

Detta är SCA

SCA är ett ledande globalt hygien- och skogsindustri-företag som utvecklar och producerar hållbara personliga hygienprodukter, mjukpapper och skogsindustriprodukter.

PERSONLIGA HYGIENPRODUKTER

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



30%

av SCAs nettoomsättning 2015

Och 29% av rörelseresultatet*



Libero



MJUKPAPPER

SCA är en globalt ledande aktör inom mjukpapper och tillverkar och säljer mjukpapper för konsumenter och mjukpapper för storförbrukare. Produktportföljen för konsumenter består av toalett- och hushållspapper, ansiktsservetter, näsdukar och servetter. Inom mjukpapper för konsumenter säljs produkterna till detaljhandeln både under SCAs egna varumärken, såsom Lotus, 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 mjukpapper, tvål, handlotion, handdesinfektion, behållare, rengörings- och avtorkningsprodukter, service och underhåll till bland annat institutioner och företag.



55%

av SCAs nettoomsättning 2015

Och 52% av rörelseresultatet*



SKOGSINDUSTRIPRODUKTER

Inom affärsområdet Skogsindustriprodukter tillverkar och säljer SCA papper för förpackningar och tryck, massa, sågade trävaror och förnybar energi. SCA är Europas största privata skogsägare och producerar skogsindustriprodukter med en stark miljöprofil.



15%

av SCAs nettoomsättning 2015

Och 19% av rörelseresultatet*

*exkl. jämförelsestörande poster

MEDARBETARE

FÖRSÄLJNING
ANTAL LÄNDEROMSÄTTNING
MILJARDER SEK

UTMÄRKELSER OCH MEDLEMSSKAP



Om rapporten

SCAs årliga hållbarhetsredovisning beskriver koncernens hållbarhetsarbete kalenderåret 2015 utifrån ett miljömässigt, 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 PwC. För ytterligare information om hållbarhetsredovisningen och rapporteringsprinciperna, se sidan 65.

Del 1

Detta är SCA.....	2
Dialog med SCAs vd och hållbarhetsdirektör.....	4
SCAs sätt att arbeta.....	6
Mål och utfall.....	8
Affärsmodell.....	10
Kund- och konsumentnöjdhet.....	12
Innovation för människa och miljö.....	14
Hygienlösningar.....	16
Uppförandekod.....	20
Hälsa och säkerhet.....	22
Samhällsengagemang.....	24
Klimat och energi.....	26
Fiberköp och biologisk mångfald.....	30
Vatten.....	32

Del 2

Strategisk ansats

Intressentdialog.....	35
Väsentlighetsanalys.....	37

Tillvägagångssätt och resultat

Ekonomiskt värdeskapande.....	38
Värdeskapande för människor.....	42
Värdeskapande för miljö.....	49

Styrning och kontroll

Hållbar styrning.....	54
Miljödata.....	56
Social data.....	64
Om rapporten.....	65
Bestyrkande.....	66
GRI-index.....	67
Ordlista.....	70
Adress.....	72

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

SCA engagerar sig på global, regional och lokal nivå i ledande organisationer för att bidra till en hållbar framtid för företag, samhälle och miljö.

Bra för samhället, bra för affärerna

Magnus Groth ser tillbaka på ett händelserikt första år som vd för SCA. När han tillsammans med hållbarhetsdirektören Kersti Strandqvist diskuterar SCAs roll idag och i framtiden fastslår de att ett långsiktigt värdeskapande bara kan ske om företaget samtidigt skapar värde för sin omgivning.

Det finns många olika tolkningar av vad hållbarhet egentligen betyder, hur ser ni på begreppet?

MG: Om vi lyckas omvandla utmaningar i samhället till affärsmöjligheter skapar vi förutsättningar för lönsam tillväxt. Den globala uppvärmningen är ett av vår tids allvarligaste problem och SCA bedriver ett omfattande arbete inom klimat och energi. Vår investering i en ny biobränsleanläggning i finska Nokia är ett bra exempel på hur vi skapar värde både för SCA och för samhället (se sidorna 28–29). Investeringen effektiviserar driften och sänker våra energikostnader samtidigt som vi minskar koldioxidutsläppen med 40 procent.

