

Översikt 2010



”

Förpackningar och
kuvert i verkliga livet


BONG

business



ACROSS GEOGRAPHIES

Bong är det ledande företaget i Europa för specialförpackningar och kuvert. Marknaden sträcker sig från Atlanten till Ural. För pan-europeiska kunder är Bong den perfekta partnern eftersom Bong är den enda aktören med närvaro i såväl Norden som Tyskland, Frankrike och Storbritannien, de största kuvertmarknaderna i Europa. Sedan tidigare är Bong etablerat i Baltikum och Ryssland och får nu även intressanta positioner i Spanien, Benelux och Polen.



BELOW THE SURFACE

Bong utvecklar smarta förpackningskoncept för e-handel och detaljhandeln. Förpackningar och kuvert är ofta verktyg för företagen i deras kommunikation. De skyddar, skapar känsla och förstärker avsändarens varumärke hos mottagaren. Finansiell information och adresserad direktreklam är stora användningsområden där kuvert har en avgörande roll.



BEYOND BOUNDARIES

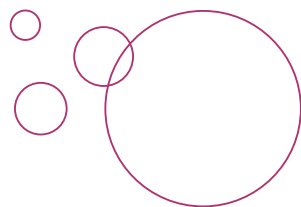
Nya material och lösningar skapar fler tillämpningar och kunder. Efterfrågan på sofistikerade och hållbara förpackningar ökar. Gränsen mellan kuvert och förpackningar suddas ut. Koncernens tillväxtområden är förpackningssortimentet ProPac, Tilltryck samt Ryssland/Östeuropa som tillsammans svarade för cirka en tredjedel av omsättningen under 2010.



ABOVE EXPECTATIONS

Bong är ett kundfokuserat företag. Stark lokal etablering med bolagets samlade utbud och service uppskattas av kunderna. Bong ska vara den prioriterade leverantören på sina marknader. De största kuvertkunderna är kontorsvaruhandeln och pappersgrossister. Inom ProPac är mode- och postorderföretag samt förpackningsgrossister stora kunder.

in real life



2010 I KORTHET

- Under hösten gick Bong samman med Hamelins kuvertdivison. Efter samgåendet har det nya Bong **3,5 miljarder i omsättning** och **2 400 anställda i femton länder**
- Nettoomsättningen uppgick till 2 326 MSEK (1 915). Hamelin ingår från och med oktober 2010
- Förpackningssatsningen ProPac fortsatte att växa snabbt och stod för 390 MSEK (247) av koncernens omsättning 2010
- Bong förvärvade bland annat Tycon i Luxemburg som tillverkar kuvert och förpackningar i Tyvek®, 50 procent av kapitalet i Image i Storbritannien, specialiserat på Tilltryck samt resterande 12 procent i Voet, Nederländerna som är framträdande inom ProPac
- Rörelseresultatet uppgick till -91 MSEK (65) och resultatet efter skatt blev -97 MSEK (24). Engångskostnader belastade resultatet med 157 MSEK
- Kassaflödet efter investeringsverksamhet uppgick till 25 MSEK före köpeskilling och transaktionskostnader i samband med Hamelinaffären (169).
- Hamelin blir efter samgåendet den största ägaren i Bong med 24,9 procent av röster och kapital
- Styrelsen föreslår att utdelning för 2010 lämnas med 1 kr (1) per aktie

Vi har siktet inställt på att alltid erbjuda våra kunder den rätta lösningen för deras produkter vare sig det handlar om kuvert eller förpackningar.

Med kundens affärsnytta för ögonen utvecklar vi ständigt nya lösningar i takt med förändringarna på marknaden. Våra verktyg är ett mäktigt sortiment, rätt kvaliteter i material och tryck, logistik, lagerhållning och lokal service.

Kuvert och förpackningar är tidlösa och outhärliga: De kommunicerar in real life.

Bästa kunder...

2010 blev ett spännande år för Bong där den största händelsen var att vi gick ihop med det franska företaget Hamelins kuvertdivision. I ett slag blev vi nästan dubbelt så stora och starka. Vi vet att ni har höga förväntningar på oss och vi tror att förutsättningarna för att leva upp till dem nu förbättrats avsevärt. Det nya Bong satsar för fullt för att på olika sätt bli en ännu bättre partner för er. Det gäller allt från tätare kundkontakter och produktutveckling till heltäckande etablering och utveckling av miljöorienteringen.

TÄTARE KUNDKONTAKT

Vi planerar att jobba ännu tätare med Er för att förstå Era unika behov och utveckla vårt produkt- och serviceerbjudande i linje med detta. Ni kommer att få fler besök och mer kommunikation från representanter för det nya Bong under 2011. Målet är att tillsammans identifiera gemensamma tillväxtpotentialer. Det blir fler centrala resurser för att utveckla sortiment och service. Till exempel har vi redan byggt upp en grupp som ska ansvara för utvecklingen av vårt ProPac sortiment. Vi har också tillsatt en europeisk försäljningschef med uppgift att utveckla vårt erbjudande till de paneuropeiska kunderna inom kontorvaruhandeln.

KOMPLETT OCH SPÄNNANDE SORTIMENT

Vi har marknadens ojämförligt bredaste och mest kompletta produktsortiment. Vi har tillgång till högeffektiv produktion med högsta tryckkvalitet och stor flexibilitet på alla viktiga marknader. Vi kan faktiskt erbjuda precis den lösning som krävs – vare sig den gäller standardkuvert i stor skala eller kuvert med specialtryck i små serier eller varumärkesstärkande presentpåsar.

Det stora flertalet av våra produkter är pappersbaserade men vi har också den exklusiva rätten att tillverka Tyvek® kuvert och förpackningar i Europa. Tyvek® är ett unikt lätt och pappersliknande material av polyetylen som är vattenavvisande och omöjligt att riva sönder. Genom sina speciella egenskaper öppnar Tyvek® upp för helt nya applikationer. Läs mer om intelligenta kuvert på sid 5.

Vårt ProPac sortiment, specialförpackningar med bland annat presentpåsar, expanderpåsar, luftbubblpåsar och vadderade påsar, har slagit igenom stort inom detaljhandeln och för distanshandeln. Det är vårt löfte till er att alla våra marknader kommer att ha tillgång till Bongs kompletta utbud av produkter och tjänster.

UNIK GEOGRAFISK TÄCKNING

Vi finns från Spanien till Ryssland och fungerar som en pålitlig och effektiv partner för kunder med verksamhet i flera europeiska länder. Vi koordinerar komplexa inköps- och logistikstrukturer på Europainivå samtidigt som vi har lokala representanter i de flesta länder. De kan den lokala marknadens särdrag och kan kommunicera med Er personal på deras eget språk. Vårt väl utbyggda nätverk av tryckerier, lager och försäljningskontor gör att vi även servar små och medelstora kunder lokalt med snabba leveranser och hög effektivitet.

ANSVAR FÖR MILJÖN

I det nya Bong jobbar vi systematiskt på att minimera vår miljöpåverkan. Pappersinköp sker från leverantörer som bedriver ansvarsfullt skogsbruk och kontinuerligt återplanterar den skog som avverkas för att bli trävaror och pappersprodukter. Vår egen tillverkning sker mer eller mindre utan några utsläpp och vi återvinner i princip allt spill som uppstår i produktionen. De flesta av våra tillverkningsenheter är numera certifierade enligt miljöstandarderna Paper by nature, som är speciellt framtagen för konvertering av papper. Förutom detta har vi en rad miljöcertifikat som t ex FSC, PEFC, ISO 14001 och Svanen-märkning.

Jag hoppas att ni kommer att märka vår satsning på att bli en ännu bättre leverantör till Er. Jag vill passa på att tacka för det förtroende Ni visat oss under 2010 och hoppas på ett fortsatt bra samarbete under 2011.



...och aktieägare

Grunden för ett Bong med ännu starkare betoning på dynamik lades under 2010 genom en stor strukturaffär och ett flertal strategiska förvärv. Årets resultat belastades av engångskostnader i samband därmed, men mot dessa ska ställas kraftigt förbättrade tillväxtmöjligheter.

SAMGÅENDET EN NATURLIG FORTSÄTTNING PÅ ALLIANSEN

Sedan våren 2004 har vi samarbetat med Hamelin för att kunna ge europeiska kunder ett koordinerat erbjudande. När vi till slut tog steget fullt ut och gick samman kändes det mycket naturligt och det är min absoluta känsla att integrationen kommer att gå smidigare eftersom vi har övat tillsammans i flera år redan.

STÄRKTA POSITIONER OCH EUROPEISKT MARKNADSLEDARSKAP

I ett slag har fått Bong en stark närvaro på den stora franska marknaden och stärkta positioner i både Tyskland och England – dels därför att vi blir dubbelt så stora på dessa marknader dels därför att Hamelin tillför en starkare position inom direktmarknadsförings- och kuverteringssegmentet. Vi får även en intressant närvaro i Spanien och förstärkning av våra positioner på den dynamiska polska marknaden. Sammantaget tar vi nu ett tydligt europeiskt marknadsledarskap.

