

INNEHÅLL

DEL 1

- Detta är SCA
- 2 SCA i korthet
- 4 Dialog med SCAs vd och hållbarhetsdirektör
- 6 En hållbar strategi
- 10 Mål och utfall
- 12 Kund- och konsumentnöjdhet
- 14 Innovation för människa och miljö
- 16 Hygienlösningar
- 20 Uppförandekod
- 22 Hälsa och säkerhet
- 24 Samhällsengagemang
- 26 Klimat och energi
- 29 Avfall
- 30 Fiberköp och biologisk mångfald
- 32 Vatten

DEL 2

- 35 Intressentdialog
- 37 Väsentlighetsanalys
- 38 Ekonomiskt värdeskapande
- 42 Värdeskapande för människor
- 49 Värdeskapande för miljö

Styrning och kontroll

- 54 Hållbar styrning
- 56 Miljödata
- 64 Social data
- 65 Om rapporten
- 66 Bestyrkande
- 67 GRI-index
- 70 Ordlista

Detta är SCA

SCAS VISION

Att öka välbefinnande genom ledande lösningar inom hygien och hälsa

AFFÄRSIDÉ

Att hållbart utveckla, tillverka, marknadsföra och sälja värdeskapande hygien- och skogsindustriprodukter och tjänster

NETTOOMSÄTTNING

117

miljarder SEK

FÖRSÄLJNING I

100

länder

MEDARBETARE

46 429

Per den 31 december 2016

2

MILJONER
MÄNNISKOR
UTBILDADES
I HYGIEN



0

OLYCKSTILLBUD
PÅ 23 AV SCAS
ANLÄGGNINGAR

77

MILJONER
SKOGSPANTOR
LEVERERADES



91

PROCENT
HAR UTBILDATS I
UPPFÖRANDEKODEN



500

MILJONER
MÄNNISKOR ANVÄNDE
SCA-PRODUKTER VARJE DAG

SCA i korthet



Personliga hygienprodukter

SCA är en globalt ledande aktör inom personliga hygienprodukter. Bolaget utvecklar, tillverkar, marknadsför och säljer inkontinensprodukter, barnblöjor och mensskydd. Inom dessa produktsegment erbjuder SCA dessutom produkter som våtservetter, tvål, lotion, barnoljor och bomullsrandeller. Produkterna säljs under SCAs globala och regionala varumärken som Libero, Libresse, Nosotras, Saba och TENA samt under detaljhandelns egna märkesvaror. Distributionskanalerna är detaljhandel, onlineförsäljning, apotek och vårdinstitutioner.

29%

av SCAs nettoomsättning 2016



Mjukpapper

SCA är en globalt ledande aktör inom mjukpapper. Bolaget utvecklar, tillverkar, marknadsför och säljer mjukpapper för konsumenter och mjukpapper för storförbrukare. Produktportföljen för konsumenter består av toalett- och hushållspapper, näsdukar, ansikts-, våt- och pappersservetter. Inom mjukpapper för konsumenter säljs produkterna till detaljhandeln både under SCAs egna varumärken, som till exempel Lotus, Regio, Tempo och Zewa, samt under detaljhandelns egna märkesvaror. Inom mjukpapper för storförbrukare utvecklar och säljer SCA, under det globalt ledande varumärket Tork, kompletta hygienlösningar med till exempel toalett-papper, pappershanddukar, pappersservetter, handtvål, handlotion, handdesinfektion, behållare, rengörings- och avtorkningsprodukter, sensorteknik, service och underhåll till bland annat institutioner och företag. Distributionskanalerna är detaljhandel, onlineförsäljning och distributörer.

57%

av SCAs nettoomsättning 2016



Skogsindustri- produkter

SCA är Europas största privata skogs-ägare med 2,6 miljoner hektar miljö-certifierad skogsmark och producerar skogsindustriprodukter med en stark miljöprofil. SCAs skogstillgång är en unik växande resurs som utgör kärnan i affärsområdets verksamhet och som möjliggör försörjning av vedråvara och energi till konkurrenskraftig kostnad till bolagets skogsindustriverksamhet. Bolaget har en välintegrerad värdekedja med produktionsanläggningar i anslutning till skogsinnehavet. SCA utvecklar, tillverkar, marknadsför och säljer sågade trävaror, massa, kraftliner, tryckpapper, pellets och annat biobränsle samt fjärrvärme och grön el.

