

Foodmark.

VÅR HÅLLBARHETSBERÄTTELSE

2018



INNEHÅLL

1.	VD INLEDER.....	2
2.	OM AGRAKONCERNEN	3
3.	OM FOODMARK AB	4
3.1	LIVSMEDELSSÄKERHET OCH PRODUKTKVALITET	5
3.2	VÅRA VARUMÄRKEN	6
3.3	VÅRA RÅVAROR.....	7
4.	VÅR STRATEGI FÖR HÅLLBAR UTVECKLING	8
4.1	SUPPLIER CODE OF CONDUCT	10
4.2	BAKGRUND TILL FOODMARKS HÅLLBARHETSARBETE	11
5.	VÅR EKOLOGISKA PÅVERKAN	12
5.1	VATTNAR GRÖDOR MED PROCESSVATTEN	12
5.2	TRENDER INOM HÅLLBARHET, VEGANSKT OCH EKOLOGISKT.....	13
5.3	ENERGIANVÄNDNING	14
5.4	RÅVARU- OCH MATERIALANVÄNDNING	15
5.5	FOODMARK GÅR MED I PLASTINITIATIVET	16
5.6	UTSLÄPP AV VATTEN OCH AVFALL.....	17
5.7	AVFALLSHANTERING VID FOODMARKS PRODUKTIONSANLÄGGNINGAR	18
5.8	TRANSPORTER OCH BRÄNSLE	18
6.	ETT SOCIALT ANSVARSTAGANDE.....	19
6.1	ORGANISATION FÖR ARBETSMILJÖ.....	20
6.2	ARBETSMILJÖARBETE I VÅRA PRODUKTIONSANLÄGGNINGAR.....	20
6.3	ARBETSMILJÖ OCH SÄKERHET	21
6.4	VÅRA FANTASTISKA MEDARBETARE	22
6.5	MEDARBETARKOMPETENS	23
6.6	MÅNGFALD OCH JÄMSTÄLLDHET	24
6.7	MÖT VÅRA FABRIKSLEDARE	25
7.	DET PÅGÅENDE ARBETET I LEVERANTÖRSKEDJAN	28
8.	2018 – ETT HÄNDELSERIKT ÅR FÖR FOODMARK	29
9.	OM RAPPORTEN	30
9.1	INDEX	30
9.2	KONTAKTUPPGIFTER	31

1. VD INLEDER

Hållbar utveckling är inget man kan välja eller välja bort – det är ett måste, det måste genomsyra det vi gör här och nu, och i framtiden! I förra årets rapport pratade vi om att lägga en grund för ett mer strukturerat hållbarhetsarbete och få fart på vårt arbete inom detta område – jag kan glädjande nog konstatera att vi har lyckats bra med denna ambition.

Vi har idag en tydlig strategi på koncernnivå som ger oss ett bra ramverk på bolagsnivå, som i sin tur har resulterat i en mängd bra planer och påbörjade initiativ. Detta känns extra viktigt då hållbar utveckling är en så tydlig hygienfaktor för att uppnå långsiktighet för såväl samhälle som näringsliv och dessutom ett så kritiskt globalt fokusområde –även om vi har långt kvar och mycket som ska göras, har vi kommit igång, vi är på rätt väg och vi börjar få upp farten ...

Under året har vi gjort en massa bra saker – både påbörjat och avslutat. Vi har till exempel slutfört bygget av en ny fabrik som ger oss mindre interna och externa transporter, vi har kommit allt närmare införandet av biogas som energikälla på vår fabrik på Gotland, vi har anslutit oss till branschens plastinitiativ för att driva på för bättre plastförpackningar, vi har inlett en genomgång av alla våra förpackningar för att försöka minimera materialåtgång och välja bättre material.



Andreas Millbourn, VD Foodmark AB

Under 2019–2020 kommer vi att fortsätta vårt arbete inom hållbarhetsområdet genom att bland annat arbeta med matsvinn, minskad plastanvändning och mångfald. Vi kommer också att delta i fler branschinitiativ för en hållbar utveckling.

Vi har som sagt verkligen kommit igång med ett mer strukturerat arbete inom detta område, vi har numera en mycket tydligare plan för hur vi tror att vi bäst kan göra skillnad och vad vi tror att vi gör bäst i att fokusera på de kommande åren för att ta vårt ansvar och bidra till en mer hållbar utveckling!

Trevlig läsning!

A handwritten signature in blue ink, which appears to read 'Andreas Millbourn'.

April 2019
Andreas Millbourn
VD Foodmark AB

2. OM AGRAKONCERNEN

1885 tog Knut K. Heje det första steget mot det som idag är livsmedelskoncernen A/S Agra. Idag, över 130 år efter grundandet av A/S Agras Margarinfabrik, ägs koncernen fortfarande av familjen Heje och huvudkontoret är beläget på samma adress som margarinfabriken en gång byggdes.

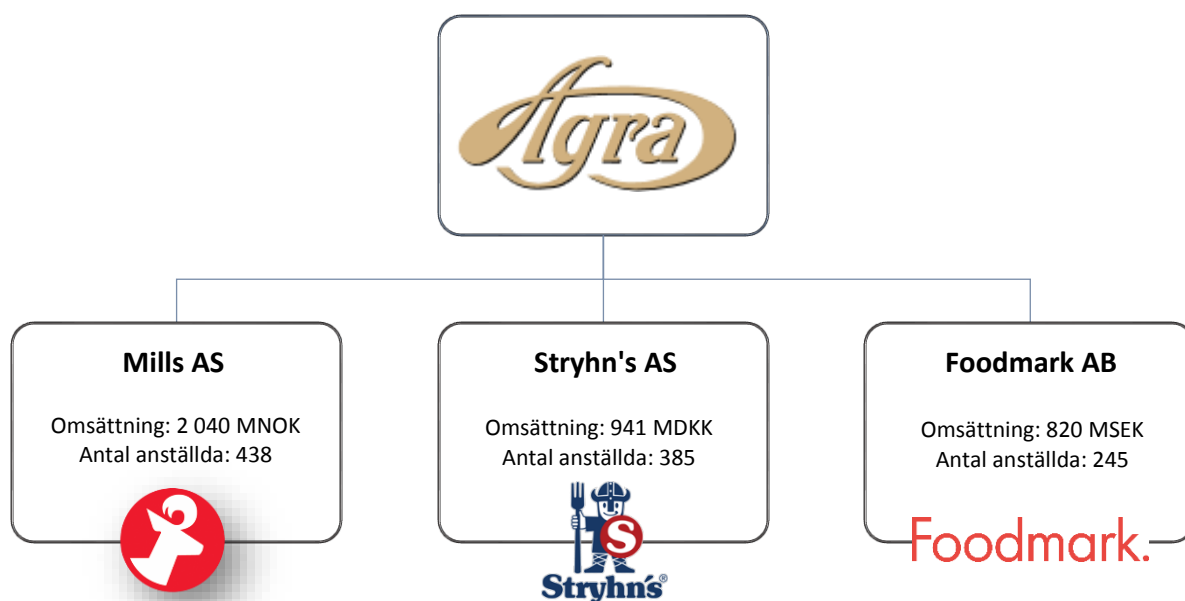
Efter år av stadig tillväxt och förvärv kan Agrakoncernen titulera sig som ett av Skandinaviens största varumärkesbaserade livsmedelsföretag med

en omsättning på närmare 4 miljarder NOK och en portfölj med 15 varumärken.

Koncernen består av tre verksamheter där, förutom svenska Foodmark AB, även norska Mills AS och danska Stryhns AS ingår. Inom Agra finns tre koncerngemensamma funktioner: IT, inköp samt redovisning och betalningsströmmar.

Idag innehar A/S Agra en diversifierad produktportfölj som sträcker sig från grundstenen margarin till majonnäsbaseade sallader, dressingar, såser, kaviar, korv och leverprodukter.

Koncernstruktur AGRA



3. OM FOODMARK AB

Ledande producent

Såser, dressingar, messmör, mjukost och flera olika sorters majonnäs-baserade sallader gör Foodmark AB till en av Sveriges ledande producenter och marknadsförare av några av landets mest älskade livsmedel. Det framgår bland annat av de ca 24 500 ton färdigvaror som årligen säljs inom dagligvaruhandeln och till storhushåll. Vårt huvudkontor ligger i Sundbyberg i Stockholm. Våra produkter tillverkas främst i Albyberg söder om Stockholm där även vårt centrallager huserar men tillverkningen sker även på Gotland, i Vidsel, i Norge och i Danmark. Våra produkter finns främst att köpa i Sverige, Norge, Danmark och Finland. I Sverige består tillverkningen av majonnäs-baserade sallader, såser, dressingar, mjukost och messmör. Hos vårt systerbolag i Danmark tillverkas våra leverprodukter och i Norge tillverkas bland annat Mills remouladsås som säljs inom dagligvaruhandeln i Sverige. Våra produkter levereras från centrallagret i Albyberg till alla våra kunder och kedjor. De produkter som tillverkas i Danmark, levereras direkt till våra kunder.

Foodmark har över 210 heltidsanställda och i vår varumärkesportfölj ingår Rydbergs, Lohmanders, Fjällbrynt, Delikatessfabriken, Jensens Køkken, K-salat och Mills.

VÅR MISSION

Att inspirera till goda och enkla matupplevelser – med en positiv påverkan på samhälle och miljö

Vår historia

Foodmark AB är en historia som inleddes med att tre aktörer inom majonnästillverkning gick från att vara konkurrenter till att bli samarbetspartner. Historien tar avstamp i Stockholm när Otto Persson år 1929 öppnar en smöraffär och åtta år senare när makarna Rydberg börjar tillverka majonnäs. Fram till 1960-talet var det dessa två aktörer som producerade majonnäs till den svenska marknaden, men detta kom att ändras när det norska varumärket *Delikat* påbörjade sin export till Sverige. Det fanns nu tre aktörer som konkurrerade på marknaden: OP, Rydbergs och Delikat.

Produktion och försäljning blomstrade och under 1970-talet genomfördes flera förändringar inom de tre bolagen, däribland ägarbyte och flytt till ny produktionsanläggning.

De riktigt stora förändringarna kan däremot härledas till de ändringar av handelslagarna som tillkom efter Sveriges inträde i EU på 1990-talet.

Detta ledde nämligen till att Rydbergs, tillika Foodmark, som tidigare förvärvats av bolaget, blev uppköpta av A/S Agras ägare Knut G. Heje. På så sätt slogs de tre största konkurrenterna inom majonnäs-baserade produkter ihop och fick år 1996 det gemensamma namnet Foodmark.

Stadig tillväxt

Foodmark har haft en stadig tillväxt och valde år 2010 att förvärva Fjällbrynt, ett av Sveriges äldsta livsmedelsvarumärken. Fjällbrynt har försett det svenska folket med messmör ända sedan 1939 och breddade för mer än ett decennium sedan sitt sortiment med ett flertal olika varianter av mjukost.

Ytterligare ett förvärv gjordes 2015 då Lohmandergruppen AB blev en del av Foodmark. Detta varumärke andas kvalitet och passion. Grundaren Bertil Lohmander var nämligen en man med stort intresse för god mat. Det sägs att han under en släktmiddag bestämde sig för att förverkliga sin dröm: att göra den absolut perfekta bearnaisesåsen. Efter otaliga timmar vid kastrullerna och flertalet provsmakningar spreds ryktet om Lohmanders himmelska sås – som sedan kom att kallas Bearnaise Original. Den hittade ut i butikshyllorna och var snart Sveriges mest sålda och älskade sås och är det än idag.

