

Årsstämma 2015

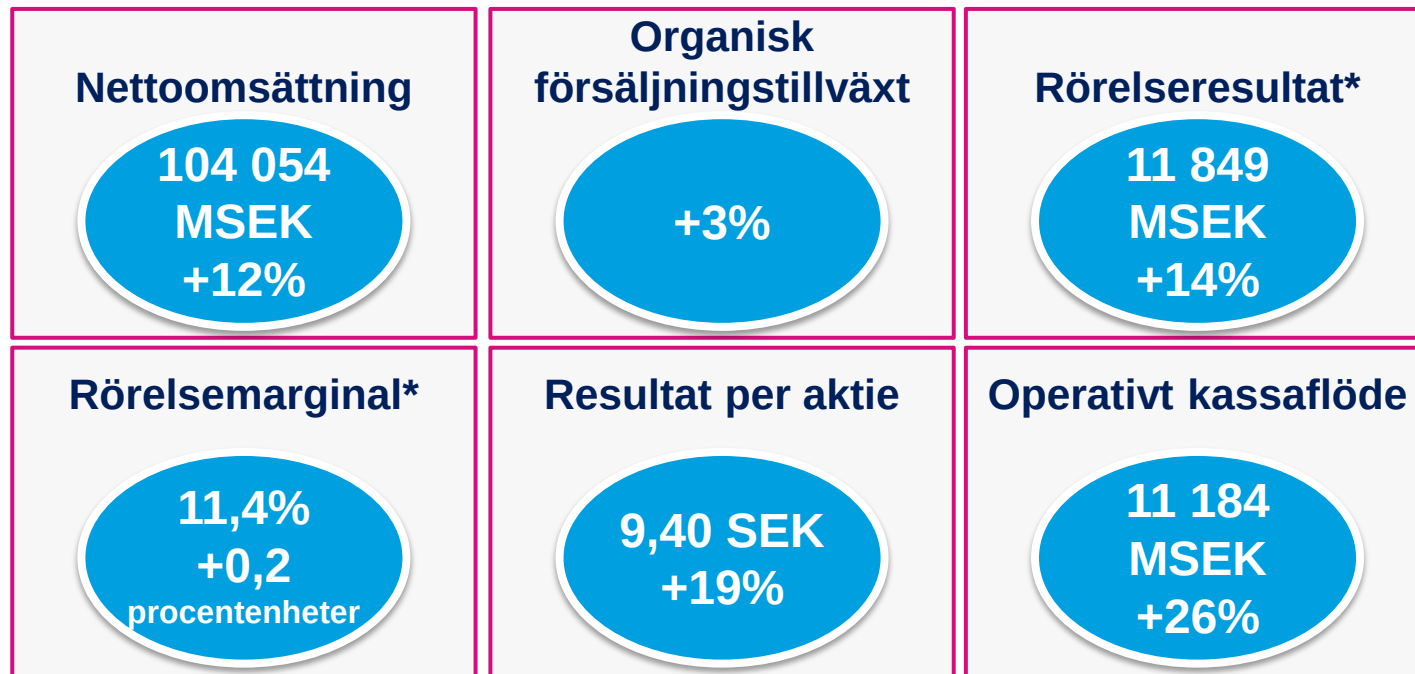
Magnus Groth, vd och koncernchef



SCA – ett ledande globalt hygien- och skogsindustriföretag



Resultat 2014 jämfört med 2013



* Exklusive jämförelsestörande poster och inklusive vinster på skogsbyten om 336 MSEK (583) före skatt

Nettoomsättning och rörelseresultat per affärsområde 2014

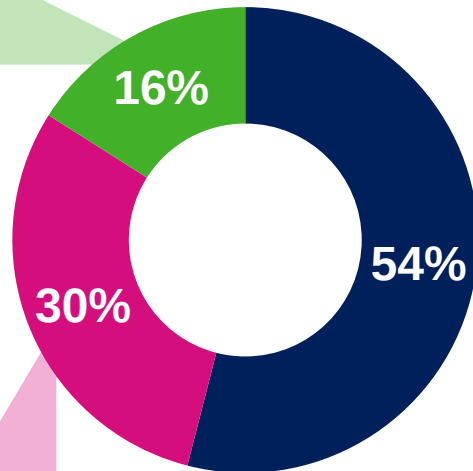
Rörelseresultat

20%

**Skogsindustri-
produkter**



Nettoomsättning



Mjukpapper

Rörelseresultat

52%



Rörelseresultat

28%

**Personliga
hygienprodukter**



Globala marknadspositioner

Inkontinensprodukter:



1

Mjukpapper för storförbrukare:



1

Mjukpapper för konsumenter:



2

Barnblöjor:



4

Mensskydd:



5



Koncernmål

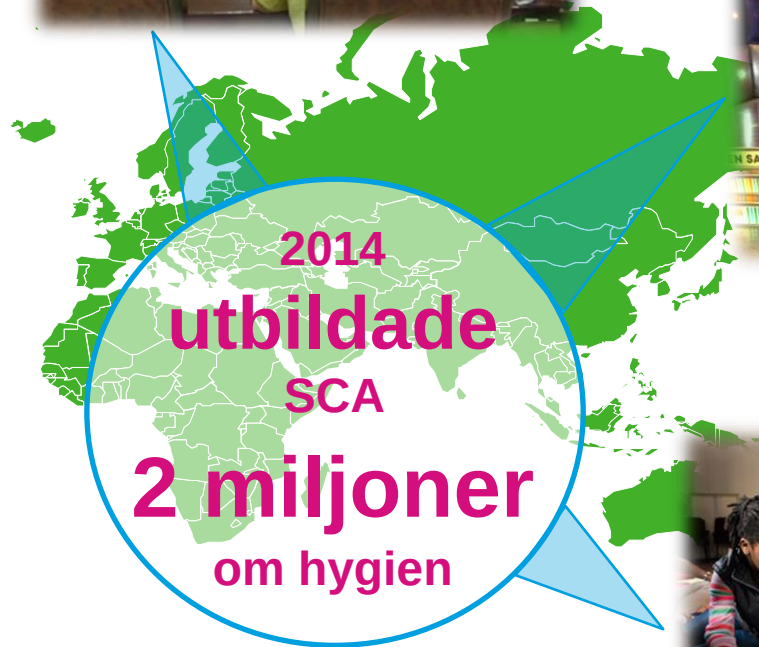


Finansiella mål

Mål för människor

Mål för miljö

Hygienlösningar

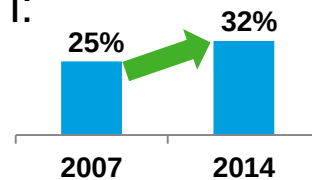


Mångfaldsarbete

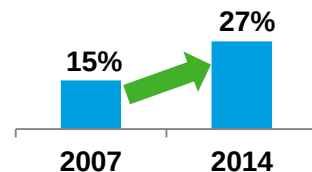
- Mångfald innebär bland annat en mix av olika personligheter, erfarenheter och kunskaper samt kön och etnicitet

- Från 2007 till 2014 har andelen kvinnor i:

- ◆ koncernen ökat till 32%

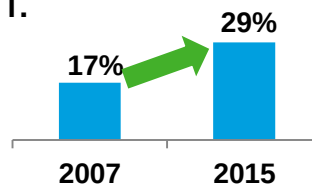


- ◆ ledande seniora positioner ökat till 27%



- Från 2007 till 2015 har andelen kvinnor i:

- ◆ koncernledningen ökat till 29%



Strategiska prioriteringar

EFFEKTIVITET



INNOVATION

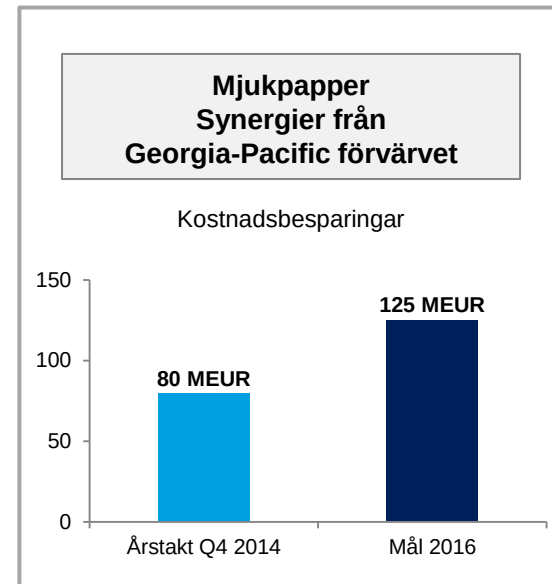
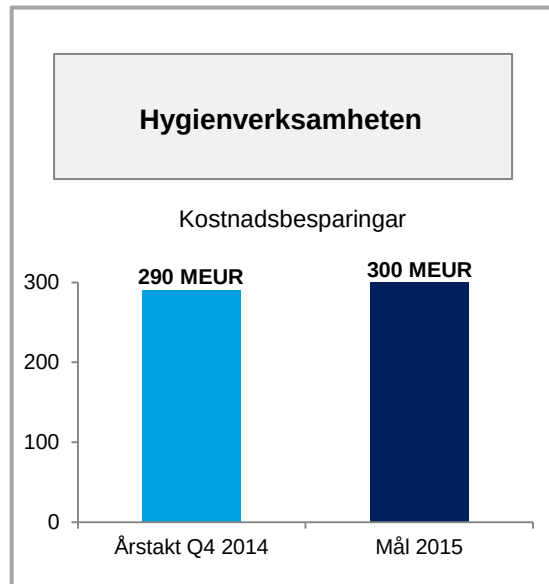
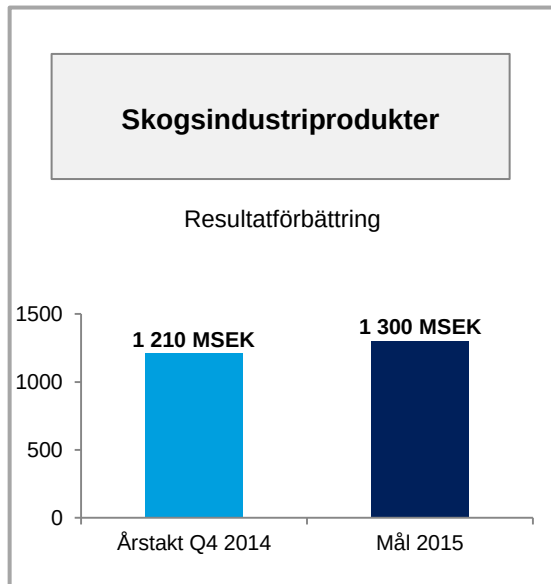


