
Koncernmässiga justeringar	1 289	402	-2 201	–	–	–
Årets uppkomna ej utnyttjade underskott i svenska dotterföretag	42	–	411	–	–	–
Summa att beräkna skatt på	14 648	16 324	3 771	14 349	14 961	8 417
Skatt enligt gällande skattesats, 28%	-4 101	-4 571	-1 056	-4 018	-4 189	-2 357
Skatteeffekt av ej avdragsgilla kostnader	-104	-55	-98	-90	-55	-24
Skatteeffekt av ej skattepliktiga intäkter	–	–	2	–	–	2
Delsumma	-4 206	-4 626	-1 152	-4 108	-4 244	-2 379
Korrigerig av beräknad skatt föregående år	-37	-108	103	–	-73	125
Redovisad skattekostnad	-4 243	-4 734	-1 049	-4 108	-4 317	-2 254

*Ackumulerade underskottsavdrag i det franska dotterföretaget, Persea SARL, bedöms ej ha hög sannolikhet att kunna utnyttjas.

Skillnaden mellan gällande skattesats och den effektiva skattesatsen

	Koncern 2002	Koncern 2001	Koncern 2000	Moderföretag 2002	Moderföretag 2001	Moderföretag 2000
Gällande skattesats (procent)	28,0	28,0	28,0	28,0	28,0	28,0
Skatteeffekter av:						
Redovisat resultat i Persea SARL	13,2	30,9	21,2	–	–	–
Koncernmässiga justeringar	4,0	1,5	-19,3	–	–	–
Utnyttjade underskott i svenska dotterföretag	–	–	–	–	–	–
Årets uppkomna ej utnyttjade underskott i svenska dotterföretag	0,1	–	3,6	–	–	–
Skatteeffekt av ej avdragsgilla kostnader	1,2	0,7	3,1	0,6	0,4	0,3
Skatteeffekt av ej skattepliktiga intäkter	0,0	–	0,1	–	–	–
Korrigerig av beräknad skatt föregående år	0,4	1,4	-3,3	–	0,5	-1,5
Genomsnittlig effektiv skattesats (procent)	46,9	62,6	33,4	28,6	28,9	26,8

Not 9 – Goodwill

	Koncern 021231	Koncern 011231	Koncern 001231	Moderföretag 021231	Moderföretag 011231	Moderföretag 001231
Ingående anskaffningsvärde	1 997	2 006	1 683	–	–	–
Årets anskaffning	–	–	334	–	–	–
Årets omräkningsdifferens	4	-9	-11	–	–	–
Utgående ackumulerade anskaffningsvärden	2 001	1 997	2 006	–	–	–
Ingående avskrivningar	-670	-268	–	–	–	–
Årets avskrivningar	-402	-402	-268	–	–	–
Utgående ackumulerade avskrivningar	-1 072	-670	-268	–	–	–
Utgående restvärde enligt plan	929	1 327	1 738	–	–	–

Not 10 – Balanserade utvecklingskostnader

	Koncern 021231	Koncern 011231	Koncern 001231	Moderföretag 021231	Moderföretag 011231	Moderföretag 001231
Ingående anskaffningsvärde	–	778	778	–	–	–
Årets utrangeringar	–	-778	–	–	–	–
Utgående ackumulerade anskaffningsvärden	–	–	778	–	–	–
Ingående avskrivningar	–	-160	-56	–	–	–
Årets avskrivningar	–	–	-104	–	–	–
Årets utrangeringar	–	160	–	–	–	–
Utgående ackumulerade avskrivningar	–	–	-160	–	–	–
Ingående nedskrivningar	–	-618	–	–	–	–
Årets nedskrivningar	–	–	-618	–	–	–
Årets utrangeringar	–	618	–	–	–	–
Utgående ackumulerade nedskrivningar	–	–	-618	–	–	–
Utgående restvärde enligt plan	–	–	–	–	–	–