14%
av SCAs nettoomsättning 2016



UTMÄRKELSER OCH MEDLEMSSKAP

SCAs insatser och resultat uppmärksammas. Vi ingår i ett antal hållbarhetsindex och har mottagit en rad prestigefyllda utmärkelser.



2017 Constituent
MSCI Global
SRI Indexes



2017 Constituent
MSCI Global
Sustainability Indexes



Sense in
sustainability



WWF Environmental
Paper Index

Om rapporten

SCAs årliga hållbarhetsredovisning beskriver koncernens hållbarhetsarbete kalenderåret 2016 utifrån ett miljö-, socialt och ekonomiskt perspektiv. Redovisningen har upprättats i enlighet med Global Reporting Initiatives (GRI) riktlinjer, G4 core, och utgör även SCAs rapport om förbättringar (Communication on Progress) till FN:s Global Compact. Redovisningen har granskats i sin helhet av EY. För ytterligare information om hållbarhetsredovisningen och rapporteringsprinciperna, se sidan 65.



Steg för steg mot en hållbar framtid

Hållbarhetsdirektör Kersti Strandqvist
och vd Magnus Groth.

SCAs vd och koncernchef Magnus Groth och hållbarhetsdirektör Kersti Strandqvist kan se tillbaka på ett händelserikt 2016. Det var året då SCA inledde ett arbete med att dela upp bolaget i en hygien- och en skogsindustri, året då vi ingick ett avtal om att förvärva medicinföretaget BSN medical, då vi avslutade och integrerade förvärvet av mjukpappersföretaget Wausau Paper och året då vi påbörjade resan mot att bli den självklara experten på hygienområdet.

Magnus, hur går dina tankar om det gångna året?

MG: Om stämman beslutar att dela upp SCA i en hygien- och en skogsindustri så blir det början på en ny epok i företagets historia. Det kommer att innebära nya affärsmöjligheter och respektive bolag kommer att kunna fokusera på sin verksamhet på ett helt annat sätt än tidigare. En uppdelning är det bästa sättet att skapa aktieägarvärde och kundnytta i framtiden.

Förvärvet av Wausau Paper innebär en rejäl förstärkning på den nordamerikanska AfH-marknaden (mjukpapper för storförbrukare) och integrationen har gått över förväntan, både avseende synergier och marginaler. Det annonserade köpet av BSN medical i slutet av året blir det största förvärv vi någonsin gjort. Det innebär att vi ger oss in på medicinteknikområdet vilket skapar nya affärsmöjligheter.

Under året utvecklade vi en ny vision och vårt strategiska ramverk som utgår ifrån våra intressenters behov, däribland självklara kunder och konsumenter. Det är glädjande att vi har så många nöjda kunder, vilket bland annat resulterat i ett antal utmärkelser (se sid 13). Allt detta samtidigt som vi skapat tillväxt och lönsamhet och introducerat 23 innovationer på marknaden.

Hälsa och säkerhet är alltid ett högprioriterat område och det är med djupt beklagande jag konstaterar att vi hade en dödsolycka i verksamheten under året. Vi fortsätter att ha säkerhetsarbetet högst upp på agendan och det är glädjande att vi minskade olycksfrekvensen med 27 procent under året.

Varför har ni sett över det strategiska ramverket?

KS: Vi är stolta över att hållbarhet sedan länge är integrerat i vår verksamhet och med

det nya strategiska ramverket blir det så mycket tydligare. Vår nya vision syftar mot ett långsiktigt mål, "Att öka välbefinnande genom ledande lösningar inom hygien och hälsa", och vi har formulerat koncernmål där vi tydliggör våra ambitioner för kunder och konsumenter, samhället och våra medarbetare. Vi förstärker därmed våra ambitioner att höja hygienstandarden i de marknader vi verkar och samlar våra miljöambitioner under målet om att bidra till ett hållbart och cirkulärt samhälle.