BETYDANDE SYNERGIER INOM RÄCKHÅLL

Samgåendet ger betydande synergier i form av merförsäljning, större kostnadseffektivitet och förbättrat kassaflöde. Vi kommer att kunna utnyttja våra nya marknadspositioner för att sälja mer ProPac, till exempel i Frankrike. Det blir även besparingar på inköpsidan och i produktionsstrukturen. Totalt sett räknar vi med kostnadssynergier på 90-100 MSEK efter två år. Dessutom bedömer vi att vi kan frigöra rörelsekapital och sälja tillgångar som kommer att ge 50-70 MSEK i förbättrat kassaflöde som en engångseffekt de närmaste två till tre åren.

STARKT UNDERLIGGANDE KASSAFLÖDE

De senaste åren har vårt rörelsekapital reducerats med mer än 200 MSEK, vilket starkt bidrog till vårt mycket positiva kassaflöde under 2008 och 2009. I kombination med ett begränsat återinvesteringsbehov i vår maskinpark har Bong kunnat minska nettolåneskulden snabbt vilket varit viktigt för att genomföra Hamelinaffären. Även under 2010, trots stigande papperspriser och organisk tillväxt lyckades vi frigöra rörelsekapital och åstadkomma ett positivt kassaflöde.

ACCELERERAD TILLVÄXT PÅ AGENDAN

Vi gjorde sex förvärv under året inom våra prioriterade tillväxtområden. Vi fortsätter med full kraft att växa i Ryssland och inom ProPac. Ryssland återhämtade sig fint efter finanskrisen och nu ökar vi kapaciteten för att möta den växande efterfrågan. Flera produktgrupper inom ProPac har rönt ökat intresse på marknaden och vi investerar nu i såväl ökad sälj- som produktionskapacitet för att växa snabbt.

Med en stor strukturaffär som möjliggör betydande synergier, ett starkt underliggande kassaflöde och med flera intressanta tillväxtpår ser vi med tillförsikt på framtiden. Bong växer sig allt starkare och det finns en klar potential att utveckla bolaget och höja dess värde för både kunder och aktieägare.

Malmö i mars 2011



Anders Davidsson
VD och Koncernchef

Det nya Bong

Samgåendet med det franska kontorsvaruföretaget Hamelins kuvertverksamhet är Bongs största strukturaffär någonsin. Därigenom blev Bong det i särklass största specialförpacknings- och kuvertföretaget i Europa. Det nya Bong har den bredaste och djupaste geografiska täckningen och produktportföljen i branschen.

ÖKAT VÄRDE FÖR ALLA

Den nya koncernen har en omsättning på 3,5 miljarder kronor, 2 400 anställda och är verksam i 15 länder runt om i Europa.

Samgåendet säkrar ett konkurrenskraftigt erbjudande till kunderna från en professionell aktör med ett långsiktigt engagemang i branschen. Den starkare plattformen skapar ökade resurser för produkt- och tjänsteutveckling inom hela verksamhetsfältet vilket kunderna kommer att märka påtagligt i form av förstärkt erbjudande på alla marknader. De anställda får möjligheter till personlig utveckling på ett helt nytt sätt och för aktieägarna ger den gemensamma plattformen upphov till rejäla synergieffekter vilket innebär en stor potential till ökat värde.

BETYDANDE SYNERGIER

Rationalisering av inköp, frakter, administration, tillverkning och kapitalbindning beräknas ge kostnadssynergier på 90–100 miljoner kronor med full effekt efter två år och 50–70 miljoner kronor i bättre kassaflöde. Kostnaderna för förändringarna beräknas uppgå till cirka 123 miljoner kronor i engångskostnad, vilken belastade resultatet fjärde kvartalet 2010.

DEN STÖRSTA SPELAREN PÅ MARKNADEN

Bong och Hamelin kompletterar varandra perfekt geografiskt och produktmässigt. Både Hamelin och Bong har starka marknadspositioner i Frankrike respektive Norden, Baltikum och Ryssland. Bägge bolagen är dessutom verksamma i Tyskland och England och på dessa marknader leder samgåendet till att det nya Bong blir dubbelt så stort som tidigare. I Spanien, Benelux och Polen får det nya Bong intressanta positioner att växa från.

Ifråga om produkter tillför Bong sin förpackningssatsning ProPac medan Hamelin till exempel är starka på högkvalitativa kuvert för Direktmarknadsföring och konsumentförpackade kuvert.

STARK PLATTFORM FÖR TILLVÄXT

Det nya Bong har ett unikt försäljningsnät. Som enda bolag i sin bransch agerar Bong nu på de största marknaderna i Europa vilket stärker ställningen bland paneuropeiska kunder som söker en partner med kraft att leverera i flera länder.

Samgåendet medför stora möjligheter att öka försäljningen eftersom hela sortimentet inte funnits på alla marknader tidigare. Bong räknar nu med att kunna accelerera försäljningen väsentligt av framför allt det framgångsrika ProPac sortimentet, inte minst i Frankrike.

Även produktutvecklingen tillförs ökade resurser och intensifieras nu för att möta kundernas behov.

BRED PORTFÖLJ MED STARKA VARUMÄRKEN

Det stora bolaget till trots slår Bong vakt om mångfald och är stolt över den lokala förankringen. Den innebär en styrka för Bong vad gäller mötet med kunderna och distributionskraften på de olika marknaderna.

Koncernen har en rad egna välkända varumärken i kuvertverksamheten som t ex Oxford, Posthorn och Mailman. Bong har även den exklusiva rätten att tillverka och marknadsföra kuvert och lätta förpackningar i materialet Tyvek® som är ett registrerat varumärke.



Intelligenta kuvert till franska posten

Bongs kund, den franska posten, hör till många av de postoperatörer som i allt större utsträckning väljer kuvert av Tyvek®. Tyvek® är unikt starkt, har skyddande egenskaper och är lättare än andra material.

Sedan 17 år är den franska posten en av de största leverantörerna av kuvert av Tyvek®. La Poste har byggt upp ett helt koncept runt sina Tyvek® kuvert som innebär att deras kunder får:

- ett färdigfrankerat kuvert
- ett försäkringsskydd för värdefulla försändelser
- en spårningstjänst som när som helst kan informera om var kuvertet är och dess status

De högkvalitativa kuverten har en rad användningsområden. Konceptet är idealt som helhetslösning för privatpersoner och företag.

ÖVERLÄGSET SKYDD

Kuvert av Tyvek® ger oöverträffat skydd för viktiga, konfidentiella, tunga, skrymmande dokument eller föremål och ser till att de kommer fram säkert och i oskadat skick. Genom sin unika lyster och sidenaktiga känsla signalerar kuverten att avsändaren vill att innehållet kommer fram i perfekt kondition och att varje enskild försändelse är viktig.

Tyvek® är lättare än pappersprodukter vilket medför lägre porto- och transportkostnader och minskade utsläpp.

FAKTARUTA OM TYVEK®

Tyvek® är ett tunt material av polyetylen. När det spinns och pressas under värme får det unika egenskaper som gör det riv-, slit- och vattensäkert. Materialet är lätt, ljust, flexibelt och samtidigt extremt robust och hållbart. Tyvek® är ett varumärke registrerat av Du Pont™. Bong har exklusiv rätt i Europa att utveckla, tillverka och marknadsföra kuvert gjorda av Tyvek®.



Ambitiösa **mål** och väldefinierade **strategier**

Med årets förvärv och samgående som grund är Bong nu ännu mer inriktat på expansion på sina tillväxtområden samt att lyfta lönsamheten i kuvertverksamheten.

För att befästa sin position som Europas ledande specialförpacknings- och kuvertföretag kommer Bong att:

- Utveckla kunderbjudandet – Bong ska utveckla framtidens kuvert- och förpackningslösningar
- Öka produktiviteten
- Flytta fram positionerna inom kuvert med tilltryck
- Fortsätta utveckla sina starka positioner i utvalda tillväxtmarknader, som exempelvis Ryssland
- ProPac – sortimentet ska vidareutvecklas och marknadsföringen intensifieras och utsträcks till alla geografiska marknader
- Bong ska utnyttja de möjligheter till korsförsäljning som uppkommit i och med samgåendet – detta gäller så väl ProPac som DM och konsumentförpackade kuvert.

FINANSIELLA MÅL

2009 satte Bong följande finansiella mål för 2009–2011:

- Relationen mellan nettolåneskuld och resultat före avskrivningar (EBITDA) ska vara 3,0 eller lägre vid utgången av 2011
- Rörelsemarginalen ska uppgå till 6 procent vid utgången av 2011
- ProPac ska växa med i genomsnitt 25 procent om året.

Efter samgåendet med Hamelins kuvertverksamhet pågår ett arbete för att sätta nya finansiella mål för verksamheten.

UTDELNINGSPOLITIK

Bong ska dela ut minst en tredjedel av redovisat resultat efter skatt under beaktande av bolagets finansiella ställning och utvecklingsmöjligheter.

STRATEGISK INRIKTNING

Målet är en lönsam och växande verksamhet i Europa inom förpackningar och kuvert. Bongs tillväxtområden är ProPac, Tilltryck samt Ryssland och Östeuropa.

PROPAC

ProPac sortimentet ska vidareutvecklas genom fortsatta investeringar i produktutveckling, marknadsföring och försäljningsorganisation.

