



BILLERUDKORSNÄS

# ÅRSÖVERSIKT 2013

BillerudKorsnäs utvecklar och erbjuder material av nyfiber samt lösningar för smarta förpackningar som adderar värde hela vägen hem till kunden.

**Innovation är kärnan**  
**Hållbarhet är ledordet**





# SMARTA förpackningslösningar

BillerudKorsnäs utmanar traditionella förpackningslösningar med material och tjänster för en hållbar framtid.

## Ledande position

BillerudKorsnäs leder utvecklingen inom nyfiberbaserade förpackningsmaterial.

## Förnybar råvara

Råvaran är förnybar och kommer från ansvarsfullt skötta skogar.

## Högpresterande material

En bred produktportfölj av högkvalitativa papper och kartonger möter krävande kunders behov i flera olika branscher.

## Smartare lösningar

Material, tjänster och ett globalt nätverk samverkar för att ge varje kund en optimal förpackningslösning.

## Hållbar innovation

Stora resurser läggs på produktutveckling. I nära samarbete med kunder och partners skapas framtidens hållbara förpackningslösningar, med fokus på såväl material som lösningar och distributionskedjan.

## Växande marknader

Den globala förpackningsmarknaden förväntas växa med drygt 3% om året, vissa segment ännu mer.

“  
Konsumenter  
efterfrågar  
hållbara  
förpackningar.”



## Vi utmanar konventionella förpackningar för en hållbar framtid

**B**illerudKorsnäs är en av världens ledande leverantörer av högkvalitativa, nyfiberbaserade förpackningsmaterial. Vedråvaran kommer från ansvarsfullt skötta skogar och tillverkning sker i våra egna miljöeffektiva, integrerade produktionsanläggningar.

Vi har en bred produktportfölj och ett nära samarbete med varumärkesägare, förpackningstillverkare och partners världen över vilket ger oss värdefull kunskap och nya insikter.

Smarta förpackningslösningar av papper eller kartong från BillerudKorsnäs minskar klimatpåverkan och resursåtgången i alla led och bidrar till en hållbar framtid.

Efterfrågan drivs av globala megatrender. Konsumentnära sektorer, främst livsmedel, svarar för 75% av försäljningen. Europa är huvudmarknad. BillerudKorsnäs stärker successivt närvaron på de stora tillväxtmarknaderna i Asien.

**“**  
**En urban livsstil  
ökar efterfrågan på  
smarta och miljövänliga  
förpackningar.**



# 2013

**BillerudKorsnäs** möter marknaden världen över i tre affärsområden:

## PACKAGING PAPER

Affärsområde Packaging Paper erbjuder kraft- och säckpapper av premiumkvalitet samt smarta lösningar för kundernas tillverkningsprocesser och användningsområden. Några exempel är bärkassar, förpackningar för livsmedel, industriändamål och medicinska applikationer.

**Hållbart och effektivt**

## CONSUMER BOARD

Affärsområde Consumer Board levererar förpackningslösningar av högkvalitativ kartong för bland annat drycker, yoghurt, kyld och fryst mat samt andra konsumentvaror. Smarta lösningar för funktion, design och materialval adderar värde till kunderna.

**Rent och säkert**

## CONTAINERBOARD

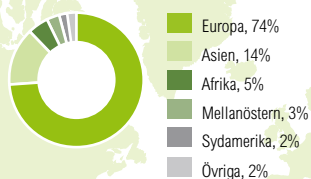
Starka och lätta material från affärsområde Containerboard används till wellpapp-förpackningar för känsliga varor och krävande transporter. Rådgivning kring förpackningsoptimering och effektiv distribution är en viktig del i erbjudandet.

**Starkt och lätt**

NETTOOMSÄTTNING PER  
AFFÄRSOMRÅDE



NETTOOMSÄTTNING PER  
GEOGRAFISK MARKNAD



NETTOOMSÄTTNING PER  
MARKNADSSEGMENT



**SEK 19,5 MILJARDER nettoomsättning 2013**

**SEK 1,1 MILJARDER rörelseresultat 2013**



11

**Förvärvet av Paccess** stärker  
BillerudKorsnäs närvaro i Asien.



26

Vi ska **leda och driva utvecklingen**  
av framtidens smarta och hållbara  
förpackningslösningar.



28

**Miljövinst** i alla led.

utvik	<b>BILLERUDKORSNÄS I KORTHET</b>
2	<b>VD HAR ORDET</b>
6	<b>STRATEGISK INRIKTNING</b>
8	<b>MARKNAD</b>
16	<b>AFFÄRSMODELL</b>
20	<b>MATERIAL</b>
22	<b>SOLUTION SERVICES</b>
24	<b>NÄTVERK</b>
26	<b>INNOVATION</b>
29	<b>AFFÄRSOMRÅDEN</b>
36	<b>PROCESSEFFEKTIVITET</b>
38	<b>HÅLLBARHET</b>
42	<b>FINANSIELL INFORMATION</b>
46	<b>LEDNINGSGRUPP</b>
48	<b>STYRELSE</b>
50	<b>BILLERUDKORSNÄS- AKTIEN</b>
52	<b>ORDLISTA</b>
omslag	<b>ADRESSER</b>

BillerudKorsnäs Årsöversikt ska tillsammans  
med Årsredovisning och Hållbarhetsredo-  
visning ses som bolagets sammanfattande  
rapportering för 2013.



# Ett första år

## – och ett rejält kliv framåt

När jag ser tillbaks på det första året med BillerudKorsnäs måste jag tillstå att jag är nöjd med vad vi åstadkommit. Vi hade högt ställda förväntningar på det nya bolaget och trots det överträffades de på flera punkter, framför allt när det gäller hur vi genomfört den första och stora delen av integrationen. I andra avseenden blev det tuffare, särskilt att parera den starka svenska kronan parallellt med den fortsatt svaga europeiska konjunkturen.

### SMIDIG INTEGRATION

Samarbetet inom bolagets alla delar, på alla nivåer fungerar mycket bra. Det har gjort att vi höjt målet för synergi- och besparings-effekter efter förvärvet av Korsnäs till MSEK 530 och vi räknar med att nå det redan under 2014, dvs ett år tidigare än beräknat. Allt detta pekar på en organisation som är taggad för uppgiften och som är inställd på att leverera.

Integrationen består av ett stort antal delprojekt som var och ett har egna målsättningar, tidsramar och projektledare.

De flesta projekt levererar över förväntan. Jag kan inte annat än säga att jag är mycket stolt över kraften i organisationen och det fantastiska arbete som läggs ned på att skapa ett långsiktigt starkt bolag. Mycket återstår naturligtvis att göra framöver och 2014 kommer delvis att präglas av fortsatt integration och även ett ökat fokus på tillgänglighet i produktionen. Under 2013 hade vi tyvärr lite för många produktionsrelaterade problem men vi har vidtagit åtgärder mot detta och för nästa år är det fullt fokus på dessa frågor.

### HÅLLBART VÄRDESKAPANDE

BillerudKorsnäs byggs för en hållbar utveckling för framtiden för att kunna leverera påtagligt värde till kunder och aktieägare. Förvärven av Korsnäs och UPMs förpackningspappersverksamhet som gjordes under 2012 fördubblade omsättningen och bolaget står nu starkare än någonsin. Vi har minskat exponeringen mot den konjunkturkänsliga massamarknaden, vi har minskat den relativa exponeringen mot utländsk valuta,

vi har en betydligt bredare produktportfölj och en betydligt större andel försäljning mot konsumentsegment, 75%. Allt detta borgar för en väsentligt ökad stabilitet och bör också kunna ge ett starkt kassaflöde över tiden. Givet detta tycker jag inte att resultatet för 2013 speglar vad bolaget på sikt kan prestera. Det operativa resultatet för året blev MSEK 1 113, på en omsättning om MSEK 19 533.

### OLIKA TRENDER FÖR DE TRE AFFÄRSOMRÅDEN

Affärsområde Consumer Board präglas av långa kundrelationer, hög stabilitet och lågt konjunkturberoende. Trots en del produktionsproblem levererade affärsområdet en hög och stabil marginal, 8% för 2013. Jag förväntar mig att detta kommer fortsätta under de kommande åren, och vi lade grunden under 2013 genom att sluta långsiktiga avtal med samtliga stora kunder inom vätskekartong.

## FINANSIELLA MÅL

# >10%

### Rörelsemarginal

Över en konjunkturcykel ska rörelsemarginalen i genomsnitt överstiga 10%. BillerudKorsnäs verkar i en bransch som historiskt följt ett cykliskt mönster med åtföljande svängningar i intjäningsförmåga.

UTFALL 2013: 6%

# >13%

### Avkastning på sysselsatt kapital

Över en konjunkturcykel ska avkastningen på sysselsatt kapital i genomsnitt överstiga 13%. BillerudKorsnäs ska säkerställa en avkastning som motsvarar aktieägarnas avkastningskrav samtidigt som kostnaden för bolagets skulder väl täcks.

UTFALL 2013: 6%



2013 I KORTHET

- **Nettoomsättningen** uppgick till MSEK 19 533 (10 427) • **Rörelseresultatet** ökade till MSEK 1 113 • **Nettoskuldsättningsgraden** uppgick till 0,78 (0,86) • **Utdelning** om SEK 2,25 per aktie är styrelsens förslag till årsstämman 2014 • **Paccess** förvärvades till 100% under året
- **Integration och synergier** realiseras i snabb takt och målet höjdes till MSEK 530 i årliga synergier • **Utökade resurser** inom forskning och utveckling • **Nya säljkontor** i Asien etablerades och säljkåren i USA förstärktes.

< 0,9

**Nettoskuldsättningsgrad**

Nettoskuldsättningsgraden ska understiga 0,9. BillerudKorsnäs verksamhet påverkas i betydande utsträckning av rådande konjunktur och har därmed en betydande rörelserisk. Det är därför viktigt att den finansiella ställningen stärks under goda år för att ge koncernen uthållighet under svagare perioder.

**UTFALL 2013: 0,78**

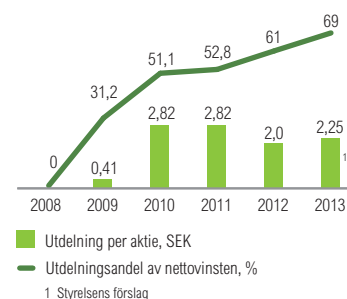
50%

**Utdelningspolicy**

Över en konjunkturcykel ska utdelningen i genomsnitt uppgå till 50% av nettovinsten. Utdelningen till aktieägarna kommer bli att vara beroende av BillerudKorsnäs resultatnivå, finansiella ställning och framtida utvecklingsmöjligheter.

**UTFALL 2013: 69%**

**UTDELNING**





# Våra smarta nyfiberbaserade förpackningslösningar erbjuder kunderna hållbara alternativ, och utbytet av icke förnybara material som plast och metall har bara börjat.

Även för affärsområde Containerboard var utvecklingen fortsatt positiv. Genom att fokusera på kundvärde har såväl stabiliteten som marginalerna ökat över tiden – 2013 blev marginalen 10% – och trots en ökande konkurrens räknar jag med att vi kommer kunna fortsätta försvara våra positioner inom området.

Affärsområde Packaging Paper har haft en tuff marknadssituation sedan betydande kapacitet tillkommit på en redan svag marknad. En betydande försvagning av orderböcker och en försämrad mix av produkter resulterade i en historiskt låg marginal, 4% under 2013. Det kommer med stor sannolikhet att dröja några kvartal innan förutsättningarna för affärsområdet väsentligt förbättras.

## STRATEGISK TILLVÄXT MED LÖNSAMHET

För BillerudKorsnäs står lönsam tillväxt i fokus. Det övergripande målet är att öka omsättningen organiskt med 15–20% fram till 2018. Affärsområde Consumer Board ska växa med 4–5% per år, baserat på våra långsiktiga kundrelationer. Detta kommer kräva investeringar i både kapacitet och i produktutveckling. Inom affärsområde Containerboard är strategin att fortsätta utveckla produkter och kundvärden och därigenom generera en tillväxt på 2–4% per år parallellt med långsiktig stärkta marginaler.

Inom Packaging Paper måste vi vara mer selektiva vad gäller marknader och investeringar i kvalitets- och produktutveckling. Marknaden växer med 0–4% per år beroende på segment, och vår strategi är att fokusera på och utveckla lönsamma tillväxtsegment och successivt lämna mindre

attraktiva områden för att växa i takt med marknaden.

I den mån vi stärker balansräkningen som planerat uppstår möjligheter att genomföra ytterligare förvärv. Men detta får anstå tills vidare. Under 2014 kommer fokus att vara på ökade marginaler och att säkerställa tillväxten.

## MÅLINRIKTADE INVESTERINGAR

Ambitionen är att hålla investeringstakten ungefär i nivå med avskrivningarna, för att balansräkningen inte ska öka i omfattning. För att styra mot en avkastning på sysselsatt kapital på 13% genomför vi enbart investeringar som har en avkastning på denna nivå, samtidigt som vi genomför ett projekt för att frigöra arbetande kapital. Jag bedömer att detta tillsammans med lönsam tillväxt på sikt kommer att ta avkastningen upp mot målnivå.

## HÅLLBARHETSMÅL

Fler hållbarhetsmål finns i Hållbarhetsredovisningen på [www.billerudkorsnas.se](http://www.billerudkorsnas.se)

<30 kg/ton

### Fossilfri produktion

Utsläppen av fossil koldioxid från tillverkningsprocessen ska uppgå till max 30 kg per ton produkt år 2020.

Visionen är en helt fossilfri produktion. 2013 uppgick biobränsleanvändningen till 97%.

**UTFALL 2013:**  
39 kg fossil koldioxid per ton produkt

<5,50 MWh/ton

### Energieffektiv produktion

Energiåtgången ska max uppgå till 5,50 MWh per ton produkt år 2014. Under 2013 minskade energianvändningen per ton produkt med drygt 10% jämfört med mätperioden föregående år.

**UTFALL 2013:**  
5,60 MWh per ton produkt



## VI UTMANAR DET KONVENTIONELLA

Under året utökade vi resurserna inom forskning och utveckling med 60% och startade en helt ny innovationsorganisation, New Business Lab. Vår målsättning är klar – vi ska utmana de konventionella materialen, de konventionella lösningarna och inte minst plasten. Vi ska driva och leda utvecklingen mot förnybara material och lösningar för framtidens smarta förpackningar. Genom investeringar i ny teknik, nya material och ständiga miljöförbättringar kan vi erbjuda det bästa värdet för varumärkesägare och konverterare samtidigt som vi framtidssäkrar bolaget.

## STARKARE NÄRVARO PÅ TILLVÄXTMARKNADER

I strategin ligger att vi måste se bortom vår traditionella marknad Europa. Även om det i Europa finns en viss tillväxt, siktar vi på marknader med högre tillväxttakt. Under 2013 öppnade vi nya säljkontor i Bangkok och Singapore för de sydostasiatiska marknaderna, och vi förstärkte säljkåren i USA för marknaderna i Nord- och Sydamerika. Vi ökade bemanningen i Dubai för att ge bättre service åt våra kunder i Mellanöstern.

I augusti förvärvade vi återstående 70% av aktierna i amerikanska Paccess för att stärka vår position i Kina och mot amerikanska och europeiska varumärkesägare. Vi räknar med att kunna fortsätta utveckla Paccess som en plattform för i första hand Containerboard, och successivt även för andra affärsområden. Förvärvet av Paccess innebär att vi kan erbjuda globala varu-



märkesägare, med tillverkning i Asien, kvalitetssäkrade förpackningslösningar i hela regionen.

Våra marknader växer i genomsnitt med 3–4% per år. Utvecklingen drivs av en snabb urbanisering över hela världen, ett ökat välbefinnande, nya konsumtionsmönster och större miljömedvetande. Allt detta innebär stora möjligheter för vår egen tillväxt. Våra smarta nyfiberbaserade förpackningslösningar erbjuder kunderna hållbara alternativ, och utbytet av icke förnybara material som plast och metall har bara börjat. Vi bidrar till en hållbar vardag för våra kunder och för miljontals konsumenter runt om i världen, varje dag, dygnet runt.

## INNOVATION ÄR KÄRNAN

Innovation är och ska vara vår drivkraft. Hållbarhet är vårt ledord. Vi tittar framåt mot morgondagens material och lösningar, vi hjälper våra kunder med smarta lösningar

som fungerar, vi bygger en öppen och kreativ miljö, i ett stort nätverk av kunder, maskintillverkare, forskare och specialister av olika slag. Det är så vi kan framtidssäkra BillerudKorsnäs, attrahera de bästa medarbetarna och det är så vi kan leverera värde till våra kunder och aktieägare.

Solna, mars 2014

Per Lindberg  
Verkställande direktör  
och koncernchef

<1/100

<5,5/miljon

### Säkra arbetsplatser

Antal arbetsolyckor som leder till sjukskrivning ska vara mindre än 1 per 100 anställda och max 5,5 per en miljon arbetstimmar år 2014 och 2020.