2015 introducerade Förenta Nationerna sina globala mål för hållbar utveckling och 2016 försökte världen komma fram till hur de ska omsättas i handling. Vad betyder detta för SCA?

KS: Arbetet med att uppfylla FN:s hållbarhetsmål kommer att göra världen lite bättre samtidigt som de innebär goda affärsmöjligheter för företag världen över. Inte minst inom områdena hälsa, hygien och sanitet där vi besitter stor kompetens. Vi är fast beslutna att göra vad vi kan för att bidra till att de 17 globala hållbarhetsmålen uppfylls.

MG: För oss är det viktigt att kunna bidra med vår affärsverksamhet men även att delta i den globala debatten, vilket vi främst gör under vårt Hygiene Matters-initiativ. Med Hygiene Matters vill vi höja hygienstandarden i världen, öka medvetenheten om kopplingen mellan

” Vi är fast beslutna att göra vad vi kan för att Förenta Nationernas 17 globala mål för hållbar utveckling uppnås.”

hygien, hälsa och välbefinnande samt bryta tabun som omger områden som inkontinens. Under året tog det sig bland annat uttryck i en global hygienundersökning och en hygienrapport som vi tog fram i samarbete med FN-organet Water Supply and Sanitation Collaborative Council (WSSCC). Rapporten presenterade vi i samband med FN:s generalförsamlings session i september i New York. Vi har även ett samarbete med United Nations Foundation som syftar till att föra samman företag, myndigheter och intresseorganisationer för samverkan kring FN:s mål för hållbar utveckling (se sid 17).

Ett av era nya koncernmål syftar till att bidra till ett cirkulärt samhälle, vad betyder det för er?

MG: Många områden har vi arbetat med sedan länge, som resurseffektivitet och innovation. Vi har minskat miljöpåverkan i samtliga våra produktkategorier och har arbetat med energieffektiviseringar i vårt ESAVE-program sedan 2010. Nu har vi dessutom infört MSAVE där vi ska optimera vår råmaterialanvändning samtidigt som vi minimerar miljöpåverkan och avfall. Vi har även introducerat ett nytt mål för produktionsavfall (se sid 29).

KS: Innovationer spelar en avgörande roll för att uppnå ett cirkulärt samhälle, såväl egna som i samarbete med andra. För att få inspiration till nya innovationer och affärslösningar har vi gått med i Circular Economy 100 (CE 100), ett program inom ramen för Ellen MacArthur Foundation som har till syfte att verka för en cirkulär ekonomi. Vi arbetar med innovationer för människa och miljö där kriterierna är att de ska medföra sociala- och/eller miljömässiga förbättringar. Ifjol uppgick andelen innovationer för människa och miljö till 40 procent. Det komprimerade mjukpapperet Okay Compressé och Tork SmartOne som minskar konsumtionen av toalettpapper är två exempel på innovationer som är bra både för miljön och plånboken och där vi hjälper konsumenterna att göra goda val.

KS: Konsumentavfall kommer att vara en av våra stora utmaningar i framtiden och vi tror att samarbeten över gränserna, med kunder, företag och organisationer, kommer att bidra till nya lösningar. Vi driver redan några projekt tillsammans med våra kunder där vi samlar in och återvinner pappershanddukar, men vi behöver arbeta vidare för att hitta lösningar inom exempelvis barnblöjor.

Andra viktiga frågor under det gångna året?