VÅR VISION

Att vara det mest framgångsrika livsmedelsföretaget i Sverige.

Foodmarks nästa förvärv blev det norrländska företaget Delikatessfabriken AB. Delikatessfabriken är en stark aktör i de norra delarna av Sverige och deras spännande såssortiment och karaktäristiska vita flaskor är en självklarhet likväl på utflykten som på middagsbordet.

Delikatessfabriken AB blev en del av Foodmarkfamiljen under 2016 och är sedan årsskiftet 2017–2018 helägt av Foodmark AB.

Genom våra systerbolag i Norge och Danmark säljer vi även Mills Remouladsås samt flertalet såser, dressingar och majonnäs-baserade sallader från de välkända varumärkena Jensens Køkken (sedan 2016) och K-Salat (sedan 2017).

FOODMARKS ANLÄGGNINGAR



3.1 LIVSMEDELSSÄKERHET OCH PRODUKTKVALITET

Trygga och säkra produkter till våra konsumenter är en självklarhet för oss på Foodmark. Vårt systematiska arbete med livsmedelssäkerhet och produktkvalitet är en viktig del i detta.

Livsmedelssäkerhet och produktkvalitet

För att våra produkter ska vara trygga och säkra tillämpar vi ett HACCP-system (*Hazard Analysis and Critical Control Points*) för att säkerställa livsmedelssäkerheten. Detta förebyggande arbete identifierar, utvärderar och kontrollerar faror och täcker hela verksamheten från råvaror till konsumtion. Genom att fokusera på riskkartläggning, spårbarhet, hygien och kontroll minimerar vi risken för förekomst av exempelvis oönskade allergener, främmande ämnen och andra kvalitetsavvikelser. Våra HACCP-planer och system verifieras genom interna revisioner tillsammans med övriga Agra-koncernen samt av externa certifieringsorgan mot den internationella BRC-standarden (*British Retail Consortium Food Safety Standard*). Vår produktionsanläggning i Klinte på Gotland är BRC- certifierad. Våra två övriga produktionsanläggningar i Vidsele och Albyberg kommer att BRC-certifieras under början av 2019. Vi väljer leverantörer och råvaror med omsorg och ställer tydliga krav på dem. Vi ger

tydlig information om ingredienser och innehåll på alla våra produkter.

Återkallelser och reklamationer

Under 2018 hade vi inga allvarliga avvikelser som innebar någon återkallelse. Vi kontrollerar råvaror och våra produkter under och efter tillverkning samt innan de utleveras till våra kunder. Vi har mål för antal konsumentreklamationer samt avvikelser per anläggning. Utfallen från dessa använder vi systematiskt för att ständigt arbeta med förbättringar. En stor del av de synpunkter och reklamationer som inkommit från våra konsumenter och kunder under året förklaras av produktionstekniska utmaningar i samband med flytten av produktionsutrustning till vår nya anläggning i Albyberg.

3.2 VÅRA VARUMÄRKEN

Rydbergs – värnar om det lokala

Rydbergs historia börjar redan år 1937 då makarna Rydbergs majonnäs först såg dagens ljus. Den blev snabbt en storsäljare och under årens lopp har Rydbergs sortiment utökats med såser, dressingar och sallader. Rydbergs är ett ledande varumärke inom dessa kategorier och älskas av såväl stora som små!



I över 15 år har vi använt oss av de gotländska odlarnas gedigna erfarenhet och kunskap för att ha möjlighet att erbjuda potatis och rödbetor av högsta kvalitet i våra sallader. På våra Gourmetpotatissallader hittar du gårdsmärkning vilket tydligt visar vilken gotländsk gård potatisen kommer från. Under 2018 samarbetade vi med elva potatisodlare och fem rödbetsodlare och de flesta av våra odlare har vi haft avtal med i mer än tio år. Några odlare har också låtit odlingen gå i arv mellan generationer – det tycker vi säger något om kontinuitet och erfarenhet!

Delikatessfabriken – vår stolthet i norr

Grundarna till varumärket Delikatessfabriken har sedan starten inte bara haft en mission om att skapa vardagslyx för dig och mig, de har också haft ett stort hjärta för lokalt samhällsengagemang. Som tack blev de 2016



framröstade som Norrbottens mest företagsamma människor av Svenskt Näringsliv. Företagets grundare lyckades med stor öppenhet och vilja visa att det gick att driva en verksamhet på en liten ort. Det är något vi på Foodmark nu vill förvalta vidare. Delikatessfabriken tillverkar framförallt såser och dressingar.

Fjällbrynt – älskade pålägg sedan 1939

Fjällbrynt är ett av Sveriges äldsta matvarumärken och har sedan 1939 varit ett naturligt inslag i goda upplevelser kring köksbord, på utflyktsfilar och i lunchrum. Du kan enkelt breda våra pålägg på bröd av alla de slag – och på annat gott. Många förknippar vår mjukost med utflykter och camping, och det säger ju en hel del om det praktiska.



FJÄLLBRYNT
- 1939 -

Vi har rötterna kvar i vårt ursprungs Jämtland, men tillverkningen sker sedan 2018 i Albyberg i Foodmarks nya moderna, energieffektiva anläggning. Alla våra pålägg tillverkas av svenska mejeriråvaror. Messmöret görs på vassle (mese) och mjukostens huvudingrediens är svensk hårdost. Vissa tror att det behövs tillsatta konserveringsmedel i bredbara pålägg, men vi har visat motsatsen med framgång.

Stoltheten över våra rötter och vår historia kombinerar vi med nyheter och extra omsorg för framtiden. Fjällbrynt är hållbart hela vägen från val av råvaror till produktion – och konsumtion. Och med några kommande sortimentsnyheter gör vi våra pålägg tillgängliga för ännu fler.

Lohmanders – Sveriges godaste sällskap

Lohmanders är en familj med stor kärlek till livets goda i allmänhet – och sås i synnerhet. En kärlek som växt till ett brett och ständigt växande sortiment av smaker och upplevelser. Alla med kvalitet och tanken att bli det godaste



LOHMANDERS'

sällskapet till vad du än lägger på tallriken. Vare sig du väljer våra traditionella favoriter som Bearnaisesås eller Aioli, eller låter oss inspirera dig att glänta på dörren till något du kanske aldrig tänkt på – men inte kommer vilja leva utan.

3.3 VÅRA RÅVAROR

För oss är vår majonnäs en grundsten som utgör basen i de flesta av våra produkter. Vår majonnäs är också en kraftfull smakbärare, som rundar av och ger våra produkter dess unika och fylliga karaktär. Basen i vår majonnäs är rapsolja.

*Matfett som olja innehåller omättade fetter som det är bra att äta mer av. I rapsolja finns det särskilt nyttiga omega-3-fettet som kroppen inte själv kan bilda. Forskning visar att risken för hjärt-och kärlsjukdomar minskar när en del av det mättade fett i kosten byts ut mot omättat**

Foodmark väljer ägg från frigående höns

Under 2018 togs beslutet att Foodmark från och med första veckan i februari 2019 inte kommer att göra några fler inköp av burhönsägg.

Övergången från burhönsägg till ägg från frigående höns i produktionen kommer att ske successivt under 2019. Foodmark har som mål att senast maj 2019 kunna producera sina såser, dressingar och sallader helt och hållet med ägg från frigående höns.

MSC-certifierade råvaror

I slutet av 2018 utfördes en kartläggning gällande MSC-certifierade (*Marine Stewardship Council*) råvaror. Inom Foodmark är 94 % av volymen (kg) inom kategorin marint certifierad råvara.

Denna kartläggning ligger till grund för det fortsatta arbetet med hållbart fiske. Vi vill skaffa oss en fördjupad insikt i hur fisket, hanteringen och den totala värdekedjan fungerar.

Vi har också för avsikt att MSC-certifiera vår egen verksamhet, detta för att framöver även kunna märka våra marina produkter med MSC-logotyp.

*<https://www.livsmedelsverket.se/matvanor-halsa--miljo/kostrad-och-matvanor/rad-om-bra-mat-hitta-ditt-satt/matfetter---rad>



4. VÅR STRATEGI FÖR HÅLLBAR UTVECKLING

För att kunna leva upp till vår vision om att bli Sveriges mest framgångsrika livsmedelsföretag, måste vi ta ansvar genom hela värdekedjan.

Bakgrund

För lite drygt tre år sedan valde vi att belysa FN:s 17 globala hållbarhetsmål under vår årliga företagsdag. Där pratade vi kring dessa och om vad som sker i vår omvärld just nu. Den omedelbara responsen från medarbetarna var positiv och deras engagemang har inspirerat oss i vårt fortsatta arbete. Det som ligger till grund för Foodmarks hållbarhetsstrategi är inte minst dessa mål men också de inspel vi fångat upp genom våra intressenter.

Strategi

För oss på Foodmark innebär hållbar utveckling att skapa långsiktiga lösningar ur ekonomiska, sociala och ekologiska perspektiv. På så sätt säkerställer vi att kunna vara det mest framgångsrika livsmedelsföretaget i Sverige. För våra konsumenter och kunder är en god och enkel matupplevelse lika viktigt som en ansvarsfull och långsiktig företagsstyrning. Därför vill vi ta ansvar genom hela värdekedjan.

Under 2017 genomförde vi en väsentlighetsanalys (se avsnitt Bakgrund till Foodmarks hållbarhetsarbete på sidan 11) för att fastställa vilka hållbarhetsområden vi bör prioritera och inkludera i vår hållbarhetsredovisning. Under 2018 omprövades och förfinades strategin och en omprioritering av hållbarhetsområdena gjordes.

I det korta perspektivet inleder vi arbetet med att säkerställa att vi har en organisation som kan vara med och utveckla vårt hållbarhetsarbete. Dessutom kommer vi att samlokalisera delar av våra fabriker till en och samma plats. Samlokaliseringen kommer att vara klar under år 2019. Parallellt kommer vi under året fördjupa oss i arbetet med vår värdekedja med fokus på våra leverantörer samt inleda utredningar för utvecklingen av mer hållbara förpackningar och produkter. Ambitionen för förpackningar och material är att sträva efter att bibehålla mer av materialets värde genom ett cirkulärt förhållningssätt. Vi kommer också göra insatser för vidare medarbetarutveckling och därigenom göra framsteg inom mångfald, jämställdhet, arbetsmiljö och säkerhet.

I det längre perspektivet blickar vi utanför vår egen verksamhet för att kunna möta de globala utmaningar som vi står inför. Genom att integrera hållbarhetsarbetet som en naturlig del av vår vardag och i de beslut som fattas säkrar vi en hållbar tillväxt.



Globala och lokala utmaningar

De 17 globala målen för hållbarhet som antagits av världens ledare är framtagna för att avskaffa extrem fattigdom, minska ojämlikheter, lösa klimatkrisen och att främja fred och rättvisa. För att lyckas krävs det att vi alla hjälps åt.



Livsmedelsförsörjningen är en central verksamhet i samhället. Hållbara system för livsmedelsproduktion är därför ett av delmålen för det globala hållbarhetsmålet *Ingen hunger*. Med ökad befolkning i världen följer ett större matbehov. Fler människor arbetar för att säkra en tillräcklig livsmedelsförsörjning och detta sker oftast i utvecklingsländer. Vi själva behöver ta ansvar för att säkerställa en ansvarsfull leverantörskedja.