Visionen är 0 arbetsrelaterade olyckor som leder till sjukskrivning.

### UTFALL 2013:

1,5 olyckor per 100 anställda

8,2 olyckor per miljon arbetstimmar

Vi bidrar till **en hållbar vardag för våra kunder och för miljontals konsumenter** runt om i världen, varje dag, dygnet runt.

# STRATEGISK inriktning

Det övergripande målet är att **generera hållbar och lönsam tillväxt**. Omsättningen ska öka organiskt med 15-20% fram till 2018.



Koncernens verksamhet är inriktad på förpackningslösningar baserade på material av den rena, starka nyfibern från hållbart skogsbruk. Det är BillerudKorsnäs största konkurrensfördel.

## TILLVÄXT I FOKUS

BillerudKorsnäs övergripande mål är en hållbar och lönsam tillväxt. Målsättningen är en organisk tillväxt på 15-20% fram till 2018. Koncernen ska växa inom utvalda nischsegment där nyfiber gör skillnad och marginalerna är höga.

## TILLVÄXTMARKNADER

Konsumentnära sektorer, främst mat och dryck, svarar för cirka 75% av koncernens omsättning. Kundfokus breddas nu från förpackningstillverkare till varumärkesägare och stora dagligvaru- och detaljhandelskedjor.

BillerudKorsnäs ökar också närvaron på marknader utanför Europa, framför allt på utvalda tillväxtmarknader, för att ta del av generellt högre tillväxt inom främst byggindustrin och livsmedelssektorn.

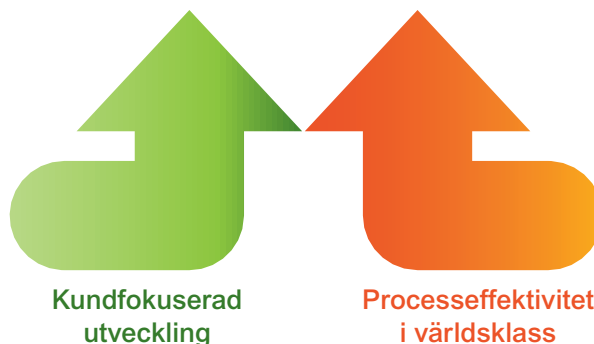
## KUNDFOKUSERAD UTVECKLING

BillerudKorsnäs ger kunden ett mervärde genom att tillföra smarta och hållbara lösningar, som gör förpackningen starkare och mer attraktiv och produktionen mer kostnadseffektiv. Förpackningslösningar som stärker kundernas varumärken och som minskar miljö- och klimatpåverkan i hela distributionskedjan.

Mycket av utvecklingen sker i nära samarbete med kunderna. Vi stärker resurserna inom forskning och utveckling och våra partnersamarbeten inom affärsutveckling.

*Läs mer om hur BillerudKorsnäs arbetar med innovation på sidorna 26-27.*

## TILLVÄXT



## PROCESSEFFEKTIVITET I VÄRLDSKLASS

Basen för BillerudKorsnäs starka plattform är en processeffektivitet i världsklass. Det innebär systematiska och kvalitativa förbättringar av process- och kostnadseffektiviteten i alla led – produktion, försäljning och administration.

På kort sikt ligger fokus på att realisera de stora synergieffekter som gjorts möjliga genom förvärvet i Finland och samgåendet mellan Billerud och Korsnäs.

## STRATEGISKA INVESTERINGAR

Det övergripande tillväxtmålet är baserat på organisk tillväxt inom befintlig kapacitet.

På längre sikt kan fler förvärv bli aktuella.



På BillerudKorsnäs kapitalmarknadsdag den 14 november presenterades koncernens nya tillväxtmål och i utställningen visades exempel på smarta material och lösningar.

#### TILLVÄXTMÅL OCH STRATEGI FÖR AFFÄRSOMRÅDENA

Koncernens affärsområden; Packaging Paper, Consumer Board och Containerboard är inriktade på olika förpackningsmaterial och marknadssegment. Mål och strategier för en hållbar och lönsam tillväxt skiljer därför mellan affärsområdena.

##### PACKAGING PAPER

Tillväxtmål: 0-4% per år.

Strategi: Selektiv tillväxt, det vill säga tillväxt inriktad på utvalda segment och balanserad av ytterligare konkurrerande kapacitet.

##### CONSUMER BOARD

Tillväxtmål: 4-5% per år.

Strategi: Volymtillväxt, det vill säga ökad volym på de viktigaste marknaderna.

##### CONTAINERBOARD

Tillväxtmål: 2-4% per år.

Strategi: Värdetillväxt, det vill säga ökade marginaler för den befintliga produktportföljen.

*Läs mer om respektive affärsområde på sidorna 30-35.*

#### VARUMÄRKESSTRATEGI

Starka varumärken bidrar till tillväxt och konkurrenskraft. BillerudKorsnäs breda produktportfölj, som omfattar ett 20-tal produkt- och servicevarumärken, har under året fått en tydlig identitet och koppling till koncernen.

Ett värdegrundsarbete har inletts för att tydliggöra företagskulturen samt stärka förtroendet och förväntningarna på marknaden.

**Tänka nytt**  
VÄRDEGRUND:  
Samarbeta  
**Skapa värde**  
Känna ansvar

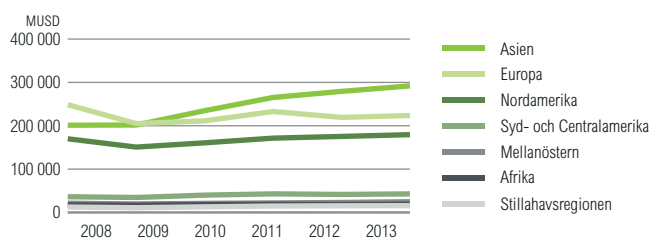


# Vår marknad VÄXER

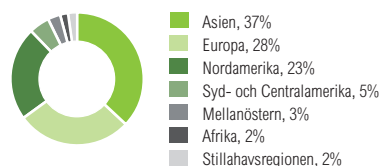
Över hela världen går flyttlassen in till städerna, livsstil och konsumtionsmönster förändras i snabb takt och en ökad handel kräver **effektiva och hållbara förpackningar**. För BillerudKorsnäs innebär detta stora möjligheter.



GLOBAL FÖRPACKNINGSMARKNAD,  
TREND PER GEOGRAFISK MARKNAD<sup>1</sup>



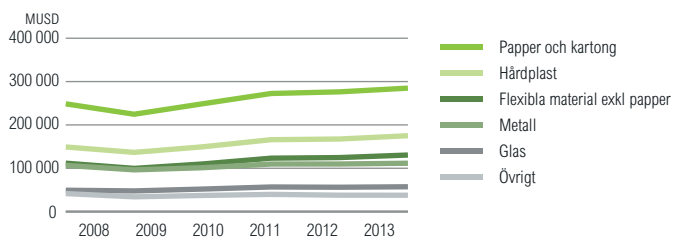
GLOBAL FÖRPACKNINGSMARKNAD,  
PER GEOGRAFISK MARKNAD<sup>1</sup>



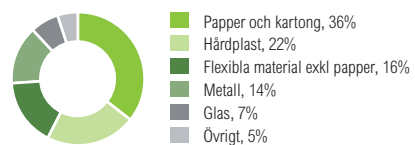
<sup>1</sup> Smithers Pira, 2013.



**GLOBAL FÖRPACKNINGSMARKNAD,  
TREND PER MATERIALSLAG<sup>1</sup>**



**GLOBAL FÖRPACKNINGSMARKNAD,  
PER MATERIALSLAG<sup>1</sup>**



<sup>1</sup> Smithers Pira, 2013.

# Marknaden för förpackningar växer världen över

Efterfrågan på effektiva och hållbara förpackningar drivs av befolkningsökningen och av globala megatrender: inflyttning till städer och en växande medelklass som vill leva bekvämt, hälsosamt och miljövänligt och som ställer krav på resurssnåla, återvinningsbara och klimatsmarta förpackningar. Internationella varumärkesägare, detaljist- och dagligvarukedjor med tillverkning och försäljning över hela världen efterfrågar effektiva och smarta förpackningar som skyddar godset och stärker varumärket, hela vägen hem till slutkonsumenten.

För BillerudKorsnäs, en av världens ledande leverantörer av nyfiberbaserade förpackningsmaterial, innebär allt detta en stor potential.

## TILLVÄXTMARKNADERNA ÖKAR

Förpackningsindustrin väntas öka med 4,1% årligen från 2013 till 2018, i tillväxtmarknaderna med 8-10%. Asien är den största förpackningsmarknaden, med 37% av totalen, och den växer snabbt, främst Kina och Indien. Även i Afrika ökar efterfrågan, från en låg nivå.

Idag står medelinkomstfamiljen i USA och EU för cirka 50% av all konsumtion. Om trettio år väntas den andelen ha minskat till drygt 10%, samtidigt som Asien ökar sin andel till 70%.<sup>1</sup>

## URBANISERING

Överallt i världen flyttar människor in till städerna. Livsstil och konsumtionsmönster förändras och mat handlas i snabbköpet istället för på torget i byn. Det ställer stora

krav på förpackningar och distributionskedjor.

Städerna ökar sin andel av befolkningen med 4% per år, från 2,4 miljarder 2010 till 4,2 miljarder 2025. Under samma period ökar världens befolkning från 6,8 till 7,9 miljarder.

## ÖKAT VÄLSTÅND OCH NYA KONSUMTIONSMÖNSTER

Nära sammankopplad med urbaniseringen är framväxten av en global medelklass, både i absoluta och relativa tal. Den nya medelklassen uppvisar samma konsumtionsmönster som Västeuropa och USA. Större inkomster och köpkraft innebär en ökad efterfrågan på alla slags produkter, och en livsstil som sätter bekvämlighet högt. Småhushåll kräver mindre förpackningsstorlekar, och heltidsarbetande vuxna efterfrågar färdigförpackat och färdigmat. Till exempel förväntas efterfrågan på små vätskeförpackningar växa med 6% årligen, i Asien och Afrika med så mycket som 8%.<sup>2</sup>

Varumärkesägarna ser behovet och möjligheter att öka attraktionen och kundlojaliteten genom användarvänliga förpackningar som syns i butiken.

## HÅLLBARHET I ALLA LED

Ett större miljömedvetande avspeglas i en kraftig ökning av både produktion och försäljning av miljömärkta varor och företag världen över stärker sitt miljö- och hållbarhetsarbete.

Hos många konsumenter finns en oro över förpackningens miljöpåverkan.

Pappersförpackningar har en stor fördel gentemot förpackningar av fossil plast, och generellt en mycket låg andel av en varas miljö- och klimatpåverkan. Råvara från hållbara skogar är en förnybar resurs och slutprodukten är återvinningsbar.

Vätskekartong, som framför allt används till mjölk- och juiceprodukter, har till exempel en betydande miljöfördel jämfört med både plast och glas när det gäller utsläpp av CO<sub>2</sub>. Fibern i nyfiberbaserade förpackningar av hög kvalitet kan dessutom materialåtervinnas upp till sex gånger.

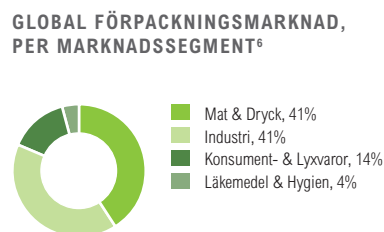
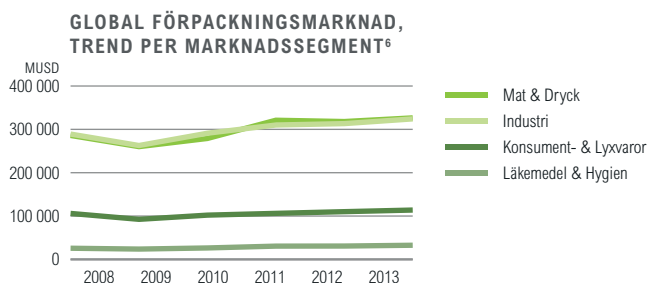
## FÖRETAG OCH PRODUKTER BLIR GLOBALA

I vår vardag är vi alla alltmer beroende av varor och tjänster som kommer från andra delar av världen. Sedan 1970 har världshandelns andel av den totala produktionen tredubblats, från drygt 10% till över 30%. Många företag och produkter är i verklig mening globala och en vara innehåller ofta komponenter från flera olika länder.<sup>3</sup> Och trenden fortsätter. Den globala handeln väntas öka med upp till 8% per år.<sup>4</sup>

Utvecklingsländerna nästan fördubblade sin andel av världshandeln, från 25 till 47% mellan 1980 och 2010.<sup>5</sup> Utvecklingen drivs på av en ökad specialisering och digitalisering, som möjliggör internationella produktionsnätverk för både varor och tjänster.

Varumärkesägare, dagligvaru- och detaljistkedjor efterfrågar innovativa, effektiva och hållbara transportlösningar som minskar svinn och skyddar varan längs hela transportvägen till slutkunden.

1 OECD/WEF. 2 BillerudKorsnäs. 3 WTO och IMF. 4 Global Connections Report/HSBC. 5 Human Development Report/UNDP. 6 Smithers Pira, 2013.





En mindre förpackning kan göra stor skillnad för miljön.

## **Paccess stärker** *BillerudKorsnäs* *närvaro i Asien*

**G**lobala varumärkesägare måste kunna garantera samma köppplevelse oavsett var produkten tillverkats och var i världen kunden befinner sig. Detta ställer höga krav på kvalitet, effektivitet och hållbarhet i hela leveranskedjan, från fabrik till kund.

Paccess, som sedan augusti 2013 är ett helägt dotterbolag till BillerudKorsnäs, gör livet lite enklare för varumärkesägare med produktion i Asien. Paccess är experter på optimerade, standardiserade och kvalitetssäkrade förpackningslösningar och har byggt upp ett starkt nätverk av specialiserade leverantörer i hela regionen.

Förvärvet stärker BillerudKorsnäs erbjudande och närvaro på de stora tillväxtmarknaderna i Asien, samtidigt som det ökar Paccess kunskap kring hållbara, nyfiberbaserade förpackningslösningar.

Och för kunderna blir hela processen enklare, snabbare och säkrare.





# SEGMENT

# MARKNADS

## MAT & DRYCK 60% (57%)

– SKYDDA OCH BEVARA SMAK OCH NÄRING

**Används främst till** • Vätskeförpackningar • Bröd-, socker- och mjölpåsar  
• Muggar • Tråg • Wellådor för frukt och grönt • Hämtmat- och färskmatsförpackningar



Mat & Dryck är det största förpackningssegmentet med 41% av världsmarknaden 2012, vilket motsvarar cirka USD 318 miljarder<sup>1</sup>. Europa är den största marknaden, men i tillväxtländer som till exempel Indien väntas marknaden öka med minst 10% per år under kommande år.

### ÖKAT VÄLSTÅND OCH NYA VANOR

Stigande välstånd och inflyttning till städerna bidrar till ökad konsumtion, stora förändringar i livsstil och nya matvanor. Detta ökar behovet av fler och mer sofistikerade förpackningslösningar, inte minst inom livsmedelssektorn. Samtidigt ökar

miljöengagemanget och konsumenterna föredrar i allt högre utsträckning förpackningar av förnybara material framför fossila plaster. Förpackningarna måste tåla längre transporter, bidra till god arbetsmiljö och transportekonomi och minska sinnet och resursslöseriet.

Förpackningarna ska vara rena och säkra samt skydda och bevara det känsliga innehållet utan att påverka smak och doft.

För att förlänga hållbarheten i butikerna och minska hanteringskostnaderna satsar dagligvarukedjorna på färdigförpackade färsvaror.

### MER FÄRDIGMAT

En högre andel förvärvsarbete, alltfler småhushåll och krav på en ökad bekvämlighet driver på efterfrågan på färdiglagad mat. Detta ökar behovet av portionsförpackningar för hämtmat och dryck.

### STÖRSTA SEGMENTET

Mat & Dryck svarade 2013 för 60% av BillerudKorsnäs försäljning.

De största kundgrupperna är förpackningstillverkare, varumärkesägare och stora detaljist- och konsumentkedjor.

<sup>1</sup> Smithers Pira, 2013.



## KONSUMENT- & LYXVAROR 10% (11%)

– ADDERA VÄRDE OCH STÄRKA VARUMÄRKET

**Används främst till** • Bärkassar • Presentpåsar • Kartonglådor och wellådor för kosmetika, klockor, skor och drycker



Förpackningar för Konsument- & Lyxvaror svarade för 14% av världsmarknaden 2012, vilket motsvarade USD 110 miljarder<sup>1</sup>. Globalt drivs marknaden främst av den växande medelklassen som har en hög konsumtionsnivå och speglar sin egen livsstil i varor och varumärkesval.

