



## PRESSMEDDELANDE

21 april 2015, Solna

### Bästa kvartalsresultatet någonsin

VD Per Lindberg kommenterar utvecklingen under första kvartalet 2015:

”Det är med stolthet vi rapporterar vårt bästa kvartalsresultat hittills i vår korta historia som BillerudKorsnäs. Under kvartalet nådde rörelseresultatet MSEK 698 och rörelsemarginalen var över 12 procent.”

#### RESULTATET

Det finansiella resultatet för årets första kvartal var mycket starkt. Rörelseresultatet var väldigt starkt och det operativa kassaflödet utmärkt med MSEK 733. Dessutom förbättrades nettoskuldssättningsgraden, som nu är nere på 0,57. Avkastningen på sysselsatt kapital blir allt bättre och närmar sig vårt mål på 13 procent men landade nu på omkring 11 procent. Således har vi överträffat alla våra finansiella mål utom ROCE. Visst gynnades kvartalsresultatet i hög grad av att vi inte hade några planerade underhållsstopp och att kronan försvagades, men jag är ändå mycket nöjd. Det enda område där vi inte lyckats så bra under det här kvartalet som i fjol är volymtillväxten. Men mot bakgrund av att fjolåret inleddes ovanligt starkt och att produktions- och leveransvolymerna sällan ökar linjärt, hyser jag fortfarande tillförsikt till vår förmåga att nå våra långsiktiga tillväxtnål.

#### MARKNADSUTSIKTER

Marknaden var överlag stabil under kvartalet. Vi tror att det fortsätter så, med tämligen god efterfrågan och små förändringar i lokala priser. Massapriset i USD tycks ha nått toppen, men dollarns styrka mot andra valutor har kompenserat för priset i dollar.

Det relativt höga massapriset bidrar till såväl stabilitet som vår egen lönsamhet. Samtidigt vållar den höga massakostnaden problem för ointegrerad produktionskapacitet i euroområdet och i Sverige. Vi ser även att en del av våra konkurrenter tvingas vidta åtgärder på grund av vinstpressen. På det hela taget är marknadsutsikterna för våra affärsområden Packaging Paper och Containerboard något ljusare än vi tidigare förutsåg och marknaden för Consumer Board är fortsatt stabil.

En närmare analys visar att ökad konkurrens sätter press på lokala priser inom Packaging Papers MF-segment och vi har inte kunnat utnyttja vår fulla kapacitet under kvartalet. Detta var väntat och kommer sannolikt att fortsätta. Å andra sidan går det bra för segmentet brunt säckpapper, som uppvisar en oväntat positiv trend. Inom Containerboard utvecklas fluting för närvarande mycket väl med starka orderböcker och det är möjligt att vi höjer priserna nästa kvartal. Inom liner tilltar konkurrensen med ökad kapacitet på marknaden. Priserna har varit tämligen stabila under kvartalet, men vit liner är alltjämt ett orosmoment.



## STRATEGI

Jag anser att vi banat väg för företaget, såväl finansiellt som operativt, så att vi kan fortsätta vår satsning mot att bli den ledande aktören inom den nyfiberbaserade förpackningsmarknaden. Vårt strategiska mål på medellång sikt är att företaget ska växa organiskt med 3–4 procent om året till 2018. Detta kräver investeringar för att få bort flaskhalsar och flera beslut har redan fattats i frågan och jag räknar med att fler åtgärder vidtas. Vid sidan av ren organisk tillväxt överväger vi ytterligare tillväxt genom förvärv eller omfattande investeringar eftersom vår balansräkning nu är stark nog. Aktieägarvärdet kommer dock inte att äventyras och alla sådana steg utreds mycket noga.

Vår mission är att utmana konventionella förpackningar för en hållbar framtid. Eftersom vi betonar vikten av hållbarhet har vi inlett ett samarbete med Tara Expeditions. Vi har en gemensam vision om en framtid då kringflytande plast i haven är ett minne blott, och vi förenas i ambitionen att finna nya svar på hållbarhetsutmaningar. Vi vill vara med och driva på utvecklingen mot en mer hållbar framtid och tar med oss lärdomar från samarbetet i vår produktutveckling.

### **För ytterligare information, kontakta gärna:**

Per Lindberg, VD och koncernchef, +46 (0)8 553 335 00

Susanne Lithander, Ekonomi- och finansdirektör, +46 (0)8 553 335 00