TILLVÄXT



Effektiviseringsprogram

Pågående



Effektiviseringsarbetet fortsätter

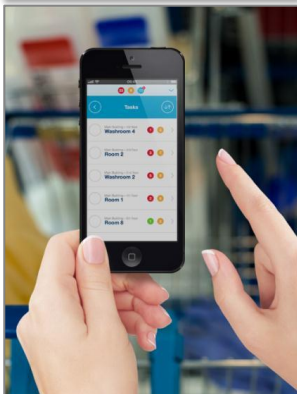
Innovationer och produktlanseringar 2014



Tork SmartFresh™



Tork EasyCube™



Tempo Protect™



**TENA Pants
Normal**



**Libresse
Roll.Press.Go™**



**Libero
Comfort / Up&Go**



Innovation i marknadsföring

Kvinnliga Team SCA i Volvo Ocean Race 2014-2015



■ **Marknadsföringsplattform** med **kvinnor i fokus**

- ◆ Första kvinnliga besättning på över 10 år
- ◆ En mängd marknadsföringsaktiviteter bl a:
 - TV-serie om besättningen visats i över 30 länder

■ **Global publicitet** inklusive konsument- och livsstilsmedia, medievärde hittills motsvarande cirka en halv miljard kronor

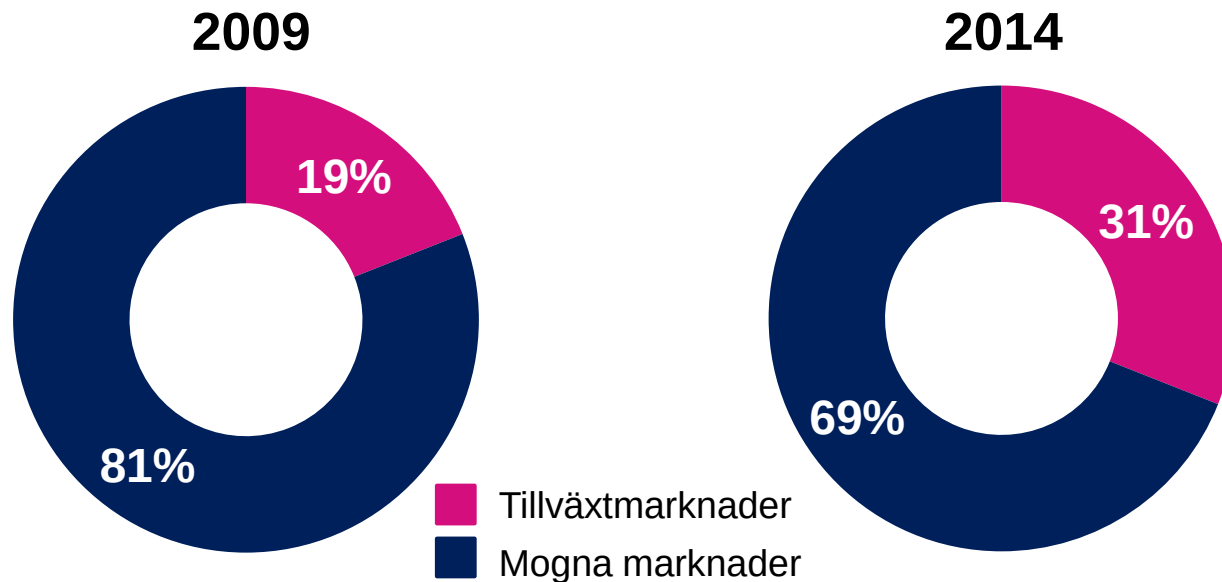
■ **Hållbarhetsaktiviteter** inom hälsa och hygien

■ Över **1 miljon** passerat SCAs paviljong och båt

- ◆ **190 000** besökare i paviljongen
- ◆ **1 500** kund- och affärsmöten



Försäljningsandel tillväxtmarknader



2014 var den organiska försäljningstillväxten
9% på tillväxtmarknaderna



Sammanfattning 2014



- Högre nettoomsättning och resultat för alla affärsområden
- Starkt kassaflöde
- Fortsatt arbete med effektivitet
- Trettiotal innovationer och produktlanseringar



Fokus framåt

- Leverera i enlighet med strategin
- Återskapa förtroendet
- Fortsätta skapa värde för aktieägare, kunder, medarbetare och andra intressenter





SCA
Care of Life