

# Pressmeddelande

Stockholm 7 oktober 2014



## SCAs Hygiene Matters 2014 konsumentundersökning; Fortsatt globalt behov av ökad tillgång till hygienprodukter och kunskap om hygien

Hygiene Matters 2014 är den fjärde internationella undersökningen utförd av det ledande globala hygien- och skogsindustriföretaget SCA. Syftet är att öka medvetenheten bland beslutsfattare, experter och allmänhet globalt, om kopplingen mellan hygien, hälsa och välbefinnande. SCA har också som mål att bidra till en mer kunskapsbaserad offentlig dialog som stärker möjligheterna till förbättrad hygien för kvinnor, män och barn över hela världen. I Hygiene Matters 2014 har temat varit "Kvinnor och hygien".

SCA har som mål att göra skillnad i människors vardag genom att tillhandahålla hållbara personliga hygienprodukter, mjukpapper och skogsindustriprodukter under ett flertal starka varumärken som TENA, Tork, Libero, Libresse, Lotus, Nosotras, Saba, Tempo och Vinda. Resultaten från 2014 års Hygiene Matters undersökning stärker SCAs målsättning att arbeta ännu hårdare för att uppfylla kvinnors behov och önskemål vad gäller personlig hygien och intimhygien för sig själva och sina familjer. Konsumentundersökningen Hygiene Matters 2014 visar tydligt att det fortfarande finns behov som inte har uppfyllts bland kvinnor världen över i fråga om hygienprodukter och lösningar, och behovet är också stort vad gäller att öka kunskaperna om personlig hygien på ett sätt som skulle kunna vara till hjälp för att bekämpa rådande tabun.

– De senaste undersökningsresultaten visar att SCAs arbete är relevant, och att det fortfarande finns mycket att göra när det gäller både kvinnors tillgång till hygienprodukter och lösningar, förklaring av den nära kopplingen mellan hygien och hälsa. Ungefär 80 procent av SCAs kunder är kvinnor. Ur ett globalt perspektiv har en majoritet av världens kvinnor och flickor fortfarande inte tillgång till personliga hygienprodukter, som till exempel menstruationsskydd, säger **Joséphine Edwall-Björklund**, chef för koncernstab Kommunikation, SCA.

– Dessutom är det vanligt bland både kvinnor och män att de inte har tillgång till inkontinensskydd. Det här hindrar inte bara kvinnor från att delta fullt ut i samhället, socialt, utbildningsmässigt och professionellt, utan det kan också påverka kvinnors hälsa negativt på sätt som egentligen är ganska enkelt att förebygga. Det finns en tydlig

---

### För mer information, kontakta gärna:

Elisabeth Lennhede, presskontakt, tfn 070-444 22 71

Marita Sander, kommunikatör hållbarhetsfrågor, tfn 070-547 53 34

Joséphine Edwall-Björklund, chef för koncernstab Kommunikation, tfn 070-519 16 98

**SCA är ett ledande globalt hygien- och skogsindustriföretag.** Koncernen utvecklar och producerar hållbara personliga hygienprodukter samt mjukpappers- och skogsprodukter. Försäljning sker i cirka 100 länder under många starka varumärken, som de globalt ledande TENA and Tork, samt TENA och Tork, samt regionala varumärken som exempelvis Libero, Libresse, Lotus, Nosotras, Saba, Tempo och Vinda. Som Europas största privata skogsägare, lägger SCA stor vikt vid att bedriva ett hållbart skogsbruk. Koncernen har cirka 44 000 anställda. Under 2013 uppgick omsättningen till cirka 93 miljarder kronor (10,7 miljarder euro). SCA grundades 1929, har sitt huvudkontor i Stockholm, och är noterat på NASDAQ OMX Stockholm. För mer information, besök [www.sca.com](http://www.sca.com).



koppling mellan dåliga hygienstandarder på offentliga toaletter exempelvis på arbetsplatser, skolor, sjukhus, restauranger och flygplatser, och förhindrandet av spridningen av bakterier och sjukdomar, vilket leder till höga kostnader för privatpersoner, arbetsgivare och samhället som helhet. Som ett ledande globalt hygienbolag kan SCA spela en viktig roll i det här sammanhanget, både utifrån ett hygien- och ett hälsoutbildningsperspektiv, förklarar **Joséphine Edwall-Björklund**.

– Kvinnors möjligheter att forma sina liv och delta fullt ut i samhället är många gånger beroende av tillgång till, och information om, god hygien. Det är något som uttrycks tydligt i SCAs hållbarhetsambitioner, och det är också en viktig dimension i vår affärsstrategi. Undersökningen visar tydligt att de kvinnliga konsumenterna anser att det finns utrymme för förbättringar inom många områden som rör hygien och hälsa, både på mogna marknader och på utvecklingsmarknader. För SCA handlar det här om betydligt mycket mer än en möjlighet till potentiella affärer. Det här sättet att tänka är väl integrerat i vår bolagskultur, säger **Kersti Strandqvist**, chef för koncernstab Hållbarhet, SCA.