TILLTRYCK

Bong ska utveckla sin position i Europa inom tilltryck, d v s tryck på färdiga kuvert. De nuvarande verksamheterna ska kompletteras med tilltryckerier i länder och regioner där Bong inte är verksamt idag. Målet är ett nätverk av tryckerier i Europa uppbyggt genom organisk tillväxt och förvärv. Bong fokuserar på kunder med höga krav på tillgänglighet, leveransförmåga och tryckkvalitet.

KUVERT I RYSSLAND OCH ÖSTEUROPA

Bong ska fortsätta utnyttja sitt kunnande och sin stora maskinpark i Västeuropa för att förstärka sin närvaro på kuvertmarknader med tillväxt, som till exempel i Ryssland och de baltiska länderna.

KUVERT I VÄSTEUROPA

I kuvertverksamheten i Västeuropa prioriteras högre bruttomarginaler och effektivitet i hela verksamheten. Kassaflödet från den mogna kuvertverksamheten ska investeras i satsningsområdena ProPac, Tilltryck och Ryssland/Östeuropa.

ProPac omsättningen i
det nya Bong blir över
500 MSEK

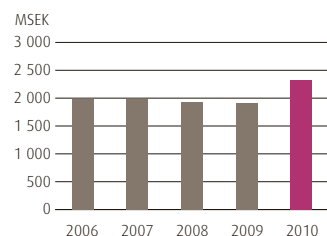
Bongs förvärv 2010

Utöver samgåendet med Hamelin gjorde Bong följande förvärv 2010

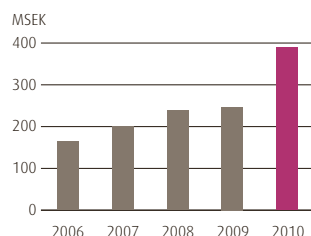
Företag	Land	Förvärv,%	Segment	Årlig försäljning, MSEK
Tycon	Luxemburg	100	ProPac	10-15
Image	Storbritannien	50	Tilltryck	20-25
Voet	Benelux	12 (till 100)	ProPac	35-40
Taberg	Sverige	100	Tilltryck	20-25
CSK	Polen	90 (till 100)	ProPac/Tilltryck	45-50
Egå Offset*	Danmark	100	Tilltryck	30-35

* Januari 2011

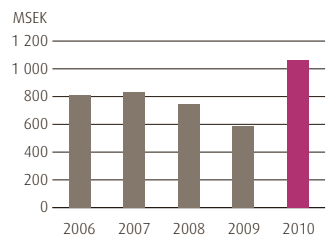
OMSÄTTNING



OMSÄTTNING PROPAC



NETTOLÅNESKULD



NETTOLÅNESKULD/EBITDA*



* EBITDA proforma exklusive engångskostnader 2010.



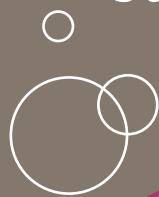
34% organisk tillväxt för ProPac



Tyvek® omsatte 90 MSEK



Rekord för presentpåsar 50 MSEK



Egen tillverkning av luftbubbelpåsar genom förvärv



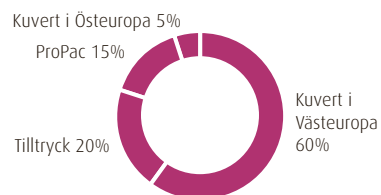
Bongs kunder finns överallt

Bong förser hela Europa med kuvert och specialförpackningar. Mer än en halv miljard människor bor inom detta område. Bongs förpackningar och kuvert riktar sig till dessa invånare men köps in av kontorsvarugrossister, stora företag, e-handels- och postorderföretag samt detaljhandeln.

FRÅN ATLANTEN TILL URAL

Bongs marknad sträcker sig från Atlanten till Ural. Den breda närvaron gynnar internationella kunder. För många är det avgörande att Bong finns i hela Europa och Ryssland medan andra anlitar Bong för den lokala förankringen. Bong är en pålitlig och dynamisk samarbetspartner för såväl de pan-europeiska kunderna som de medelstora och små i hela Europa.

FÖRDELNING AV FÖRSÄLJNING



DEN EUROPEISKA KUVERTMARKNADEN

Västeuropa

Användningen av kuvert varierar starkt mellan olika regioner i Europa. I de skandinaviska länderna och övriga Väst- och Nordeuropa uppgår kuvertanvändningen till cirka 300 kuvert per person och år medan motsvarigheten i Östeuropa är mellan 20 och 70 beroende på land.

Den europeiska kuvertmarknaden uppgick till 82 miljarder kuvert 2009. Frankrike, Tyskland och England svarar för cirka 70 procent av den totala kuvertkonsumtionen i Europa.

Ryssland och Östeuropa

Östeuropa, inklusive Ryssland, svarar för knappt tio procent av den europeiska marknaden. I Ryssland och Baltikum uppgår kuvertkonsumtionen till mellan 20 och 30 kuvert per år jämfört med 200–300 i Västeuropa vilket innebär en stor tillväxtpotential.

Försäljningen av kuvert i Ryssland, Polen och Baltikum svarar för cirka 5 procent av koncernens omsättning. På sikt väntas kuvertkonsumtionen i Polen och övriga länder i Östeuropa växa med cirka 20 procent per år.

Bong är redan den ledande kvalitetsleverantören i Ryssland och riktar främst in sig på Moskva och andra storstadsregioner. Kuverten marknadsförs under varumärket Postac som förknippas med Väst på den allt mer konsumentorienterade ryska marknaden.

MARKNADEN FÖR FÖRPACKNINGAR I EUROPA

Den del av förpackningsmarknaden som Bong är verksam inom är värt cirka 150 miljarder kronor per år. Bongs omsätter cirka 400 MSEK vilket ger en marknadsandel på 0,3 procent.

STOR POTENTIAL FÖR PROPAC

Det sker en ständig utveckling på förpackningsmarknaden främst drivet av utvecklingen inom detaljhandeln och distanshandeln. Gränsen mellan kuvert och förpackningar luckras upp, vilket innebär att aktörerna på marknaden är väldigt olika. Stora internationella företag tävlar med mindre lokala specialister om att tillgodose de breda och starkt skiftande behoven hos kunderna.

Spanien
Frankrike
Storbritannien
Belgien
Nederländerna
Luxemburg
Tyskland
Danmark
Norge
Sverige
Finland
Lettland
Estland
Polen
Ryssland

”

För paneuropeiska kunder är Bong den ideala partnern. De anlitar Bong för helhetslösningar med såväl förpackningar som kuvert.



Förpackningar och kuvert har ett mål

Ytan skyddar och döljer men kan också väcka känslor och tankar hos mottagaren. Ofta har ytan en strategisk roll i att profilera både avsändare och användare. Under ytan finns alltid ett innehåll som blir värdefullare i en förpackning eller ett kuvert. Bong har lösningar för alla syften.

BREV INGER FÖRTROENDE

Det är företag som svarar för 90 till 95 procent av kuvertanvändningen i Västeuropa. Bland Bongs kunder finns företag inom telekom, bank, försäkring, finans, energi och vatten med miljontals kunder över hela Europa. Varje dag skickas avtal, löne- och pensionsbesked, fakturor och bekräftelser på transaktioner med brev. Företag och myndigheter använder kuvert av många anledningar. Att viss finansiell information ska vara pappersbaserad är ett krav i vissa länder. Många företag, inte minst i den finansiella sektorn, använder kuvert för att skapa förtroende. För dem är information på papper skickad i kuvert ett strategiskt verktyg.

Undersökningar gjorda av den brittiska posten Royal Mail visar att många kunder, även om de sköter sin privatekonomi via internetbanker, föredrar att få information om sina transaktioner med brev. Tre fjärdedelar ansåg att räkningar på papper och betalning on-line är det bästa.

Undersökningen visade också att kunder har en positiv inställning till en kombination av finansiell information och erbjudanden. Cirka 70 procent av konsumenterna säger att de uppmärksammar reklam som tryckts på den pappersburna finansiella informationen.

DIREKTMARKNADSFÖRING SKAPAR AKTIVITET

Över 30 procent av den totala brevvolymen i norra och västra Europa utgörs av kuvert för Direktmarknadsföring (DM). Och andelen ökar. Adresserad DM vinner i popularitet för många företag. En anledning är möjligheten att målgruppsanpassa både budskap och design bättre än via reklam i TV eller tidningar. Format, färg, tryck, struktur, och papperskvalitet samverkar med innehåll till ett fokuserat budskap.

Reklambyråer och andra företag som arbetar med DM har höga krav på tillgänglighet, tryckkvalitet och flexibilitet. Nästan alltid är tiden knapp och snabba leveranser ett måste. Ofta handlar det om att trycka kampanjbudskap, logotyper med mera på färdiga kuvertet i små serier och stor variation. Bongs täta etableringar av tilltryckerier och moderna digitala teknik lämpar sig utmärkt till DM vilket visat sig i stark ökning av denna typ av uppdrag.

PROPAC SKYDDAR OCH KOMMUNICERAR

Bongs förpackningssortiment ProPac är svaret på många av dagens utmaningar som företag i många branscher ställs inför när avstånd mellan kund och avsändare ökar och när det blir allt viktigare att varumärket förstärks. Detta märks främst inom distans- och detaljhandeln. Förpackningarna skyddar innehållet, ger associationer och skapar uppmärksamhet.