Vi på Foodmark ser att ett av de allra största problemen för livsmedelsproduktionen i Sverige är matsvinnet. I Sverige beräknas matavfallet längs hela livsmedelskedjan till nära 1,3 miljoner ton per år. Detta är ett slöseri med resurser och kvalitetsmässig mat, särskilt när en stor del av världens befolkning inte får tillräckligt mycket mat. Att minska matsvinnet och jobba med cirkulära modeller är viktigare än någonsin.

En annan utmaning är användningen av handelsgödsel och kemiskt växtskydd. Under ogynnsamma förhållanden förekommer näringsläckage till diken och vattendrag, vilket kan påverka den biologiska mångfalden och i förlängningen även orsaka algblooming. För att upprätthålla produktiviteten och hushålla med givna resurser behöver jordbruket använda den senaste tekniken och ha en ordnad växtföljd som inte påverkar odlingsmarkens långsiktiga förmåga att producera.

Skövling av skog är ytterligare en global utmaning som påverkar klimatets stabilitet och den biologiska mångfalden. När skog avverkas för att ge landtyr till jordbruk får vår planet en mindre koldioxidssänka som tar upp koldioxid från atmosfären. Det bidrar till klimatförändringar och det blir extra svårt för jordbruket att säkerställa en viss mängd och kvalitet. Skogen och jordbruket är båda viktiga komponenter för att komplexa ekosystem ska kunna fortsätta producera och vara effektiva för oss människor.

Livsmedelsproduktionen behöver därmed bidra till förnyelse och utveckling ur flera perspektiv för att hantera de globala utmaningarna som vi alla står inför.

4.1 SUPPLIER CODE OF CONDUCT

För att säkerställa att hela koncernens anlitade leverantörer uppfyller de krav som ställts finns en *Supplier Code of Conduct*. Den bygger på UN Global Compact och tillsammans med Agras inköpsvillkor är det utgångspunkten för vårt arbete. Det är viktigt att livsmedelsproduktionen är effektiv, men med dagens förhållanden ökar samtidigt risken för att människor utnyttjas i de olika steg som ingår från primärproduktion till färdigvaruproduktion. Riskerna kan innebära allt från barnarbete till slavarbete och att FN:s krav för mänskliga rättigheter inte uppfylls. Att göra riskanalyser i värdekedjan kan vara både tidskrävande och svårt eftersom kedjan kan vara lång och flera parter ofta är inblandade. Koncernen är medlem i organisationen Sedex, som ger tillgång till information som hjälper oss i vår bedömning av leverantörerna. I Sedex finns ett så kallat *Risk Assessment Tool* där vi får en tydlig indikation på hur sannolikt det är att risker förekommer baserat på land, produktområde och hur de svarat i en *Self-Assessment Questionnaire*. Det ger till exempel en indikation på var behovet av arbete för anti-korruption och mänskliga rättigheter är som störst inom värdekedjan. Vi genomför också revisioner av utvalda leverantörer. Mer om detta kan läsas i avsnittet Det pågående arbetet i leverantörskedjan, på sidan 28.

Vår *Supplier Code of Conduct* ställer därför krav på varukedjans aktörer att uppfylla både internationella mänskliga rättigheter och arbetsrättsliga regler. Krav ställs också på lokal miljö rätt och vidtagandet av åtgärder för att minimera negativa konsekvenser på miljön. Dessutom ska aktörerna följa nationell lagstiftning inom hälsa, miljö och arbetsförhållanden. Slutligen ska alla aktörer aktivt motverka korruption, utpressning och mutor.

Genom Agrakoncernen är Foodmark även medlem i det norska initiativet för etisk handel (IEH). IEH är en medlemsorganisation och Norges största nätverk för att säkra en hållbar leverantörskedja.

Foodmark AB följer de övergripande policyerna och riktlinjerna som antagits av A/S Agra och har för avsikt att inom de kommande två åren utveckla arbetet med företagets *Code of Conduct*. Det innefattar även de delar som har med anti-korruption och mänskliga rättigheter att göra. När det gäller dessa delar har vi inte haft några verifierade fall under 2018. Det kommer att innebära vidareutveckling och förtydligande av de policyer som finns. Vi kommer även att vidareutveckla rutiner för att säkerställa både uppföljning och efterlevnad av våra policyer framöver.

Samtliga medarbetare kommer fortsatt att utbildas inom tillämpliga avsnitt av *Code of Conduct* 2019, 2018 utbildades ca 90 % av medarbetarna.

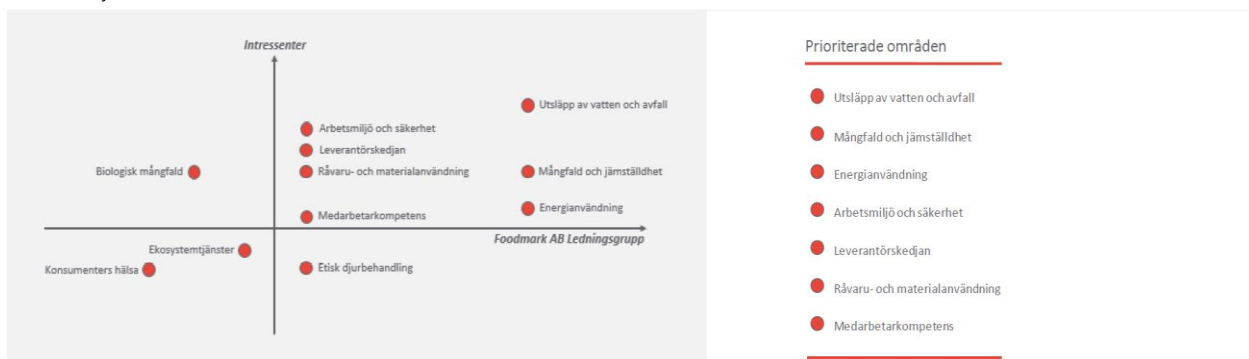


4.2 BAKGRUND TILL FOODMARKS HÅLLBARHETSARBETE

Under 2017 genomfördes en väsentlighetsanalys för att identifiera och prioritera vilka hållbarhetsområden Foodmark aktivt bör arbeta med, ta ägarskap för och redovisa resultaten av. Vi inledde med en intressentanalys i syfte att lära oss om hur vår egen verksamhet påverkar omvärlden. De intressentgrupper som har ett stort intresse för Foodmarks verksamhet och de som vi själva tror att vi påverkar, ingick i analysen. Därigenom har vi säkerställt att vi tar hänsyn till dessa intressentgrupper i vårt fortsatta

hållbarhetsarbete. Våra intressentgrupper är: medarbetare, ägare/koncernledning, kunder, leverantörer, fackliga organisationer, kommun- eller länsrepresentanter. Till grund ligger också AGRA Koncernens hållbarhetslöfte "Vi sprider glädje i vardagen genom att leverera produkter som är bättre för dig och bättre för planeten".

Prioriterade fokusområden 2018



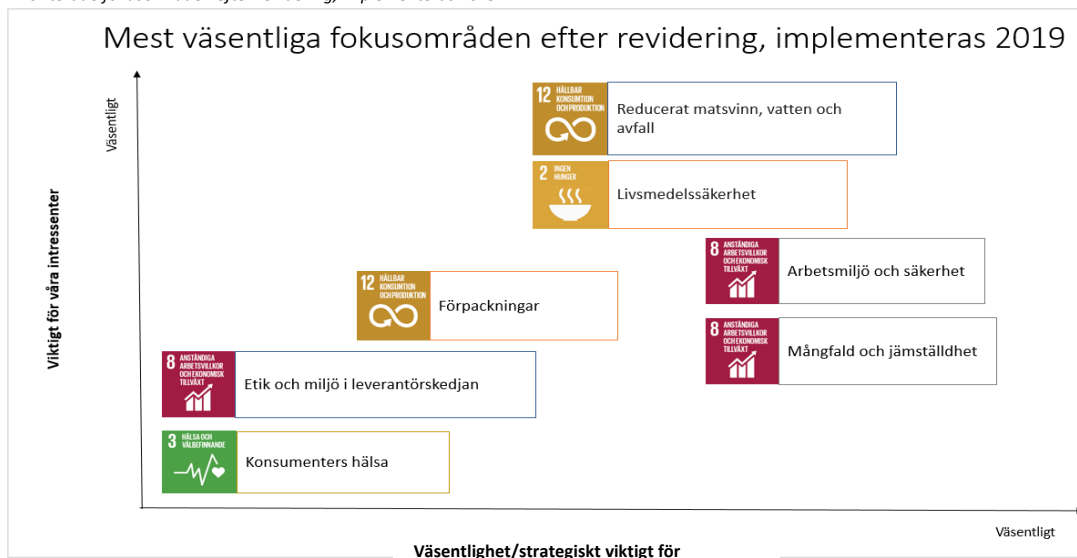
Under hösten 2018 reviderade vi 2017 års strategi, dels för att anpassa den till den nu framtagna koncernstrategin, dels för att göra den tydligare. Detta gjordes genom flera tvärfunktionella workshoppar, där den fullskaliga intressentanalysen som genomfördes 2017 också vägdes in.

Under namnet *Reducerat matsvinn, vatten och avfall* samlades tidigare fokusområden som utsläpp av vatten och avfall, energianvändning, råvaru- och materialanvändning.

Förpackningar bröts ut som ett eget område och konsumenters hälsa samt livsmedelssäkerhet lades till.

Arbetsmiljö och säkerhet är kvar, men mångfald och jämställdhet ersätter medarbetarkompetens som fokusområde. Vi har i och med den här uppdateringen fått en koncernharmoniserad och mer precis strategi att arbeta efter. Detaljplaner och ansvarsfördelning ska tas fram per delområde i början av 2019. Likaså ska en ambitionsmodell där nuläge, mål för 2020 samt 2025 tas fram. De nya strategiområdena kommer att implementeras under 2019.

Prioriterade fokusområden efter revidering, implementeras 2019



5. VÅR EKOLOGISKA PÅVERKAN

Varför är det här viktigt för oss?

För oss är det en självklarhet att minska Foodmarks negativa påverkan på klimat och miljö. Idag använder vi oss av fossila bränslen i logistikledet och i delar av tillverkningen. Vi behöver därför göra insatser inom detta område för att minimera vår negativa klimatpåverkan.

Även råvaru- och materialanvändning är något vi ser som en viktig aspekt. Såväl kunder som medarbetare tycker att det är viktigt att vi ständigt arbetar med att minska svinnet av råvaror och väljer mer hållbara förpackningsmaterial. Vi kommer därför inledningsvis påbörja en kartläggning av de material som används i förpackningarna för att se vad som kan göras för att förbättra dessa.

Ytterligare en aspekt som vi har identifierat som väsentlig är utsläpp av vatten och avfall från produktionen. Processvatten från livsmedelsproduktion kan innehålla näringsämnen som alger och mikroorganismer livnär sig på. Om inte vattnet renas på rätt sätt kan detta bidra till övergödning och algbloomning. Ett nästa steg är att säkerställa att återföra den näringen till ekosystemet.

Det finns ett genuint intresse bland medarbetare liksom hos kunder och leverantörer att vi tar ansvar för våra utsläpp av vatten och avfall. Då vatten är en stor och viktig del i våra processer prioriterar vi att få ett så bra och effektivt resultat av vattenanvändningen som möjligt.