Resultaten i årets Hygiene Matters-undersökning visar tydligt att kvinnorna fortsätter att spela en viktig roll som förändringsambassadörer. Särskilt i utvecklingsländerna, där kvinnorna står i centrum för många beslut inom program och aktiviteter inriktade på att förbättra tillgången på vatten, samt att förbättra sanitet och hygien.

– SCA är ett bolag vars produkter, som TENA, Tork, Libero, Libresse, Lotus, Nosotras, Saba, Tempo and Vinda, berör många människor under olika faser i livet, och på det sättet har bolaget en historia av ett varaktigt samhällsengagemang. Trots att SCAs verksamhet nuförtiden är global, har bolaget ett lokalt perspektiv som omfattar samarbeten i liten skala över hela världen. SCAs stöd är ofta eftersökt vad gäller tankeledarskap, kunskaper, insikter och innovation inom frågor som rör hälsa och hygien. De här initiativen kan omfatta allt från att genomföra utbildningsprogram till att bryta tabun eller att dela ut mensskydd i flyktingläger. Ett samhällsengagemang med lokalt stöd är i själva verket en del av SCAs affärsstrategi, säger **Joséphine Edwall-Björklund**.

– SCA stödjer ett stort antal utbildningsinitiativ för flickor rörande menstruation och fysisk utveckling i Bolivia, Colombia, Ecuador, Dominikanska republiken, Chile, Peru, Puerto Rico, Mexiko, Malaysia, Ryssland och andra marknader. Colombia var den första marknaden. Där började initiativen år 1990, och sedan dess har cirka 2 miljoner flickor deltagit. De här initiativen är kopplade till SCAs varumärken Libresse, Saba, Nosotras och Donnasept, säger **Kersti Strandqvist**. SCAs mål är inte att ta över det civila samhällets roll, utan att bidra inom områden där bolaget har sin kärnkompetens och sina intressen. Det skapar en grund för ett långsiktigt arbete och verkliga, mätbara effekter.

– Att SCA deltar med det helt kvinnliga teamet Team SCA i segeltävlingen Volvo Ocean Race, är ytterligare ett sätt att lyfta fram budskapet om kvinnors möjligheter att delta fullt ut i samhället. Den här offshoretävlingen är en av sportvärldens tuffaste utmaningar. Vår förhoppning är att SCA genom att göra det möjligt för vårt kvinnliga Team SCA att delta på lika villkor på en arena som vanligtvis är förbehållen männen, kan bidra till att riva barriärerna inom ytterligare ett samhällsområde, säger **Joséphine Edwall-Björklund**.

---

**SCA är ett ledande globalt hygien- och skogsindustriföretag.** Koncernen utvecklar och producerar hållbara personliga hygienprodukter samt mjukpappers- och skogsprodukter. Försäljning sker i cirka 100 länder under många starka varumärken, som de globalt ledande TENA and Tork, samt TENA och Tork, samt regionala varumärken som exempelvis Libero, Libresse, Lotus, Nosotras, Saba, Tempo och Vinda. Som Europas största privata skogsägare, lägger SCA stor vikt vid att bedriva ett hållbart skogsbruk. Koncernen har cirka 44 000 anställda. Under 2013 uppgick omsättningen till cirka 93 miljarder kronor (10,7 miljarder euro). SCA grundades 1929, har sitt huvudkontor i Stockholm, och är noterat på NASDAQ OMX Stockholm. För mer information, besök [www.sca.com](http://www.sca.com).



– Det är rätt otroligt, vi hyllar födseln, men ändå har vi väldigt svårt att prata om menstruation, och i årets Hygiene Matters-undersökning får vi detta faktum bekräftat ännu en gång, säger **Christopher Williams**, chef för Water Supply & Sanitation Collaborative Council (WSSCC), det enda FN-organ som enbart arbetar med att förbättra sanitet och hygien i utvecklingsländer. Detta tabu ställer till stor skada för kvinnor, och särskilt unga flickor, i utvecklingsländerna. De missar mellan en och fyra dagar i skolan varje månad, de lider i tysthet, utsätts för onödiga hälsorisker och skäms för att det märks att de använder menstruationsskydd, om de ens har tillgång till några. Vi måste arbeta tillsammans för att försäkra oss om att kvinnor och flickor över hela världen på ett värdigt sätt kan hantera menstruationen både i och utanför hemmet, och WSSCC stödjer arbetet med att bygga upp en faktabaserad kunskapsbas till beslutsfattarna.