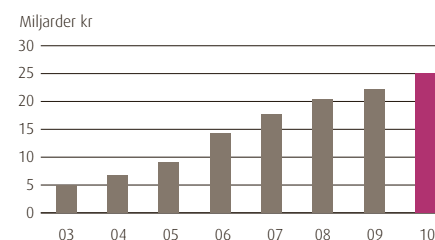
BRANDING OCH ENKEL HANTERING.

Många modeföretag använder Bongs presentförpackningar i sina butiker för att öka värdet av innehållet i förpackningen. Här handlar det om positionering och att förstärka varumärken eller butikskampanjer med hjälp av förstklassigt tryck. Rätt förpackning förlänger och förhöjer upplevelsen av inköpet. Men förpackningarna vinner i popularitet mycket för sin suveräna funktionalitet. De tar liten plats och är väldigt smidiga att hantera för personalen vilket sparar tid och pengar för företagen.

STOR TILLVÄXTPOTENTIAL I DISTANSHANDELN

Postorder- och e-handelsföretag uppvisar mycket stark tillväxt. För dem är kataloger, internet och fysiska leveranser delar i den kedja som bygger relationer till kunderna. Bong är en viktig länk i den kedjan och levererar de förpackningslösningar som krävs för framgångsrik distanshandel. Bara uppfinningsrikedomen sätter gränser för vad som kan handlas över nätet och hur det kan förpackas. Förpackningar görs i olika material, former och med olika tryck och Bong arbetar nära sina kunder för att ta fram rätt lösning.

E-HANDELN VÄXER SNABBT



Den svenska e-handeln har vuxit med 20 procent per år sedan 2003.



”

Glädjen över ett bra köp varar längre med en läcker förpackning. Speciellt om den är praktisk och har ett budskap som förstärker innehållets värde.

Gränslös utveckling

Bong driver på trenden mot smartare förpackningar och kuvert genom alltmer innovativa lösningar som samverkar med innehållet, slår vakt om miljön och som fungerar väl i transporter. Med kreativa idéer för utveckling av produkter och tjänster vill Bong vara sina kunders bästa partner.

PROPAC UNDER STÄNDIG FÖRNYELSE

Det är inom förpackningssortimentet ProPac som produktutvecklingen går snabbast, i takt med omvärlden och under intryck av rådande trender. Nya material och lösningar tillförs ständigt sortimentet och det ökande kravet på hållbara alternativ driver på utvecklingen.

Starka förpackningar som tål att staplas, lätta förpackningar som ökar transporteffektiviteten, smarta förpackningar som sparar tid är några exempel som ökar nyttan för kunderna.

De stora användningsområdena för ProPac är retail, e-business och everyday mailing. För dessa segment finns en uppsjö möjligheter som Bong erbjuder under fyra koncept: Everyday, Smart, Security och Show-off.

- Everyday – för dagligt bruk. Bland storsäljarna finns vadderade påsar och pappryggpåsar. De säljs ofta via grossister och vänder sig till alla företag som ska skicka något.
- Smart – för e-handel och förpackningsföretag som behöver smarta och praktiska lösningar för sina utskick. Här finns postorderpåsar, luftbubbelpåsar, bokförpackningar, lådor och kartonger. Produkterna köps oftast direkt av de företag som ska använda dem.
- Security – trygga, säkra material som inte kan rivas sönder, som Tyvek® och Securitex, blixtlåspåsar och SafeBags. Kunderna är allt från e-handeln, Posten och företag som skickar legala handlingar med mera. Produkterna säljs via kontorsvaruhandeln.
- Show-off – förpackningslösningar för detaljhandeln som adderar en känsla av varumärket ut ur butiken. Presentpåsar, kassar, accessoarpåsar och presentpapper ingår i sortimentet som säljs både av grossister och direkt till stora detaljhandelsföretag inom främst modebranschen.

KUVERT PÅ NÄSTA NIVÅ MED BONG

Bong producerar och säljer kuvert i alla utföranden. Från standardkuvert till kundspecifika lösningar med sofistikerade egenskaper. Med och utan tryck, förslutningar av olika slag, i olika material, färger och format.

Även kuvertsortimentet utvecklas med bland annat nya material för nya funktioner. Sedan hösten 2009 har Bong exklusiv rätt att tillverka kuvert och förpackningar av det unika materialet Tyvek®. Materialets slitstyrka gör kuverten attraktiva för många och kompletterad med modern teknik för spärning och skydd ökar användningsområdena ytterligare.

KUVERTFABRIK BLIR FÖRPACKNINGSANLÄGGNING

Bong har ökat sin produktionskapacitet för förpackningar för att klara den växande efterfrågan. Ett exempel är fabriken i Nybro i Sverige. Från att ha varit helt inriktad på kuvert är det nu ProPac som svarar för 60 procent av produktionen. Och Bong planerar för ytterligare investeringar i maskiner och know-how för att utnyttja sina möjligheter på marknaden

”

Alla kontaktvägar leder till Bong.



Bong skyddar dina data



RFID, Radio Frequency Identification, är en teknik som gör det möjligt att läsa av till exempel kreditkort utan fysisk beröring. Med hjälp av DuPont™ Tyvek® erbjuder Bong en säkerhetslösning som minskar risken för att information hamnar i orätta händer. För företag som utfärdar kreditkort och andra kort med känslig information är kuvert med detta skydd ett måste.

UTAN BERÖRING

RFID banar väg för kontaktlösa betalningssystem. En kortinnehavare behöver bara visa kortet för en speciell RFID-läsare. Ingen väntan, ingen underskrift. Kortet lämnar helt enkelt aldrig innehavarens hand.

Den enda skillnaden mellan kontaktlösa kort och vanliga kreditkort är att informationen sänds via en tag istället för en magnetremsa. Taggen består av ett chip och en antenn som sänder radiosignaler.

Kreditkort är en viktig tillämpning men långt ifrån den enda. RFID-tekniken används i biljetter, pass och andra värdefulla dokument. I till exempel Tyskland utrustas alla pass med chip som kan läsas med RFID sedan 2005.

KÄNSLIGA DATA LÖPER RISK

Nackdelen med tekniken är risken för ootillåten avläsning av informationen i chipet vilket i många fall kan räcka för att komma åt pengarna på kontot eller orsaka annan skada.

BONG HAR LÖSNINGEN

Genom att förse kuvert av Tyvek® med ett tunt laminat av aluminium kan radiovågorna hindras från att tränga igenom. Därmed kan kort skickas i kuvert och förvaras i fickor utan risk för obehörig avläsning. Bong marknadsför de säkra kuverten under namnet ScanSafe®.

Ett internationellt företag nära kunden

Stark lokal förankring gör att Bong är nära sina kunder på alla marknader. Det nya Bong intensifierar sin kundbearbetning för att ge alla del av det förstärkta erbjudandet.

ETT DYNAMISKT OCH VINNANDE FÖRETAG

Ständig förändring präglar Bong. Förvärv av bolag, samgåenden, ny produktionsteknik, nya kompetenser. Bong är nästan dubbelt så stort i december 2010 som året innan. Det nya Bong satsar nu på att accelerera utvecklingen såväl internt som externt.

Bongs internationella närvaro gör det möjligt att snabbt fånga upp signaler från en marknad och tillämpa det på en annan. Detta gäller även best practice i produktionen där framgångsrika metoder snabbt sprider sig i hela företaget.

Steg för steg förändrar sig Bong från en kuvertproducent till ett lösningsinriktat specialförpackningsföretag. Det kräver investeringar i nya maskiner och nya kompetenser som till exempel dedikerade säljare, produktansvariga och kundansvariga.

STOLTA BONGARE

För Bongs medarbetare öppnar sig nya möjligheter till personlig utveckling. Att flytta mellan länder, att avancera till nya funktioner, att arbeta på ett sant internationellt bolag. Men framför allt stoltheten över det dynamiska företaget.

Nu pågår integrationen mellan Bong och Hamelin för fullt där en viktig ingrediens är att formulera gemensamma kärnvärden för bolaget. Utgångspunkten är det starka kundfokus som båda företagen präglades av redan innan.

EUROPEISKT STORLEK MEN LOKAL NÄRVARO

Bong finns i 14 länder i Europa samt i Ryssland. Företaget är organiserat för maximal närhet till kunderna i affärsområdena Norden, Centraleuropa, Frankrike och Storbritannien.

Strävan efter närhet handlar både om att minska fysiska avstånd och att ha en nära dialog med sina kunder. För kunden ligger värdet i att lättare få tillgång till inspiration från Bong och förslag på lösningar som passar just kundens förhållanden – på sitt eget språk, av sin egen kontaktperson. För Bong ligger värdet i att lära sig mer om kundens affär och framtida behov. Bong ställer även specialister på sortiment och teknik till sina kunders förfogande.

Leveranser sker i största möjliga mån från fabriker och lager nära kunderna för att minimera leveransstörningar och utsläpp från transporter.

MÅNGA TYPER AV KUNDER

Bong finns till för såväl den internationella modekedjan och e-handelsföretaget som för det lilla lokala tryckeriet eller företaget. För dem är Bong en leverantör med långsiktigt perspektiv som erbjuder rätt förpackningar och kuvert, god service, lätt att komma i kontakt med och beställa av, närhet och innovationskraft.

Bong är tillgängliga och har det lilla företags servicekänsla med det stora företags resurser i ryggen.