5.1 VATTNAR GRÖDOR MED PROCESSVATTEN

Alla våra råvaror som används i produktionen idag innehåller näring som i hög utsträckning följer med processvattnet. Genom att återföra vatten och näring till åkrarnas grödor sluts kretsloppet och ett cirkulärt system skapas. Sedan 80-talet har processvatten från Foodmarks fabrik på Gotland använts för bevattning av närliggande odlingsmark.

Denna lösning skapades av den tidigare fabriksägaren då Region Gotlands reningsverk saknade kapacitet att tillmötesgå fabriken behov. Det fanns samtidigt ett behov av bevattning på en gård i anslutning till fabriken och för att få en jämn distribution av vattnet anlades dammar. Att skapa detta cirkulära kretslopp har, förutom att ta tillvara på vattnet på ett hållbart sätt, dessutom inneburit att kostnaden för att ta hand om vattnet blivit avsevärt lägre än de andra alternativ som då fanns.

Gården som äger marken runt dammarna ligger i anslutning till Foodmarks fabrik i Klinte. Vattnet leds via vårt interna reningsverk, med hjälp av självfall, till dammarna. Bevattningsbehovet är naturligtvis väderberoende men pågår i regel under sommaren med start i maj och dammarna är oftast helt tömda i början av augusti. Systemet ger alltså kretsloppsanpassad bevattning.



5.2 TRENDER INOM HÅLLBARHET, VEGANSKT OCH EKOLOGISK

Trender

Några av de stora omvärldstrender som vi på Foodmark ser är starkt kopplade till hållbarhet. Vi vet att konsumenten idag har ett allt större fokus på hållbarhet och att göra hållbara val när de väljer livsmedel och måltider. En av dessa trender kallar vi för *Mindful eating* och innefattar både att konsumenten bryr sig om att äta det som är bra för kroppen – men även det som är bra för miljön och omvärlden. Vi ser också att efterfrågan på lokalt producerad, uppfödd och odlad mat växer allt mer. Allt fler väljer också att köpa mat som är producerad, uppfödd och odlad i Sverige. Detta är en viktig drivkraft som också ger oss på Foodmark en stor fördel tack vare vår svenska produktion.

De senaste åren har efterfrågan på vegetariska och veganska livsmedel ökat mycket kraftigt och på den svenska marknaden ser vi nu ett skifte i konsumtionen där allt fler minskar på köttet och istället väljer vegetariskt.

Ekologiska produkter

I vårt sortiment har vi idag två ekologiska såser under varumärket Lohmanders. Efterfrågan på ekologiska såser är

inte något som växer, så strategin är att i första hand behålla sortimentet och vi har i dagsläget inga planer på att utöka sortimentet med fler ekologiska såser.

Veganska produkter

För oss på Foodmark är det viktigt att tillhandahålla livsmedel som våra kunder och konsumenter efterfrågar samt att följa viktiga trender. Ett exempel på detta är att vi under Rydbergs varumärke under 2018 har lanserat två veganska såser; Rostad Lök Mayo och Sriracha Mayo. Vi har valt att märka dessa såser med vår Vego-vimpel för att visa att de är helt veganska och därmed varken innehåller mjölk eller ägg.

Såserna är förpackade i 250 ml-flaskor och riktar sig till våra kunder och konsumenter inom dagligvaruhandeln. Även inom Servering, där vi säljer produkter till foodservice-marknaden, ser vi en ökad efterfrågan av veganska alternativ. Här erbjuder vi idag flera olika alternativ med allt från Majonnäs till Burgerdressing och Bearnaisesås. För att tillgodose våra konsumenters och kunders starka önskemål planerar vi att under de närmaste åren lansera fler veganska produkter.



5.3 ENERGIANVÄNDNING

Så här arbetar vi på området

Då vi verkar inom tillverkningsindustrin är energianvändning en viktig fråga för Foodmark. Vi har påbörjat arbetet med energikartläggning som framöver kommer att följas upp var tredje år. Energikartläggningen kommer att skapa en tydlig bild över nuläget för energianvändningen på alla produktionsanläggningar, samt för vår egen fordonsflotta. Dessutom kommer energikartläggningen att ge oss förslag på hur vi kan minska vår energianvändning och därmed vår klimatpåverkan. Att minska utsläppen av koldioxid är även förenligt med Sveriges visioner som exempelvis *Fossilfritt Sverige*, *EU 2030 Climate & Energy Framework* samt *Parisavtalet*.

Under 2018 stängdes tre av Foodmarks anläggningar samt ett centrallager ner och verksamheterna flyttade till Albyberg. Med detta utgår vi från en mer samlad resursanvändning. Genom att tidigt påbörja ett strategiskt arbete med reduktion av fossila bränslen, kommer vi att vara väl förberedda inför framtida lagkrav.

Vårt resultat

Den uppmätta och uppskattade energianvändningen i tabellen nedan visar energi som används i produktionen på samtliga anläggningar som var i drift under 2018. Uppgifter för bränsleförbrukning i fordonsflottan är exkluderat ur energianvändningen för 2018, men ska enligt planerna läggas till på sikt.

För de produktionsanläggningar som Foodmark står som ägare är planen att ha avtal på 100 % förnybar el. Detta arbete kommer att starta under 2019.

All värme och kyla till fastigheten för huvudkontoret i Sundbyberg kommer från miljövänlig bergvärme.

Solceller

Takytan på vår nya fabriksanläggning i Albyberg är förberedd för montering av solceller vilket är något som kan komma att installeras i framtiden.

Tabell 1, 302–1; Total energianvändning inom organisationen av icke-förnyelsebar energi samt förnyelsebar energi (wattimmar)

År: 2018	Icke-förnyelsebar		Förnyelsebar		
	Olja MWh	Diesel MWh	Träpellets MWh	Biogas MWh	Fjärrvärme MWh
Klinte (Gotland)	6 440	12	n/a	n/a	n/a
Spånga	n/a	n/a	n/a	n/a	498
Vidsele	n/a	n/a	112	n/a	n/a
Norrköping	n/a	n/a	n/a	n/a	42
Östersund	160	n/a	n/a	n/a	n/a
Jordbro	n/a	n/a	n/a	n/a	224
Sundbyberg	n/a	n/a	n/a	n/a	n/a
Albyberg	n/a	n/a	n/a	n/a	n/a
Totalt	6 600	12	112	0	764
Total energianvändning icke-förnybar energi år 2018				6 612	J
Total energianvändning förnybar energi år 2018				876	J

Tabell 2, 302–1; Total konsumtion av energi och total försäljning av energi (joule)

År: 2018	Total energianvändning av elektricitet J	Total energianvändning av värme J	Total energianvändning av kyla J	Total energianvändning av ånga J	Total försäljning av elektricitet J	Total försäljning av värme J	Total försäljning av kyla J	Total försäljning av ånga J
Klinte (Gotland)	3 040	n/a	n/a	n/a	n/a	n/a	n/a	n/a
Spånga	1 351	n/a	n/a	n/a	n/a	n/a	n/a	n/a
Vidsele	203	n/a	n/a	n/a	n/a	n/a	n/a	n/a
Norrköping	76	n/a	n/a	n/a	n/a	n/a	n/a	n/a
Östersund	4 387	n/a	n/a	n/a	n/a	n/a	n/a	n/a
Jordbro	319	n/a	n/a	n/a	n/a	n/a	n/a	n/a
Sundbyberg	0	n/a	n/a	n/a	n/a	n/a	n/a	n/a
Albyberg	2 967	n/a	n/a	n/a	n/a	n/a	n/a	n/a
Totalt	12 343	0	0	40	0	0	0	0
Total konsumtion av energi år 2018							12 343	J
Total försäljning av energi år 2018							0	J
Total energianvändning år 2018							19 831	J

5.4 RÅVARU- OCH MATERIALANVÄNDNING

Så här arbetar vi på området

Vår ambition är att arbeta med alternativa lösningar i vår råvaru- och materialanvändning, särskilt för förpackningar. För att möta kundernas förväntan kring hållbara förpackningar ska vi tillsammans med medarbetare och leverantörer jobba för att minska mängden plast samt hjälpa våra konsumenter att återvinna rätt.

Just förpackningsmaterial som används till livsmedel tillverkas oftast av så kallade *nymaterial* och används oftast enbart en gång innan det slängs. Därför är det viktigt att tänka på förpackningar från ett cirkulärt perspektiv. Enligt det nya EU-direktivet kring cirkulär ekonomi för plast så förbrukades 49 miljoner ton plast inom EU år 2015. Av dessa 49 miljoner ton användes ca 40 % till förpackningar*.

Genom att utgå från cirkulära perspektiv kan vi lägga långsiktiga planer för att bli mer resurseffektiva. På så sätt arbetar vi även i linje för de nationella miljökvalitetsmålen. För att kunna redovisa hur vi arbetar med att minska användningen av naturens resurser krävs att vi arbetar både kreativt och innovativt för att hitta smartare arbetssätt.

Vi på Foodmark tycker att plast är en viktig fråga för oss eftersom det baseras på fossila råvaror.

Dessutom är *plast och kombinerat* den största materialkategorin vi förbrukar för emballage, se tabell 3 nedan.

Metaller kommer främst från konserver och tuber för råvaror och produkter. Det ligger i vår strategiska plan att arbeta med mer hållbara alternativ till förpackningar och emballage.

Vårt resultat

I tabellerna nedan finner ni mängden av råvara och material vi har förbrukat i vår produktion. För emballage har vi inga uppgifter för vikt, utan styckenheter. Eftersom anläggningarna i Jordbro och Sundbyberg inte är produktionsanläggningar saknas dessa uppgifter i dagsläget.

I fabriken i Östersund används en stor del animaliska råvaror i form av ost och vassle till mjukost och messmörstillverkning. I Spånga och i Albyberg används en stor andel marina råvaror, såsom räkor, i våra majonnäsbaseade sallader. Den olja vi använder är främst rapsolja och ingår som bas i flera produkter med majonnäs, det vill säga i våra såser och majonnäsbaseade sallader. Tillsatssvaror vi köper är kryddor, syror, stabiliseringsmedel och konserveringsmedel, med mera. De vegetabiliska råvarorna är grönsaker och frukt som ingår i sallad och mjukost, men även den gurka som ingår i flertalet dressingar.

Tabell 3, 301–1; Råvaror: Förbrukat mängd (kg)

År: 2018	Förnyelsebar				
	Animaliskt kg	Marint kg	Olja och fett kg	Tillsatser kg	Vegetabiliskt kg
Klinte (Gotland)	319 594	9 166	2 393 446	357 036	6 894 994
Spånga	349 993	405 236	3 381 434	344 476	1 734 287
Vidsel	17 160	n/a	273 708	15 188	48 597
Norrköping	23 562	n/a	340 804	9 045	12 223
Östersund	1 528 366	32 149	n/a	81 646	126
Jordbro	n/a	n/a	n/a	n/a	n/a
Sundbyberg	n/a	n/a	n/a	n/a	n/a
Albyberg	647 049	160 030	244 3992	296 518	672 575
Totalt	2 885 724	606 581	8 833 384	1 103 909	9 362 802
Total förbrukat mängd råvaror 2018				22 792 400 kg	
Andel förnybart				100 %	

Tabell 4, 301–1; Emballage: Förbrukat mängd (styck) *Vidsels emballageförbrukning visas i kg

År: 2018	Förnyelsebar		Icke förnyelsebar	
	Kartong och papper styck	Metall styck	Plast och kombinerat styck	
Klinte (Gotland)	3 085 110	1 058	86 051 443	
Spånga	3 285 337	64 819	138 034 607	
Vidsel*				
Norrköping	165 542		3 820 508	
Östersund	514 042	3 401 263	7 891 576	
Jordbro	n/a	n/a	n/a	
Sundbyberg	n/a	n/a	n/a	
Albyberg	2063 989	519 139	69 813 994	
Totalt	9 114 020	3 986 279	305 612 128	
Vidsel	18 400 KG	1 150 KG	38 200 KG	
Total förbrukat mängd emballage 2018			318 712 427 styck	
Andel förnybart			3 %	
Andel icke-förnybart			97 %	

5.5 FOODMARK GÅR MED I PLASTINITIATIVET

Under 2018 skrev Foodmark under *"Plastinitiativet 2022"*, som lanserats av styrelsen för DLF (Dagligvaruleverantörernas Förbund). Ambitionen med initiativet är att de plastförpackningar som medlemsföretagen sätter på marknaden, och som omfattas av producentansvarsförordningen, ska gå att materialutnyttja senast år 2022.