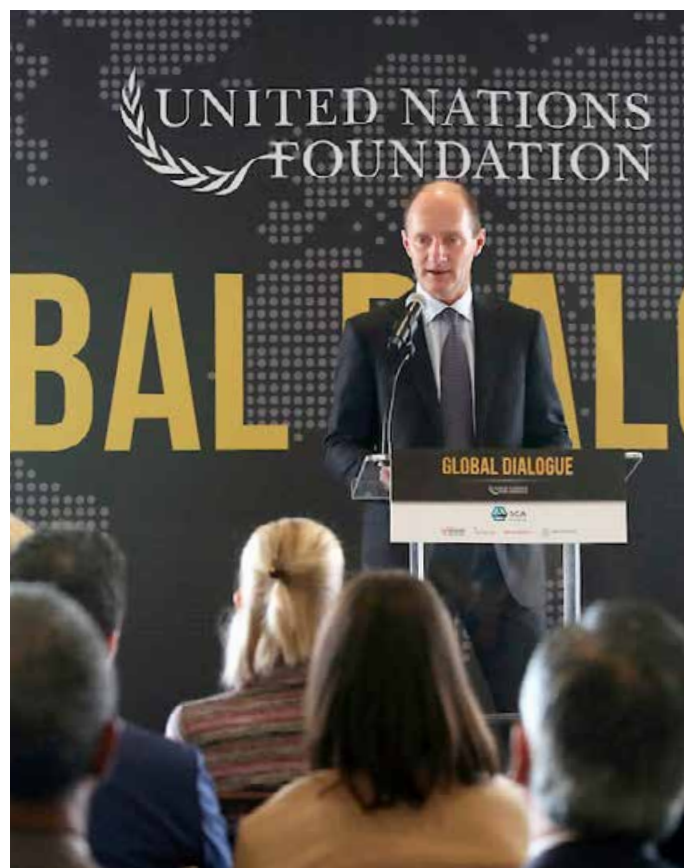
MG: Vi bötföllades för kartellaktiviteter i Colombia och Spanien. Jag vill betona att vi har nolltolerans för den här sortens oetiskt beteende och vi har intensifierat våra ansträngningar i att hjälpa våra medarbetare att göra rätt. Förutom den obligatoriska e-learning-utbildningen har vi introducerat ett koncept som vi kallar "Ethical Dilemmas" där vi ger medarbetarna möjlighet att diskutera utmaningar i det dagliga arbetet på djupet. Konceptet syftar till att öka förståelsen och skapa en kultur präglad av integritet (se sid 20).

Några tankar inför 2017?

MG: 2017 kommer att bli ett intensivt och spännande år, med den föreslagna uppdelningen av SCA i två bolag och integrationen av BSN medical. Vi ska fortsätta att utveckla innovationer som kan hjälpa människor i deras vardag och arbeta för att etablera oss som den självklara experten inom hygien.



Kersti Strandqvist deltog i en paneldebatt vid lanseringen av Hygiene Matters-rapporten som ägde rum i samband med Förenta Nationernas generalförsamlings session i New York i september.



Magnus Groth inledningstalade när SCA och UN Foundation bjöd in till dialog om FN:s globala agenda för hållbar utveckling i FN-högkvarteret i New York i oktober.

Så skapar SCA värde idag och i framtiden

SCAs affärsverksamhet bygger på en hållbar affärsmodell där värdeskapande för människor och miljö sätts i centrum. Insikt i omvärldstrender och lyhördhet för våra intressenters behov lägger grunden för våra mål och vår strategi.

1

EXTERNA TRENDER OCH DRIVKRAFTER

Globala makrotrender, från befolkningsökning och högre levnadsstandard till resursbrist och klimatförändringar, har en stor påverkan på SCAs affärsverksamhet. Vi har identifierat de makroekonomiska drivkrafter som vi anser vara mest relevanta för vår verksamhet. Genom att analysera vår omvärld och drivkrafterna kan vi tillvarata möjligheter och undvika risker som är förknippade med dem.



2

OMVÄRLSDIALOG

2 Miljontals människor över hela världen har en inverkan på och ett intresse för vår verksamhet. Vi måste agera i samklang med det samhälle där vi verkar för att vara relevanta, och en kontinuerlig och lyhörd dialog med våra intressenter hjälper oss att förstå vilka förväntningar som finns på oss som företag och hur vi ständigt kan utvecklas och förbättras. Det hjälper oss också att förstå behoven hos våra kunder och konsumenter, att bygga långsiktiga relationer och att utforma och genomföra vår affärsstrategi.

MER PÅ S. 35



3

VÅRA VÄGVAL

Väsentlighetsanalysen visar vilka frågor som är viktiga för SCA och för våra intressenter. Den ligger till grund för SCAs strategi och hållbarhetsarbete. Analysen grundar sig på en undersökning bland 1 100 interna och externa intressenter.