Med förpackningen kommer butiken ut på gatan.



Packed in a Flash



Fredrik Johansson
VD Flash

VAD BETYDER FÖRPACKNINGARNA FÖR ER!

"Vi ville ha en förpackning som sänder en signal om oss. Bongs koncept rimmar väl med vad vi står för, smarta lösningar och god kvalitet" säger Fredrik Johansson, VD och marknadschef för Flash.

"Det finns en praktisk sida av saken också. Vi måste vara yteffektiva och Bongs förpackningar kommer i smarta kartonger som får plats under kassan."

VARFÖR BONG?

"De var väldigt aktiva i att visa möjligheterna med förpackningarna. Det visade sig att förpackningarna passade praktisk taget hela vårt sortiment."

HUR HAR DET FUNGERAT?

"Det har gått mycket bra. De snygga presentpåsarerna från Bong gör vår personal extra stolta över våra kläder och smycken och dessutom blir kunderna nöjda," säger Fredrik.

FAKTA OM FLASH

- Flash vänder sig till kvinnor i alla åldrar
- Första butiken öppnade i Lund 1968
- Flash har 61 butiker i Sverige och 4 i Finland.

” En fin förpackning
till ett fint inköp.



”

Ökat välstånd i östra Europa ökar efterfrågan på presentförpackningar och kassar.





Trender

Smart shopping och miljö

Ökat välbefinnande i öst, nya sätt att handla och ökad miljömedvetenhet är trender som gynnar Bong. Teknikutvecklingen ger konsumenter möjlighet att handla från alla plattformar dygnet runt, överallt. Shopping har blivit en livsstil. Bong tillhandahåller hållbara lösningar in real life för såväl butiken som distanshandeln.

SMART SHOPPING MED NYA VERKTYG

Idag är shopping blivit en livsstil för många människor. Moderna företag erbjuder oss allt smartare och mer sofistikerade sätt att handla. Vi letar och köper varor och tjänster på nätet. Det är snabbt och bekvämt och priser och kvalitet är enkla att jämföra. Kanalerna blir fler hela tiden - från persondatorer till mobiltelefoner, I-pod och nu I-pad.

Enligt e-bay som är världens största marknadsplats på nätet hade 30 miljoner människor laddat ner deras app på sin mobiltelefon under år 2010 Och inköpen via mobilen steg med 166 procent under året.

De vanligaste föremålen enligt e-bay var

- 1 Kläder, skor & accessoarer
2. Mobiltelefoner & handdatorer
3. Samlarföremål
4. Smycken och klockor
5. Leksaker & hobby

O2O-HANDELN VÄXER

Många förutspådde butikens död när e-handeln slog igenom på bred front. Men det förhåller sig förmodligen tvärtom. Den växande O2O handeln (On-line To Off-line) är ytterligare ett tecken på hur den virtuella världen stimulerar den reella världen. På dedikerade sajter, som till exempel den ledande GroupOn i USA, får besökaren tips och erbjudanden från butiker, restauranger m m i hans eller hennes omedelbara närhet. Fördelarna för konsumenten är små sökkostnader, rabatterade priser och för butikerna större intäkter.

BONG HAR LÖSNINGARNA

För Bong är varje köp, oavsett om det sker på nätet eller i butik, en affärsmöjlighet. Sker inköpet i butik får kunden med sig en förpackning eller kasse som Bong har levererat. Sker inköpet via nätet är det Bong som levererar smarta förpackningar som kommunicerar avsändarens varumärke, skyddar varorna och är lämpade att skickas. Vill man inte betala på nätet får man sin faktura i ett kuvert från Bong. Bong har lösningar för alla faser. För distanshandeln och den fysiska butiken. Vare sig de är privatpersoner eller stora internationella modekedjor.

MILJÖMEDVETENHET

En starkt ökande trend är miljömedvetenheten hos konsumenterna. Förpackningar och kuvert ska inte bara hålla, vara snygga och smarta utan även vara gjorda av miljövänliga material som kan återvinnas och dessutom vara så utformade att de kan ingå i smarta logistiklösningar. Bong vidareutvecklar ständigt sina lösningar mot mer hållbara produkter och tjänster.

Den växande e-handeln behöver Bongs förpackningar

Först byggde han och hans team upp ProPac verksamheten i Tyskland.
Nu driver Michael Grünert Bongs nya e-handelsstrategi i Centrala Europa.



Michael Grünert
Försäljnings- och marknadschef
e-business, Tyskland

VARFÖR EN SÄRSKILD E-HANDELSSTRATEGI?

– e-handel har utvecklats till en väldigt lovande marknad för Bong. Vi gynnas av en perfekt kombination av växande behov av förpackningar på marknaden och Bongs produkt-sortiment, produktionskapacitet och tillväxtstrategi.

Våra luftbubbelpåsar, vadderade påsar och Tyvek® har öppnat dörrarna till marknaden. För att nu komma vidare ut måste vi satsa på individuella lösningar för kunderna vilket gör att vi valt att ställa upp särskilda resurser för detta segment.

VILKA KUNDER VILL NI HELST HA?

– Våra kunder kommer från ett brett, öppet och växande fält. Vi hjälper nystartade nätbutiker lika gärna som de stora bolagen.

Dessutom finns det intressanta perspektiv inom distributionshantering som tar hand om packning och utskick åt många nätbutiker och leveransföretag, berättar Michael.

HUR SKA BONG LYCKAS?

– Vi har redan lyckats med det första steget – att bli uppmärksammade och få acceptans för vårt ProPac sortiment. Det bevisas av våra många betydelsefulla kunder. Idag finns

ingen som är specialist på e-handelsförpackningar. Vi tänker ta den positionen! – genom att erbjuda våra kunder unika lösningar som kombinerar nyskapande förpackningar med det senaste på logistikområdet. Och eftersom vi finns över hela Europa kan vi serva våra kunder överallt. Vår strategi på tillväxt passar perfekt till den expansion vi ser på e-handelsområdet. Vi ser bara möjligheter!

VILKA TRENDER SER DU PÅ MARKNADEN?

– Online shopping via mobiltelefoner håller på att bli riktigt stort. Välkända aktörer såsom Amazon, eBay och den tyska Otto koncernen erbjuder sina kunder access till webbbutikerna via appar.

– En annan trend är att nätbutikerna erbjuder sina kunder presentinslagning. Man kan alltså få sin inköpta vara inslagen och skickad till någon som present. Så gör bland andra Amazon. Eftersom vi tillverkar och säljer presentlösningar ser vi ännu ett tillväxtområde för oss.

– Sist men inte minst finns det ett sug i marknaden efter lättare förpackningar som ska minska miljöpåfrestningarna, bedömer Michael.





”

Möjligheten att få presenten
inslagen gör köpet på nätet
ännu bekvämare.

Ledning



Ledningsgrupp

ANDERS DAVIDSSON

Född 1970.

Verkställande direktör och koncernchef.
Anställd 2002.

Utbildning: Civilekonom.

Tidigare befattningar:
Vice VD/Försäljnings- och marknads-
direktör i Bong Ljungdahl 2002–2003.
Managementkonsult och projektledare
McKinsey & Company 1998–2002.

Aktieinnehav i Bong (privat samt
genom bolag): 182 600.

ULF ZENK

Född 1963.

Ekonomidirektör (CFO).

Anställd 2004.

Utbildning: Civilekonom.

Tidigare befattningar:
CFO för MalacoLeaf Scandinavia 2000-
2004. Group Controller för Coca-Cola
Nordic Beverages 1997–2000.

Aktieinnehav i Bong (privat samt
genom bolag): 51 000.

MORGAN BOSSON

Född 1958.

Affärsenhetschef Norden
& Öst. VD ProPac International AB.

Anställd 2005.

Utbildning: Civilekonom.

Tidigare befattningar:
VD för Icopal 2002–2004. Marknads-
och försäljningsdirektör för Saint Gobain
Isover 1997–2002.

Aktieinnehav i Bong (privat samt genom
bolag): 168 000.

ELMAR SCHÄTZLEIN

Född 1962. Affärsenhetschef
Centraleuropa.

Anställd 2004.

Utbildning: Civilingenjör.

Tidigare befattningar:
Schneidersöhne München/Italien
1995–2003.

Aktieinnehav i Bong (privat samt genom
bolag): 116 100.

MARK COOPER

Född 1964.

Affärsenhetschef Storbritannien.

Anställd 2007.

Utbildning: Civilekonom.

Tidigare befattningar:
Vice VD Avery Dennison,
Europe 1990–2006.

Aktieinnehav i Bong (privat samt
genom bolag): 100 000.

PASCAL GRAVOUILLE

Född 1962.

Affärsenhetschef
Frankrike och Spanien.

Anställd 2007.

Utbildning: Kemiingenjör.

Tidigare befattningar:
Affärschef Europa, Cerro Corp.

Aktieinnehav i Bong (privat): 4 700.

Övriga nyckelpersoner

CHENETTE MORTENSEN

Född 1970.

Marknads- och kommunikationschef.

Anställd 1990.

SIMON BENNETT

Född 1965.

Försäljnings- och marknadschef,
pan-europeiska kunder.

Anställd 2007.

SYLVIE DESHAYES

Född 1960.

Affärsutvecklingschef.