Bakgrunden till initiativet är att EU-kommissionen i januari 2018 lanserade *"En europeisk strategi för plast i en cirkulär ekonomi"*. Ett av målen i strategin är att alla plastförpackningar som släpps ut på EU-marknaden ska kunna återvinnas till ny plastråvara för produktion av nya plastprodukter.

För att kunna göra en förändring och skapa resurseffektiva fördelar som omfattar hela värdekedjan, krävs det att vi samarbetar i alla led och aktivt verkar för att ha ett cirkulärt perspektiv. Detta bör genomsyra allt från förpackningsdesign till sortering och materialåtervinning.

Detta vill Foodmark arbeta aktivt med och har under året påbörjat flera samarbeten med leverantörer

och intressenter i branschen för att uppnå en ökad och fördjupad förståelse för hela kedjan. Ett steg för att möjliggöra detta har varit att stärka vår egen organisation med ytterligare kompetens inom området och vi har under året rekryterat en förpackningsutvecklare.

Arbetet med att analysera Foodmarks befintliga förpackningar och vilka förpackningsmaterial vi packar våra produkter i är uppstartat. Vi har under 2018 valt att fokusera på att ta reda på hur pass återvinningsbara våra förpackningar är idag och vad vi kan förbättra, så att de förpackningsmaterial vi använder ska kunna återanvändas som råvara till något annat. Utöver det ser vi över hur vi kan reducera mängden material i våra förpackningar och på så sätt minska vår användning av fossil råvara.

Under kommande år vill vi fortsätta att utvärdera och utmana oss själva men även fokusera på hur vi packar och transporterar våra produkter ut till kund, samt hur vi säkerställer att vi har en väl avpassad storlek på våra förpackningar i förhållande till mängd produkt den innehåller.



5.6 UTSLÄPP AV VATTEN OCH AVFALL

Så här arbetar vi på området

Vi mäter mängden spillvatten och avfall på våra produktionsanläggningar. Att minska mängden spillvatten och avfall är viktigt för att hushålla med naturresurser. Det är dessutom pengar uppbundet i naturresurser som blir till avfall.

Spillvatten inom livsmedelproduktion innehåller olika näringsämnen som riskerar att bidra till övergödning av sjöar och vattendrag. För att säkerställa att vårt spillvatten inte innehåller onödigt mycket näringsämnen så används en fettavskiljare i våra produktionsanläggningar. Spillvattnet går då igenom ett reningssteg innan det släpps ut till kommunala reningsverk. Vårt spillvatten innehåller mycket fett, och fungerar inte fettavskiljaren så riskerar fettet att förstöra både avloppssystem och reningsanläggningar.

För Klinte på Gotland ligger anläggningen intill en potatisodling. Där används spillvatten från produktionen som bevattningsvatten till potatisen och skapar därmed ett slutet kretslopp. Ni kan läsa mer om bevattningen av potatisodlingar på sidan 7.

Avfall och särskilt farligt avfall från anläggningarna hanteras separat av godkända entreprenörer för att minimera risken för negativ miljöpåverkan och hälsoskador vid felaktig hantering.

Vårt resultat

I tabellerna nedan redovisas data för fast avfall och spillvatten för 2018. Anläggningen i Sundbyberg är enbart en hyrd kontorslokal och data saknas i dagsläget för mängd spillvatten. Data för provtagning av spillvatten saknas för vissa anläggningar, liksom data för fast avfall för anläggningarna Östersund och Sundbyberg.

Inga incidenter av oplanerat utsläpp för spillvattnet inträffade under året.

Den större delen av vårt avfall går idag till biogasproduktion.

Tabell 5, 306–1; Utsläpp av spillvatten (m³)

År: 2018	Destination 1
Klinte (Gotland)	49 600
Spånga	9 750
Vidsel	570
Norrköping	140
Östersund	22 870
Jordbro	40
Sundbyberg	
Albyberg	11 907
Totalt	94 877

Tabell 6, 306–2; Avfall (ton)

År: 2018	Ofarligt avfall som återanvänds ton	Ofarligt avfall som går till återvinning ton	Ofarligt avfall som komposteras ton	Ofarligt avfall som går till utvinning inkl. energiutvinning ton	Ofarligt avfall som går till förbränning ton	Ofarligt avfall som går till deponering ton	Farligt avfall ton
Klinte (Gotland)		34	2 586		63		n/a
Spånga		95	1 077		150		n/a
Vidsel		8	34		6		n/a
Norrköping		1	n/a		14		6
Östersund		42	n/a		28		10
Jordbro		8	n/a		9		n/a
Sundbyberg							
Albyberg		39	818		65		2
Totalt	0	227	4 515	0	335	0	18



5.7 AVFALLSHANTERING VID FOODMARKS PRODUKTIONSANLÄGGNINGAR

Tillverkningen av Foodmarks produkter kräver insatsvaror från många länder och leverantörer. Med detta följer emballage och lastbärare av olika material och former. Den rådande ordningen i Sverige möjliggör sortering av olika materialslag, varav ett flertal också ger ersättning i retur. Ren transparent plast är värdefullt liksom även ren wellpapp och metall. Foodmarks inköp av råvaror i konserverburk överstiger som exempel årligen 100 ton vilket till fullo kan recirkuleras.

Handeln med utsorterade materialslag är omfattande och reglerad. Prissättningen kan i vissa fall följa en dagskurs vilket är fallet med metaller. Åtskilliga entreprenörer är involverade i avfallens hantering så snart det lämnat fabriken. IKEA:s grundare, Ingvar Kamprad, yttrade för många år sedan att "trash is cash" ("skräp är pengar") och det är en sanning som fortfarande gäller i allra högsta grad.

En fraktion som tenderar att öka och som innebär en betydande kostnad är den så kallade brännbara fraktionen.

Som namnet antyder kommer den att brännas och därmed göra nytta i fjärrvärmeanläggningarna, men ur ett miljöperspektiv är ökad utsortering att föredra.

Typiska brännbara fraktioner från Foodmark är alla typer av emballage som inte är rent. Det kan vara också vara wellpapp som inte är torr eller plasthinkar som innehållit skaldjur men som inte är ursköljda. Det viktigaste kravet för att få ersättning för en utsorterad fraktion är just renheten. Ett dilemma med material från fjärran länder är att det förekommer sammansatta material, till exempel en platsäck med ett visst yttre plastmaterial och en innerpåse av annan plast. Ingen entreprenör är villig att ta emot sådana sammansatta material vilket då leder till förbränning.

5.8 TRANSPORTER OCH BRÄNSLE

Foodmarks verksamhet är mycket transportberoende och valet av åkerier, eller i förekommande fall valet av bränsle, kan göra stor skillnad för bolagets klimatpåverkan. Någon allomfattande inventering av transporter har inte gjorts 2018 men det är en prioriterad uppgift under kommande år. Exempel på transportverksamhet som direkt eller indirekt berör Foodmark är inkommande råvaror, utgående färdigprodukt, avfallstransporter, interna transporter på Gotland, tjänstebilar, shuttlebuss i Albyberg, för att nämna några.

Produkter tillverkade på Gotland förflyttas med ordinarie färjetrafik och kan därmed också komma ifråga för den totala miljöbelastningen. Diskussioner förs internt om hur avgränsningen vid en kartläggning ska göras. Ett par av ingredienserna till vår produkt Mangoraja har färdats över flera kontinenter innan den når konsumenterna. Under 2018 har ett nytt avtal med transportföretaget Bring slutits. Bring har som mål att innan år 2025 endast använda förnybar energi till sina fordon och fastigheter.



6. ETT SOCIALT ANSVARSTAGANDE

Varför är det här viktigt för oss?

Våra medarbetares kunskapsutveckling gör oss redo för framtidens snabba förändringar som sker på arbetsmarknaden. En god kompetensutveckling är inte bara betydelsefull för bolagets tillväxt men också för individens eget välmående. Våra medarbetare tycker dessutom att kompetensutveckling är en av de viktigaste delarna i en attraktiv arbetsplats. För att bibehålla vår värdefulla kompetens, samt attrahera nya medarbetare, är det därför viktigt att vi arbetar med detta område.

Medarbetarna är kärnan i vår verksamhet och det är viktigt att alla får rätt förutsättningar för att må bra och känna sig säkra på arbetsplatsen. Foodmarks kärnverksamhet är

livsmedelsproduktion och i produktionsmiljöer finns det alltid en risk för olyckor och incidenter. Därför är en god arbetsmiljö och säkerhet extra viktigt för oss på Foodmark.

En god arbetsmiljö omfattar dessutom flera dimensioner och därför är medarbetarens röst extra betydelsefull för oss i den här frågan.

Mångfald och jämställdhet är något vi vill arbeta mer med för att skapa en attraktiv arbetsplats för alla generationer och dessutom se de individuella styrkorna. Vi är övertygade om att en bred mångfald och en jämställd arbetsplats leder till en hållbar utveckling och långsiktig lönsamhet för hela organisationen. Vi vill fortsätta utvecklas tillsammans med våra medarbetare för att skapa en trygg och rolig arbetsplats.

6.1 ORGANISATION FÖR ARBETSMILJÖ

Kontinuerligt och systematiskt arbetsmiljöarbete är av största vikt för Foodmarks verksamhet. Arbetsmiljölagen reglerar på vilket sätt det systematiska arbetsmiljöarbetet ska bedrivas. Skyddskommittéer, både centralt och lokalt, bidrar i frågor om säkerhet, arbetsmiljö och företagshälsovård.

Foodmark har en central skyddskommitté som möts två gånger per år. Skyddskommittén deltar i planeringen av arbetsmiljöarbetet på Foodmark samt följer arbetsmiljöarbetets genomförande. Den följer även upp de lokala skyddskommittéernas arbete och tar hand om företagsövergripande frågeställningar som till exempel företagshälsovård. De lokala skyddskommittéerna möts fyra gånger per år. Skyddskommittéerna tar tillvara alla anställdas intressen.

Den centrala skyddskommittén följer utvecklingen i de frågor som rör skyddet mot ohälsa och olycksfall. De verkar även för tillfredsställande arbetsmiljöförhållanden genom bland annat uppföljning av arbetsmiljörelaterade rutiner och processer såsom klimatundersökning, årssamtal samt månadssamtal. Dessutom bistår de med handlingsplaner som tillkommer av

arbetsskador, skyddsronder och riskbedömningar. Dessa handlingsplaner innehåller åtgärder och planer som rör det systematiska arbetsmiljöarbetet. Ett exempel på en sådan plan är "Handlingsplan för mångfald och mot kränkande särbehandling".