KS: Hållbarhet är en del av vår affärsmodell och finns integrerat i vår affärsstrategi. För att hållbarhet ska integreras i verksam-

heten krävs att vi har system och processer för detta. Det gör vi exempelvis genom att lägga in våra mål för människor och miljö, och inte bara de finansiella målen, i våra affärsplaner. Vi har även infört en rutin att redovisa data för koldioxidutsläpp och hälsa och säkerhet på våra koncernledningsmöten vilket skapar ett helt annat fokus på frågorna. Säkerhet ligger alltid överst på agendan och i år genomförde vi för första gången en global säkerhetsvecka som blev en stor framgång (se sidan 22).

Och hur skapar SCA värde för samhället?

MG: Sambandet mellan hälsa och hygien och ökat välbefinnande är glasklart. Till exempel räknar Förenta Nationerna med att varje krona som investeras i sanitet har en samhällsekonomisk avkastning på nio kronor. Våra inkontinenslösningar förbättrar män-

niskors livskvalitet samtidigt som de frigör tid för vårdpersonal och anhöriga. Om människor kan jobba eller vårdas i hemmet istället för på en institution minskar kostnaderna för samhället avsevärt.

KS: Att tvätta händerna är ett effektivt och billigt sätt att förhindra sjukdomsspridning. I vissa länder är det till och med livsavgörande och vi utbildar regelbundet i handtvätt. Under genomförde SCA och Vinda till exempel ett program i Kina där vi använde vi oss av Ellas handtväts-app för att lära förskolebarn och hushåll om hur viktigt det är att tvätta händerna. Vi utbildar även unga flickor om mens och pubertet. Det bidrar till att bryta tabu kring mens som i vissa länder hindrar flickor och kvinnor från att gå till skolan eller jobbet.

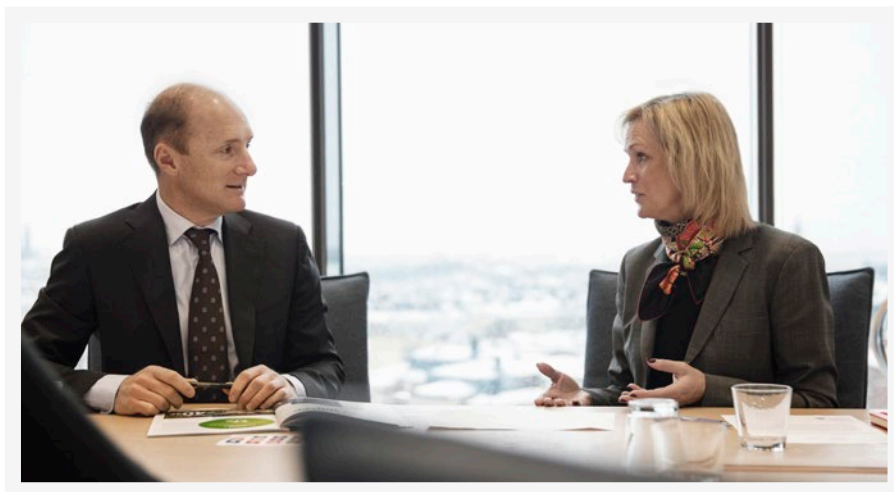
2015 var ett år då hållbarhetsfrågorna stod i fokus i världen. Förenta Nationerna antog 17 globala mål för hållbar utveckling och vid COP 21-mötet i Paris enades världssamfundet om att försöka begränsa den globala uppvärmningen till 1,5 grader. Vad betyder detta för näringslivet och SCA?

MG: Världens regeringar kan inte nå de globala målen på egen hand. Näringsliv,

Vi kommer att revidera våra mål och prioriteringar utifrån en ännu högre ambitionsnivå.”



Magnus Groth besöker SCAs skogsindustriverksamhet i Sundsvall.



*Vi blir allt fler
som ska dela på
jordens resurser.”*

organisationer och myndigheter måste hitta nya sätt att samarbeta. Alla 17 FN-målen är relevanta för SCA men extra stor relevans har framför allt de mål som rör hälsa, välbefinnande, sanitet samt ansvarsfull konsumtion och produktion.

