

**SVENSKA CELLULOSA AKTIEBOLAGET SCA** (publ)  
**Corporate Communications**  
Box 7827, 103 97 Stockholm  
Tel 08-788 51 00      www.sca.com



Stockholm den 17 september 2007

## **Fortsatt god tillväxt för SCA i nyckelmarknaden Americas**

**SCA ser en fortsatt positiv försäljningsutveckling för sina hygienprodukter i Nord-Central- och Sydamerika (Americas) de närmaste åren. Redan idag har SCA ledande varumärken etablerade på dessa marknader. Den organiska tillväxten förväntas ligga på 5 - 7 procent de närmaste åren. Dessutom ser SCA möjligheter till selektiva förvärv.**

På en kapitalmarknadsdag i New York idag presenterade ledningen i SCA Americas sin strategi för fortsatt tillväxt- och lönsamhetsutveckling i regionen. SCAs CFO och tillförordnade VD, Lennart Persson, bekräftade samtidigt koncernens sedan tidigare presenterade förbättringspotential. Denna innebär att SCA från dagens rörelseöverskottsmarginal på 15 procent kan förbättra resultatet ytterligare med 1-2 procentenheter de närmaste två åren. Utsikterna som presenterades vid andra kvartalet ligger därmed fast.

SCA Americas har idag en renodlad hygienverksamhet med starka marknadspositioner inom såväl mjukpapper som personliga hygienprodukter och målet är att växa organiskt med 5 - 7 procent under de närmaste åren.

- Vi har starka varumärken i vår produktportfölj, säger Thomas Wulkan, VD för SCA Americas. I Colombia slår exempelvis våra varumärken för mjukpapper (Familia) och mensskydd (Nosotras) några av världens mest kända varumärken i kännedom och igenkänning. Positionerna har vi byggt upp lokalt, ofta genom starka samarbetsföretag, joint ventures. Vi har plattformen – nu vill vi fortsätta att växa och etablera SCA på nya marknader i regionen, säger Thomas Wulkan.

SCA öppnar upp för selektiva förvärv, men poängterar att den organiska tillväxten är minst lika viktig, liksom att öka förädlingen av produkter och tjänster.

I USA har SCA etablerat sig som en ledande aktör inom mjukpapper utanför hemmet. De starkaste segmenten är inom restaurangsektorn och kommersiella arbetsplatser. Inom både dessa segment arbetar SCA med att öka värdet i våra produkter och tjänster.

- Vårt mål är att dubblera försäljningsandelen högvärdiga produkter från 15 procent till 30 procent inom de närmaste fyra åren. Vår lansering av varumärket Tork spelar en avgörande roll i detta arbete, säger Thomas Wulkan.

Inom inkontinensprodukter är SCA idag den ledande leverantören till vårdhem och institutioner i Nordamerika. Den totala försäljningen av inkontinensprodukter hade en årlig tillväxt på cirka 9 procent under åren 2004–2006.

- Vår bedömning är att vi kommer att ha fortsatt stark försäljningsutveckling också de närmaste åren. Lika viktigt som god tillväxt är dock att förbättra marginalerna inom segmentet vårdhem och institutioner, avslutar Lennart Persson.

SVENSKA CELLULOSA AKTIEBOLAGET SCA (publ)



Lennart Persson kommenterade också SCA-koncernens utveckling efter andra kvartalet.

- SCA presenterade ett starkt andra kvartal, som visade att samtliga verksamheter hade förbättrat sina resultat. Marknadstrenderna fortsätter att vara till vår fördel under hösten, samtidigt som vi nu går in i en period med högre råvarukostnader. Med tanke på att tredje kvartalet är lite av ett mellankvartal med semesterperioder i Europa, gav vi vid andra kvartalets utgång en framtidsutsikt som angav en stabil utveckling, dvs i nivå med andra kvartalet. Den står fast, säger Lennart Persson.

Kapitalmarknadsdagen besöktes av 60-talet amerikanska och europeiska analytiker och investerare.

**För ytterligare information, kontakta:**

Bodil Eriksson, kommunikationsdirektör, tel 08-788 52 34

Pär Altan, presschef, tel 08-788 52 37

Johan Karlsson, IR chef, tel 08-788 51 30

---

**Notera**

Informationen är sådan som SCA ska offentliggöra enligt lagen om börs- och clearingverksamhet. Informationen lämnades för offentliggörande den 17 september 2007 kl 24.00 CET.

---