Vid planering av nya eller ändrade lokaler, anordningar, arbetsprocesser och arbetsmetoder rådfrågas skyddskommittén. Skyddskommittén deltar även vid planering av eventuell användning av ämnen som kan föranleda ohälsa eller olycksfall. Skyddskommittén bidrar med upplysning och utbildning rörande arbetsmiljön samt deltar i verksamheten för arbetsanpassning och rehabilitering på arbetsplatsen

6.2 ARBETSMILJÖARBETE I VÅRA PRODUKTIONSANLÄGGNINGAR

Förbättringsgrupper höjer ribban

På anläggningen i Klinte på Gotland finns förbättringsgrupper för att främja en utveckling inom arbetsklimatet. Gruppen tar fram förslag på förbättringar som lämnas till en styrgrupp som i sin tur beslutar vilka åtgärder som ska göras. Styrgruppen består av personal från fabriken ledningsgrupp.

Lokala möten för arbetsmiljö

På vår anläggning i Klinte på Gotland hålls arbetsmiljömöten var tredje vecka. På dessa möten lyfts arbetsmiljöfrågor och uppföljning av skyddsronder. Det görs också riskbedömningar av olycksfall, sjukfrånvaro samt ergonomi och uppföljningar av såväl tillbud och olyckor som utredningar och åtgärder.

Tillbud och olyckor

Tillbud och olyckor rapporteras löpande in i ett system där all information och samtliga åtgärder samlas. När ett tillbud eller en olycka sker, informeras närmaste skyddsombud för utredning och detta registreras därefter i systemet. Rapporter kan tas ut för granskning och uppföljning.

Trend		2018	2017
	Olyckor med sjukfrånvaro	7 st.	8 st.
	Olyckor utan sjukfrånvaro	24 st.	24 st.
	Inrapporterade Tillbud	24 st.	19 st.

Skyddsombudets viktiga uppgifter

I Klinte och Albyberg finns det tre skyddsombud, i Vidsel finns ett skyddsombud. Deras uppgift är att vaka över skyddet mot ohälsa och olycksfall på arbetsplatsen. Bland annat görs riskanalyser, skyddsronder och andra undersökningar av arbetsmiljön. Dessutom ska skyddsombudet kontrollera att arbetsgivaren uppfyller kraven på ett systematiskt arbetsmiljöarbete. Det innebär att skyddsombudet ska delta vid planering av alla frågor som berör arbetsmiljön och ta del av samtliga handlingar som behövs för skyddsverksamheten. Foodmark är skyldiga att informera skyddsombudet om vilka förändringar som är på gång.



6.3 ARBETSMILJÖ OCH SÄKERHET

Så här arbetar vi på området

Arbetet kring en god arbetsmiljö är en naturlig del i vår verksamhet. Då en bra arbetsmiljö omfattar flera olika dimensioner så arbetar vi också brett inom detta område. Arbetsmiljölagen styr detta arbetet. Då den fysiska och psykosociala arbetsmiljön är en förutsättning för låg sjukfrånvaro och låg personalomsättning arbetar vi aktivt och engagerat med dessa frågor. Brister inom området åtgärdas snarast och vi arbetar proaktivt för att undvika problem inom området.

Ett sätt att skapa trygghet i produktionsmiljön är att säkerställa att vår personal och konsulter är försedd med rätt utrustning samt har den utbildning som krävs för att utföra arbetet. Vi genomför skyddsronder, utrymningsövningar och diverse kontroller samt besiktningar kontinuerligt under året. Vi riskbedömer alla maskiner, lokaler och organisationsändringar.

Vi rapporterar alla tillbud, incidenter och olyckor i ett rapporteringssystem, där vi kan följa upp att erforderliga åtgärder vidtas samt ta fram statistik som underlag för beslut och för hur arbetet fortskrider.

För att skapa en god ergonomi på arbetsplatsen tar vi hjälp av företagshälsovården som har gått igenom alla arbetsplatser och utbildat personalen och konsulter inom området.

Samtliga av Foodmarks anställda omfattas av kollektivavtal.

Förebyggande insatser

På Foodmark arbetar vi förebyggande för både fysisk och psykisk ohälsa. Genom det årliga friskvårdsbidraget ges alla anställda möjlighet att motionera och stärka sig både fysiskt och psykiskt. Även massage erbjuds för alla anställda på arbetstid. Årligen deltar Foodmark i en nationell stegtävling med syfte att stimulera till mer fysisk aktivitet både bland tjänstemän och kollektivanställda. Tävlingen bidrar till friskare och effektivare medarbetare, bättre arbetsklimat och teamkänsla på våra anläggningar.

Vi genomför också regelbunden utbildning i psykosocial arbetsmiljö med fokus på stress och kränkande särbehandling.

6.4 VÅRA FANTASTISKA MEDARBETARE

Utan våra medarbetare skulle vi inte kunna nå den framgång som vi gjort, vi vågar påstå att vi nog inte skulle existera. Vi ser att alla medarbetare, på sitt eget sätt, tillför organisationen värde. Vi arbetar för inkludering och jämställdhet för att vi även i framtiden ska kunna fortsätta erbjuda en bra arbetsplats som attraherar de bästa medarbetarna.

Klimatundersökning och diskrimineringspolicy

Klimatundersökningen kallas vår årliga undersökning som genomförs av medarbetarna på alla enheter. I den mäts områden som till exempel arbetsglädje, arbetsvillkor, arbetsinnehåll och samarbete. Resultatet redovisas för företagsledningen såväl som i alla arbetsgrupper. Vi presenterar också resultatet på en företagsdag där alla tjänstemän träffas.

Våra åtgärdsplaner inkluderar att ta fram en utvecklings-trappa för kompetensutveckling samt ta fram direktiv och frekvens för uppföljning av målen genom medarbetarsamtal. Ytterligare åtgärder är att förbereda och genomföra den individuella lönerevisionen där bedömning sker utifrån satta kriterier.

Resultatet av Klimatundersökningen visar bland annat att vi har en hög arbetsglädje som ligger på 68 (av 100) och stor lojalitet som ligger på 79 (av 100), både arbetsglädje och lojalitet har ökat från tidigare år. Enligt undersöknings-företaget Ennova ligger Foodmark över branschmedel, där arbetsglädje ligger på 58 och lojalitet på 68. Resultatet från Klimatundersökningen visar även att vi blivit bättre på att leva efter våra värderingar då tilliten har ökat från 67 till 68. Vi strävar alltid efter att bli bättre och målbilden är att hamna på 75 (av 100) i alla områden, ledarindex har ökat från 71 till 75, framförallt önskar vi öka chefernas ledarförmåga från 75 till 78. Det uppnår vi genom fortsatt fokus på utveckling och kvalitativ rekrytering med tydliga kompetensprofiler.

Foodmark har en diskrimineringspolicy som samtliga nyanställda får ta del av under sin introduktion på arbetsplatsen. Vi har en nollvision när det gäller kränkande särbehandling och arbetar aktivt med internutbildning i psykosocial arbetsmiljö, där mångfald och kränkande särbehandling är en stor del. I den anonyma klimatundersökningen ställs bland annat frågan om man under de senaste 12 månaderna blivit utsatt för kränkande särbehandling. Resultatet för 2018 blev att 4% av Foodmarks medarbetare upplevde att man blivit utsatt för kränkande särbehandling. Via varslingsmodellen (publicerad på intranätet) har Foodmark fångat upp merparten av fallen och vidtagit åtgärder.

Kompetensutveckling

Alla tjänstemän och avdelningsledare inom Foodmark får en grundläggande ledarskaps- och kommunikationsutbildning.

Syftet är att skapa förutsättningar för ett kommunikativt ledarskap/medarbetarskap. Målet för samtliga ledare och chefer är att förbättra färdigheter och kunskaper för att kunna vara tydliga i sitt ledarskap och sin kommunikation.

Samtliga anställda har ett årssamtal med sin lönesättande chef där året summeras, både prestation och måluppfyllnad. Där sätts också individuella mål samt en plan för personlig utveckling. Våra treårsmål bryts ned i årsplaner som ligger till grund för de individuella målen som varje individ arbetar fram under årssamtalet. Vi bedömer sedan varje medarbetares prestation utifrån tydliga och kända kriterier vid årssamtalet. Alla tjänstemän har dessutom ett uppföljningssamtal med sin chef ungefär var 6:e vecka där bland annat kvartalsprioriteringar följs upp. Under uppföljningssamtalet följs även den personliga utvecklingsplanen upp.

"Foodmark är på en mycket spännande resa åt helt rätt håll när det gäller ledarskap, professionalism och samarbete"

- Ola Nyström, HR-direktör

Jämställdhet & mångfald

Foodmark har som mål att uppnå en jämn könsfördelning på 40–60 % över hela företaget och en aktiv åtgärd för att uppnå detta har varit att öka andelen kvinnor inom produktionsledningen.

I alla rekryteringar som görs är ambitionen att könen ska vara jämnt representerade.

Vi ser det som självklart att arbeta med arbetsmiljö, mångfald och jämställdhet för att säkerställa att all personal trivs och mår bra i Foodmark. Det är en grundförutsättning för att ha en bra lönsamhet samt att skapa ett högt engagemang och förtroende. Risken är annars att vi får en lägre lönsamhet, hög personalomsättning och missnöjd personal.

6.5 MEDARBETARKOMPETENS

Så här arbetar vi på området

Att sätta mål för framtiden ger möjligheten att skapa en tydlig kompetensutvecklingsplan. Alla anställda har i början av året ett samtal där det sätts nya mål för medarbetarens utveckling. Utöver detta är vi övertygade att ett bra och starkt ledarskap är viktigt för att en grupp ska utvecklas och känna sig uppskattade av sin arbetsgivare.

Foodmark har ett mål som syftar till att samtliga ledare och chefer ska förbättra sina färdigheter och uppleva att man har tillräckliga kunskaper i att till exempel vara tydliga i sitt ledarskap och vara kommunikativa. För att ge våra nyanställda tjänstemän den bästa förutsättningen in i sitt arbete, genomgår alla en fyra veckors introduktion. I klimatundersökningen som vi genomför varje år bedömer samtliga medarbetare om man har rätt kompetens och om den tas tillvara på rätt sätt. Vi kan här se att man i allt högre grad tycker så (läs mer under Våra fantastiska medarbetare på sidan 22).

Vårt resultat

88 % av de tillsvidareanställda inom Foodmark AB och Lohmandergruppen AB deltog i årets klimatundersökning. Totalt var det 196 personer för 2018.

Under 2018 hade Foodmarks medarbetare i genomsnitt genomgått 16,5 timmar utbildning. Det inbegriper ledar- och kommunikationsutbildning, utbildning i *Code of Conduct*, introduktionsutbildning, hygien- och kvalitetsutbildning, systemutbildningar samt AGRA Academy som är en central utbildningssatsning för koncernens anställda. Under 2018 har ett antal ledarprogram samt ett antal mer yrkesrelaterade utbildningar genomförts i AGRA Academy.