KS: Det är mycket positivt att världssamfundet enades om ett klimatavtal men det är inte avtalet som minskar utsläppen utan länder, städer, företag och människor. SCA har tydliga mål för koldioxidutsläpp, biobränsleproduktion och vindkraft. Vid klimatmötet i Paris uppmärksammade SCA skogens och skogsprodukternas unika förmåga att lagra koldioxid och hur aktivt skogsbruk kan bidra till att begränsa den globala uppvärmningen.

Affärsetik är ett område som får allt större vikt. Under året framkom bland annat misstankar om att SCA deltagit i kartellbildning i Chile och Colombia, vad har ni för kommentarer till detta?

MG: Först av allt så vill jag understryka att vi inte tolererar någon form av olagligt samarbete med konkurrenter. I de aktuella fallen samarbetar vi med myndigheterna och tillhandahåller all efterfrågad information. Vi har arbetat och arbetar intensivt med att minimera riskerna för oetiskt beteende i verksamheten. Under året har vi bland annat jobbat hårt med utbildning i konkurrenslagstiftning.

KS: Vi har åtagit oss att leva i enlighet med de tio principerna i FN:s Global Compact och med det kommer ett stort ansvar. Vi

har även tagit ytterligare steg i arbetet med leverantörskontroll genom att gå djupare ner i leverantörsleden.

Några tankar om 2016?

KS: Vi blir allt fler som ska dela på jordens resurser och därför är EU:s kommande lagförslag om cirkulär ekonomi välkommet. På SCA jobbar vi ständigt med resurseffektivitet, till exempel med vårt ESAVE-program (se sidan 49) och livscykelanalyser men vi måste bli ännu bättre på att hitta avfallslösningar, inte minst för konsumentavfallet.

MG: Vi ska fortsätta ta fram innovativa lösningar som gör livet bättre för så många som möjligt och där den nya produkten är bättre än föregångaren, både avseende miljö och funktion. Under 2015 uppfyllde vi vårt hälso- och säkerhetsmål, vårt vattenmål och vi minskade koldioxidutsläppen med 17,4 procent. Vi har infört nya mål inom hälsa och säkerhet, vattenanvändning och fiberinköp och vi kommer under 2016 att revidera våra mål och prioriteringar utifrån en ännu högre ambitionsnivå än tidigare.



Kersti Strandqvist deltar i en utbildning i menshygien för unga flickor under Team SCAs hamnstopp i Sanya, Kina.

Omtanke och respekt för människor och miljö

är centralt i SCAs sätt att arbeta

1

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.

De makrotrender som vi identifierat som mest relevanta för vår verksamhet är:

- Världens växande och åldrande befolkning.
- Den globalt sett minskade fattigdomen och en växande medelklass.
- Den stora andel av världens befolkning som inte har tillgång till hygien och sanitet.
- En värld som förändras till följd av exempelvis globalisering, urbanisering, politiska beslut, en global ekonomi och lagstiftning.
- Förändrade kund- och konsumentbeteenden till följd av faktorer som hållbar konsumtion, digitalisering och en större medvetenhet om varumärket.
- Klimatförändringar.
- Knappa resurser då allt fler ska dela på jordens tillgångar.

Ovanstående makrotrender beskrivs mer utförligt på sidorna 10–11 i årsredovisningen.

2

Samtal med omvärlden

Miljontals människor över hela världen har en påverkan på och intresse i vår verksamhet. Vi måste agera i samklang med det samhälle vi verkar i för att vara relevanta, och en levande och lyhörd dialog med intressenterna hjälper oss att förstå vilka förväntningar som finns på oss som företag och hur vi ständigt kan utvecklas och förbättras. Den hjälper oss också att förstå våra kunders och konsumenters behov, att bygga långsiktiga relationer och att formulera och genomföra vår affärsstrategi. *Läs mer på sidan 35.*

3

Våra vägval

Väsentlighetsanalysen visar vilka frågor som är viktiga för SCA och våra intressenter. Den ligger till grund för SCAs strategi och hållbarhetsarbete. Analysen grundar sig på en undersökning bland 1 100 interna och externa intressenter. *Läs mer på sidan 37.*



4 Strategi

SCAs strategi baseras på en hållbar affärsmodell där värdeskapande för människa och miljö är en förutsättning för tillväxt och lönsamhet. Det menar vi borgar för framgång på både kort och lång sikt. SCAs hållbarhetsstrategi är en naturlig del av affärsstrategin som bygger på de strategiska prioriteringarna lönsam tillväxt, innovation och effektivitet. SCA har utvecklat ett antal hållbarhetsambitioner som beskriver var vi vill vara och hur vi vill uppfattas på lång sikt.