Anställd 1998.

PETER ANDERSSON

Född 1964.

Inköps- och logistikchef.

Anställd 2006.

Styrelse



MIKAEL EKDAHL

Född 1951.

Styrelseledamot sedan 2001 och styrelsens ordförande sedan 2003.

Jur.kand och civilekonom, Lunds Universitet.

Övriga uppdrag/befattningar: Advokat och delägare i Mannheimer Swartling Advokatbyrå. Styrelsens ordförande i Marco AB, Absolent AB och EM Holding AB, vice ordförande i Melker Schörling AB, styrelseledamot i AarhusKarlshamn AB och Konstruktions-Bakelit AB.

Aktieinnehav i Bong (privat samt via närstående): 40 000 aktier.

ANDERS DAVIDSSON

Född 1970.

Styrelseledamot sedan 2004.

Civilekonom.

Övriga uppdrag/befattningar: Verkställande direktör och koncernchef för Bong AB. Styrelseledamot i Aarhus-Karlshamn AB.

Aktieinnehav i Bong: 182 600 aktier.

ULRIKA ERIKSSON

Född 1969.

Styrelseledamot sedan 2008.

Civilekonom.

Övriga uppdrag/befattningar: Direktör för Apoteket Konsument. Styrelseledamot i ProPac International AB.

Aktieinnehav i Bong (privat samt genom bolag): 20 000 aktier.

CHRISTIAN W. JANSSON

Född 1949.

Styrelseledamot sedan 2007.

Civilekonom.

Övriga uppdrag/befattningar: Verkställande direktör för KappAhl AB. Styrelsens ordförande i Apoteket AB, styrelseledamot i Svenskt Näringsliv, Svensk Handel AB, Kontanten AB, Fata Morgana AB och Vivoline Medical AB.

Aktieinnehav i Bong (privat samt via bolag): 745 246 aktier.

ALF TÖNNESSON

Född 1940.

Styrelseledamot sedan 1989.

Teknisk och ekonomisk utbildning.

Övriga uppdrag/befattningar: Ordförande i International Masters Publishers AB (IMP AB), Aktiebolaget Cydonia, NE Nationalencyklopedin AB, Stabenfeldt AB, Fyrklövern AB och Postpac AB, styrelseledamot i Fleur de Santé AB, Purity Vodka AB och Bra Böcker AB.

Aktieinnehav i Bong (genom Aktiebolaget Cydonia): 3 825 339 aktier.

STÉPHANE HAMELIN

Född 1961.

Valdes på extra bolagsstämma den 22 oktober 2010 med verkan från och med 12 november 2010.

Övriga uppdrag/befattningar: Styrelseordförande för Hamelin sedan 1989.

Aktieinnehav i Bong (privat samt genom bolag): 4 352 769.

ERIC JOAN

Född 1964.

Valdes på extra bolagsstämma den 22 oktober 2010 med verkan från och med 12 november 2010.

Utbildad vid Ecole Polytechnique Universitaire de Lille och Harvard Business School.

Övriga uppdrag/befattningar: VD och koncernchef för Hamelin.

Aktieinnehav i Bong (privat samt genom bolag): 0.

PETER HARRYSSON

Född 1958.

Styrelseledamot sedan 1997 (arbetstagarrepresentant).

Övriga uppdrag/befattningar: Verkstadstekniker Bong Sverige AB.

Aktieinnehav i Bong (privat samt genom bolag): 0.

CHRISTER MUTH

Född 1954.

Styrelseledamot sedan februari 2009 (arbetstagarrepresentant).

Övriga uppdrag/befattningar: Innesäljare kundtjänst Bong Sverige AB.

Aktieinnehav i Bong (privat samt genom bolag): 0.

Suppleanter

PEDER ROSQVIST

Född 1965.

Suppleant sedan 2008.

Representant för PTK.

Aktieinnehav 0.

MATS PERSSON

Född 1963.

Suppleant sedan 2001.

Representant för Grafiska Personalklubben.

Aktieinnehav 0.

Miljövänliga brev och förpackningar

Kuvert och förpackningar görs till allra största delen av förnybar råvara som finpapper. Samgåendet med Hamelin ger stora möjligheter transportoptimering mellan koncernens enheter och därmed sänkt energiförbrukning och minskade utsläpp.

HELA LIVSCYKELN

Bong är aktiv längs hela livscykeln för kuvert och förpackningar. Från konvertering av finpapper till återvinning. Viktiga miljöfrågor rör skogsråvarans ursprung, tillverkningen av finpapperet och konverteringen till kuvert och förpackningar, transporterna till och från Bongs tillverkningsenheter samt förbrukningen och återvinningen av produkterna.

MASSAVED FRÅN CERTIFIERADE SKOGAR

Bong köper finpapper uteslutande från välrenommerade tillverkare som använder ursprungsmärkt råvara. Råvaran består till största delen av nya fibrer och tas från certifierade skogar.

Basråvaran till pappret som används vid tillverkning av kuvert är förnybar och allt papper som används uppfyller de krav som ställs av kunder och myndigheter.

FINPAPPERSTILLVERKNINGEN

Den största volymen utgörs av obstruket vitt finpapper och resterande volymer är oblekt, brunt kraftpapper och returbaserat papper. Genom samarbete med leverantörer utvecklas pappret ständigt för att säkerställa att kuverten förblir optimalt miljöanpassade.

KUVERTTILLVERKNINGEN

Överbliven färg och andra insatsvaror som används vid produktionsprocessen samlas upp och återvinns eller omhändertas på godkänt sätt. Hårda miljökriterier ställs även på övriga komponenter såsom lim, färg och fönsterfilm. Vattenbaserade färger och lim utan lösningsmedel används i praktiskt taget alla fabriker.

Det papper som blir produktionstekniskt spill sorteras efter kvalitet och säljs för att ingå som returpapper i olika pappersprodukter. Av anläggningarnas totala avfallsmängd går idag mer än 90 procent till återvinning. Återstoden används för energiutvinning eller går till deponi. Avfallet transporteras bort enligt gällande förordningar och någon upplagring av farligt avfall förekommer inte.

KORTARE TRANSPORTER

Bong använder välrenommerade speditorsfirmor för transporter av både insats- och färdigvaror. Samgåendet med Hamelin ökar Bongs möjligheter att leverera till kunder från närbelägna fabriker vilket bidrar till att minska bränsleförbrukning och koldioxidutsläpp.



BONG ARBETAR AKTIVT MED MILJÖN GENOM ATT:

- förbättra produktionsmetoder så att miljöpåverkande emissioner minimeras
- sträva efter att så stor del av sortimentet som möjligt är miljömärkt
- påverka leverantörer och kunder att styra utformningen av sina produkter så att kretsloppstänkande och hushållning med naturresurser prioriteras
- öka kunskapen och medvetandet i miljöfrågor hos alla medarbetare.

INKÖSPOLICY

Av såväl ekonomiska som miljöskäl strävar Bong efter att koncentrera sina inköp till färre leverantörer. Det gäller både leverantörer av råvaror och tjänster som transporter. Färre men starkare relationer ger möjlighet att ställa krav och förbättra villkoren. Av Bongs totala inköp svarar råvaror för cirka två tredjedelar. Omkring 75 procent av denna andel utgörs av papper.

CERTIFIERINGAR OCH MILJÖMÄRKNINGAR

Bong är ansluten till Paper by Nature som är en organisation med den enda paneuropeiska miljöstandarden för konverterade pappersprodukter. Paper by Nature täcker samtliga led i produkternas tillverknings- och livscykel. Den är den första, allomfattande, tydliga och tillförlitliga certifieringen av konverterade pappersprodukter. Märkningen garanterar att råvaran kommer från ansvarsfullt skötta skogar samt att den tillverkats i certifierade anläggningar.

Bong avser certifiera alla sina anläggningar enligt Paper by Nature. Vid slutet av 2010 var 9 anläggningar certifierade.

Vissa av Bongs produkter är märkta med Svanen och FSC (Forest Stewardship Council).

MILJÖLEDNINGSSYSTEM

Genom Bongs miljöledningssystem ISO 14 001 omsätts miljöpolitiken i praktisk handling genom ett systematiskt arbete. Förutom att ställa krav på den egna verksamheten ger miljöledningssystemet Bong möjligheten att på ett konstruktivt sätt påverka leverantörer och transportörer med flera att arbeta med miljöfrågor på sina företag.



Medarbetare

Motiverade, kompetenta och friska medarbetare är en avgörande konkurrensfaktor på Bongs marknader. Bong strävar efter att skapa en hållbar arbetsmiljö som attraherar, motiverar och utvecklar arbetskraft.

MEDARBETARPOLICY

- Bong värnar om en god relation till anställda i koncernen som ska bygga på ömsesidig respekt.
- Ingen form av tvångsarbete eller barnarbete är tillåtet inom Bong. Lägsta ålder för anställning är åldern efter avslutad obligatorisk skolgång.
- Bong erbjuder lika möjligheter för alla människor utan hänsyn till ras, färg, kön, nationalitet, religion, etnisk tillhörighet eller annan urskiljande kännetecken.
- Alla anställda ska tillhandahållas en säker och hälsosam arbetsmiljö.
- I alla bolag i koncernen ska de anställda ha rätt att bilda eller ansluta sig till fackförening i enlighet med lokala lagar eller principer.