### **Konsumentundersökningen Hygiene Matters**

SCA tog initiativet till den första Hygiene Matters-undersökningen 2008 för att ge konsumenterna en möjlighet att uttrycka sina åsikter. Resultaten i de fyra undersökningar som har genomförts hittills innehåller värdefull information både på global och lokal nivå, som kan bidra till en mer kunskapsbaserad offentlig dialog med målet att förbättra hygienstandarderna i hela världen. Förbättrade offentliga och privata hygienstandarder leder till en positiv påverkan på människors hälsa, samtidigt som det skapar värde genom att sänka kostnaderna både på personlig nivå och på samhällsnivå.

Svaren i 2014 års undersökning visar att SCAs fortsatta initiativ för att tillhandahålla utbildning och lösningar inom förbättrad hygien är viktiga. Det finns fortfarande utrymme för förbättringar när det gäller tillgång till hygienprodukter och lösningar, och även kunskap som förklarar den nära kopplingen mellan hygien och hälsa.

#### **Under 2014 hade undersökningen tre fokusområden:**

- Hygien på offentliga platser, samt oro för att bli sjuk på grund av dålig hygien
- Tabu gällande menstruation
- Hygien är viktigt och internet blir en allt viktigare informationskälla avseende hygien och hälsa

#### **De viktigaste resultaten från undersökningen var:**

- Både män och kvinnor anser att det är viktigt med goda hygienstandarder, och oroar sig för att bli sjuka på grund av dålig hygien på offentliga platser
- Privatpersoner bör ta ett större ansvar
- Arbetsgivare och statliga myndigheter bör förbättra hygienstandarderna
- Kvinnor påverkas extra mycket under menstruationen på grund av tabu och brist på hygienprodukter
- Internet blir en allt viktigare informationskälla

Här spelar SCA en viktig roll med sina personliga hygienprodukter, tjänster och utbildningsinitiativ.

Undersökningen genomfördes under maj 2014. Den gjordes på uppdrag av SCA och utfördes av Business Intelligence-företaget United Minds och undersökningsföretaget Cint. Undersökningen genomfördes i 13 länder: Brasilien, Kina, Frankrike, Tyskland,

---

**SCA är ett ledande globalt hygien- och skogsindustriföretag.** Koncernen utvecklar och producerar hållbara personliga hygienprodukter samt mjukpappers- och skogsprodukter. Försäljning sker i cirka 100 länder under många starka varumärken, som de globalt ledande TENA and Tork, samt TENA och Tork, samt regionala varumärken som exempelvis Libero, Libresse, Lotus, Nosotras, Saba, Tempo och Vinda. Som Europas största privata skogsägare, lägger SCA stor vikt vid att bedriva ett hållbart skogsbruk. Koncernen har cirka 44 000 anställda. Under 2013 uppgick omsättningen till cirka 93 miljarder kronor (10,7 miljarder euro). SCA grundades 1929, har sitt huvudkontor i Stockholm, och är noterat på NASDAQ OMX Stockholm. För mer information, besök [www.sca.com](http://www.sca.com).



Italien, Spanien, Sverige, Mexiko, Nederländerna, Ryssland, Sydafrika, Storbritannien och USA. De länder som har tillkommit sedan 2011 års rapport är: Brasilien, Italien, Spanien, Nederländerna och Sydafrika. Borttaget från 2014 års rapport var Australien.

Svaren sammanställdes genom en webbaserad undersökning, med totalt 13 492 svarande. Ungefär 500 kvinnor och 500 män deltog på samtliga marknader. Nationella kvoter har använts för att uppnå en korrekt åldersfördelning.

De undersökningsresultat som redovisas i detta pressmeddelande är huvudsakligen sedda ur ett globalt perspektiv. Mer landsspecifika resultat för Brasilien, Kina, Frankrike, Tyskland, Italien, Spanien, Sverige, Mexiko, Nederländerna, Ryssland, Sydafrika, Storbritannien och USA kommer att kommuniceras av SCA i respektive land.

### [Hygiene Matters 2014 Konsumentundersökning, Infographic och Film](#)

---

**SCA är ett ledande globalt hygien- och skogsindustriföretag.** Koncernen utvecklar och producerar hållbara personliga hygienprodukter samt mjukpappers- och skogsprodukter. Försäljning sker i cirka 100 länder under många starka varumärken, som de globalt ledande TENA and Tork, samt TENA och Tork, samt regionala varumärken som exempelvis Libero, Libresse, Lotus, Nosotras, Saba, Tempo och Vinda. Som Europas största privata skogsägare, lägger SCA stor vikt vid att bedriva ett hållbart skogsbruk. Koncernen har cirka 44 000 anställda. Under 2013 uppgick omsättningen till cirka 93 miljarder kronor (10,7 miljarder euro). SCA grundades 1929, har sitt huvudkontor i Stockholm, och är noterat på NASDAQ OMX Stockholm. För mer information, besök [www.sca.com](http://www.sca.com).