Ambitioner för människor

Vi skapar en ställning som ett av världens mest trovärdiga företag genom att leverera hållbar tillväxt och värde för våra intressenter.



Med våra hygienlösningar förbättrar vi hygienstandarden över hela världen. Vi utvecklar innovativa lösningar som förenklar en hälsosam och hållbar livsstil för miljontals existerande användare av våra produkter och tjänster och för miljardier människor på tillväxtmarknader.

Vi stödjer kvinnors rätt att forma sina liv och att fullt ut delta i samhället – socialt, utbildningsmässigt och professionellt – över hela världen genom att ge dem tillgång till och utbildning om hygienlösningar.

Ambitioner för miljö

Vi levererar hållbara mer-värdeslösningar till våra kunder från en säker, resurs-effektiv och miljöanpassad värdekedja innefattande inköp, produktion samt forskning och utveckling.



Vi motverkar klimatförändringar och minimerar vår påverkan på naturen genom en kombination av nya innovationer och teknik, effektivitetsförbättringar, konsumentinitiativ och koldioxidupptag i våra skogar.

Vi engagerar oss i biologisk mångfald i våra skogar och vi har åtagit oss att sköta och använda dem ansvarsfullt. Vi strävar efter att maximera det värde våra skogar tillför vårt ekosystem, klimat, kunder och samhälle genom en kombination av innovation, effektivitetsförbättringar samt klok och långsiktig skötsel.

5 Mål och utfall

SCA har satt upp finansiella koncernmål samt koncernmål för människa och miljö. Ambitiösa och tydliga mål driver på och styr verksamheten och gör det lättare för omvärlden att förstå hur hållbarhetsarbetet bidrar till affären. Under 2015 utvecklade vi nya mål inom hälsa & säkerhet, fiberinköp och vatten. *Läs om utfallet av målen på sidorna 8–9 och om de nya målen på sidorna 45, 51 och 52.*

Mål för människor

Innovation för människor & miljö

Hälsa & säkerhet för medarbetarna

Hygienlösningar

Uppförandekod

Mål för miljö

Klimat & energi

Fiberinköp & Biologisk mångfald

Vatten

Finansiella mål

Avkastning på sysselsatt kapital

Kapitalstruktur

Tillväxt

Mål och utfall



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 2015¹⁾

43 procent av SCAs innovationer förbättrades med avseende på sociala och/eller miljökriterier.

Exempel på innovationer för människa & miljö är TENA Flex, TENA Pants, TENA Slip, TENA Comfort med ConfioAir, TENA Identifi, Tork EasyCube, Libero Touch och Arcwise.

Status: ●

Andel innovationer för människa och miljö

43%

Läs mer på sid 14–15 och 40–41.



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 2015¹⁾

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.

Status: ●

Miljoner människor som använde SCA-produkter varje dag

500

Läs mer på sid 16–19 och 41.



Uppförandekod

MÅL

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

SCAs globala leverantörsstandard ska användas för att främja gemensamma värderingar och prioriteringar genom hela leverantörskedjan. I slutet av 2015 ska den finnas med i alla leverantörskontrakt.

UTFALL 2015¹⁾

91 procent av medarbetarna har utbildats i uppförandekoden.

Status: ●

84 (75) procent av hygienverksamhetens och 86 (83) procent av skogsindustri-verksamhetens leverantörsbas hade undertecknat SCAs leverantörsstandard.

Status: ●

Utbildade medarbetare i uppförandekoden

91%

Läs mer på sid 20–21 och 42–44.



Hälsa & säkerhet för medarbetarna

MÅL

Vi har en nollvision för arbetsplatsolyckor och vi ska minska olycksfrekvensen (FR) med 25 procent mellan 2011 och 2016.

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

UTFALL 2015¹⁾

Olycksfrekvensen uppgick till 6,3 (6,7) per miljoner arbetade timmar, en minskning med 6 procent. Jämfört med referensåret 2011 är minskningen 31 procent.