MER PÅ S. 37 



4

EN VÄRDESKAPANDE STRATEGI



Storskaliga hållbara lösningar som baseras på ett innovativt och nytt tänkande behövs för att vi ska kunna lämna över ett hållbart samhälle till våra barn. Vi måste ta vara på de affärsmöjligheter och hantera de utmaningar som uppstår i en föränderlig värld för att kunna skapa värde för människor och miljö. 2016 uppdaterade SCA sitt strategiska ramverk med framtida möjligheter och utmaningar i åtanke och utifrån intressenternas behov och förväntningar.

SCAs nya, ändamålsdrivna vision lyder "Att öka välbefinnande genom ledande lösningar inom hygien och hälsa". I det uppdaterade ramverket ingår även tre nya koncernmål som handlar om att "Öka livskvaliteten varje dag för fler människor", "Bidra till ett hållbart och cirkulärt samhälle" samt "Skapa förutsättningar för våra medarbetare att uppnå sin fulla potential i ett vinnande lag".

Hållbarhet är sedan länge integrerat i vår strategi och affärsmodell och i den uppdaterade strategin med de nya koncernmålen blir det än tydligare. Målet "Skapa ökat värde för aktieägarna genom lönsam tillväxt" ligger kvar sedan

tidigare där tillväxt inom hygienområdet är en viktig del av SCAs finansiella värdeskapande.

SCA skapar inte enbart värde för sina aktieägare. Målet "Öka livskvaliteten varje dag för fler människor" visar hur vi genom våra lösningar inom hygien och hälsa skapar värde för kunder och konsumenter. Målet "Bidra till ett hållbart och cirkulärt samhälle" innefattar hur vi vill minimera vår miljöpåverkan och utveckla produkter och tjänster som fungerar i ett cirkulärt samhälle och "Skapa förutsättningar för våra medarbetare att uppnå sin fulla potential i ett vinnande lag" inbegriper program för nuvarande och potentiella medarbetare.

Strategin bygger på ett antal internationella regelverk och riktlinjer som kommer att få stor betydelse för näringslivet i framtiden. SCA stödjer Förenta Nationernas 17 globala mål för hållbar utveckling (Sustainable Development Goals) och vi vill genom vår affärsverksamhet bidra till målen. De mål vi definierat som mest relevanta för vår verksamhet är:

Nr 3 Hälsa och välbefinnande – vi ger tillgång till innovativa lösningar samt utbildar och informerar miljontals människor om hygien och hälsa. Genom att möta sociala behov skapas även affärsnytta. Det ger fler människor möjlighet att arbeta, bättre förutsättningar att försörja sina familjer och ett ökat välbefinnande.

Nr 5 Jämställdhet – vi bryter tabun kring ämnen som mens och inkontinens och ger kvinnor, flickor och omvårdande släktingar möjligheter att fullt ut delta i samhället. Vårt Hygiene Matters-initiativ spelar en central roll.

Nr 6 Rent vatten och sanitet – tillgång till hållbara hygienlösningar. Varje dag dör cirka 1 000 barn under fem år av diarré till följd av bristande tillgång till vatten, sanitet och hygien.

Nr 12 Hållbar konsumtion och produktion – vi arbetar med resurseffektivitet, designar våra produkter för ett cirkulärt samhälle och utvecklar hållbara modeller för att hantera avfall.

VISION

Att öka välbefinnande genom ledande lösningar inom hygien och hälsa

LÅNGSIKTIGA MÅL

Skapa ökat värde för
aktieägarna genom
lönsam tillväxt

Öka livskvaliteten
varje dag för fler
människor

Bidra till ett hållbart
och cirkulärt
samhälle

Skapa förutsättningar
för våra **medarbetare**
att uppnå sin fulla poten-
tial i ett vinnande lag

FINANSIELLA MÅL

- Organisk försäljnings-
tillväxt
- Avkastning på sysselsatt
kapital
- Kapitalstruktur

MÅL FÖR MÄNNISKA OCH MILJÖ

- Hygienlösningar
- Innovation för människor

- Innovation för miljön
- Uppförandekoden
- Klimat och energi
- Fiber och biologisk
mångfald
- Vatten
- Produktionsavfall

- Hälsa och säkerhet
- Uppförandekoden

Nr 7 Hållbar energi och **nr 13 Bekämpa klimatförändringen** – vi arbetar för att minska klimatpåverkan i hela leveranskedjan och garantera ursprunget på den vedfiber vi använder. Vi investerar i förnybar energi som vindkraft och biobränslen.