### FÖRPACKNINGEN STÄRKER VARUMÄRKET

Förpackningens form och design förmedlar ett första intryck och har stor betydelse för konsumentens köpbeslut. Varorna måste sticka ut i detaljhandeln. Det gör förpackningen till en viktig del av varumärket och marknadsföringen. Därför lägger varumärkesägare allt mer fokus på särskiljande och säljande förpackningsdesign och efterfrågar

högkvalitativa material med goda tryckegenskaper. Lyxartiklar säljs ofta med exklusiva förpackningar.

### KONSUMENTNÄRA FÖRSÄLJNING

Segmentet svarade 2013 för 10% av BillerudKorsnäs försäljning.

Bland slutkunderna finns ledande internationella varumärkesägare med global marknadsföring av sina produkter.

## LÄKEMEDEL & HYGIEN 6% (6%)

– MAXIMERA RENHET OCH PRESTATION

**Används främst till** • Medicinska förpackningar • Skyddspapper för självhäftande hygienartiklar • Papper för olika steriliserings- och förpackningsmetoder



Förpackningar för Läkemedel & Hygien svarade 2012 för 4% av den globala förpackningsmarknaden, vilket motsvarade USD 31 miljarder<sup>1</sup>.

Tillväxten i segmentet är snabbare än förpackningsmarknaden totalt och ökningstakten förväntas fortsätta. Det är främst det ökande välbefindandet som driver efterfrågan på hygien- och läkemedelsprodukter men även den allt större och åldrande befolkningen.

Enligt FN har medellivslängden ökat från 53 år i början av 60-talet och är i dag 70 år.<sup>2</sup>

### FOKUS PÅ RENHET

Sjukvård är ett mycket specialiserat segment med ett omfattande regelverk med krav på säkra, rena och pålitliga förpackningar. Förslutnings- och öppningsegenskaper är livsviktiga för att innehållet ska förbli sterilt. Engångsförpackningar för medicin-

produkter ökar kraftigt till följd av att instrumenten i många fall steriliseras i förpackningen.

### HÖGSPECIALISERADE PRODUKTER

Läkemedel & Hygien svarade 2013 för 6% av BillerudKorsnäs försäljning.

Bland slutkunderna finns både medicinteknisk industri och förpackningstillverkare.

## INDUSTRI 24% (26%)

– OPTIMERA KRÄVANDE PRODUKTION

**Används främst till** • Säckar för cement och andra pulverformiga material • Transportförpackningar • Skyddspapper för höggångsstål • Specialpapper



Slutanvändare inom industrin står för nästan lika stor andel av världsmarknaden för förpackningar som segmentet Mat & Dryck, 41% 2012, vilket motsvarar USD 313 miljarder<sup>1</sup>. Den största marknaden är Asien som förväntas växa med drygt 6% per år fram till 2018.

### ÖKAD EFFEKTIVITET OCH BÄTTRE ARBETSMILJÖ

Att investera i optimala förpackningslösningar ger fördelar i form av ökad produktivitet, effektivare logistik samt mindre spill och

svinn. Smarta förpackningar bidrar också till en bättre arbetsmiljö. Industrins efterfrågan på leverantörer som kan erbjuda produkter och tjänster med hög kvalitet och som har en gedigen processkunskap ökar.




### CEMENT EN VIKTIG MARKNAD

Segmentet svarade 2013 för 24% av BillerudKorsnäs försäljning. Säckpapper är det största produktområdet och kunderna är ofta förpackningstillverkare eller cementproducenter med egen säcktillverkning. Cirka två tredjedelar av BillerudKorsnäs

säckpapper används till förpackningar för byggmaterial. BillerudKorsnäs QuickFill<sup>®</sup> har en stark konkurrensfördel genom papprets styrkeegenskaper och avluftningsförmåga som väsentligt ökar effektiviteten vid fyllning.

<sup>1</sup> Smithers Pira, 2013.  
<sup>2</sup> WHO/Gapminder.

# Marknadsöversikt

	PACKAGING PAPER <sup>1</sup>		CONSUMER BOARD
<b>BillerudKorsnäs produkter</b>	<b>Kraftpapper</b> 17% av försäljningsvolymen	<b>Säckpapper</b> 12% av försäljningsvolymen	<b>Vätskekartong</b> 37% av försäljningsvolymen är vätske- och förpackningskartong
<b>Viktigaste användningsområden</b>	<p><b>Förpackningar för Mat &amp; Dryck, cirka 3/5 av volymen</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Förpackningar för mjöl, socker, gryn m m</li> <li>Öppna påsar, bröd m m</li> <li>Bärkassar</li> <li>Flexibla förpackningar</li> <li>Formbara förpackningar</li> </ul> <p><b>Övriga applikationer, cirka 2/5 av volymen</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Medicinska förpackningar</li> <li>Skyddspapper för limskikt på självhäftande material</li> <li>Skyddspapper för stål</li> </ul>	<p><b>Förpackning av byggmaterial, industrimineraler och kemikalier, cirka 2/3 av volymen</b></p> <p><b>Förpackning av bl a livsmedel och djurfoder, cirka 1/3 av volymen</b></p> <p>Huvuddelen av BillerudKorsnäs vita säckpapper säljs i Europa medan cirka 3/4 av brunt säckpapper säljs till tillväxtregioner utanför Europa, främst Nordafrika och Sydostasien</p>	<p><b>Förpackningar för</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Mjölk</li> <li>Juice</li> <li>Andra drycker och flytande livsmedel</li> <li>Konserverat mat</li> </ul>
<b>Marknadssegment</b>			
<b>Trender och drivkrafter</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Ökad miljömedvetenhet och hållbarhetsfokus ger papper en konkurrensfördel relativt fossil plast inom konsumentnära branscher</li> <li>Ökat välstånd och en växande medelklass</li> <li>Urbanisering</li> <li>Krav på ökad prestanda och funktion</li> <li>Ökat intresse för förpackningens design som ett sätt att differentiera produkten och stärka varumärket</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Stark underliggande efterfrågeökning på grund av ökat byggande i stora delar av Asien och Afrika</li> <li>Krav på ökad prestanda, vilket gynnar högkvalitativt papper</li> <li>Förbättrad arbetsmiljö kräver mindre förpackningsstorlekar samt papper med hög prestanda som t ex inte släpper igenom damm</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Ökad levnadsstandard och växande medelklass i främst Asien, Afrika och Sydamerika</li> <li>Ökade krav på ren, hög och jämn produktkvalitet</li> <li>Ökade krav på hög tryckkvalitet</li> <li>Ökad miljömedvetenhet och hållbarhetsfokus ger papper en konkurrensfördel relativt fossil plast inom konsumentnära branscher</li> <li>Urbanisering</li> </ul>
<b>BillerudKorsnäs position</b>	Ledande tillverkare av starka och högkvalitativa kraftpapper av nyfiber i Europa <sup>2</sup>	Globalt ledande inom högporöst säckpapper av nyfiber <sup>3</sup>	En av de ledande vätskekartongleverantörerna i världen <sup>4</sup>
<b>Största konkurrenter</b>	<p>Främsta konkurrenten kommer från förpackningslösningar av plast</p> <p>Andra stora kraftpapperstillverkare inkluderar Mondi samt flera av Europas specialpapperstillverkare</p>	<p>Främsta konkurrenten kommer från säcklösningar av plast och från bulkdistribution (bl a färdigblandad cement direkt från lastbil)</p> <p>Andra stora säckpapperstillverkare är Mondi, Canfor, Segezha och Smurfit Kappa</p>	<p>Andra stora leverantörer av vätskekartong är Stora Enso, Klabin, Rank Group, MeadWestvaco och International Paper</p> <p>Konkurrens finns även från andra förpackningsmaterial, främst plast</p>




<sup>1</sup> Packaging Paper inkluderar avsalumassa som svarar för cirka 13% i försäljningsvolym.

<sup>2</sup> Baserat på statistik från Pöyry Management Consulting och Eurostat.

<sup>3</sup> BillerudKorsnäs bedömning.

<sup>4</sup> Baserat på statistik från Pöyry Management Consulting.

<sup>5</sup> World Containerboard Organisation, [www.wco-containerboard.org](http://www.wco-containerboard.org)

<b>CONTAINERBOARD</b>		
<b>Förpackningskartong</b>	<b>Fluting</b> 12% av försäljningsvolymen	<b>Liner</b> 9% av försäljningsvolymen
<p><b>Förpackningar för</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Exklusiv dryck</li> <li>• Skönhets- och hälsovårdsprodukter</li> <li>• Konfektyr</li> <li>• Hemelektronik och industriella varor</li> <li>• Kyld och fryst mat</li> </ul>	<p><b>Förpackningar för</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Frukt och grönsaker, cirka 2/3 av volymen</li> <li>• Komponenter till bilindustrin, vitvaror samt elektronik</li> <li>• Transporter</li> </ul>	<p><b>Primärförpackningar för</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Exklusiv dryck</li> <li>• Skönhets- och hälsovårdsprodukter</li> <li>• Konfektyr</li> <li>• Hemelektronik</li> </ul> <p><b>Sekundärförpackningar för</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Konsumentvaror</li> </ul> <p><b>Butiksfärdiga förpackningar</b></p>
		
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ökat intresse för förpackningens utseende och design som ett sätt att differentiera produkten och stärka varumärket</li> <li>• Ökad levnadsstandard och växande medelklass driver på tillväxten i premiumsegmentet</li> <li>• Ökad miljömedvetenhet och hållbarhetsfokus ger papper en konkurrensfördel relativt fossil plast inom konsumentnära branscher</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ökad global handel</li> <li>• Ökad förståelse för förpackningens inverkan på svinnet inom transportkedjan för frukt och grönt</li> <li>• Högkvalitativ fluting ger förpackningslösningar med låg vikt som minskar transportkostnaden</li> <li>• Höjda krav på produktsäkerhet i livsmedelskedjan ökar efterfrågan på nyfiberbaserad fluting</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ökat intresse för förpackningens utseende, design och känsla som ett sätt att differentiera produkten och stärka varumärket</li> <li>• Höjda krav på produktsäkerhet i livsmedelskedjan ökar efterfrågan på nyfiberbaserad liner</li> <li>• Ökad miljömedvetenhet och hållbarhetsfokus ger papper en konkurrensfördel relativt fossil plast inom konsumentnära branscher</li> </ul>
<p>En av de större producenterna av nyfiberbaserad förpackningskartong i Europa <sup>4</sup></p>	<p>Kvalitets- <sup>3</sup> och marknadsledande <sup>5</sup> tillverkare i Europa inom toppsegmentet med stark position inom frukt och grönsaker</p>	<p>Marknadsledare i Europa på helvit nyfiberbaserad liner <sup>3</sup> och en av de ledande leverantörerna av bestruken nyfiberbaserad liner globalt <sup>3</sup></p>
<p>Andra leverantörer av förpackningskartong i premiumsegmentet är Iggesund, Metsä Board, Stora Enso, MeadWestvaco och International Paper</p>	<p>Konkurrensen kommer från returfiberbaserad fluting samt andra material som plast och trä</p> <p>Andra stora tillverkare av nyfiberbaserad fluting är Stora Enso, Mondi och Powerflute</p>	<p>Andra stora tillverkare är bland andra Metsä Board och Mondi</p> <p>Konkurrens finns även från bestruken och obestruken White Top Testliner (baserad på returfiber)</p>



Segment Mat & Dryck



Segment Industri



Segment Konsument - & Lyxvaror



Segment Läkemedel & Hygien



# Affärsmodell

BillerudKorsnäs affärsmodell sätter kunden i fokus. Våra förpackningslösningar kombinerar **nyfiberbaserade material med rådgivning, service och den samlade kunskapen hos ett globalt nätverk** av förpackningstillverkare, maskinleverantörer och forskare.

Så tillför vi värde i nära samverkan med kunderna.



## Inköp av vedråvara

BillerudKorsnäs köper sin vedråvara från ansvarsfullt skötta skogar i främst Sverige, Norge, Finland och Baltikum.



## Tillverkning av papper och kartong

Tillverkningen av papper och kartong sker i BillerudKorsnäs åtta produktionsanläggningar i Sverige, Finland och Storbritannien. Alla är kvalitets- och miljöcertifierade. BillerudKorsnäs är självförsörjande på massa, och använder nyfiber i tillverkningen, vilket ger rena, starka och lätta produkter.

## Slutanvändare

Konsumenter i hela världen möter BillerudKorsnäs produkter överallt i sin vardag – i butiker och shoppinggallerior, hemma och på jobbet, vid frukosten, på lunchen, när de lagar middag eller hämtar färdiglagat från pizzerian.

## En hållbar vardag

## Kunder

BillerudKorsnäs produkter säljs till förpackningstillverkare och i ökad utsträckning direkt till globala varumärkesägare, detaljhandels- och dagligvarukedjor.

## Försäljning

BillerudKorsnäs förser omkring 2 000 kunder i mer än 100 länder med produkter och tjänster. Försäljningskontor finns i Bangkok, Barcelona, Dubai, Hamburg, Jakarta, Milano, Nottingham, Paris, Shanghai, Singapore och Stockholm.



## Solution services

BillerudKorsnäs hjälper kunderna att välja rätt förpackningslösning för sina produkter och sin logistik. Material, form och funktionalitet testas i BillerudKorsnäs egna laboratorier.



# Smartare förpackningar ger många fördelar

Smartare förpackningslösningar innebär många fördelar för kunden. Vi har samlat dem under fem olika områden, som omfattar hela vägen genom värdekedjan, från valet av material till den starka varumärkesupplevelsen.

## SHARPER BRANDS

engagerar och inspirerar

Förpackningar som är roliga, interaktiva, intelligenta och håller vad de lovar, som engagerar konsumenter och stärker värdefulla varumärken.

## FRESHER THINKING

formar framtiden

Förpackningar som tidigare var helt otänkbara. Som är uttrycksfulla, unika, visuella och ger en skön taktil känsla.

## SMOOTHER JOURNEYS

skyddar och bevarar

Förpackningslösningar som skyddar och bevarar produkter under långa transporter och skiftande klimat, förlänger produktens livslängd på butikshyllan och ökar möjligheten att nå ut på nya marknader.

## GREATER RESULTS

ökar lönsamheten

Lätta, starka och optimerade förpackningslösningar som ökar produktiviteten och garanterar produktsäkerheten.

## BRIGHTER FUTURES

skapar vi tillsammans

Genom att använda hållbara, återvinningsbara och förnybara material minskar vi avfallet och användningen av fossila plaster, och tar tillsammans ansvar för vår framtid och den värld vi lever i.



Sharper brands  
Fresher thinking

SMOOTHER JOURNEYS  
Greater

results  
BRIGHTER FUTURES



“

**För att folk ska få smaka på den här fantastiska maten gäller det att de hittar produkterna i butiken. Det är där förpackningarna kommer in,**

*säger Paolo Roberto, f d proffsboxare*

**N**är Paolo Roberto, boxare, kampsportare och författare till flera böcker om mat och träning lanserade sina första produkter, pasta och såser under egna varumärket PAOLOS, inleddes ett spännande samarbete med BillerudKorsnäs.

Tillsammans har vi skapat en unik förpackning som stärker varumärket. Paolos pasta sticker ut i mängden och syns i butiken.

Förpackningen har fått hantverksmässiga detaljer och en sleeve i form av ett boxningsbälte, en hyllning till titelmästaren, som nu vill hjälpa alla att bli mästare i köket.

Förpackningsmaterialet är BillerudKorsnäs FibreForm®, ett extremt formbart material som gör det möjligt att använda papper på ett helt nytt sätt.

FibreForm tillverkas av förnybar råvara. Det blir en garanterat hållbar förpackning.



Kraftpapper används med fördel till konsumtionsvaror. Med hög styvhet och renhet passar det flexibla förpackningar. De goda rivegenskaperna underlättar när förpackningen öppnas.



# Högpresterande MATERIAL

Förpackningar av förnybar och återvinningsbar nyfiber är rena, starka och lätta. BillerudKorsnäs högpresterande material bidrar till **förpackningslösningar för en hållbar framtid.**



## KRAFTPAPPER

BillerudKorsnäs breda sortiment av kraftpapper för livsmedel möter konsumenternas krav på mer miljövänliga, attraktiva och taktila förpackningar. Alla produkter är godkända som livsmedelsförpackningar. För starka bärkassar behövs kraftpapper som inte går sönder.

Hälsa- och sjukvården har höga krav på säkra och sterila förpackningar. BillerudKorsnäs utvecklar papper som kombinerar renhet, styrka och flexibilitet och som är anpassat för många olika funktioner.

Kraftpappret interleaving är högabsorberande för industriell användning. Det är starkt, rent, absolut fritt från partiklar och skyddar höglansstål för exempelvis bilplåt. Det har överlägsen körbarhet och trots att det är extremt tunt gör styrkan att det kan återanvändas.