BONGS PERSONALPOLITIK I PRAKTIKEN

Bong är ett modernt företag med korta och informella beslutsvägar. Informationspolitiken bygger på öppenhet och delaktighet. Chefer informerar medarbetare löpande om utvecklingen lokalt och för företaget. Alla uppmuntras att ta aktiv del i diskussioner om förbättringar av arbetsmiljön som resulterar i färre arbetsskador, högre produktivitet och bättre kvalitet.

Bong strävar också efter att premiera meransträngningar. Det finns på flera håll i koncernen mindre bonusprogram relaterat till exempelvis enhetens resultat, produktionsvolym, mängden reklamationer och leveranssäkerhet. I förekommande fall kan sådan bonus betalas ut månadsvis.

RIVSTART FÖR INTEGRATIONEN

Människorna på Bong och Hamelin håller i nyckeln till ett lyckat samgående. Därför startade Bong direkt under hösten med att samla de drygt 110 cheferna i den nya organisationen till en gemensam kick-off. Där diskuterades mål och strategier, gemensam värdegrund och mycket mer. Avsikten är att deltagarna sedan i sin tur ska samla sina medarbetare omkring sig och sprida informationen och de nya kärnvärdena vidare i hela företaget.

De två högsta cheferna från båda bolagen reste tillsammans och besökte enheter inom koncernen. Syftet var att träffa medarbetare och ge en personlig introduktion till det nya bolaget. Samtidigt uppfångades viktiga synpunkter för framtiden – från en sann europeisk organisation.

”

Bongs medarbetare avgör hur relationerna till kunderna utvecklas.





“Bong och portugisiska posten värnar **miljön**”

Inget lämnades åt slumpen när portugisiska posten skulle byta ut sina bubbelpåsar mot Bongs vadderade påsar. Papper, lim, fyllning, emballage m m – allt granskades ur ett miljöperspektiv. Skälet till bytet var att Posten önskade en mer miljövänlig förpackning och en leverantör som motsvarade högt ställda miljökrav.

STÖTSÄKER OCH MILJÖVÄNLIG PÅSE

Återvunnet tidningspapper används för att vaddera påsarna som görs av oblekt kraftpapper på in- och utsida. Dessutom går de snabbt att öppna och stänga med den självhäftande klaffen.

Portugisiska posten har ett sortiment bestående av sex produkter i egen design i tre olika format med förtryckt porto för in- och utrikes befordran.

FÖR ALLT SOM SKA SKICKAS

Man kan skicka allt med påsarna. Från det enklaste föremålet till mycket robusta, för privat bruk, liksom kommersiellt. Postorder- och e-handelsföretag är stora användare.

LOVANDE MARKNAD

Bong är sedan många år leverantör av vadderade påsar även till svenska posten. Vissa EU-institutioner i Bryssel har också köpt påsar från Bong som försetts med deras egen design.

Bong ser en klart ökande marknad för sina vadderade påsar som är en strategisk produktgrupp. Den är sedan länge väletablerad i Sverige och England och Bong ser en betydande potential på den nya franska marknaden. Såväl den ökande distanshandeln som miljökrav medför stark efterfrågan på vadderade påsar.

Aktien

Bong nyemitterade aktier vid förvärvet av Hamelin. Vid utgången av 2010 uppgick antalet aktier i Bong AB till 17 480 995. Efter full konvertering uppgår antalet aktier till 18 727 855

KURsutVECKLING OCH OMSÄTTNING

Bong-aktien steg med 48,6 procent under 2010. Samma år steg OMX Stockholm PI (ett index som avser samtliga noterade aktier på Stockholmsbörsen) med 23,1 procent. OMX Stockholm Small Cap PI, ett index som mäter kursutvecklingen för bolag som storleksmässigt är jämförbara med Bong, steg med 22,1 procent. Under 2010 omsattes aktier motsvarande 11 procent av det genomsnittliga värdet av den utestående aktiestocken under året.

AKTIEÄGARE

Antalet aktieägare per den 31 januari 2010 uppgick till 1 328. Hamelin är Bongs största ägare med 24,9 procent av röster och kapital. Melker Schörling och Alf Tönnesson är näst största ägare med vardera 21,9 procent av röster och kapital.

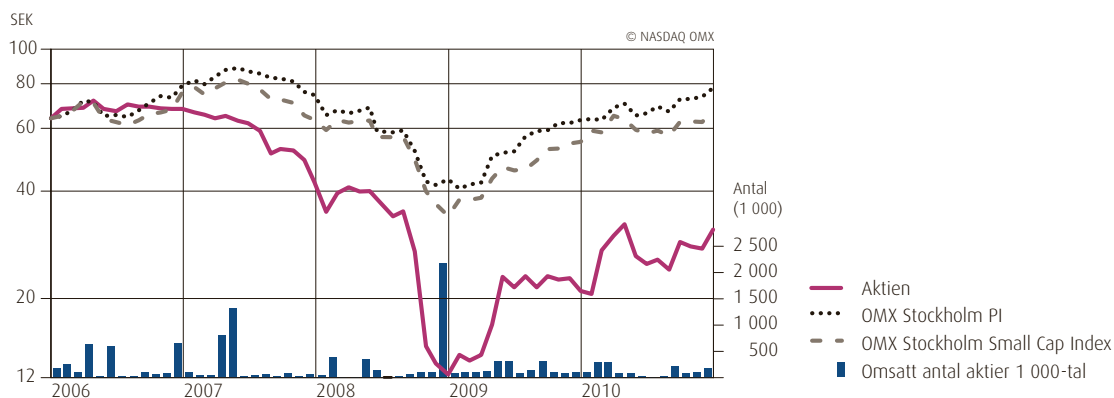
OPTIONER

I enlighet med bolagsstämmans beslut 2005 har optionsrätter sålts till personal i koncernledningen. Optionerna berättigade till nyteckning av sammanlagt 300 000 aktier varav 295 000 optionsrätter förvärvats av ledande befattningshavare. Under 2010 förföll 102 000 optioner vilket innebär att samtliga optioner förfallit.

KONVERTIBLA SKULDEBREV

Bong har gett ut konvertibla skuldebrev med ett sammanlagt nominellt värde om 4 miljoner euro till Hamelin som del av köpskillingen för Hamelins kuvertdivision. De konvertibla skuldebreven kan konverteras till 1 246 860 nya aktier i Bong.

BONG-AKTIENS UTVECKLING 2006-2010



BONG FÖLJS REGELBUNDET AV FÖLJANDE ANALYTIKER

Swedbank

Peter Näslund, tel: 08-585 918 23
peter.naslund@swedbank.se

Redeye

Henrik Alveskog, tel: 08-545 013 45
henrik.alveskog@redeye.se

Remium

Henrik Bark, tel: 08-454 32 51
henrik.bark@remium.com

Jakobson Finansanalys

Torbjörn Jakobson, tel: 08-566 133 30
torbjorn.jakobson@gmail.com

Femårsöversikt

Nyckeltal	2010	2009	2008	2007	2006
Nettoomsättning, MSEK	2 326	1 915	1 937	1 991	1 985
Rörelseresultat, MSEK	-91	65	74	60	40
Resultat efter skatt, MSEK	-97	24	10	16	-1
Kassaflöde efter investeringsverksamhet, MSEK	-277	169	144	1	-7
Rörelsemarginal, %	-3,9	3,4	3,8	3,0	2,0
Vinstmarginal, %	-5,6	1,4	1,0	0,6	0,1
Kapitalomsättningshastighet, ggr	1,2	1,1	1,1	1,1	1,2
Avkastning på eget kapital, %	neg	3,6	1,8	2,8	neg
Avkastning på sysselsatt kapital, %	neg	5,5	5,6	4,9	3,1
Soliditet, %	21	36	34	33	31
Nettolåneskuld, MSEK	1 062	589	745	829	807
Nettoskudsättningsgrad, ggr	2,00	0,98	1,18	1,45	1,50
Nettoskuld/EBITDA, ggr	42,7	3,8	4,4	5,4	5,7
EBITDA/finansnetto, ggr	0,6	4,5	3,1	3,2	3,8
Medelantalet anställda	1 538	1 220	1 270	1 346	1 379

Data per aktie	2010	2009	2008	2007	2006
Antal aktier					
Antalet utestående aktier vid periodens utgång före utspädning	17 480 995	13 128 227	13 128 227	13 128 227	13 017 298
Antalet utestående aktier vid periodens utgång efter utspädning	18 727 855	13 230 227	13 332 227	13 428 227	13 651 180
Genomsnittligt antal aktier före utspädning	14 216 419	13 128 227	13 128 227	13 079 425	13 006 000
Genomsnittligt antal aktier efter utspädning	14 528 134	13 230 227	13 332 227	13 379 425	13 651 180

Resultat per aktie	2010	2009	2008	2007	2006
Före utspädning, SEK	-6,97	1,65	0,80	1,19	-0,04
Efter utspädning, SEK	-6,97	1,63	0,78	1,17	-0,04

Eget kapital per aktie	2010	2009	2008	2007	2006
Före utspädning, SEK	30,39	45,56	47,91	43,54	41,31
Efter utspädning, SEK	28,37	45,77	48,22	43,98	42,30

Övriga data per aktie	2010	2009	2008	2007	2006
Utdelning, SEK	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00
Noterad köpkurs per bokslutsdagen, SEK	32	21	12	42	68
P/E-tal, ggr	neg	13	15	36	neg
Börskurs/Eget kapital före utspädning, %	105	46	25	96	165
Börskurs/Eget kapital efter utspädning, %	113	46	25	96	160

”

En värdefull blick från en värdefull människa.
Bong gör det enkelt.