Nr 15 Ekosystem och biologisk mångfald – vi bedriver ett ansvarsfullt skogsbruk och bevarar den biologiska mångfalden i våra skogar.

Att minska utsläppen av växthusgaser till de nivåer som forskare anser vara nödvändigt kommer att kräva ett genomgripande skifte mot rena, energieffektiva tekniker och företag som ligger långt framme på området kommer att gynnas mest. Världssamfundets överenskommelse om att begränsa den globala uppvärmningen till väl under 1,5 grader vid COP 21-mötet i Paris 2015 ger vägledning i frågan. EU-kommissionens handlingsplan för en cirkulär ekonomi har influerat oss när vi utvecklat vårt mål för ett cirkulärt samhälle.

Mål och utfall



Hälsa & säkerhet för medarbetarna

MÅL

Vi har en nollvision för arbetsplatsolyckor och vi ska minska olycksfrekvensen (FR) med 50 procent mellan 2014 och 2020.

OHSAS 18001 ska ha införts som standard på alla huvudanläggningar 2016.

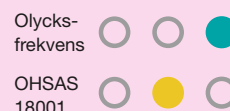
UTFALL 2016¹⁾

Olycksfrekvensen uppgick till 4,6 per miljoner arbetade timmar, en minskning med 31 procent. Jämfört med 2015 är minskningen 27 procent. En tragisk dödsolycka inträffade vid anläggningen i Mannheim, Tyskland.

Vid slutet av 2016 hade 87 procent av SCAs 63 huvudanläggningar certifierats i enlighet med OHSAS 18001.

Minskning av olycksfrekvensen

-31%



Innovation för människa & miljö

MÅL

Vi ska leverera bättre, säkra och miljöanpassade lösningar till våra kunder. Vi strävar efter att kontinuerligt förbättra resurseffektiviteten och minska miljöpåverkan genom att ta hänsyn till nya innovationers hela livscykel.

UTFALL 2016¹⁾

40 procent av SCAs innovationer medförde sociala och/eller miljöförbättringar.

Exempel på innovationer för människa och miljö är TENA Lady Pants, Tork SmartOne och Okay Compressé.

Andel innovationer för människa och miljö

40%



Hygienlösningar

MÅL

Vi ska dela med oss av vår hygienkunskap till kunder och konsumenter och ge tillgång till prisvärda, hållbara hygienlösningar som bidrar till ett hälsosamt och värdigt liv. Där vi har närvaro ska vi:

- Sprida kunskap om hygien med anknytning till våra produkter och tjänster.
- Sträva efter att utbilda flickor, kvinnor och vårdgivare.
- Sträva efter att erbjuda mest värde för konsumenterna med prisvärda hygienlösningar för alla.

UTFALL 2016¹⁾

SCA var nummer 1 eller 2 inom minst ett hygienproduktsegment i cirka 90 länder. Cirka 500 miljoner personer använde SCAs produkter varje dag.

2 000 000 människor nåddes genom de hygienutbildningar som SCA bedriver i hela världen.

Vi erbjöd ett brett sortiment produkter som sträcker sig från premiumsegmentet till ekonomisegmenten.

Miljoner människor som använde SCA-produkter varje dag

500



Uppförandekod

MÅL

Vi ska efterleva SCAs uppförandekod. Samtliga medarbetare ska genomgå regelbunden utbildning i koden.

Vi ska utvärdera våra leverantörskedjor utifrån ett totalt riskperspektiv. År 2020 ska 100 procent av våra inköp komma från leverantörer som följer kriterierna i SCAs globala leverantörsstandard.

UTFALL 2016¹⁾

91 procent av medarbetarna har utbildats i uppförandekoden.

Vid utgången av 2016 kom 46 procent av hygienverksamhetens inköpskostnader från leverantörer som åtagit sig att följa kriterierna i SCAs globala leverantörsstandard. Av skogsindustriverksamhetens 23 största leverantörer hade 87 procent undertecknat leverantörsstandarden.