### FÖRPACKNINGSKARTONG

BillerudKorsnäs förpackningskartong är lukt- och smakneutral, ger utmärkt tryck och klarar stabila konstruktioner med fönster, handtag och smarta häng- och låsanordningar.



### LINER

BillerudKorsnäs liner har en lång rad olika användningsområden – från pizzakartonger till förpackningar för choklad, viner och skönhetsprodukter.



### FIBREFORM

BillerudKorsnäs FibreForm® utmanar fossil plast. Med sin extremt höga töjbarhet kan det formas till förpackningslösningar i helt nya former.



### FLUTING

Med en av världens starkaste fluting skyddas och förpackas ömtåliga varor och tungt gods, allt från kristallglas till avokado.



### VÄTSKEKARTONG

BillerudKorsnäs högkvalitativa vätskekartong skyddar och bevarar. Den påverkar inte smak eller doft och ger stabila, greppvänliga förpackningar.



### SÄCKPAPPER

Säckpappret QuickFill kombinerar styrka med god avluftning och används i premiumsegmentet för ventil säckar.



### CUP STOCK

Cup Stock är speciellt utvecklad för tillverkning av pappersmuggar, ett intressant område när marknaden för hämtmat och dryck växer.

# Solution Services

BillerudKorsnäs kunder – oavsett om de är förpacknings-tillverkare, varumärkesägare eller dagligvarukedjor, får hjälp med att **hitta den bästa förpackningslösningen** för sina produkter och sin logistik.



Solution Services står för att BillerudKorsnäs kunder ska få hjälp med att hitta den optimala förpackningslösningen för just sina produkter och sin logistik. Det handlar om hållbarhet och prestanda i materialval, design och konstruktion. Lösningen ska säkra en bra och trygg arbetsmiljö, en effektiv produktion och transportoptimering hela vägen till butik. I mötet med konsumenten ska förpackningen på bästa sätt bidra till att öka försäljningen och stärka lojaliteten med varumärket.

## KUNDNÄRA UTVECKLING

Det kundnära arbetssättet ger värdefull kunskap om utvalda marknadssegment och bidrar till att öka andelen premium-

produkter inom områden där kunder värdesätter den höga kvalitet och funktion som BillerudKorsnäs erbjuder.

Spännande exempel är QuickFill, ett säckpapper som gör det möjligt att tillverka starka, hållbara säckar av färre lager och som har stora försäljningsframgångar i tillväxtregioner. SoliQ är ett unikt servicekoncept, som säkerställer kvaliteten och minskar miljöpåverkan under långa, krävande transporter av färsvaror.

Våra specialistteam arbetar mot större varumärkesägare, ofta företag med global produktion och försäljning. För dem är optimerade förpackningslösningar i fokus för att öka konkurrenskraft och lönsamhet.

## STÖD HELA VÄGEN

Affärsutveckling och innovation bedrivs i tvärfunktionella team. BillerudKorsnäs utvecklingscenter testar prototyper och arbetar med allt från optimering av befintliga förpackningar till rena innovationsprocesser. Nära utvecklingscentren arbetar teknisk support med specialistkunskaper om materialet och hur dess potential kan utnyttjas för bästa möjliga resultat inom varje användningsområde och segment. De utbildar, överför kunskap och stöder även tillverkningsprocessen på plats hos kunder.

*Läs mer om hur BillerudKorsnäs arbetar med innovation på sidorna 26-27.*



## Så klarar kiwin **hela resan från Nya Zeeland**

**A**tt transportera 86 miljoner kartonger fyllda med kiwifrukt från odlingar i Nya Zeeland till slutkonsumenter över hela världen ställer höga krav på förpackningslösningen.

Zespri, världens största exportör av kiwi, valde att samarbeta med BillerudKorsnäs och förpackningstillverkaren Orora Kiwi Packaging för att hitta den optimala lösningen. Samarbetet har resulterat i en förpackning som tål att staplas och behåller stabiliteten under extremt tuffa förhållanden med långa och krävande transporter, hög luftfuktighet och månader i kylhus.

Materialet bygger på BillerudKorsnäs extremt starka fluting, som tillverkas av 100% nyfiber. Testerna föll väl ut och den nya lösningen var igång i full skala redan efter ett par månader. Resultatet är en effektivare förpackning, enklare hantering och mindre svinn i hela kedjan.

Och den goda och nyttiga kiwin behåller smak och kvalitet hela vägen hem till konsument.

“

*Jag är mycket nöjd med resultatet. Vi har fått en robust lösning som klarar alla våra krav,*

*säger Janet Clendon,  
Global Packaging Manager, Zespri International Ltd*



# Globalt nätverk

Tillsammans med maskinleverantörer, förpackningstillverkare och forskare världen över arbetar BillerudKorsnäs för att erbjuda **innovativa och säkra förpackningslösningar med global räckvidd.**



BillerudKorsnäs arbetar med ett nätverk av maskintillverkare, förpackningstillverkare, designbyråer, forskare och myndigheter för att tillsammans med dem kunna erbjuda varumärkesägare global räckvidd, snabbhet till marknaden, kvalitetssäkring och trygga leveranser.

Kunder och partners i över 100 länder ger tillgång till en unik kunskapsbank och specialistkompetens som kan användas för att hitta lösningar på komplexa förpackningsutmaningar.

BillerudKorsnäs har bland annat ett nätverk av nytänkande och kvalitetssäkrade wellpappstillverkare med ensamrätt att tillhandhålla SoliQ-konceptet på fruktexportmarknaderna.

## PACCESS TILLFÖR NY KOMPETENS

BillerudKorsnäs dotterbolag Paccess har tillfört värdefull kompetens kring förpackningslösningar för varumärkesägare med global försäljning och tillverkning i Asien.

Paccess har tillgång till ett kvalitetssäkrat nätverk av material- och förpackningstillverkare i hela regionen.

*Läs mer om hur Paccess tillför kompetens och stärker BillerudKorsnäs närvaro i Asien på sidan 11.*



SoliQ är ett unikt servicekoncept för att optimera leveranskedjan för frukt och grönt, hela vägen från odlaren till konsumenten. Med BillerudKorsnäs nyfiberbaserade fluting klarar förpackningen skilda krav på fuktighet, temperatur och ventilation under långa och krävande transporter. Den är lätt och stabil, vilket minskar materialåtgången och vikten och håller därmed nere fraktkostnaden. SoliQ håller det värdefulla innehållet fräscht hela vägen till butiken.



## Ett nära och kreativt **samarbete**

**S**amarbetet mellan Tetra Pak och Billerud-Korsnäs har pågått oavbrutet i mer än 60 år och de båda företagen har varit inblandade i många gemensamma utvecklings- och förbättringsaktiviteter. Tillsammans har man uppnått resultat som hade varit omöjliga att nå på egen hand.

Tetra Pak introducerar kontinuerligt nya format och storlekar för att möta marknadens krav och flyttar fram gränserna för vad man kan göra med kartong.

Konvertering är en mycket mer komplicerad process idag när samma kartong används för många

olika applikationer. Tillverkning av förpackningar som till exempel Tetra Prisma Aseptic® eller Tetra Gemina® Aseptic kräver en kartong med speciella egenskaper för att uppnå bästa resultat under vikning och formning i fyllningsmaskinen. Framför allt måste kartongen ha en robust struktur och en styrka som gör det möjligt att klara kraven på nya och större öppningsanordningar och olika typer av förpackningar. Kartongen måste också ha ett ytskikt som möjliggör en bättre tryckkvalitet.

“  
**Vi har många gemensamma mål som vi strävar efter tillsammans i ett mycket öppet samarbete. Resultaten visar vad vi kan åstadkomma.**

*Sam Strömerstén,  
 Executive VP Supply Chain at Tetra Pak*

# Innovation är kärnan

BillerudKorsnäs utmanar traditionella lösningar. Vi tittar på nya material, nya behov och affärsmöjligheter. **Smarta förpackningar för en hållbar framtid.**



Förpackningen har en viktig roll i ett hållbart samhälle. Smartare förpackningslösningar sparar resurser och kostnader, stärker varumärken, och bidrar till effektivare logistik och en bättre miljö.

Redan nu kan fiberbaserade material ersätta plast, glas och metall på områden där det tidigare var otänkbart. Och utvecklingen går hela tiden framåt. Förpackningen blir också ett allt viktigare verktyg för kommunikation och marknadsföring mot konsument. Allt detta ökar efterfrågan på bred kompetens inom förpackningsinnovation och strategier för hela produktlivscykeln.

BillerudKorsnäs arbetar systematiskt för att finna de bästa lösningarna för framtidens förpackningsbehov som också stärker kundernas konkurrenskraft.

## FORSKNING OCH UTVECKLING STÄRKS

Strategiska partnerskap och tillgång till ett globalt nätverk gör BillerudKorsnäs till en intressant innovationspartner till förpackningstillverkare och varumärkesägare som satsar på förpackningen som konkurrensmedel.

Målsättningen är att leda och driva utvecklingen av morgondagens förpackningar. Ny kunskap skapar nya möjligheter både för oss och för våra kunder.

Under 2013 stärktes resurserna för forskning och utveckling inom ramen för Strategic Development, där framför allt R&D avdelningen utökades. Dessutom bildades en ny avdelning för innovation och nya affärer, New Business Lab.

## ÖPPEN INNOVATION

BillerudKorsnäs drar nytta av extern kompetens och bjuder in användare, kunder och leverantörer i innovationsarbetet.

Öppen innovation har många fördelar: det blir lättare att nå forskare och företag som är verksamma inom samma område, extern kunskap och kompetens bidrar med nya idéer och lösningar, startsträckan bli kortare och gemensamma projekt snabbar upp hela processen från idé till marknad.

## FÖRNYBAR FIBER ÖVERLÄGSEN

Allt utvecklingsarbete utgår från nyfiber från långsamt växande barrskogar som ger papperet en unik styrka och formbarhet. Fiberbaserade förpackningar är ett bra

miljöval. Det är konsumenter världen över överens om och förnybar fiber ersätter fossil plast inom allt fler områden, även om utbytet bara har börjat. Idag består till exempel bara 12% av matförpackningarna i Europa av papper, medan plast och aluminium står för resten.<sup>1</sup> En viktig del i innovationsarbetet är att inspirera och påverka, delta i mässor och seminarier och visa företag och myndigheter miljömässigt bättre lösningar.

## NYA ANVÄNDNINGSSOMRÅDEN

BillerudKorsnäs lanserar kontinuerligt nya material som framgångsrikt konkurrerar med plast. Ett spännande exempel är det extremt töljbara kraftpapperet FibreForm® som möjliggör innovativa former och som också belönats med flera internationella utmärkelser.

Nya material utvecklas som är ännu mer formbara, som är vridstivare eller som tål fukt och fett ännu bättre.

I framtiden kommer skogsråvara att kunna användas i många nya sammanhang: till exempel för att ersätta bomull och syntetiska material i mjuka påsar för hygienprodukter eller sportartiklar, eller som ersättning för plåtburkar för olika ändamål.

<sup>1</sup> PCI Films Consulting Ltd, 2010.



#### FOKUS PÅ HEMMET

Fokus har länge legat på hur livsmedel transporteras till butik och på förvaring i butiken, men nu ökar intresset för hantering och förvaring i hemmet. Billerud-Korsnäs ligger långt framme i utvecklingen av nya material och förpackningslösningar som kan minska svinnet och förenkla för konsumenterna och som är bättre anpassade för framtidens kylskåp och skafferier.

Viktiga fokusområden är också innovativa lösningar för hantering och exponering i butik, samt förpackningen som en integrerad del i varumärkesupplevelsen.

#### FRAMTIDENS KONSUMENTER

BillerudKorsnäs genomför egna utredningar och kvalitativa studier kring framtida konsumentbeteenden. En stor utmaning är att förändra många konsumenters syn på förpackningar som ett slöseri med resurser och visa att en bra förpackning skyddar innehållet, minskar svinnet och möjliggör effektiva transporter. Konsumenterna vill ha förpackningar som syns i butikshyllan, är lätta att använda och förvara och enkla att återanvända eller återvinna. De ska vara "bra för mig och bra för världen".



## Upp till **30%** materialbesparing med QuickFill®-konceptet

BillerudKorsnäs QuickFill®-koncept erbjuder bättre funktion med mindre material jämfört med konventionella säckar. Lösningen innebär mindre mängd papper men starkare och renare säck. Slutförpackningen väger mindre, fylls snabbare och mer exakt och är dessutom enklare att hantera vid transporter. Vid fyllning sprids mindre damm vilket förbättrar arbetsmiljön. QuickFill-förpackningen kan ersätta tre-lagers säckar med två-lagers, vilket innebär en besparing av material med upp till 30%.

- Likvärdig styrka och förbättrad fyllningsprestanda
- Kompakta säckar lätta att hantera
- Ökad försäljning tack vare renare produkt
- Materialreduktion
- Renare arbetsmiljö



# Miljövinst i alla led

**H**ållbara och smarta förpackningar som tillverkas av material av stark nyfiber från ansvarsfullt skötta skogar har många miljöfördelar.

Den optimala förpackningslösningen skyddar varan och minskar svinnet. Den förenklar hanteringen och ger lägre transportkostnader. Praktiska och snygga förpackningar stärker varumärket och bidrar till en hållbar vardag. Enkel återvinning ger ett naturligt kretslopp.

Jämfört med plastflaskor av PET och HDPE minskar vätskekartong användningen av fossila resurser och primärenergi och genererar väsentligt mindre utsläpp av fossilt CO<sub>2</sub><sup>1</sup>. Starka miljöfördelar som vi vet uppskattas av företag och konsumenter världen över.

Så mycket minskar påverkan med vätskekartong jämfört med:

	CO <sub>2</sub> utsläpp	Fossila resurser	Primär energi
PET-flaska	-45%	-57%	-36%
HDPE-flaska	-34%	-56%	-30%

<sup>1</sup> IFEU 2012.  
 PET Polyetylentereftalat  
 HDPE High-density polyethylene



# Affärsområden

## **Packaging Paper**

sidorna 30 - 31

## **Consumer Board**

sidorna 32 - 33

## **Containerboard**

sidorna 34 - 35

# PACKAGING PAPER

## KRAFT- OCH SÄCKPAPPER FÖR KUNDER MED HÖGA KRAV

Affärsområde Packaging Paper erbjuder kraft- och säckpapper av premiumkvalitet samt smarta lösningar för kundernas tillverkningsprocesser och användningsområden. Några exempel är bärkassar, förpackningar för livsmedel, industriändamål och medicinska applikationer.

### Hållbart och effektivt

#### SACK SOLUTIONS

BillerudKorsnäs säcklösningar kan reducera pappersanvändningen med upp till 30% och öka produktiviteten vid fyllning med upp till 25%. En genomgång av kundernas värdekedja omfattar allt från konstruktion, design och tryck till tillverkning, fyllning, distribution och slutanvändning.

#### BAG SOLUTIONS

Affärssegmentet Bag Solutions erbjuder material och lösningar till påsförpackningar både för torra livsmedel såsom mjöl, socker och gryn men även serviceförpackningar som bärkassar för mode eller mat.

#### CONSUMER LAMINATES

BillerudKorsnäs har ett väletablerat erbjudande av obestrukna kraftpapper som bidrar med styrka och styvhet i laminat för flexibla förpackningar för mat. BillerudKorsnäs FibreForm® är ett unikt material med hög formbarhet som kan ersätta plast med hållbara och spännande förpackningar.

#### SPECIALITY PAPERS

Brett sortiment av avancerade kraftpapper till olika användningsområden som medicinska applikationer, interleaving till stålindustrin samt releaseliner till hygienprodukter. BillerudKorsnäs kraftpapper är starkt, rent och effektivt.

#### PULP

Den massa som inte används i BillerudKorsnäs egen produktion av papper och kartong säljs på den öppna marknaden. Massan är så kallad NBSK-massa baserad på 100% nyfiber.

## STRATEGI

En hållbar och lönsam tillväxt ska nås genom selektiv tillväxt på utvalda segment, framför allt byggindustrin i tillväxtmarknader och livsmedelssektorn.