Status: ●

Vid slutet av 2015 hade 68 (52) procent av SCAs 65 huvudanläggningar certifierats i enlighet med OHSAS 18001.

Status: ●

Minskning av olycksfrekvensen

-6%

Läs mer på sid 22–23 och 45–46.

¹⁾ Exklusive Vinda

Mätbara mål och uppföljning är viktiga drivkrafter för SCAs hållbarhetsarbete. Transparenta mål gör det även lättare för interna och externa intressenter att följa hur hållbarhetsarbetet utvecklas.

Status:

- = Ej enligt plan
- = Ej enligt plan, åtgärder identifierade
- = Enligt plan



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 2015¹⁾

Vid utgången av 2015 hade koldioxidutsläppen, i relation till produktionsnivån, minskat med 17,4 procent i jämförelse med referensåret 2005.

Status: ●

SCAs produktion av biobränslen från egna skogar uppgick till 610 (687) GWh.

Status: ●

Vindkraftsproduktionen på egen mark uppgick till 1,9 (1,1) TWh.

Status: ●

Minskning av koldioxidutsläpp

-17,4%

Läs mer på sid 26–29 och 49–50.



Fiberinköp & Biologisk mångfald

MÅL

Vi ska uppnå och bibehålla vårt mål om att ingen färskfiberbaserad råvara, inklusive pappersmassa, ska komma från kontroversiella källor*.

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 2015¹⁾

All leverans av massa till SCAs anläggningar uppfyller koncernmålet. Samtliga SCAs vedförbrukande enheter revideras av oberoende revisorer och uppfyller koncernmålet.

Status: ●

7 procent av SCAs produktiva skogsmark undantas långsiktigt från avverkning i våra ekologiska landskapsplaner. 14 procent av arealen i de områden som planerats för avverkning 2015 undantogs från avverkning av naturhänsyn.

Status: ●

Produktiv skogsmark som undantogs från avverkning

14%

Läs mer på sid 30–31 och 51–52.



Vatten

MÅL

Vår övergripande ambition är hållbart vattenbruk. Vi ska minska vattenanvändningen i områden med vattenstress med 10 procent till år 2015, med 2010 som referensår.

Samtliga SCAs massa- och pappersbruk ska förses med mekanisk och biologisk vattenrening till år 2015.

UTFALL 2015¹⁾

Vid utgången av 2015 hade vattenanvändningen i områden med vattenstress, i relation till produktionsnivån, minskat med 18,7 procent i jämförelse med referensåret 2010.

Status: ●

Mekanisk och biologisk rening har installerats i samtliga koncernens 43 massa- och pappersbruk.

Status: ●

Minskad vattenanvändning i områden med vattenstress

-18,7%

Läs mer på sid 32–33 och 52.



Finansiella mål

MÅL

Avkastningen på sysselsatt kapital ska uppgå till 13 procent över en konjunkturscykel. 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 på 5–7 procent och Mjukpapper 3–4 procent. Skogsindustriprodukter ska växa i takt med marknaden.

SCA ska upprätthålla en solid investment grade rating.

UTFALL 2015

Avkastningen på sysselsatt kapital, exklusive jämförelsestörande poster, uppgick till 12 (11) procent. För Personliga hygienprodukter uppgick den till 29 procent, för Mjukpapper till 13 procent och för Skogsindustriprodukter till 7 procent.

Personliga hygienprodukter växte organiskt med 7 procent, Mjukpapper med 5 procent och Skogsindustriprodukter med 3 procent.

SCA hade en solid investment grade rating.

Avkastning på sysselsatt kapital

12%

Läs mer på sid 30–31 i Årsredovisningen.

* Kontroversiella källor definieras som:
– virke som avverkat olagligt,
– virke från skogar med högt bevarandevärde,
– virke från områden där mänskliga rättigheter eller ursprungsbefolkningars rättigheter kränks.

Integrerad affärsmodell

Vår affärsmodell och strategi syftar till att leverera värde för våra intressenter. SCA skapar värden med utgångspunkt från de inflöden, kapital, som redovisas nedan. Förståelse för omvärlden och dialog med våra intressenter hjälper oss att prioritera rätt genom hela värdekedjan. Det leder till att vi maximerar det positiva värdet för våra intressenter och minimerar den negativa påverkan.