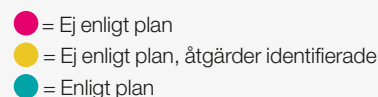
Utbildade medarbetare i uppförandekoden

91%



¹⁾ Exklusive Vinda.

²⁾ Exklusive anläggningarna i Munksund och Östrand.





Klimat & energi

MÅL

Vi ska minska koldioxidutsläppen från fossila bränslen och från inköpt el och värme med 20 procent till år 2020, med 2005 som referensår.

Vi ska trefaldiga produktionen av biobränsle från våra skogar till år 2020, med 2010 som referensår.

Vi ska öka vindkraftsproduktionen på SCAs skogsmark till 5 TWh till år 2020.

UTFALL 2016¹⁾

Vid utgången av 2016 hade koldioxidutsläppen, i relation till produktionsnivån, minskat med 18,4 procent.

SCAs produktion av biobränslen från egna skogar uppgick till 740 GWh.

Vindkraftsproduktionen på egen mark uppgick till 2,3 TWh.

Minskning av koldioxidutsläpp

-18,4%



Fiberinköp & Biologisk mångfald

MÅL

All färsk vedfiber i våra produkter ska vara FSC®- eller PEFC™-certifierade, eller uppfylla FSC:s standard för kontrollerat virke.

Vi ska bevara den biologiska mångfalden i våra skogar. Minst 5 procent av vår produktiva skogsmark ska undantas från avverkning i ekologiska landskapsplaner. Ytterligare 5 procent av våra skogar ska undantas av naturhänsyn.

UTFALL 2016¹⁾

2016 levererades 6,5 miljoner ton färskfiber i form av virke, massa, förpackningar, moderrullar och produkter från tredje part. 57 procent av fibern var FSC/PEFC-certifierad, 42 procent uppfyllde FSC:s kriterier för kontrollerat virke och 1 procent kom från kontrollerade leverantörer.

7 procent av SCAs produktiva skogsmark undantas långsiktigt från avverkning i våra ekologiska landskapsplaner. 13 procent av arealen som planerats för avverkning 2016 undantogs av naturhänsyn.

Andel fiber som är FSC/PEFC-certifierad eller uppfyller FSC:s standard för kontrollerat virke

99%



Vatten

MÅL

Våra anläggningar ska minska nivåerna av suspenderade ämnen med 10 procent.

Våra mjukpappersanläggningar ska minska volymerna avloppsvatten och organiskt avfall (BOD) med 10 procent.

Skogsindustriplanläggningarna ska minska utsläppen av fosfor med 10 procent.

Samtliga mål ska vara uppfyllda 2020 med 2014 som basår.

UTFALL 2016¹⁾²⁾

Nivåerna av suspenderade ämnen i våra anläggningar minskade med 12,5 procent.

Volymerna avloppsvatten minskade med 1,5 procent och organiskt avfall med 3,3 procent i våra mjukpappersanläggningar.

Utsläppen av fosfor ökade med 35,6 procent i våra skogsindustriplanläggningar.

Minskning av suspenderade ämnen

-12,5%



Finansiella mål

MÅL

Avkastningen på sysselsatt kapital ska uppgå till 13 procent över en konjunkturcykel. För Personliga hygienprodukter är målet 30 procent, för Mjukpapper 15 procent och Skogsindustriprodukter ska vara i den övre kvartilen i branschen. Personliga hygienprodukter ska ha en årlig organisk tillväxt om 5–7 procent och Mjukpapper 3–4 procent. Skogsindustriprodukter ska växa i takt med marknaden. SCA ska upprätthålla en solid investment grade rating.

UTFALL 2016

Justerad avkastning på sysselsatt kapital, exklusive jämförelsestörande poster, uppgick till 12,5 procent. För Personliga hygienprodukter uppgick den till 31,8 procent, för Mjukpapper till 13,5 procent och för Skogsindustriprodukter till 5,7 procent. För Personliga hygienprodukter och Mjukpapper ökade den organiska försäljningen med 3 procent vardera medan den för Skogsindustriprodukter minskade med 3 procent. SCA hade en solid investment grade rating.

Justerad avkastning på sysselsatt kapital

12,5%