För att uppnå detta ska affärsområdet fokusera på:

- Innovativ produktutveckling med tydligt fokus på värdekedjan och inriktning mot systemförsäljning
- Fortsatt kvalitetsledning i utvalda segment
- Flexibel produktionskapacitet
- Expansion på tillväxtmarknader främst i Asien

**Tillväxtnål**  
0 - 4% per år

ANDEL AV KONCERNENS NETTOOMSÄTTNING

**37%**

**MSEK 7 300**

ANDEL AV KONCERNENS RÖRELSERESULTAT

**26%**

**MSEK 280**

NETTOOMSÄTTNING PER MARKNADSSEGMENT



Industri, 55%  
Mat & Dryck, 23%  
Läkemedel & Hygien, 12%  
Konsument- & Lyxvaror, 10%

NETTOOMSÄTTNING PER GEOGRAFISKT OMRÅDE



Europa, 70%  
Asien, 14%  
Afrika, 8%  
Sydamerika, 3%  
Mellanöstern, 1%  
Övriga, 4%



## VIKTIGA HÄNDELSER

- BillerudKorsnäs bildade ett joint venture med den italienska maskinleverantören Curti, FibreForm Packaging, som ska utveckla kundanpassade konceptlösningar för varumärkesägare helt baserat på FibreForm®
- Spännande samarbete med Bosch kring nya förpackningsmaskiner för täta påsförpackningar av papper för torra varor
- Framgångsrikt utbyte av cementsäckar av plast mot BillerudKorsnäs QuickFill-säckar i Indonesien
- Utveckling av nya innovativa koncept inom Sack Solutions där marknads lansering planeras under 2014

## 2013 I KORTHET

- Nettoomsättningen ökade med 6% till MSEK 7 279
- Rörelseresultatet minskade med 19% till MSEK 284. Orsaken var främst den omfattande ombyggnaden i Skärblacka under tredje och fjärde kvartalen. Den negativa effekten av ett försämrat valutaläge kunde däremot kompenseras av högre priser i lokal valuta
- Rörelsemarginalen uppgick till 4% mot 5% året innan
- Förvärvet av UPMs förpackningsmaskiner i juni 2012 påverkade årets rörelseresultat positivt



## Fördel **FibreForm** Packaging

**F**ibreForm Packaging är ett joint venture mellan BillerudKorsnäs och den italienska maskinleverantören Curti. Intresset är redan stort hos varumärkesägarna som får ett komplett system för egen tillverkning med förpackningsmaskin, material och service, allt noggrant anpassat och utprovat.

För kunden blir det enkelt och kostnadseffektivt att differentiera förpackningarna både när det gäller form och design. Det är lätt att ändra format i produktionen eller addera präglingar av olika slag. BillerudKorsnäs extremt formbara FibreForm® har betydande positiva miljöeffekter jämfört med plast eller metall.

Det nya konceptet är främst tänkt för torra livsmedel som socker, salt och mjöl men också för snacks, tabletter och vitaminer. De första maskinerna ska komma ut på marknaden hösten 2014.



# CONSUMER BOARD

## VÄTSKE- OCH FÖRPACKNINGSKARTONG MED UNIKA EGENSKAPER

Affärsområde Consumer Board levererar förpackningslösningar av högkvalitativ kartong för bland annat drycker, yoghurt, kyld och fryst mat samt andra konsumentvaror. Smarta lösningar för funktion, design och materialval adderar värde till kunderna.

### Rent och säkert

#### VÄTSKEKARTONG

BillerudKorsnäs vätskekartong används till drycker för kylda eller aseptiska förpackningar och andra livsmedel. Kartongen är ren, smakneutral, formbar och styv, med god trycktyta, vilket ger stabila, lätthanterliga, attraktiva och återvinningsbara förpackningar.

#### FÖRPACKNINGSKARTONG

Vår förpackningskartong är unik på marknaden med en kombination av styrka, låg vikt, hög formbarhet och exklusiv trycktyta. Varumärkesägare har stora möjligheter att profilera och differentiera sin förpackning.

#### CUP STOCK

Cup Stock är kartong för pappersmuggar och papperstallriker som har hög styvhet, låg ytvikt och hög renhet. Passar för produkter som kommer i direktkontakt med varm mat och olika slags drycker.

## STRATEGI

En hållbar och lönsam tillväxt ska nås genom volymtillväxt på de viktigaste marknaderna.

För att uppnå detta ska affärsområdet fokusera på:

- Satsning på tillväxtmarknader över hela världen i kombination med en fortsatt stark position i Europa
- Investeringar i ökad kapacitet för att möta den snabbt tilltagande efterfrågan i utvalda marknadssegment
- Ett innovativt och kundnära arbetssätt som skapar ständigt bättre material och lösningar, skräddarsydda för att passa kundernas behov, med fokus på hela värdekedjan

**Tillväxtnål**  
4 - 5% per år

ANDEL AV KONCERNENS  
NETTOOMSÄTTNING

**36%**

MSEK 7 000

ANDEL AV KONCERNENS  
RÖRELSERESULTAT

**50%**

MSEK 560

NETTOOMSÄTTNING PER  
MARKNADSSEGMENT



Mat & Dryck, 90%  
Konsument- & Lyxvaror, 9%  
Läkemedel & Hygien, 1%  
Industri, 0%

NETTOOMSÄTTNING PER  
GEOGRAFISKT OMRÅDE



Europa, 67%  
Asien, 22%  
Mellanöstern, 7%  
Afrika, 2%  
Sydamerika, 1%  
Övriga, 1%



## VIKTIGA HÄNDELSE

- Ombyggnaden av kartongmaskinen i Frövi skapar en plattform för högre kapacitet och ökad kvalitet
- Beslut om ombyggnad av en kartongmaskin i Gävle ska bidra till ökad kostnadseffektivitet och produktkvalitet och öka maskinkapaciteten med cirka 10%
- Exklusiva flerskiktsparkartongen BillerudKorsnäs Artisan nylanserades med bland annat ännu bättre trycktytor

## 2013 I KORTHET

- Nettoomsättningen uppgick till MSEK 6 964
- Rörelseresultatet uppgick till MSEK 557. Resultatet påverkades negativt med MSEK 115 av produktionsproblem i Frövi vid uppstart av KM5 efter en omfattande ombyggnad, samt av två oplanerade längre stillestånd i Frövi och kvalitetsrelaterade problem vid bruket i Gruvön med MSEK 40 respektive MSEK 30. Priserna i lokal valuta var stabila jämfört med 2012
- Rörelsemarginalen uppgick till 8%
- Affärsområde Consumer Board bildades den 29 november 2012 i och med samgåendet med Korsnäs. I affärsområdet ingår även försäljningen av Cup Stock och vätskekartong, som tidigare var en del av affärsområde Containerboard. Inga jämförelser görs därför med 2012

## SHARPER BRANDS



## Godaste chokladen i den **finaste asken**

**H**os den lilla exklusiva pralintillverkaren Mälarchocolaterie i Västerås är förpackningarna en viktig del i konceptet.

Företaget, som startade för tio år sedan hemma i köket, fick 2009 utmärkelsen International Excellence Award vid Salon du Chocolat i Paris. Mälarchocolaterie ägs och drivs av Elaine Chan och Thomas Brännström, som redan från början bestämde sig för att tillverka praliner av absolut högsta kvalitet.

Äkta choklad gjord på kakaosmör kräver en ren förpackning och BillerudKorsnäs har hjälpt till att välja rätt material och förpackningslösningar. För pralinerna och chokladkakorna används BillerudKorsnäs Light 290 gsm, en extremt stark kartong med låg vikt som är lukt- och smakneutral. Kartongen har en vit, belagd yta som ger utmärkt bildtryck och färgåtergivning.

Mälarchocolateries mörkbruna logotype skapar ett fint mönster på kartongens oblekta insida.



*– Våra förpackningar betyder mycket för vår identitet och förpackningsbiten är väl så viktig som chokladbiten.*

*Hos BillerudKorsnäs finns både kunskap, resurser och ett stort intresse för att utveckla nya förpackningar,*

*säger Thomas Brännström,  
Mälarchocolaterie*



# CONTAINERBOARD

## STARK FLUTING OCH LINER ADDERAR VÄRDE

Starka och lätta material från affärsområde Containerboard används till wellpappförpackningar för känsliga varor och krävande transporter. Rådgivning kring förpackningsoptimering och effektiv distribution är en viktig del i erbjudandet.

### Starkt och lätt

#### FLUTING

BillerudKorsnäs fluting optimerar förpackningen utan att göra avkall på styrka, funktion och prestanda. Nyfiberbaserad fluting är perfekt till wellådor för frukt och grönsaker, konsumtionsvaror och tungt eller ömtåligt gods.

#### LINER

BillerudKorsnäs vita Liner och White Top Liner är starka, rena och hygieniska med hög tryckbarhet. Används till allt från pizzakartonger till exklusiva presentförpackningar för parfym, skönhetsprodukter och exklusiva drycker.

#### PACCESS

Helägda dotterbolaget Paccess erbjuder förpacknings- och distributionslösningar till varumärkesägare med tillverkning i Asien och kunder över hela världen.

## STRATEGI

Hållbar och lönsam tillväxt ska nås genom värdetillväxt, det vill säga ökade marginaler för den befintliga produktportföljen.

För att uppnå detta ska affärsområdet fokusera på:

- Expansion på nya marknader och användningsområden som passar produktmixen och möjliggör högre marginaler
- Ett innovativt arbetssätt som ger varumärkesägarna smartare förpackningslösningar baserade på överlägsna materialegenskaper
- Investeringar med fokus på kvalitet samt fortsatt expansion för Paccess
- Växande marknader utanför Europa

**Tillväxtnål**  
2 - 4% per år

ANDEL AV KONCERNENS  
NETTOOMSÄTTNING

**16%**

**MSEK 3 100**

ANDEL AV KONCERNENS  
RÖRELSERESULTAT

**29%**

**MSEK 320**

NETTOOMSÄTTNING PER  
MARKNADSSEGMENT



Mat & Dryck, 83%  
Konsument- & Lyxvaror, 10%  
Industri, 6%  
Läkemedel & Hygien, 1%

NETTOOMSÄTTNING PER  
GEOGRAFISKT OMRÅDE



Europa, 83%  
Asien, 8%  
Afrika, 6%  
Sydamerika, 1%  
Övriga, 2%



## VIKTIGA HÄNDELSER

- Förvärvet av återstående 70% av aktierna i Paccess ökar närvaron i Asien och stärker BillerudKorsnäs erbjudande inom Solution Services
- Säljkontoret i Dubai förstärktes och ett nytt kontor öppnades i Bangkok
- Ett nytt material, Billerud Flute 220g, gör det möjligt för kunderna att minska förpackningsvikten genom att använda wellpapp istället för t ex träemballage för tunga och krävande transporter
- Ett nytt recept på bestruken liner ger förbättrad tryckbarhet och styrka, vilket möter högt ställda krav på förpackningarnas vikt och utseende

## 2013 I KORTHET

- Nettoomsättningen ökade med 18% och uppgick till MSEK 3 073
- Rörelseresultatet ökade med 45% till MSEK 318, främst till följd av en gynnsammare prisutveckling i lokal valuta samt bidraget från White Top Liner, som integrerades i affärsområdet i samband med förvärvet av Korsnäs
- Rörelsemarginalen steg till 10% mot 8% året innan
- I augusti förvärvades återstående 70% av aktierna i Paccess som uppvisade en stark omsättnings-tillväxt och förbättrad bruttomarginal

## SHARPER BRANDS

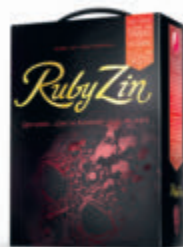


## Bag-in-box för fina viner

**R**edan i slutet av 60-talet lanserades de första lådvinerna och bag-in-box används idag för flytande produkter av många olika slag, bland annat fina viner. Den stora populariteten har flera orsaker: • Förpackningen är lätt att bära, lagra och transportera • Konstruktionen ger öppnad förpackning lång hållbarhet • Den är enkel att separera och återvinna.

Vintillverkare världen över använder nu i allt högre grad bag-in-box också för mera exklusiva viner. Eleganta förpackningar som stärker varumärket kräver material med förstklassig bildåtergivning, som klarar prägling, lackning och foliering.

Smurfit Kappa, en stor leverantör av bag-in-box på den nordiska marknaden, använder bestruken liner från BillerudKorsnäs för sina krävande kunder.



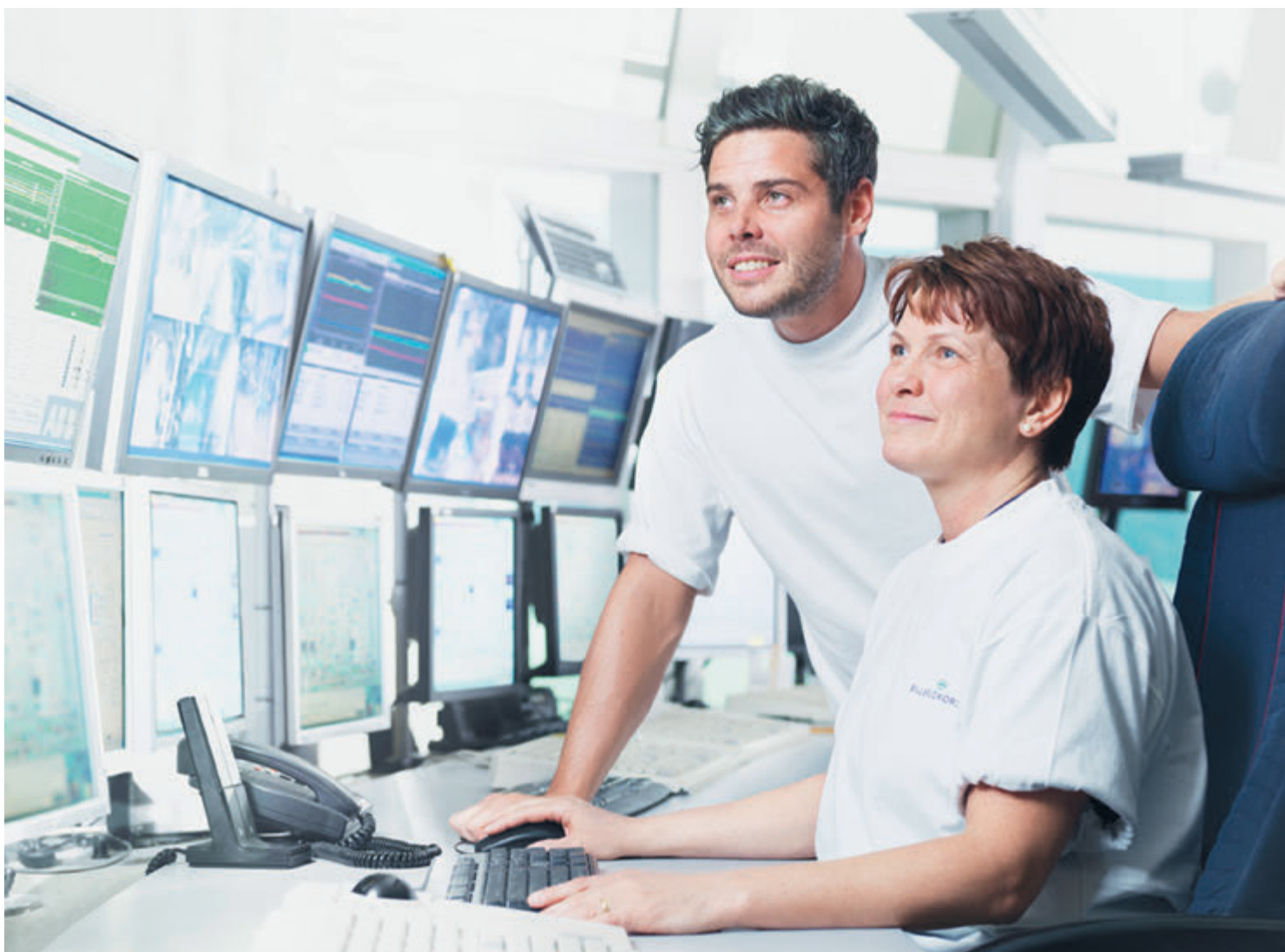
**“**  
*BillerudKorsnäs Supreme, som är tillverkat av 100% nyfiber är en perfekt liner för våra BiB-lösningar. Starkt och styvt, utmärkta tryckegenskaper och alltid en jämn och hög kvalitet,*

*säger Carl-Oscar Carlsson,  
General Manager, Smurfit Kappa LithoPac*

# Processeffektivitet i världsklass

Sammanslagningen av Billerud och Korsnäs ger stora möjligheter till **mer effektiva och hållbara processer** i hela kedjan från inköp till nöjda kunder och konsumenter.

Målet för årliga synergier och besparingar har höjts till MSEK 530 och beräknas kunna uppnås redan under 2014. Ett år tidigare än beräknat.





BillerudKorsnäs ökar systematiskt effektiviteten i alla processer i strävan efter Operational Excellence, i syfte att säkerställa en långsiktigt hållbar konkurrenskraft.