Adresser

SÅTE

BONG AB
Uddevägen 3
Box 516
SE-291 25 Kristianstad
Tel: +46 44 20 70 00
www.bong.com

HUVUDKONTOR

Bong AB
Hans Michelsensgatan 9
SE-211 20 Malmö
Tel: +46 40 17 60 00
www.bong.com

BELGIEN

Bong Belgium S.A.
Chemin de la Guelenne, 20
BE-7060 Soignies
Tel: +32 67 34 76 76
www.bongbelgium.be

Bong Retail Solutions NV
Grasstraat 6
BE-8570 Vichte
Tel: +32 56 74 55 10
www.propacpackaging.com

DANMARK

Bong Bjørnbak A/S
Baldersbuen 2
P.O. Box 179
DK-2640 Hedehusene
Tel: +45 46 56 55 55
www.bong.dk

Egå Offset A/S
Skejby Nordlandsvej 305
DK-8200 Aarhus N
Tel: +45 87 43 42 82
www.egaa-offset.dk

ESTLAND

Bong Eesti OÜ
Joe tn 17
EE-79801 Kohilla
Tel: +372 48 90 140
www.bongeeesti.ee

FINLAND

Bong Suomi OY
Tuottotie 3
FI-33960 Pirkkala
Tel: +358 3 241 8111
www.bong.fi

Bong Suomi OY
Kirjekuorentie 1
FI-73600 Kaavi
Tel: +358 17 265 6600

Bong Suomi OY
Niittyvillankuja 3 (PL 255)
FI-01510 Vantaa
Tel: +358 9 565 7910

FRANKRIKE

Manuparis
1 rue Eugene Hermann
FR-27180 St Sebastien de
Morsent
Tel: +33 (0)2 32 3982 30
www.manuparis.fr

IPC
11 Impasse du Mas Prolongee
FR-16710 St Yrieix Sur
Charente
Tel: +33 (0)5 45 95 63 50

MME
43 rue Ettore Bugatti
B.P. 91548
FR-87021 Limoges Cedex 9
Tel: +33 (0)5 55 45 25 25

Sepieter + Logoprim
Z. I. de Roubaix Est – B.P. 22
10 rue du Trieu du Quesnoy
FR-59115 Leers
Tel: +33 (0)3 20 66 69 99
www.sepieter.com

Manuparis Paris Site
4, rue Vasco de Gama
FR-94373 Sucy en Brie
Tel: +33 (0)1 49 82 23 22
www.manuparis.fr

Logoprim Paris IDF
Z.A Leader Club 101
22, rue de Magellan
FR-94373 Sucy en Brie
Tel: +33 (0)1 56 74 17 17

Logoprim Strasbourg Site
5, rue Alexandre Dumas
FR-67200 Strasbourg
Tel: +33 (0)3 88 28 07 07

Logoprim Rouen
21, boulevard de Verdun
FR-76012 Rouen Cedex 01
Tel: +33 (0)2 32 76 14 14

Logoprim Toulouse
Centre de Gros Larrieu
15, rue Gaston Evrard
FR-31094 Toulouse Cedex 1
Tel: +33 (0)5 61 61 17 61

Logoprim Lyon
27, avenue des Bruyeres
FR-69150 Decines
Tel: +33 (0)4 37 45 10 60

Logoprim Rennes Grand Ouest
11, rue des Orchidees
Immeuble le Sterenn,
1er etage
FR-35650 Le Rheu
Tel: +33 (0)2 99 59 97 97

Bong Sarl
23, avenue du Val de Beaute
FR-94130 Nogent sur Marne
Tel: +33 (0)1 48 73 49 55

LETTLAND

Bong Latvija SIA
Dzelzavas iela 120 G
LV-1021 Riga
Tel: +371 6 7 241 339

LUXEMBURG

Tycon S.A.
Zone Industrielle Rolach
LU-5280 Sandweiler
Tel: +352 35 75 04 30
www.tycon.lu

NEDERLÄNDERNA

Venlop BV
Rudolf Dieselweg 3
5928 RA Venlo or
Postbus 3192
NL-5902 RD Venlo
Tel: +31 77 382 60 35

Excelsior Enveloppen BV
Galileistraat 63
NL-1704 SE Heerhugowaard
Tel: +31 7256 78900
www.excelsioreneloppen.nl

Bong Netherlands BV
Rivium 1e straat 68
NL-2909 Le Capelle
aan den IJssel
Tel: +31 10 288 1408

NORGE

Bongs Konvolutter AS
Bekkevejen 161, 3173 Vear
Postboks 2074
NO-3103 Tønsberg
Tel: +47 33 30 54 00
www.bong.no

Bongs Konvolutter AS
Postboks 74
NO-2026 Skjetten
Tel: +47 64 83 12 50

POLEN

Pflüger Koperty Sp zo.o.
Ul. Zawila 56
PL-30-390 Krakow
Tel: +48 12 252 02 0
www.pfluger-koperty.pl

Bong Calfy Swiat
Kopert Sp zo.o.
Ul. Ustronna 14
PL-60-012 Poznan
Tel: +48 61 822 07 60
www.bong.pl

RYSSLAND

Postac LLC
RU-248000, Kaluga
Domostroiteley pr, 17.
Tel: +7 4842 76 44 68

SPANIEN

Envel Europa S.A.
Placa Gal La Placidia
7 esc D. 8º
ES-08006 Barcelona
Tel: +34 932 41 88 50

Envel Europa S.A.
Poligono Industrial Campllong
Torreblanca 9
ES-25600 Balaguer (Lleida)
Tel: +34 973 44 38 86

STORBRITANNIEN

Bong U.K. Ltd.
Michigan Drive, Tongwell
GB-Milton Keynes MK15 8HQ
Tel: +44 1908 216 216

Image Envelopes Ltd.
12 Tanners Drive, Blakelands
GB-Milton Keynes MK14 5BW
Tel: +44 1908 217 630
www.image-envelopes.co.uk

Nova Envelopes Ltd.
Cherrycourt Way Trading Estate
GB-Leighton Buzzard LU7 8UH
Tel: +44 1525 374 300
www.novaenvelopes.co.uk

John Dickinson Ltd.
2 Crowther Road – Crowther
District 3, Washington
GB-Tyne and Wear NE38 0AQ
Tel: +44 191 416 1341

Surrey Envelopes Ltd.
Unit 7 Nelson Trading Estate
The Path, Morden Road
GB-London SW19 3BL
Tel: +44 208 545 0099
www.surrey-envelopes.com

SEM
Anglers Business Centre
Nottingham Road, Spondon
GB-Derby DE21 7NJ
Tel: +44 1332 66 77 90

Packaging First Ltd.
Unit 12, Nash Hall
The Street, High Ongar
GB-Essex CM5 9NL
Tel: +44 1277 363 656
www.packagingfirst.co.uk

SVERIGE

Bong Sverige AB
Box 516
SE-291 25 Kristianstad
Uddevägen 3
SE-291 54 Kristianstad
Tel: +46 44 20 70 00
www.bong.se

Bong Sverige AB
Box 823
SE-382 28 Nybro
Emmabodavägen 9
SE-382 45 Nybro
Tel: +46 481 440 00
www.bong.se

Bong Sverige AB
Box 119 22
SE-161 11 Bromma
Johannesfredsvägen 17 C
SE-168 69 Bromma
Tel: +46 44 20 70 00
www.bong.se

Bong Sverige AB
Box 93
SE-562 02 Taberg
Bergslagsvagen 11
SE-562 42 Taberg
Tel: +46 44 20 70 00
www.bong.se

DM-Quert AB
Box 148
SE-443 61 Stenkullen
Tel: +46 302 558 00
www.dmquert.se

TYSKLAND

Bong GmbH
Industriestrasse 77
DE-423 27 Wuppertal
Tel: +49 202 74 97 0
www.bong.de

Petersen Allpa GmbH
Hermann-Krum-Strasse 9-11
DE-88319 Aitrach
Tel: +49 7565 9809 0
www.petersenallpa.de

Pflüeger Kuvert GmbH
Am Pestalozziring 14
DE-91058 Erlangen
Tel: +49 9131 4002 0
www.pflueger-kuvert.de

Bong GmbH
Posthornweg 1
DE-04860 Torgau
Tel: +49 2 02 74 97 0
www.bong.de

Lober Druck und Kuvert GmbH
Beethovenstrasse 24-26
DE-86368 Gersthofen
Tel: +49 821 2 97 88 0
www.lober.eu

Lober Druck und Kuvert GmbH
Gutenbergstrasse 14
DE-21465 Reinbek
Tel: +49 40 79 75 42 70

Lober Druck und Kuvert GmbH
Industriestrasse 77
DE-42327 Wuppertal
www.bong.de



HUVUDKONTOR
Bong AB
Hans Michelsengatan 9
SE-211 20 Malmö

Tel: +46 40 17 60 00
www.bong.com