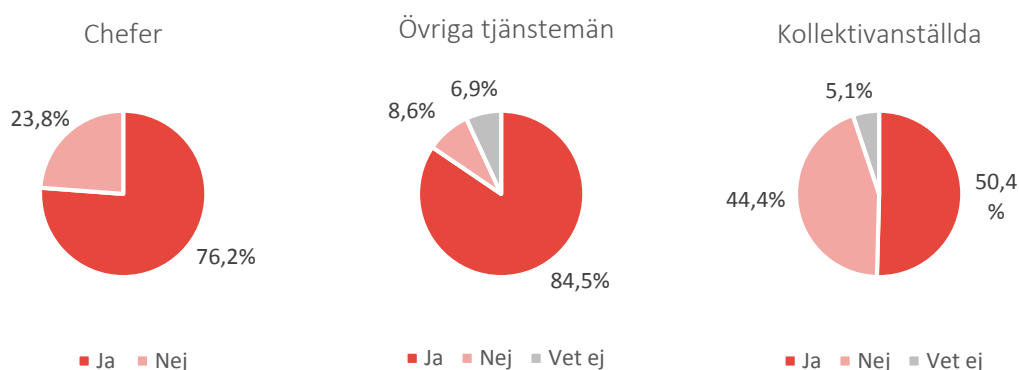
I klimatundersökningen får alla anställda svara på frågan om har haft årssamtal med sin chef (se tabell 8) de svarar också på frågan om upplevd kvalitet på samtalet.

Tabell 7,404-1; Genomsnittligt antal timmar utbildning

År: 2018	Kvinnor	Män	Kommentar
Chefer med personalansvar	25	11	Mer nyanställda kvinnor
Övriga Tjänstemän	11	7	Mer nyanställda kvinnor
Kollektivanställda	29	22	Mer nyanställda kvinnor
Totalt	17*	16*	

*17 respektive 16 är genomsnittligt antal timmar utbildning per individ.

Tabell 8, 404-3; Procentuell andel av organisationens anställda som haft årssamtal 2018



6.6 MÅNGFALD OCH JÄMSTÄLLDHET

Så här arbetar vi på området

För att lyckas med vår vision "att vara det mest framgångsrika livsmedelsföretaget i Sverige" är det helt avgörande att vi tar tillvara på den utvecklingskraft som finns inneboende i mångfald, jämställdhet och inkludering. Foodmarks målbild för kommande år sätter fokus på hur vi ska fortsätta att utvecklas som en ledande livsmedelsproducent. Målbilden lyfter särskilt fram vikten av innovativa arbetssätt och metoder för att ta en katalyserande roll. Målbilden tydliggör också att vi vill ha en kultur som präglas av öppenhet och inkluderande. Att arbeta aktivt och systematiskt för att driva fram en större mångfald, en bättre jämställdhet och en inkluderande företagskultur är viktigt för oss. Inte minst för att inte riskera att bli en oattraktiv arbetsgivare.

Respekt för individen och för alla människors lika värde är grundläggande. Alla människor har lika rättigheter och möjligheter oavsett kön, könsöverskridande identitet eller uttryck, etnisk tillhörighet, religion eller annan

trosuppfattning, funktionsvariation, sexuell läggning eller ålder. När vi är sedda och respekterade, får vi tillgång till vår fulla potential.

Foodmarks arbete för ökad mångfald, jämställdhet och inkludering har sin utgångspunkt i våra etiska fundament, vår värdegrund samt Diskrimineringslagen, Arbetsmiljölagen, relevanta AFS:er och Arbetsmiljöverkets föreskrifter om kränkande särbehandling.

Vårt resultat

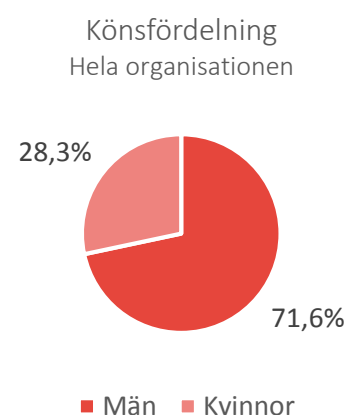
Nedan redovisar vi ålder samt antalet kvinnor och män för de olika anställningsnivåerna inom organisationen. Eftersom man enligt Personuppgiftslagen inte får registrera etnisk tillhörighet hos anställda kommer vi därför inte att redovisa en mångfaldsindikator för 2018.

I resultaten från 2018 ser vi att ett område vi bör jobba vidare med är könsfördelningen för kollektivanställda, där majoriteten idag är män.

Tabell 9, 405–1; Mångfald och jämställdhet, ålder

År: 2018	Yngre än 30 år Procent	30–50 år Procent	Äldre än 50 år Procent	Procentandel
Ledningsgrupp				
Kvinnor	0 %	17 %	0 %	33 %
Män	0 %	33 %	50 %	67 %
Chefer med personalansvar				
Kvinnor	0 %	46 %	0 %	39 %
Män	0 %	38 %	17 %	61 %
Övriga tjänstemän				
Kvinnor	7 %	33 %	5 %	45 %
Män	2 %	24 %	29 %	55 %
Kollektivanställda				
Kvinnor	3 %	6 %	7 %	14 %
Män	20 %	38 %	26 %	86 %
Totalt	32 %	52 %	33 %	

Tabell 10, 405–1; Könsfördelning



6.7 MÖT VÅRA FABRIKSLEDARE

ANNA-CARIN LÖFSTEDT – FABRIKSCHEF, KLINTE



Anna-Carin Löfstedt
Fabrikschef, Klinte

För snart fyra år sedan bestämde sig Anna-Carin och hennes familj för att flytta tillbaka till Anna-Carins hemtrakter på Gotland, och i samband med denna flytt kom Anna-Carin i kontakt med en rekryterare som föreslog att hon skulle söka tjänsten som fabrikschef på Foodmark.

- Jag blev omgäende oerhört intresserad. Dels attraherades jag av Foodmarks ambition och vision, men även att jag såg möjligheten att påverka genom att arbeta med både förbättringar och förändringar, vilket jag brinner för. Därtill en stolthet att få jobba med starka varumärken och produkter med gotländska råvaror.

Vad är det bästa med att arbeta på Foodmark?

- Att det aldrig blir långtråkig. Den höga ambitionsnivån gör att vi är ett bolag i ständig förändring och att vi därtill jobbar med snabbväxande konsumentartiklar adderar ytterligare en dimension, det händer alltid något.

Ser du några områden där Foodmark står ut i förhållande till dina tidigare arbetsplatser?

- Foodmark ger sina medarbetare väldigt stort förtroende och litar på att alla alltid gör sitt bästa!

Hur många arbetar i fabriken i Klinte och är det många som arbetat där länge?

- Vi är idag 51 stycken året-runt-anställda och gör 63 årsverk. Det är oerhört många som arbetat länge, över 20 % av bemanningen har jobbat 20 år eller längre.

Vår produktionsplanerare har jobbat på fabriken i över 40 år och är fortfarande ivrig och positiv till förbättringar och förändringar, det tycker jag är inspirerande!

Anledningen till att många har valt att stanna kvar så länge tror Anna-Carin beror på att det är en mycket hög kamratskap och fin stämning på fabriken – vilket bidrar starkt till att många trivs och väljer att stanna kvar år efter år.

- Vidare känner man en stor stolthet över att vi producerar kvalitativa produkter under välkänt varumärke med gotländska råvaror som bas. En annan faktor som också lyfts av många är att Foodmark ständigt investerar och satsar framåt, vilket har varit tydlig sedan bolaget tog över fabriken.

Hur arbetar ni för att alla ska trivas?

- Det är såklart högt upp på agendan varje dag på så många sätt. Vi arbetar för att det ska vara en god stämning och nära samarbete mellan avdelningar samt chef och medarbetare. Vi arbetar aktivt med arbetsrotation och utbildning för att medarbetarna ska få möjlighet till utveckling. Vi har dessutom fina förmåner och försöker fånga varje tillfälle att fira med lite bullar eller tårter!

Hur arbetar ni med jämställdhet?

- Först och främst har vi gjort flera investeringar i fabriken för att minimera tunga arbetsmoment som försvårar att ha en stor andel kvinnor i fabriken. Vi har tillsammans med ett industriellt nätverk på Gotland tagit fram en film om industrin på Gotland, där vi visar upp att industrin inte är tung och smutsig, vilket är en förlegad bild som till viss del lever kvar och som bidrar till lågt antal kvinnliga sökanden. Slutligen försöker vi i alla sammanhang uppmuntra kvinnliga sökanden.

Resultatet av Klimatundersökningen visar bland annat att vi har en hög arbetsglädje, märks det i fabriken?

- Ja, varje dag! De som kommer och besöker oss kommenterar ofta att de märker av den fina sammanhållningen och den goda stämningen.

LARS WIKBERG – DRIFTCHEF, VIDSEL



Lars Wikberg, Driftchef
Vidsel

Lars Wikberg har arbetat som driftchef på Delikatessfabriken i Vidsel i 14 år.

Det bästa med arbetet tycker Lars är att det är omväxlande och fritt – varje dag är olik den andra.

-Jag får utlopp för mina intressen och kunskaper då det är omväxlande problem att lösa varje dag.

På frågan vilka positiva förbättringar som har uppmärksammats efter att Delikatessfabriken förvärvades av Foodmark svarar Lars att det är bra att fler arbetstillfällen har tillkommit till Vidsel, vilket han poängterar känns tryggt för kommande generationer. På följdfrågan om vad Foodmark kan förbättra svarar Lars att de tvärfunktionella

samarbetena kan förbättras och även en ökad förståelse mellan avdelningarna och för varandras problem.

I fabriken i Vidsel arbetar totalt 9 personer varav 3 stycken arbetar med försäljning och administration. Av de 9 anställda har 4 stycken arbetat mer än 7 år och resterande 5 anställda i 1–3 år.

Vad tror du är anledningen till att många har valt att stanna kvar så länge?

- Jag tror att det beror på att vi är ett litet företag som bryr sig om våra anställda. Vi har ett gott samarbete och alla känner alla.

Hur arbetar ni för att alla ska trivas?

- Vi är oss själva. Som jag nämnde tidigare så är vi en liten organisation där alla får säga sitt och vara delaktiga innan beslut tas. Resultatet av Klimatundersökningen visar att vi har en hög arbetsglädje och det märks mycket väl. Nu inför högsäsongen tycker jag att stämningen ökar ytterligare.

Gällande jämställdhet svarar Lars att de har fokuserat på att anställa duktig personal oavsett kön. Av de 9 anställda är fördelningen 6 män och 3 kvinnor och Lars menar att han gärna vill anställa fler kvinnor om, eller när, det blir tal om nyrekryteringar. Foodmark har som mål att uppnå en jämn könsfördelning på 40–60 % över hela företaget och Delikatessfabriken är på god väg dit.

MANELLA JÖNSSON – FABRIKSCHEF, ALBYBERG

När Manella fick höra om den lediga tjänsten som fabrikschef för Foodmarks nya produktionsanläggning i Albyberg kände hon att det var drömtjänsten som uppkommit!

Manella började 2012 på Foodmark som produktutvecklare på avdelningen som då hette "Lab- och produktutveckling". Hon gick efter ett par år vidare till rollen som produktutvecklingschef och har med denna bakgrund alltid haft en stor inblick i produktionens olika delar – att ta steget in till fabriken kändes därför som en passande utmaning.

Men att bygga och starta upp en helt ny fabrik med främst interna resurser och under stor tidspress har varit minst sagt utmanande. Samtidigt som linjer och utrustning har flyttats in i omgångar under hela 2018 har det parallellt skett produktion och utleveranser från dag ett.

- Det har varit periodvist väldigt tufft. Hur mycket man än planerar stöter man alltid på oförutsedda problem. Bland annat har vi flyttat tre fabriker, (14 produktionslinjer), och ett lager. Det är helt enkelt väldigt många parametrar som ska klaffa!