### FÖRÄNDRADE ARBETSSÄTT

Processeffektivitet handlar om samspelet mellan effektiv maskinell utrustning, motiverade medarbetare och utveckling av arbetsmönster. Inom koncernen pågår flera fokuserade förbättringsprogram och ett arbete har inletts för att tillvarata best practice från varje produktionsanläggning och skapa en koncerngemensam modell för Operational Excellence. Modellen ska kunna anpassas till varje anläggnings unika förutsättningar. Utvecklingsarbetet påbörjades under 2013 med fokus på:

- Säkerhet inom alla delar av verksamheten
- Underhåll, produktion och leveranskedja i världsklass
- Problemlösning och utveckling genom faktabaserat förbättringsarbete i tvärfunktionella team
- Operativ styrning med snabba och effektiva cykler för uppföljning, kontroll och förbättring

Synsättet bygger på engagemang och delaktighet av medarbetare i alla funktioner och på alla nivåer inom BillerudKorsnäs. Från problemlösning i team till ständiga förbättringar i det dagliga arbetet.

Arbetsättet omfattar hela flödet: från inköp av vedråvara från hållbart skogsbruk till nöjda kunder över hela världen.

### INTEGRERAD PROCESS HAR FLERA FÖRDELAR

BillerudKorsnäs produktion sker vid åtta effektiva anläggningar som samtliga är kvalitetscertifierade enligt ISO 9001 och miljöcertifierade enligt ISO 14001. Massatillverkningen är till stor grad integrerad med pappers- och kartongproduktionen. Detta ger flera fördelar: Högre kvalitet genom full kontroll på produktionsprocessen, lägre transportkostnader och minskad energiförbrukning, då massan kan användas direkt utan torkning. Massatillverkningen ger också ett energiöverskott som används i pappers- och kartongproduktionen.

Dessutom produceras träpellets vid tre enheter i Lettland.

### INVESTERINGAR I EFFEKTIV OCH MILJÖANPASSAD PRODUKTION

Energiförbrukningen är en stor kostnads-post och BillerudKorsnäs har successivt ökat energieffektiviteten i samtliga produktionsanläggningar. 2013 minskade energiåtgången per ton produkt med drygt 10%. Andelen biobränsle ökade till 97%. De fossila CO<sub>2</sub>-utsläppen minskade kraftigt och visionen är att på sikt bli helt oberoende av fossila bränslen.

Skärblacka har genomfört en stor ombyggnad för att förbättra miljö- och energieffektiviteten. Investeringen på totalt MSEK 900 slutfördes under 2013 och omfattar ny indunstningsanläggning, uppgraderad rökgasrening och ombyggt sodapanna.

Beslut togs under året om en ombyggnad av en produktionslinje för långfibrig massa i Gruvön.

Installation av ett svagassystem i Karlsborg beräknas innebära en halvering av svavelutsläppen, från 140 till 70 ton per år.

Den nya bioenergianläggningen i Gävle, som samägs med kommunen, har trimmats in och bidrog till en ökning av egenproducerad el. Under året genererades 1 381 GWh el inom BillerudKorsnäs.

Beslut togs om investeringar om MSEK 220 i kartongmaskinen PM4 i Gävle för ökad kapacitet, kostnadseffektivitet och förbättrad tryckkvalitet.

Kartongmaskinen i Frövi byggdes om under året, vilket ger en plattform för högre kapacitet och kvalitet.

### SYNERGIERNA ÖVERTRÄFFAR MÅLET

Integrationsarbetet och realiseringen av synergier och besparingar har överträffat målet. Fokusområden är organisationsstruktur, varumärkesplattform och värderingar samt gemensamma arbetsmetoder och process-utveckling.

Det handlar om ett stort antal projekt, som tillsammans ger en betydande effekt på effektivitet och lönsamhet. Många medarbetare är engagerade i arbetet, på alla nivåer och inom alla delar av koncernen. Arbetet har gått över förväntan och under 2013 realiserades synergier och besparingar motsvarande en årstakt om cirka MSEK 370, framför allt inom försörjning av vedråvara, inköp och produktionsoptimering.

### EN SÄKER ARBETSPLATS

Säkerhet är en förutsättning för all verksamhet inom BillerudKorsnäs.

Medarbetare på alla relevanta funktioner utbildas i ett delaktigt säkerhetsbeteende. System och rutiner finns för riskanalys, incidentrapportering och uppföljning. BillerudKorsnäs har en nollvision för arbetsrelaterade olyckor som leder till sjukskrivning. Under 2013 inträffade 1,5 arbetsolyckor med frånvaro per 100 anställda, vilket var färre än året innan.

För att främja arbetet med ständiga förbättringar och ett gemensamt synsätt på arbetsmiljö och säkerhet planeras arbetsmiljöseminarier för hela koncernen med början 2014.

#### SVERIGE

1. Stockholm (Huvudkontor)
2. Gävle, 700 kton/år
3. Gruvön, 685 kton/år
4. Frövi/Rockhammar, 450 kton/år
5. Skärblacka, 400 kton/år
6. Karlsborg, 300 kton/år

#### FINLAND

7. Jakobstad, 200 kton/år
8. Tervasaari, 100 kton/år

#### STORBRIANNIEN

9. Beetham, 45 kton/år

#### LETTLAND

10. Latgran, 430 kton/år  
Jaunjelgava,  
Jekabpils,  
Kraslava

Produktionskapacitet.



# Hållbarhetsåret 2013

Dessa sidor är ett utdrag ur BillerudKorsnäs hållbarhetsredovisning 2013. Den finns att läsa i sin helhet på [www.billerudkorsnas.se/hallbarhet/rapporter](http://www.billerudkorsnas.se/hallbarhet/rapporter)

## MER EGENPRODUCERAD EL OCH MINDRE CO<sub>2</sub>-UTSLÄPP I GÄVLE

Det nya biobränsle drivena kraftvärmeverket som samägs av BillerudKorsnäs och Gävle kommun var i full drift och bidrog till ökning av egenproducerad el. Totalt genererades 424 GWh, en ökning med mer än 30%, vilket förväntas bli ännu mer under 2014 då anläggningen är helt intrimmad. De fossila CO<sub>2</sub>-utsläppen för anläggningen minskade med 85%.

## INVESTERING FÖR ENERGI, MILJÖ OCH PRODUKTION I SKÄRBLACKA

Under 2013 togs en helt ny industrianläggning i drift. Även sodapannan är ombyggd och anläggningen för rökgasrening är uppgraderad. Investeringen på MSEK 900 kommer att ge sänkta energikostnader, minskade utsläpp och ökad produktionskapacitet.

## BILLERUDKORSNÄS I WWF ENVIRONMENTAL PAPER COMPANY INDEX 2013

"BillerudKorsnäs AB ges ett erkännande av WWF för sitt ledarskap i öppen redovisning av sina ekologiska fotavtryck i WWF Environmental Paper Company Index 2013."



## AKTIV DEL I SAMHÄLLET

BillerudKorsnäs är en stor arbetsgivare på många orter och har där stor betydelse för närsamhället. Samspelet med samhället är ofta omfattande och tar sig uttryck på olika sätt. Alltifrån energiförsörjning till sponsring av sociala initiativ, engagemang i skolor till möjligheter för ungdomar att praktisera.

I Örebro till exempel sponsrade BillerudKorsnäs ett läger för tjejer från årskurs 7 och 8. Fyra skolor besöktes där flickorna fick prova roliga, spännande och lärorika natur- och teknikövningar.

## ATTRAKTIV ARBETSGIVARE

BillerudKorsnäs arbetar aktivt för att skapa en attraktiv arbetsplats och en innovativ miljö. Medarbetarna uppmuntras att systematiskt utveckla verksamheten med metodik för ständiga förbättringar.

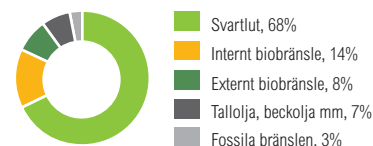
## UK PACKAGING AWARDS

FibreForm® fick utmärkelsen Innovation of the Year. Det unika materialet möjliggör innovativa former och en prägling som tidigare inte gått att åstadkomma, vilket drar till sig konsumenternas uppmärksamhet.

## FOSSILFRI PRODUKTION

Bolaget är nu nära en helt fossilfri energi-användning. 2013 var användningen av biobränsle 97%.

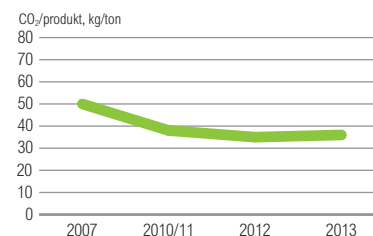
## BRÄNSLEANVÄNDNINGENS FÖRDELNING 2013



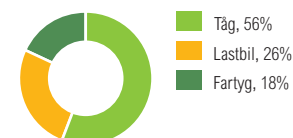
## MILJÖANPASSADE TRANSPORTER

Det färdiga förpackningsmaterialet transporteras främst med tåg och båt. Genom denna prioritering har CO<sub>2</sub>-utsläppen successivt minskat under åren.

## CO<sub>2</sub>-UTSLÄPP FRÅN PRODUKTTRANSPORTER



## TRANSPORTSLAG FÖR DET FÄRDIGA MATERIALET 2013





# Fokusområden för hållbar utveckling

BillerudKorsnäs prioriterar sex områden som sammantaget ger en stor bredd för hållbarhetsarbetet och är viktiga för våra intressenter.

1

## Funktionella och resurseffektiva förpackningslösningar

minskar förbrukning av resurser i form av råvaror och energi samt ger rationell och säker distribution för våra kunder av livsmedel och andra varor

2

## Förnybar råvara från hållbart skogsbruk

ger långsiktig tillgång till vedråvara med ursprung där hänsyn tagits till skogens miljövärden och sociala funktioner

3

## Miljöanpassad produktion

minskar utsläpp till luft och vatten, ökar egen energiutvinning samt ökar andelen förnybar energi och minskar fossila energislag

4

## Engagerade medarbetare på säkra arbetsplatser

bidrar till utvecklingen av ett lönsamt och hållbart bolag samtidigt som samarbete, kompetens, jämställdhet, arbetsmiljö och säkerhet stärks

5

## Ansvarsfulla affärer

stärker förtroendet hos alla intressenter, driver ett etiskt förhållnings-sätt och lägger grunden för en positiv utveckling för BillerudKorsnäs

6

## Aktiv del samhället

bidrar till en positiv ekonomisk, miljömässig och social utveckling av närsamhällen och omvärlden i övrigt



# Hållbarhetsstrategi i värdekedjan

BillerudKorsnäs ska samarbeta i värdekedjan för att stärka och utveckla produkternas hållbarhetsprestanda.

- Hållbarhet är grundläggande för BillerudKorsnäs verksamhet. För framtiden är det prioriterat att bidra till ökad hållbarhet i den värdekedja där företaget ingår.
- BillerudKorsnäs ska ha mätbara mål för hållbarhet på både kort och lång sikt, så att det klagörs för alla intressenter vad företaget vill uträtta.
- BillerudKorsnäs prestanda och måluppfyllelse för hållbarhet ska rapporteras och granskas transparent i enlighet med erkända och trovärdiga system.
- BillerudKorsnäs ska genom sin närvaro på viktiga externa arenor vara känt för ansvarstagande och goda prestanda inom hållbarhetsområdet.

## LÄS HÅLLBARHETSRAPPORTEN PÅ VÅR WEBBPLATS

Hållbarhetsredovisningen är fristående från den ekonomiska redovisningen och finns tillgänglig på [www.billerudkorsnas.se](http://www.billerudkorsnas.se).

# Intressanta tal

För fullständig redovisning, se BillerudKorsnäs Årsredovisning 2013, [www.billerudkorsnas.se](http://www.billerudkorsnas.se)

SEK **19,5**  
MILJARDER  
nettoomsättning

SEK **1,1**  
MILJARDER  
rörelseresultat

## Resultaträkning

MSEK	2013	2012
Nettoomsättning	19 533	10 427
Övriga intäkter	129	27
Rörelsens intäkter	19 662	10 454
Rörelsekostnader	-17 147	-9 256
Avskrivningar	-1 402	-709
Rörelseresultat	1 113	489
Finansiella poster, netto	-285	-87
Resultat före skatt	828	402
Skatt	-142	275
<b>Nettoresultat</b>	<b>686</b>	<b>677</b>

## Sysselsatt kapital

MSEK	31 dec 2013	31 dec 2012
Anläggningstillgångar exklusive räntebärande fordringar	17 492	17 549
Varulager	3 010	3 146
Kundfordringar	2 380	2 244
Övriga omsättningstillgångar	829	943
<b>Summa rörelsetillgångar</b>	<b>23 711</b>	<b>23 882</b>
Avgår:		
Uppskjutna skatteskulder	2 691	2 561
Ej räntebärande avsättningar	108	84
Leverantörsskulder	1 726	2 549
Övriga ej räntebärande skulder	1 579	1 158
<b>Sysselsatt kapital</b>	<b>17 607</b>	<b>17 530</b>

## Kassaflöde

MSEK	2013	2012
Rörelseöverskott	2 582	1 282
Förändring i rörelsekapital	-336	132
Finansnetto	-241	-59
Betald skatt	-160	-353
<b>Kassaflöde från löpande verksamheten</b>	<b>1 845</b>	<b>1 002</b>
Kassaflöde från investeringsverksamheten	-1 181	-7 194
<b>Kassaflöde efter investeringsverksamheten</b>	<b>664</b>	<b>-6 192</b>

SEK 2,25

## Finansiella nyckeltal

	2013	2012
<b>Marginaler</b>		
Bruttomarginal, %	13	11
Rörelsemarginal, %	6	5
<b>Avkastning, rullande 12 månader</b>		
Avkastning på sysselsatt kapital, %	6	8
Avkastning på totalt kapital, %	5	4
Avkastning på eget kapital, %	7	13
Avkastning på eget kapital efter utspädning, %	7	13
<b>Kapitalstruktur vid periodens utgång</b>		
Sysselsatt kapital, MSEK	17 607	17 530
Eget kapital, MSEK	9 917	9 435
Räntebärande nettoskuld, MSEK	7 691	8 096
Kapitalomsättningshastighet, ggr	1,1	1,4
Räntetäckningsgrad, ggr	3,7	5,0
Nettoskulsättningsgrad, ggr	0,78	0,86
Nettoskulsättningsgrad efter utspädning, ggr	0,77	0,85
Andel riskbärande kapital, %	52	49
Soliditet, %	41	38
Soliditet efter utspädning, %	41	39
Självfinansieringsgrad, ggr	1,8	1,5
<b>Per aktie<sup>1</sup></b>		
Resultat per aktie, SEK	3,24	5,14
Resultat per aktie efter utspädning, SEK	3,24	5,12
<b>Per aktie vid periodens utgång<sup>1</sup></b>		
Eget kapital per aktie, SEK	47,68	45,47
Eget kapital per aktie efter utspädning, SEK	47,58	45,41
Utdelning per aktie, SEK	2,25	2,00
Kassaflöde från den löpande verksamheten per aktie, SEK	8,93	7,60
Operativt kassaflöde per aktie, SEK	3,17	0,38
<b>Investeringar</b>		
Investeringar i anläggningstillgångar, MSEK	1 277	965
Förvärv, MSEK	-9	8 948
<b>Personal</b>		
Antal anställda i medelantal	4 270	2 548

<sup>1</sup> Omräkning har skett av historiska uppgifter med hänsyn till nyemission 2012

För verksamhetsåret 2013 har BillerudKorsnäs styrelse föreslagit en utdelning om SEK 2,25 per aktie. Den föreslagna utdelningen motsvarar 69% av nettovinsten för 2013.