Not 11 – Hyresrätter och liknande rättigheter

	Koncern 021231	Koncern 011231	Koncern 001231	Moderföretag 021231	Moderföretag 011231	Moderföretag 001231
Ingående anskaffningsvärde	6 643	6 438	7 882	3 582	3 559	3 456
Årets anskaffning	36	22	136	36	23	103
Försäljningar och utrangeringar	–	–	-1 919	–	–	–
Årets omräkningsdifferens	-70	183	339	–	–	–
Utgående ackumulerade anskaffningsvärden	6 609	6 643	6 438	3 618	3 582	3 559
Ingående avskrivningar	-4 052	-3 440	-4 503	-2 576	-2 347	-2 197
Försäljningar och utrangeringar	–	–	1 881	–	–	–
Årets avskrivningar	-490	-545	-643	-172	-229	-150
Årets omräkningsdifferens	34	-67	-175	–	–	–
Utgående ackumulerade avskrivningar	-4 508	-4 052	-3 440	-2 748	-2 576	-2 347
Utgående restvärde enligt plan	2 101	2 591	2 998	870	1 006	1 212

Not 12 – Övriga immateriella anläggningstillgångar – mjukvara

	Koncern 021231	Koncern 011231	Koncern 001231	Moderföretag 021231	Moderföretag 011231	Moderföretag 001231
Ingående anskaffningsvärde	–	–	702	–	–	–
Försäljningar och utrangeringar	–	–	-702	–	–	–
Utgående ackumulerade anskaffningsvärden	–	–	–	–	–	–
Ingående avskrivningar	–	–	-675	–	–	–
Försäljningar och utrangeringar	–	–	675	–	–	–
Utgående ackumulerade avskrivningar	–	–	–	–	–	–
Utgående restvärde enligt plan	–	–	–	–	–	–

Not 13 – Inventarier och konst

	Koncern 021231	Koncern 011231	Koncern 001231	Moderföretag 021231	Moderföretag 011231	Moderföretag 001231
Ingående anskaffningsvärde	9 062	8 188	7 624	5 445	4 956	4 673
Årets anskaffning	1 508	839	1 044	530	527	624
Försäljningar och utrangeringar	-886	-38	-593	-5 845	-38	-341
Årets omräkningsdifferens	-31	73	113	–	–	–
Utgående ackumulerade anskaffningsvärden	9 653	9 062	8 188	130	5 445	4 956
Ingående avskrivningar	-5 443	-4 383	-3 916	-3 587	-3 161	-2 971
Försäljningar och utrangeringar	608	28	567	3 959	28	315
Årets avskrivningar	-1 161	-1 036	-955	-482	-454	-505
Årets omräkningsdifferens	19	-52	-79	–	–	–
Utgående ackumulerade avskrivningar	-5 977	-5 443	-4 383	-110	-3 587	-3 161
Utgående restvärde enligt plan	3 676	3 619	3 805	20	1 858	1 795

Den koncerninterna överlåtelsen av den svenska operativa verksamheten från Persea AB (publ) till Persea Sverige AB har ej påverkat koncernens avskrivningsplan avseende överlåtna anläggningstillgångar.

Not 14 – Finansiella leasingavtal

I koncernens materiella anläggningstillgångar ingår leasingobjekt som innehas enligt finansiella leasingavtal enligt följande:

	Anskaffningsvärde			Ackumulerade avskrivningar		
	021231	011231	001231	021231	011231	001231
Inventarier och konst	2 383	2 033	1 873	-962	-771	-370
Summa	2 383	2 033	1 873	-962	-771	-370

Nuvärdet av de framtida betalningsåtagandena till följd av de finansiella leasingavtalen redovisas som skuld till kreditinstitut dels som kortfristig skuld, dels som långfristig skuld, enligt följande:

	021231	011231	001231
Kortfristig del	895	744	232
Långfristig del	557	473	1 044
Total skuld redovisad i koncernens balansräkning	1 452	1 217	1 276

Not 15 – Andelar i koncernföretag

Koncernen	Org nr	Säte
Persea SARL	327 490 645	Paris
Persea Sverige AB	556631-9496	Stockholm
Persea Sälj AB	556493-2035	Stockholm
Persea Invest AB	556493-2050	Stockholm
Persea Fashion AB	556493-2043	Stockholm
Persea NetShops AB	556433-1725	Stockholm

Moderföretaget	Antal andelar	Rösträttsandel i %	Kapitalandel i %	Bokfört värde
Persea SARL	50 000	100%	100%	22 017
Persea Sverige AB	5 000	100%	100%	6 524
Persea Sälj AB	1 000	100%	100%	125
Persea Invest AB	1 000	100%	100%	101
Persea Fashion AB	1 000	100%	100%	101
Persea NetShops AB	1 000	100%	100%	700

