

## Rekordår för ABSOLUT VODKA - växer med 9 procent 2005

- Den starkaste tillväxten under 2000-talet för ABSOLUT VODKA
- Försäljningen av ABSOLUT VODKA ökade med 9 procent till 83 miljoner liter
- ABSOLUT VODKA - tredje globala spritvarumärket över 9 miljoner 9-liters lådor
- Resultatet för V&S Absolut Spirits ökade kraftigt med 13 procent till 1 757 MSEK

Strategin att växa ABSOLUT VODKA utanför USA har givit resultat, marknaderna utanför USA står nu för hälften av försäljningsvolymen. Försäljningen till de icke-amerikanska marknaderna ökade med 18 procent under 2005. I Västeuropa utmärker sig länder som Spanien, Tyskland och Storbritannien. Polen och Ryssland står för en stor del av tillväxten i Öst- och Centraleuropa. Kina visar en fortsatt stor tillväxt och behåller positionen som den största marknaden i Asien för ABSOLUT VODKA. Mexiko är den enskilda marknad där ABSOLUT VODKA växer procentuellt mest, med en ökning på 67 procent under året.

I USA, den största marknaden för ABSOLUT VODKA, ökade försäljningen med 2,4 procent till knappt 43 miljoner liter och 3,3 procent med den amerikanska Duty-Free försäljningen inkluderad, vilket motsvarar cirka 46 miljoner liter.

Resultatet för V&S Absolut Spirits, förbättrades kraftigt under 2005 med 13 procent till 1 757 MSEK. Omsättningen ökade med 8 procent till 5 402 MSEK. Affärsområdet V&S Absolut Spirits tillverkar och marknadsför sju internationella varumärken; ABSOLUT VODKA, ABSOLUT CUT, Level Vodka, Cruzan Rum, DANZKA Vodka, FRÏS Vodka, och Plymouth Gin. Cruzan Rum ingår sedan 30 september i V&S Absolut Spirits internationella produktportfölj, då V&S Group förvärvade aktiemajoriteten i Cruzan International Inc.

- ABSOLUT VODKA växer med hela 9 procent under 2005, vilket är den starkaste tillväxten under 2000-talet. Samtidigt levererar affärsområdet kraftigt förbättrat resultat och stärkta marginaler. Vår strategi att växa utanför USA har gett utdelning. Vi ser en mycket positiv utveckling i flera länder utanför USA. På vissa västeuropeiska och asiatiska marknader är det tvåsiffrig tillväxt. Trots den tuffa konkurrensen i USA säljer vi mer ABSOLUT VODKA än någonsin där, säger Ketil Eriksen, chef för affärsområdet V&S Absolut Spirits.

Den nya smaken ABSOLUT APEACH som lanserades i bland annat USA och Sverige har mottagits mycket väl. Den har på kort tid blivit den tredje största ABSOLUT VODKA smaken i USA och bidragit till de ökande volymerna. Under 2006 kommer den persikosmakande vodkan att lanseras på ytterligare marknader.

Under 2006 kommer V&S Absolut Spirits att öka den höga takten i produktutvecklingen. Samtidigt görs en ytterligare förstärkning av såväl försäljningsorganisationen i USA, som av det amerikanska dotterbolaget. I mitten av januari lanserades en ny annonskampanj i USA för ABSOLUT VODKA, "The Absolute Campaign". Under januari presenterades även ett samarbete med den världskända musikern Lenny Kravitz, som befäster ABSOLUT VODKA som ett kreativt varumärke.

Illustrationer och tabeller av försäljningsutvecklingen för ABSOLUT VODKA 1979-2005, liksom listan över tio-i-topp marknader för ABSOLUT VODKA 2005 finns på [www.absolut.com/press](http://www.absolut.com/press).

För ytterligare information, vänligen kontakta;

Marika Hjelm Siegwald, Informationschef V&S Absolut Spirits, Tel: 08 744 74 02, Mobil: 070 377 73 02, e-mail: [marika.siegwald@absolut.se](mailto:marika.siegwald@absolut.se)