PACKAGING PAPER



CONSUMER BOARD



CONTAINERBOARD

# Kvartalsdata

## NETTOOMSÄTTNING KVARTALSVIS PER AFFÄRSOMRÅDE OCH TOTALT

MSEK	2013					2012				
	Helår	Kv 4 -13	Kv 3 -13	Kv 2 -13	Kv 1 -13	Helår	Kv 4 -12	Kv 3 -12	Kv 2 -12	Kv 1 -12
Packaging Paper	7 279	1 758	1 820	1 846	1 855	6 837	1 717	1 925	1 668	1 527
Consumer Board	6 964	1 659	1 716	1 784	1 805	508	508	-	-	-
Containerboard	3 073	763	755	758	797	2 594	623	634	674	663
Övriga enheter	2 141	507	437	547	650	393	183	52	79	79
Valutasäkring m m	76	26	-13	38	25	95	37	17	19	22
Koncernstab och eliminerings	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
<b>Summa koncernen</b>	<b>19 533</b>	<b>4 713</b>	<b>4 715</b>	<b>4 973</b>	<b>5 132</b>	<b>10 427</b>	<b>3 068</b>	<b>2 628</b>	<b>2 440</b>	<b>2 291</b>

## RÖRELSERESULTAT KVARTALSVIS PER AFFÄRSOMRÅDE OCH TOTALT

MSEK	2013					2012				
	Helår	Kv 4 -13	Kv 3 -13	Kv 2 -13	Kv 1 -13	Helår	Kv 4 -12	Kv 3 -12	Kv 2 -12	Kv 1 -12
Packaging Paper	284	91	-1	76	118	352	39	84	145	84
Consumer Board	557	29	244	126	158	35	35	-	-	-
Containerboard	318	98	89	66	65	219	23	73	67	56
Övriga enheter	36	-4	11	-5	34	48	9	20	9	10
Valutasäkring m m	76	26	-13	38	25	95	37	17	19	22
Koncernstab och eliminerings	-158	-43	-27	-45	-43	-260	-118	-33	-79	-30
<b>Summa koncernen</b>	<b>1 113</b>	<b>197</b>	<b>303</b>	<b>256</b>	<b>357</b>	<b>489</b>	<b>25</b>	<b>161</b>	<b>161</b>	<b>142</b>

## RÖRELSEMARGINAL KVARTALSVIS PER AFFÄRSOMRÅDE OCH TOTALT

%	2013					2012				
	Helår	Kv 4 -13	Kv 3 -13	Kv 2 -13	Kv 1 -13	Helår	Kv 4 -12	Kv 3 -12	Kv 2 -12	Kv 1 -12
Packaging Paper	4	5	0	4	6	5	2	4	9	6
Consumer Board	8	2	14	7	9	7	7	-	-	-
Containerboard	10	13	12	9	8	8	4	12	10	8
<b>Koncernen</b>	<b>6</b>	<b>4</b>	<b>6</b>	<b>5</b>	<b>7</b>	<b>5</b>	<b>1</b>	<b>6</b>	<b>7</b>	<b>6</b>

## FÖRSÄLJNINGSVOLYMER KVARTALSVIS PER AFFÄRSOMRÅDE OCH TOTALT

kton	2013					2012				
	Helår	Kv 4 -13	Kv 3 -13	Kv 2 -13	Kv 1 -13	Helår	Kv 4 -12	Kv 3 -12	Kv 2 -12	Kv 1 -12
Packaging Paper	1 080	263	269	273	275	1 011	254	283	242	232
Consumer Board	959	231	236	242	250	71	71	-	-	-
Containerboard	552	126	134	142	150	510	120	130	132	128
<b>Totalt</b>	<b>2 591</b>	<b>620</b>	<b>639</b>	<b>657</b>	<b>675</b>	<b>1 592</b>	<b>445</b>	<b>413</b>	<b>374</b>	<b>360</b>



# Nyckeltals- definitioner

## MARGINALER

### Bruttomarginal

Rörelseresultat före avskrivningar (EBITDA = Earnings Before Interest, Taxes, Depreciation and Amortisation) i procent av nettoomsättning.

### Rörelsemarginal

Rörelseresultat i procent av nettoomsättning.

## AVKASTNING

### Avkastning på sysselsatt kapital

Rörelseresultat i procent av genomsnittligt sysselsatt kapital.

### Avkastning på totalt kapital

Rörelseresultat i procent av genomsnittligt totalt kapital.

### Avkastning på eget kapital

Årets resultat, hänförligt till moderbolagets aktieägare, i procent av genomsnittligt eget kapital, hänförligt till moderbolagets aktieägare.

### Avkastning på eget kapital efter utspädning

Årets resultat, hänförligt till moderbolagets aktieägare, i procent av genomsnittligt eget kapital, hänförligt till moderbolagets aktieägare, ökat med effekt av beräknat utnyttjande av incitamentsprogram.

## KAPITALSTRUKTUR

### Sysselsatt kapital

Balansomslutning minskad med icke räntebärande skulder, icke räntebärande avsättningar och räntebärande tillgångar.

### Eget kapital

Eget kapital vid periodens slut.

### Räntebärande nettoskuld

Räntebärande avsättningar och skulder minus räntebärande tillgångar.

### Kapitalomsättningshastighet

Nettoomsättning dividerad med genomsnittligt sysselsatt kapital.

### Räntetäckningsgrad

Rörelseresultat plus finansiella intäkter dividerad med finansiella kostnader.

### Nettoskuldsättningsgrad

Räntebärande nettoskuld dividerad med eget kapital.

### Nettoskuldsättningsgrad efter utspädning

Räntebärande nettoskuld dividerad med eget kapital ökat med effekt av beräknat utnyttjande av incitamentsprogram.

### Andel riskbärande kapital

Eget kapital plus uppskjuten skatteskuld i procent av balansomslutningen.

### Soliditet

Eget kapital i procent av balansomslutningen.

### Soliditet efter utspädning

Eget kapital ökat med effekt av beräknat utnyttjande av incitamentsprogram, i procent av balansomslutningen ökat med effekt av beräknat utnyttjande av incitamentsprogram.

### Självfinansieringsgrad

Kassaflöde från den löpande verksamheten, exklusive erhållna och betalda finansiella poster samt betald skatt, dividerat med investeringar i anläggningstillgångar.

## DATA PER AKTIE<sup>1</sup>

### Resultat per aktie

Årets resultat, hänförligt till moderbolagets aktieägare, dividerat med genomsnittligt antal aktier på marknaden.

### Resultat per aktie efter utspädning

Årets resultat, hänförligt till moderbolagets aktieägare, dividerat med genomsnittligt antal aktier på marknaden efter beräknat utnyttjande av incitamentsprogram.

### Eget kapital per aktie

Eget kapital vid periodens slut, hänförligt till moderbolagets aktieägare, dividerat med antalet aktier på marknaden vid periodens slut.

### Eget kapital per aktie efter utspädning/ full konvertering

Eget kapital vid periodens slut, hänförligt till moderbolagets aktieägare, ökat med effekt av beräknat utnyttjande av incitamentsprogram, dividerat med antal aktier på marknaden vid periodens slut ökat med effekt av beräknat utnyttjande av incitamentsprogram.

### Kassaflöde från den löpande verksamheten per aktie

Kassaflöde från den löpande verksamheten dividerat med genomsnittligt antal aktier på marknaden under perioden.

### Operativt kassaflöde per aktie

Kassaflöde efter investeringsverksamheten justerat för förvärv/avyttringar av finansiella tillgångar dividerat med genomsnittligt antal aktier på marknaden under perioden.

### P/E-tal

Aktiekurs vid årets slut dividerat med resultat per aktie.

### EV/EBITDA

Börsvärde plus räntebärande nettoskuld dividerat med rörelseresultat före avskrivningar och nedskrivningar (EBITDA = Earnings Before Interest, Taxes, Depreciation and Amortisation).

<sup>1</sup> Antal aktier se avsnittet "BillerudKorsnäsaktien".



# Ledningsgrupp

Koncernledningen förändrades under året **med fokus på lönsam tillväxt**. Dessutom inrättades en utökad ledningsgrupp, där brukscheferna ingår med fokus på integration och samordning.

## VD och koncernchef

**Utbildning:** Civilingenjör och teknologie doktor, Chalmers tekniska högskola, Göteborg.

**Anställd år:** 2005

**Född:** 1959

**Andra uppdrag:** Styrelseledamot i SP Sveriges Tekniska Forskningsinstitut, Bergvik Skog AB och Middlepoint AB. Ledamot i IVAs avdelning VIII – Skogs-näringsens teknik.

**Bakgrund:** VD för Korsnäs AB. Vice VD för Investment AB Kinnevik. Management och strategikonstult, Applied Value Corporation, USA.

**Aktieinnehav 1:** 73 213



PER LINDBERG

## Vice VD, operativ direktör, COO

**Utbildning:** Civilingenjör och teknologie doktor, Chalmers tekniska högskola, Göteborg. Civilekonom, Handels-högskolan i Göteborg.

**Anställd år:** 2008<sup>2</sup>

**Född:** 1961

**Andra uppdrag:** Styrelseledamot i Bergteamet AB och AB Geveko.

**Bakgrund:** VD och koncernchef för Korsnäs AB samt Wermland Paper AB. Medlem i ledningsgruppen i Kinnevik. Styrelseordförande i Grycksbo Paper Holding AB.

**Aktieinnehav 1:** 18 000



CHRISTER SIMRÉN

## Skogsdirektör

**Utbildning:** Jägmästare skogsbruk, SLU, Umeå. Licentiatexamen, Skogsbruk, SLU, Garpenberg.

**Anställd år:** 2001<sup>2</sup>

**Född:** 1956

**Andra uppdrag:** Styrelseledamot i Future Position X Service AB, Svenska FSC, Skogforsk och ACE, Bryssel. Ledamot i KSLA.

**Bakgrund:** Skogsdirektör för Korsnäs AB.

**Aktieinnehav 1:** 6 600



UNO BRINNEN

## Direktör Containerboard

**Utbildning:** Civilingenjör, Tekniska högskolan Carolo Wilhelmina, Braunschweig. Executive MBA, Mgruppen.

**Anställd år:** 2001

**Född:** 1969

**Andra uppdrag:** –

**Bakgrund:** Försäljningschef Stora Enso Gruvön. Stora Support Team, Stora Kopparberg Bergslags AB. Produktchef Stora Gruvön.

**Aktieinnehav 1:** 12 125



LENNART EBERLEH

#### Direktör Consumer Board

**Utbildning:** Civilingenjör, Chalmers tekniska högskola, Göteborg.

**Anställd år:** 2009<sup>2</sup>

**Född:** 1962

**Andra uppdrag:** Styrelseledamot i Bornhus Energi Aktiefbolag, styrelseledamot i SPCI (Svenska Pappers- och Cellulosa Ingenjörssöreningen).

**Bakgrund:** Fabriksdirektör Korsnäs AB, Vice President och platsdirektör Rolls-Royce AB, Senior Vice President och VD Stora Enso Skoghall AB.

**Aktieinnehav<sup>1</sup>:** 5 000



ULF ELIASSON

#### Kommunikations- och hållbarhetsdirektör

**Utbildning:** Civilingenjör, Kungliga tekniska högskolan, Stockholm.

**Anställd år:** 2011

**Född:** 1974

**Andra uppdrag:** –

**Bakgrund:** Seniorskonsult ÅF AB och Pöyry Forest Industry Consulting AB.

**Aktieinnehav<sup>1</sup>:** 1 300



HENRIK ESSÉN

#### Personaldirektör

**Utbildning:** Personalvetarprogrammet, Umeå Universitet. Executive MBA, Handelshögskolan Stockholm.

**Anställd år:** 2011

**Född:** 1970

**Andra uppdrag:** –

**Bakgrund:** HR Lead Global Supply Chain & Strategy, AstraZeneca. Head of HR Sweden Operations, AstraZeneca. HR Manager, Ericsson.

**Aktieinnehav<sup>1</sup>:** 4 000



KARIN HÅGFELDT

#### Ekonomidirektör

**Utbildning:** Civilekonom, Handelshögskolan i Göteborg.

**Anställd år:** 2011

**Född:** 1961

**Andra uppdrag:** Styrelseledamot i Acando AB.

**Bakgrund:** VD, Mercuri International Group. Vice VD & Head of Advisory Services, BU Global Services, Ericsson AB. Vice VD Finance & Operational Development, BU Global Services, Ericsson AB. Vice VD & Head of Business Operations, Ericsson Inc., TX, USA.

**Aktieinnehav<sup>1</sup>:** 975



SUSANNE LITHANDER

#### Direktör Packaging Paper

**Utbildning:** Civilekonom, Uppsala universitet. Executive MBA, Mgruppen.

**Anställd år:** 2006

**Född:** 1964

**Andra uppdrag:** Styrelseledamot i CEPI Eurokraft.

**Bakgrund:** Försäljningschef, Tele2 Stockholm. VD, AssiDomän Kraft Products Nordic Sales AB. Försäljningschef, AssiDomän Scandinavia.

**Aktieinnehav<sup>1</sup>:** 10 000



JOHAN NELLBECK

#### Teknisk direktör, Strategic Development

**Utbildning:** Civilingenjör och teknologie doktor, Kungliga tekniska högskolan, Stockholm. Executive MBA, Mgruppen.

**Anställd år:** 2006

**Född:** 1963

**Andra uppdrag:** Styrelseledamot i Innventia AB, styrelseledamot i Awapatent AB.

**Bakgrund:** R&D Director Korsnäs AB, Forskningschef Korsnäs Development, Projektområdeschef STFI.

**Aktieinnehav<sup>1</sup>:** 11 094



MAGNUS WIKSTRÖM

<sup>1</sup> Egna och närståendes innehav per den 15 mars 2014.

<sup>2</sup> Avser anställningsår i f d Korsnäs.

# Styrelse



HANNU RYÖPPÖNEN



MIA BRUNELL LIVFORS



LENNART HOLM



JAN HOMAN



GUNILLA JÖNSON



MICHAEL M.F. KAUFMANN

• **HANNU RYÖPPÖNEN**

Styrelseordförande sedan 2012 samt ordförande i ersättningsutskottet och ledamot i integrationsutskottet

**Utbildning:** Civilekonomexamen, Svenska Handelshögskolan, Helsingfors.

**Född:** 1952

**Andra uppdrag:** Styrelseordförande i Altors Private Equity-fonder. Styrelseledamot i Novo Nordisk A/S, Amer Sport Corporation Oyj och Value Creation Investments Ltd.

**Bakgrund:** Finansdirektör och vice VD Stora Enso Oyj och Royal Ahold, finansdirektör IK Investment Partners och IKEA-koncernen. Styrelseordförande i Hakon Invest AB. Styrelseledamot i Korsnäs AB, Neste Oil Oyj och Rautaruukki Oyj.

**Aktieinnehav 1:** 13 440

**Beroende/oberoende:** Oberoende av bolaget och ledningen, oberoende av bolagets större ägare.

• **JAN HOMAN**

Styrelseledamot sedan 2012 samt ledamot i revisionsutskottet

**Utbildning:** Ekonomistudier, University of Commerce, Wien.

**Född:** 1947

**Andra uppdrag:** Styrelseordförande i Frapag Beteiligungsholding AG. Styrelseledamot i Constantia Flexibles Group, Allianz Elementar Versicherungs AG, Erste Group Bank AG och Slovenska Sporitelna. Chef för European Aluminium Foil Association och Flexible Packaging Europe.

**Bakgrund:** VD för Constantia Flexibles Group samt VD för Constantia Teich Group.

**Aktieinnehav 1:** –

**Beroende/oberoende:** Oberoende av bolaget och ledningen, oberoende av bolagets större ägare.

• **MIA BRUNELL LIVFORS**

Styrelseledamot sedan 2012 samt ledamot i ersättningsutskottet

**Utbildning:** Ekonomilinjen, Stockholms universitet.

**Född:** 1965

**Andra uppdrag:** VD och koncernchef Investment AB Kinnevik. Styrelseledamot i Tele 2 AB, Millicom International Cellular S.A., Modern Times Group MTG AB, Efva Attling Stockholm AB och CDON Group AB.

**Bakgrund:** Diverse chefsbefattningar inom Modern Times Group MTG AB, styrelseledamot i Korsnäs AB.

**Aktieinnehav 1:** –

**Beroende/oberoende:** Oberoende av bolaget och ledningen, oberoende av bolagets större ägare 2.

• **GUNILLA JÖNSON**

Styrelseledamot sedan 2003

**Utbildning:** Civilingenjör och teknologie doktor i maskinteknik, Chalmers tekniska högskola, Göteborg.

**Född:** 1943

**Andra uppdrag:** Seniorprofessor i Förpackningslogistik vid Tekniska fakulteten samt Rådgivare till Rektor vid Lunds Universitet. Ordförande i Internationella Miljöinstitutet, IIEE. Styrelseledamot i SIK, Invest in Skåne AB, och Chalmers Industriteknik.

**Bakgrund:** Rektor vid Lunds Tekniska Högskola. Olika direktörs och andra befattningar inom SCA Packaging. Forskningsdirektör, Förpackningsforskningsinstitutet.

**Aktieinnehav 1:** 3 528

**Beroende/oberoende:** Oberoende av bolaget och ledningen, oberoende av bolagets större ägare.

• **LENNART HOLM**

Styrelseledamot sedan 2012 samt ledamot i revisionsutskottet och ordförande i integrationsutskottet

**Utbildning:** Civilingenjör kemiteknik, Chalmers tekniska högskola, Göteborg. Ekonomexamen, Göteborgs universitet.

**Född:** 1960

**Andra uppdrag:** Styrelseordförande i Vida AB, Nexam Chemical AB, Vigmed Holding AB, Chamber Tech AB och Brunkeberg Systems AB. Styrelseledamot i BioMass C Holding AB, Nattaro Labs AB, Hempel A/S och Zenterio AB. Vice ordförande i SOS Barnbyar Sverige.

**Bakgrund:** Styrelseordförande och VD i Perstorpkoncernen, verksam inom Stora Enso samt partner i PAI Partners SAS.

**Aktieinnehav 1:** 3 000

**Beroende/oberoende:** Oberoende av bolaget och ledningen, oberoende av bolagets större ägare.

• **MICHAEL M.F. KAUFMANN**

Styrelseledamot sedan 2005 samt ledamot i ersättningsutskottet

**Utbildning:** MBA-utbildning vid universiteten i Stuttgart och Erlangen-Nürnberg.

**Född:** 1948

**Andra uppdrag:** VD för Frapag Beteiligungsholding AG. VD, Frapag Industrieholding AG, styrelseordförande i dess dotterbolag, VD, HKW Privatstiftung.