Utgående bokfört värde

29 568

Not 16 – Andra långfristiga fordringar

	Koncern 021231	Koncern 011231	Koncern 001231	Moderföretag 021231	Moderföretag 011231	Moderföretag 001231
Ingående nominellt värde	6 903	9 796	270	6 582	9 281	2
Tillkommande fordringar	72	113	9 599	–	–	9 279
Avgående fordringar	-6 458	-3 413	-96	-6 582	-3 093	–
Årets omräknings/valutakursdifferens	-129	407	23	–	394	–
Utgående nominellt värde	388	6 903	9 796	–	6 582	9 281

Not 17 – Fordringar hos dotterföretag

	Moderföretag 021231	Moderföretag 011231	Moderföretag 001231
Persea SARL	149	371	694
Persea Sverige AB	14 353	–	–
Summa	14 502	371	694

Not 18 – Förutbetalda kostnader och upplupna intäkter

	Koncern 021231	Koncern 011231	Koncern 001231	Moderföretag 021231	Moderföretag 011231	Moderföretag 001231
Förutbetalda licensavgift	3 154	3 299	3 036	–	3 299	3 036
Förutbetalda hyror	332	637	595	20	511	492
Upplupna ränteintäkter	–	–	–	–	–	7
Övriga poster	2 318	2 784	1 640	150	2 075	1 097
Summa	5 804	6 720	5 271	170	5 885	4 632

Not 19 – Förändring av eget kapital

Koncern	Aktiekapital	Bundna reserver	Fritt eget kapital
Ingående balans 2000-05-01	500	5 032	16 731
Fondemission	9 500	–	-9 500
Omräkningsdifferens	–	203	157
Utdelning	–	–	-5 000
Förskjutning mellan bundet och fritt eget kapital	–	543	-543
Årets resultat	–	–	2 094
Utgående balans 2000-12-31	10 000	5 778	3 939
Ingående balans 2001-01-01	10 000	5 778	3 939
Avsättning till bundna reserver	–	1 900	-1 900
Omräkningsdifferens	–	–	235
Utdelning	–	–	-1 500
Förskjutning mellan bundet och fritt eget kapital	–	1 051	-1 051
Årets resultat	–	–	2 825
Utgående balans 2001-12-31	10 000	8 729	2 548
Ingående balans 2002-01-01	10 000	8 729	2 548
Omräkningsdifferens	–	-204	149
Utdelning	–	–	-2 250
Förskjutning mellan bundet och fritt eget kapital	–	-313	313
Årets resultat	–	–	4 808
Utgående balans 2002-12-31	10 000	8 212	5 568

Moderföretag	Aktiekapital	Överkursfond	Reservfond	Fritt eget kapital
Ingående balans 2000-05-01	500	712	100	18 937
Fondemission	9 500	–	–	-9 500
Koncernbidrag	–	–	–	-4 882
Skatt på koncernbidrag	–	–	–	1 366
Utdelning	–	–	–	-5 000
Årets resultat	–	–	–	6 163
Utgående balans 2000-12-31	10 000	712	100	7 084
Ingående balans 2001-01-01	10 000	712	100	7 084
Avsättning till reservfond	–	–	1 900	-1 900
Koncernbidrag	–	–	–	-195
Skatt på koncernbidrag	–	–	–	55
Utdelning	–	–	–	-1 500
Årets resultat	–	–	–	10 644
Utgående balans 2001-12-31	10 000	712	2 000	14 188
Ingående balans 2002-01-01	10 000	712	2 000	14 188
Utdelning	–	–	–	-2 250
Årets resultat	–	–	–	10 241
Utgående balans 2002-12-31	10 000	712	2 000	22 179

Aktiekapitalet består av 210 000 A-aktier à 2 kronor och 4 790 000 B-aktier à 2 kronor.

Not 20 – Obeskattade reserver

	Moderföretag 021231	Moderföretag 011231	Moderföretag 001231
Periodiseringsfond tax 2000	2 569	2 569	2 569
Periodiseringsfond tax 2001:1	2 843	2 843	2 843
Periodiseringsfond tax 2001:2	904	904	904
Periodiseringsfond tax 2002	1 200	1 200	–
Ackumulerade avskrivningar över plan	–	718	456
Summa	7 516	8 234	6 772

Not 21 – Långfristiga skulder

Nedan anges den del av långfristiga skulder som förfaller till betalning senare än fem år efter balansdagen.