**Bakgrund:** Har innehaft ett antal ledande befattningar inom Frantschach/Mondi, Wien, Österrike.

**Aktieinnehav 1:** 9 500

**Beroende/oberoende:** Oberoende av bolaget och ledningen, inte oberoende av bolagets större ägare.

## En framgångsrik integration, lönsam tillväxt och en långsiktigt hållbar affär

är frågor som är av stor betydelse för BillerudKorsnäs och detta har också präglat styrelsearbetet under året.



WILHELM KLINGSPOR



MIKAEL LARSSON



HELÉN GUSTAFSSON



KJELL OLSSON



KURT LINDVALL



TOBIAS SÖDERHOLM

### • WILHELM KLINGSPOR

Styrelseledamot sedan 2012

**Utbildning:** Examinerad skogsmästare, Sveriges Lantbruksuniversitet, Skinnskatteberg samt ekonomistudier.

**Född:** 1962

**Andra uppdrag:** Styrelseledamot och VD för Hellekis Säteri AB. Styrelseledamot i Investment AB Kinnevik, Handelsbanken i Lidköping, Utvecklingsaktiebolaget Ullersbro och Apotek Vita Hästen AB.

**Bakgrund:** Styrelseledamot i Korsnäs samt uppdrag inom Kinnevikkoncernen.

**Aktieinnehav<sup>1</sup>:** –

**Beroende/oberoende:** Oberoende av bolaget och ledningen, oberoende av bolagets större ägare<sup>3</sup>.

### • KJELL OLSSON

Styrelseledamot sedan 2012, arbetstagarrepresentant Pappers

**Född:** 1959

**Andra uppdrag:** Arbetar heltid som ordförande för Pappers Avd 3 i Gävle.

**Bakgrund:** –

**Aktieinnehav<sup>1</sup>:** 45

**Beroende/oberoende:** Oberoende av ledningen och bolagets större ägare, inte oberoende av bolaget (anställd).

### • MIKAEL LARSSON

Styrelseledamot sedan 2012 samt ordförande i revisionsutskottet

**Utbildning:** Civilekonomexamen, Uppsala universitet.

**Född:** 1968

**Andra uppdrag:** Ekonomidirektör för Investment AB Kinnevik. Styrelseledamot i Transcom WorldWide S.A. samt flertalet uppdrag inom Kinnevikkoncernen.

**Bakgrund:** Flertalet uppdrag inom Kinnevik- och Korsnäs-koncernen.

**Aktieinnehav<sup>1</sup>:** 3 000

**Beroende/oberoende:** Oberoende av bolaget och ledningen, oberoende av bolagets större ägare<sup>4</sup>.

### • KURT LINDVALL

Styrelsesuppleant sedan 2001, ledamot i revisionsutskottet, arbetstagarrepresentant Pappers

**Född:** 1951

**Andra uppdrag:** Arbetar heltid som ordförande för Pappers Avd 165 i Karlsborg.

**Bakgrund:** –

**Aktieinnehav<sup>1</sup>:** –

**Beroende/oberoende:** Oberoende av ledningen och bolagets större ägare, inte oberoende av bolaget (anställd).

### • HELÉN GUSTAFSSON

Styrelseledamot sedan 2010, arbetstagarrepresentant PTK

**Utbildning:** Högskoleingenjör, kemiteknik, Tekniska högskolan, Linköpings universitet.

**Född:** 1971

**Andra uppdrag:** Arbetar som produktionstekniker/personalledare inom BillerudKorsnäs.

**Bakgrund:** –

**Aktieinnehav<sup>1</sup>:** 517

**Beroende/oberoende:** Oberoende av ledningen och bolagets större ägare, inte oberoende av bolaget (anställd).

### • TOBIAS SÖDERHOLM

Styrelsesuppleant sedan 2012, arbetstagarrepresentant PTK

**Utbildning:** Civilingenjör kemiteknik, Chalmers tekniska högskola, Göteborg.

**Född:** 1975

**Andra uppdrag:** Arbetar som projektledare R&D inom BillerudKorsnäs.

**Bakgrund:** –

**Aktieinnehav<sup>1</sup>:** –

**Beroende/oberoende:** Oberoende av ledningen och bolagets större ägare, inte oberoende av bolaget (anställd).

<sup>1</sup> Egna och närståendes aktieinnehav per den 15 mars 2014.

<sup>2</sup> Fram till den 9 december 2013, då Investment AB Kinnevik avyttrade sitt aktieinnehav om 25,1% i BillerudKorsnäs, var Mia Brunell Livfors inte oberoende av bolagets större ägare.

<sup>3</sup> Fram till den 9 december 2013, då Investment AB Kinnevik avyttrade sitt aktieinnehav om 25,1% i BillerudKorsnäs, var Wilhelm Klingspor inte oberoende av bolagets större ägare.

<sup>4</sup> Fram till den 9 december 2013, då Investment AB Kinnevik avyttrade sitt aktieinnehav om 25,1% i BillerudKorsnäs, var Mikael Larsson inte oberoende av bolagets större ägare.

# BillerudKorsnäsaktien

**BillerudKorsnäsaktien** är börsnoterad sedan 20 november 2001 och handlas på listan Large Cap på NASDAQ OMX Stockholm. Aktiens kortnamn är **BILL**.

Aktiekapitalet uppgick per den 30 december 2013 till SEK 1 537 642 793, fördelat på 208 219 834 aktier.

Antalet aktier på marknaden uppgick till 206 719 689. Samtliga aktier på marknaden ger lika rösträtt och lika rätt i bolagets vinst och kapital.

## KURSUUTVECKLING

Stängningskursen för BillerudKorsnäsaktien per den 30 december 2013 var SEK 81,25, vilket motsvarade ett börsvärde på cirka SEK 16,8 miljarder. BillerudKorsnäs aktiekurs steg under 2013 med 33%. Under samma period steg NASDAQ OMX Stockholmsbörsens skogsindex (Forestry & Paper\_PI) med 30% samtidigt som

NASDAQ OMX Stockholmsbörsens All Share Index (OMX Stockholm\_PI) steg med 23%.

Den högsta slutkursen för aktien under 2013 noterades den 27 december med SEK 81,85 och den lägsta slutkursen den 22 april med SEK 55,5.

## OMSÄTTNING

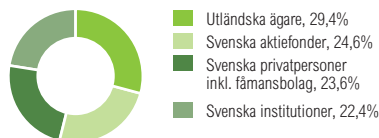
Under 2013 omsattes på NASDAQ OMX Stockholm 77 miljoner BillerudKorsnäs-aktier, motsvarande ett värde av cirka SEK 5 miljarder. Genomsnittligt antal omsatta aktier per handelsdag uppgick till cirka 309 000, motsvarande ett värde av MSEK 20. I genomsnitt gjordes cirka 802 avslut per handelsdag.

## UTDELNING

Målet är att utdelningen över en konjunkturcykel i genomsnitt ska uppgå till 50% av nettovinsten. Utdelningen till aktieägarna kommer bland annat att vara beroende av BillerudKorsnäs resultatnivå, finansiella ställning och framtida utvecklingsmöjligheter.

För verksamhetsåret 2013 har BillerudKorsnäs styrelse föreslagit en utdelning om SEK 2,25 per aktie. Den föreslagna utdelningen motsvarar cirka 69% av nettovinsten för 2013.

## AKTIEÄGARKATEGORIER, RÖSTER



## GEOGRAFISK ÄGARFÖRDELNING, RÖSTER<sup>1</sup>



## DE TIO STÖRSTA AKTIEÄGARNA

Aktieägare	Antal aktier, miljoner	Andel av röster, %
Frapag Beteiligungsholding AG	31,3	15,1
Nordea fonder	17,0	8,2
Swedbank Robur fonder	13,4	6,5
AMF Försäkring och Fonder	12,8	6,2
Fjärde AP Fonden	11,7	5,7
Alecta	8,1	3,9
SHB Fonder	7,6	3,7
Lannebo fonder	6,0	2,9
Norges Bank Investment Management	5,9	2,8
DFA fonder (USA)	4,6	2,2
<b>Totalt 10 största aktieägarna</b>	<b>118,4</b>	<b>57,2</b>

## ÄGARSTRUKTUR<sup>2</sup>

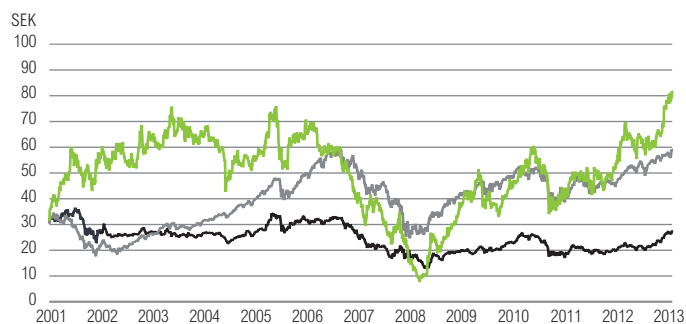
Storleksklasser	Antal aktier	%	Antal ägare	%
1-100	1 379 808	0,7	23 877	23,3
101-500	16 414 277	7,9	63 905	62,5
501-10 000	23 216 419	11,1	13 899	13,6
10 001-50 000	8 490 805	4,1	439	0,4
50 001-	158 718 525	76,2	195	0,2
<b>Totalt</b>	<b>208 219 834</b>	<b>100</b>	<b>102 315</b>	<b>100,0</b>

<sup>1</sup> Exkluderar bolagets egna återköpta aktier (1 500 145).

<sup>2</sup> Inklusive BillerudKorsnäs eget innehav.

Källa: SIS Ägarservice per 2013-12-30.

## KURSUTVECKLING 20 NOVEMBER 2001 – 28 DECEMBER 2013



## KURSUTVECKLING 2013



— BillerudKorsnäs  
— OMX Stockholm PI  
— OMX Stockholm Forestry & Paper\_PI

## NYCKELTAL PER AKTIE

SEK per aktie där ej annat anges <sup>2</sup>	2013	2012
Utdelning (för resp. verksamhetsår), faktisk	2,25 <sup>1</sup>	2,00 <sup>1</sup>
Utdelning (för resp. verksamhetsår), justerad för effekt av nyemission	2,25 <sup>1</sup>	2,00 <sup>1</sup>
Utdelning i % av		
- börskurs (direktavkastning)	2,8	3,3
- vinst	69,4	61,0
- utgående eget kapital	4,7	4,4
Börskurs/utgående eget kapital, %	170	134
P/E-tal, ggr	25,1	11,9
EV/EBITDA, ggr	9,7	17,3
Börskurs (slutkurs sista handelsdag)	81,25	61,25

1 Styrelsens förslag.

2 Samtliga uppgifter justerade historiskt för effekt av nyemission 2012.

## AKTIEÄGARINFORMATION OCH KALENDARIUM

### ÅRSSTÄMMA

BillerudKorsnäs ABs årsstämma äger rum tisdagen den 6 maj 2014, kl 14.00 på Hotel Rival, Mariatorget 3, Stockholm. Kallelse till årsstämma 2014 finns tillgänglig på [www.billerudkorsnas.se](http://www.billerudkorsnas.se).

### FINANSIELL INFORMATION

All finansiell information finns tillgänglig på såväl svenska som engelska och publiceras på [www.billerudkorsnas.se](http://www.billerudkorsnas.se).

Årsöversikten distribueras till aktieägare och andra intressenter som anmält sitt intresse, antingen via bolagets webbsida eller med den blankett som varje ny aktieägare erhåller.

Årsredovisning och andra finansiella rapporter finns tillgänglig på webbsidan. Där finns de även i en htmlversion med bland annat nedladdningsbara filer till Excel.

### DELÅRSRAPPORTER 2014

Januari - mars 2014	24 april
Januari - juni 2014	21 juli
Januari - september 2014	28 oktober

## ANALYTIKER

Företag	Analytiker	Telefon
Carnegie	Johan Sjöberg	+46 8 676 87 55
Cheuvreux	Mikael Jäfs	+46 8 723 51 71
Danske Bank	Oskar Lindström	+46 8 56 88 06 12
Handelsbanken Capital Markets	Karri Rinta	+46 8 701 36 36
Nordea	Harri Taittonen	+358 9 16 55 99 24
SEB Enskilda	Linus Larsson	+46 8 52 22 97 01
Swedbank Markets	Ola Södermark	+46 8 58 5902 40



# Ordlista

## **Aseptisk förpackning**

En aseptisk förpackning har steriliserats innan den fylls med UHT-behandlande livsmedel (Ultra High Temperature) vilket ger en produkt som håller i över sex månader.

## **Avsalumassa**

Massa som säljs till pappersbruk utan egen tillverkning av sådan massa.

## **Biobränslen**

Förnybara bränslen som kommer från växt- riket t ex från ved, inklusive svartlut och bark.

## **CO<sub>2</sub>**

Koldioxid.

## **Cup Stock**

Kartong speciellt anpassad för dryckesmuggar.

## **FibreForm®**

Papper med hög töjbarhet som formas för att producera termoformade och djupdragna livsmedels- och konsumentförpackningar som till exempel tråg, blister, etc.

## **Fluting**

Det vågformade mellanskiktet i wellpapp. Tillverkas av ny- eller returfiber.

## **Fossila bränslen**

Bränslen baserade på organiska kol- och väte- föreningar från sediment eller sedimenterad berggrund - främst kol, olja och naturgas.

## **Hållbar utveckling**

Att bygga beslutsprocessen på tre förenade faktorer – ekonomisk tillväxt samt social och miljömässig omsorg – så att samhället kan möta dagens behov utan att det sker på bekostnad av kommande generationer.

## **ISO 14001**

Internationella standardiseringsorganisationens standard för uppbyggnad av miljöledningssystem.

## **Massaved**

I Sverige främst ved från barrträd (gran och tall) samt björkved som används för tillverkning av pappersmassa.

## **Miljöledningssystem**

Den del av ett övergripande ledningssystem som beskriver struktur, principer, procedurer och resurser för systematiskt genomförande av företagets egen miljöpolicy.

## **Returfiber**

Fibermaterial som tidigare har ingått i en pappers- eller kartongprodukt.

## **Säckpapper**

Papper med hög hållfasthet för säcktillverkning, framställs av barrvedssulfatmassa.

## **Vätskekartong**

Kartong som används för att tillverka förpackningar till drycker och andra flytande livsmedel.

## **Wellpapp**

Wellpapp tillverkas genom hoplimning av vanligtvis två plana skikt (liner) med ett vågformigt skikt (fluting) emellan.



# Adresser



## Kontakt

Karin Slättborn  
Assistant Investor Relations Manager  
Tel: +46 855 333 573  
ir@billerudkorsnas.com

## BillerudKorsnäs AB

Postadress: Box 703, SE-169 27 Solna, Sverige  
Besöksadress: Frösundaleden 2 B, Solna  
Tel: 08-553 335 00  
www.billerudkorsnas.se

## BillerudKorsnäs Beetham

Milnthorpe  
Cumbria LA7 7AR  
England  
Tel: +44 15395 650 00

## BillerudKorsnäs Finland

**Tervasaari**  
PL 4  
FI-37601 Valkeakoski  
Finland  
Tel: +358 3 339 266 00

## BillerudKorsnäs Frövi/

**Rockhammar**  
718 80 Frövi  
Sverige  
Tel: 026-15 10 00

## BillerudKorsnäs Gruvön

Storjohanns väg 4  
664 28 Grums  
Sverige  
Tel: 0555-410 00

## BillerudKorsnäs Gävle

801 81 Gävle  
Sverige  
Tel: 026-15 10 00

## BillerudKorsnäs Finland Jakobstad

PL 13  
FI-68601 Jakobstad  
Finland  
Tel: +358 6 241 380 00

## BillerudKorsnäs Karlsborg

952 83 Karlsborgsverken  
Sverige  
Tel: 0923-660 00

## BillerudKorsnäs Skog

Box 703  
169 27 Solna  
Sverige  
Tel: 08-553 335 00

## BillerudKorsnäs Skärblacka

617 10 Skärblacka  
Sverige  
Tel: 011-24 53 00

[www.billerudkorsnas.se](http://www.billerudkorsnas.se)



BILLERUDKORSNÄS

**Sharper** brands  
Fresher thinking  
SMOOTHER JOURNEYS  
Greater  
BRIGHTER FUTURES  
results

BillerudKorsnäs utvecklar och erbjuder material av nyfiber och lösningar för smarta förpackningar som adderar värde hela vägen hem till kunden.

**Innovation är kärnan**  
**Hållbarhet är ledordet**