	Koncern 021231	Koncern 011231	Koncern 001231	Moderföretag 021231	Moderföretag 011231	Moderföretag 001231
Skulder till kreditinstitut	165	2 154	385	–	141	385
Summa	165	2 154	385	–	141	385

Not 22 – Checkräkningskredit

Beviljat belopp på checkräkningskrediter uppgår i koncernen till 10 798 TSEK (10 866 TSEK) och i moderföretaget till 0 TSEK (8 000 TSEK).

Beviljat belopp på checkräkningskrediter uppgick i koncernen per 2000-12-31 till 10 694 TSEK och i moderföretaget till 8 000 TSEK.

Not 23 – Skulder till koncernföretag

	Moderföretag 021231	Moderföretag 011231	Moderföretag 001231
Persea Sälj AB	111	111	111
Persea Invest AB	103	104	78
Persea Fashion AB	98	98	75
Persea NetShops AB	677	677	1 154
Summa	989	990	1 418

Not 24 – Upplupna kostnader och förutbetalda intäkter

	Koncern 021231	Koncern 011231	Koncern 001231	Moderföretag 021231	Moderföretag 011231	Moderföretag 001231
Upplupna löner	3 058	3 367	3 305	149	2 805	2 791
Upplupna sociala kostnader	2 151	2 289	2 196	386	1 651	1 460
Övriga poster	3 542	3 298	4 269	733	1 512	1 430
Summa	8 751	8 954	9 770	1 268	5 968	5 681

Not 25 – Ansvarsförbindelser

	Koncern 021231	Koncern 011231	Koncern 001231	Moderföretag 021231	Moderföretag 011231	Moderföretag 001231
Ansvarsförbindelser Goldwell GmbH	3 210	6 580	9 279	–	6 580	9 279
Ansvarsförbindelse Persea SARL	–	–	–	–	1 606	–
Summa ansvarsförbindelser	3 210	6 580	9 279	Inga	8 186	9 279

Stockholm den 4 februari 2003

Curt Hardegård
Styrelseordförande

Örjan Håkanson

Per-Arne Nordlander

Mikelis Weidemanis

Liia Nõu

Bo T:son Nyström

Peter Idestrom
Tf verkställande direktör

Min revisionsberättelse har avgivits den 4 februari 2003

Hans Jönsson
Auktoriserad revisor





Revisionsberättelse

Till bolagsstämman i
Persea AB (publ)
Org nr 556152-2409

Jag har granskat årsredovisningen, koncernredovisningen och bokföringen samt styrelsens och verkställande direktörens förvaltning i Persea AB (publ) för år 2002. Det är styrelsen och verkställande direktören som har ansvaret för räkenskaphandlingarna 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 i Sverige. 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. Som underlag för mitt uttalande om ansvarsfrihet har jag granskat väsentliga beslut, åtgärder och förhållanden i bolaget för att kunna bedöma om någon styrelseledamot eller

verkställande direktören är ersättningskyldig mot bolaget. Jag har även granskat om någon styrelseledamot eller verkställande direktören på annat sätt har handlat i strid med 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 och ger därmed en rättvisande bild av bolagets och koncernens resultat och ställning i enlighet med god redovisningssed i Sverige.

Jag tillstyrker att bolagsstämman fastställer resultaträkningen och balansräkningen för moderbolaget och för koncernen, disponerar vinsten i moderbolaget enligt förslaget i förvaltningsberättelsen och beviljar styrelsens ledamöter och verkställande direktören ansvarsfrihet för räkenskapsåret.

Stockholm den 4 februari 2003

Hans Jönsson
Auktoriserad revisor

PERSEA AB (publ) with Swedish subsidiaries

Barnängens Herrgård | Tegelviksgatan 54 | Box 11093 | 100 61 Stockholm | Sweden
Phone +46(0)8 556 020 70 | Fax +46(0)8 640 33 22 | www.persea.se

PERSEA Sàrl (France)

21, rue du Faubourg St Antoine | Cité Parchappe, Esc.C | 75011 PARIS | France
Phone +33(0)1 53 02 99 88 | Fax +33(0)1 53 02 99 89