- Förutom alla tekniska installationer som skett på kort tid, som såklart är en bedrift, har även ca 100 personer fått en ny arbetsplatsadress, med allt vad det innebär, de flesta av dem är tidigare Foodmarkare och andra helt nyanställda.

- Jag är framförallt väldigt stolt över medarbetarna i produktionen, på lagret, på labbet och på underhållet som jobbar med våra produkter och maskiner varje vecka, varje skift, varje timma. Det är de som har varit helt avgörande för att vi idag står med denna fina, fullt leveransdugliga fabrik.

- Vi har nu ett rustat kompetent team med en otrolig ambition, lojalitet och drivkraft – tack vare det har vi nu lyckats och vi ska nu fortsätta med samma kämpaglöd i kommande arbeten!

Vad är det bästa med att arbeta på Foodmark?

- Att vi är ett företag som utvecklas i snabb takt och har en inställning att ständigt bli bättre. Jag gillar ägarnas inställning kring långsiktighet och tanket på oss anställda. Det syns inte minst i den enorma investering som gjorts i fabriken i Albyberg, att bygga för framtiden och därmed kunna behålla arbetstillfällena i Sverige när många i branschen flyttar produktionen utomlands.

Ser du några områden där Foodmark står ut i förhållande till dina tidigare arbetsplatser?

- Jo, det tycker jag, tempot är högt, kontrollspannet bredare och vi får till saker på färre resurser jämfört med större bolag.

Hur många arbetar i Albyberg? Följde många med i flytten?

- Just nu är vi ca 86 kollektivanställda och ett tjugotal tjänstemän som är placerade på fabriken. Vissa av tjänstemännen jobbar även med centrala funktioner.

- Från centrallagret, som bara flyttade några kilometer, kom alla med. Från Spånga fick vi med oss majoriteten av personalen, men flytten har varit känd i flera år och i Spånga hade det skett ett skifte innan flyttlasset gick. Många har därför endast jobbat i Spånga i något år. Från Norrköping och Östersund har vi under uppstartsperioderna haft ca 6–8 personer hos från respektive anläggning för upplärning och under en övergångstid tills de hittat nytt jobb på hemorten. En person från Östersund och två från Norrköping har glädjande valt att stanna hos oss!

Hur arbetar ni för att alla ska trivas?

- Under uppstarten av fabriken, när flera enheter ska bli en och det sker stora förändringar i många personers tillvaro har vi helt enkelt börjat från början och skapat en tydlighet kring den nya organisationen. Hur anställningar är utformade, ersättningsnivåer och scheman, mm. Vi har även jobbat fram gränssnitt och tillsatt och utbildat teamledare samt skapat struktur för tid till regelbunden kommunikation, information



Manella Jönsson
Fabrikschef Albyberg

och utbildning. Dels tillsammans med sin närmaste chef dels tid med mig som fabrikschef.

- Samtidigt har vi stöttat upp från arbetsgivarens sida för att få igång en lokal fackklubb i fabriken och i arbetet att få fler skyddsombud och samverkan oss emellan.

- Sedan får vi inte glömma alla förmåner som Foodmark erbjuder alla anställda, jag tänker direkt på massage en gång i månaden som är mycket uppskattat när man har ett fysiskt arbete.

Hur arbetar ni med jämställdhet?

- Lika behandling oberoende vilket kön, sexualitet, religion eller nationalitet individen har är en självklarhet för oss. I fabriken Albyberg har vi över 20 olika nationaliteter representerade, en mångfald som jag ser som en stor styrka på många olika plan. Det är enormt viktigt för mig att alla känner att de kan "vara sig själv" på jobbet. Därför kommer vi under 2019 tillsammans med personalen driva igenom ett projekt för att utveckla "fabrikskulturen" i Albyberg, i vilken vi definierar hur vi ska agera i fabriken, tala, och förhålla oss mot varandra för att alla ska trivas, må bra och samtidigt nå fabriken mål.

- Majoriteten som jobbar i fabriken idag är män och vi håller på att titta på hur vi kan locka till oss fler kvinnor. Jag ser inget i arbetsuppgifterna i sig som hindrar en jämnare fördelning mellan män och kvinnor, men för att nå dit behöver vi arbeta systematiskt och strukturerat.

7. DET PÅGÅENDE ARBETET I LEVERANTÖRSKEDJAN

Leverantörskrav i Agrakoncernen

I Agras inköpsvillkor och i vår *Supplier Code of Conduct* ställs höga krav utifrån etiska, sociala och miljömässiga aspekter, säger Eirik Balchen Gjertsen, Koncerndirektör för Inköp och Hållbarhet i Agra. Det innebär till exempel att leverantören måste kunna uppvisa godkända arbetsvillkor och agera korrekt gällande arbetstider. Tvångsarbete eller korruption är inte tillåtet enligt avtalen. Det ställs också krav på att leverantörerna ska ha fungerande rutiner kring hälsa och säkerhet och tillåta facklig verksamhet. Miljölagarna ska uppfyllas av leverantören i de länder där företaget bedriver verksamhet och de ska även kunna redovisa dokumentation för vad som görs för att reducera belastningen på miljön.

Agra är ansluten till Sedex, en organisation som granskar olika typer av data, standarder och certifieringar. Sedex är därför ett verktyg för oss där vi får möjlighet att riskvärdera leverantörerna utifrån sociala och etiska samt miljömässiga dimensioner, säger Eirik. Idag täcks 123 leverantörer (136 anläggningar) av koncernens 396 leverantörer av råvaror och emballage i Sedex. Under 2018 utförde koncernen sex revisioner hos utvalda leverantörer, varav tre är leverantörer till Foodmark. Syftet med revisionerna är att närmare granska utvalda delar av leverantörernas verksamhet och uppmuntra till ständig utveckling.

I de revisioner som gjordes under året har arbetsförhållanden följts upp, löner hos inhyrd personal samt tillgången på medicinsk hjälp undersökts på plats. Att leverantörerna agerar på ett etiskt och socialt hållbart sätt har också varit i fokus. Efter revisionen ombeds leverantören rapportera på de åtgärds punkter som vi kommer överens om för vidare uppföljning. Inga större avvikelser noterades.



Eirik Balchen Gjertsen
Koncerndirektör för Inköp och Hållbarhet
A/S Agra

Ett händelserikt år på Foodmark

2018 blev ett händelserikt år för oss då hållbar utveckling kom att få ett större fokus än tidigare.

På koncernnivå rekryterades en hållbarhetschef, Emilie Olderskog som arbetar nätverkande inom koncernen. På Foodmark utvecklades rollen Kvalitetschef till Kvalitets- och hållbarhetschef och Pethra Lundh anställdes i slutet av året.

Arbetet med våra leverantörer fortsätter och vi kommer att fortsätta använda Sedex som verktyg, där vi vill arbeta för att fler leverantörer ska registreras, och riskanalyser av försörjningskedjan ska tillämpas efter behov.

En grundläggande utbildning inom hållbar utveckling genomfördes för Foodmarks ledningsgrupp samt för delar av kvalitetsavdelningen i början av 2018.

Vi vill utveckla vår förmåga att både identifiera och tolka risker samt oegentligheter, så att dessa kan hanteras och följas upp under året. På så sätt hoppas vi kunna vara med och bidra till ständiga förbättringar genom hela värdekedjan, något som sker i samarbete inom koncernen.

8. 2018 – ETT HÄNDELSERIKT ÅR FÖR FOODMARK

Biogasprojektet

Foodmark tillfrågades under 2017 av Region Gotland om att delta i en nyetablering av en biogasanläggning. Under 2018 har utredningar pågått hos både region Gotland och vid Foodmark. För regionens vidkommande är dimensioneringen av rötkammaren mycket väsentlig liksom den ledningsförläggning som ska ske mellan Foodmark och Klintehamns reningsverk. Under året har ett par gemensamma möten hållits och ett avtal om kommande samarbete har undertecknats av parterna. Med professionell hjälp från en extern konsult upprättades även en ansökan om medel från det så kallade Klimatklivet vilken även beviljades under kvartal fyra. Ett antal budgetofferter som anknyter till projektet har därefter begärts in och utvärdering av dessa pågår.

Mängden biogas som kommer att försörja fabriken är svår att bedöma men en av de viktigaste parametrarna för att utröna det är avfallsmängderna och respektive avfalls potentiella energiinnehåll. Foodmark har inventerat och fört statistik för att komma så nära som möjligt. I syfte att veta mer om energipotentialen har ett antal materialslag skickats till RISE där rötning sker i liten skala på laboratorium. Foodmark väntar med stort intresse på resultatet från labbtesterna i Uppsala.

Samlokalisering till Albyberg

Under 2018 har Foodmark samlokaliserat tre anläggningar och ett centrallager. Samlokaliseringen har inneburit en nyetablering i Albyberg i Haninge kommun och resulterat i nya arbetstillfällen i kommunen. För de samhällen som vi lämnat har sysselsättningen i regionen minskat, framförallt för personalen utanför Stockholmsområdet. I Östersund påverkades 21 medarbetare och i Norrköping 10 medarbetare. Samtliga fick erbjudande om att följa med till den nya anläggningen. För att underlätta för personalen som blev uppsagda tog vi hjälp av bland annat Arbetsförmedlingen, trygghetsrådet och outsourcingbolag. Vi anlidade även en utbildningsaktör för de medarbetare som ville utveckla sina färdigheter i det svenska språket för att ytterligare öka sina chanser till vidare anställning.

När vi sammanfattar konsekvenserna av samlokaliseringen så ser vi att ca 50 % av våra medarbetare valde att följa med till Albyberg, mer från anläggningarna i Stockholm och mindre från Östersund och Norrköping. För de som inte valde att flytta med har merparten fått andra anställningar eller gått i pension.



9. OM RAPPORTEN

Foodmark AB:s hållbarhetsredovisning för kalenderåret 2018 beskriver hur vi arbetar med hållbar utveckling och hur vi anser att arbetet bör redovisas. Vår rapport är baserad på en väsentlighetsanalys med Foodmarks ledningsgrupp som föranleddes av en intressentidentifiering, intressentanalys och dialog. De områden som redovisas i rapporten kan således härledas från detta arbete.

Rapporten täcker kalenderåret 2018 och är vår andra hållbarhetsredovisning. Rapporten kommer löpande redovisas årligen. Rapporten har inspirerats av GRI-standarderna (*Global*

Reporting Initiative): core-alternativet. Rapporten uppfyller kraven i Årsredovisningslag (1995:1554) kap. 6 § 10–14. Externt bestyrkande enligt lagkrav uppfylls, dock har extern revision av innehållet mot GRI-krav inte gjorts. Vi tillämpar försiktighetsprincipen i denna redovisning.

Foodmarks ekonomiska resultat rapporteras separat i vår årsredovisning. Datum för publicering av hållbarhetsredovisningen är 2019-06-19 för årsredovisningen 2019-07-31.

9.1 INDEX

GENERELLA STANDARDUPPLYSNINGAR		SIDA
Organisationsprofil		
102-1	Organisationens namn	4
102-2	Primära varumärken, produkter och tjänster	5, 6, 7, 13
102-3	Huvudkontor	4
102-4	Verksamhetsländer	4
102-5	Ägarstruktur och bolagsform	3
102-6	Marknader	4
102-7	Organisationens storlek	3,4
102-8	Medarbetarstyrka	3
102-9	Leverantörskedja	28
102-10	Betydande förändringar	2, 28, 29
102-11	Tillämpning av försiktighetsprincipen	30
102-12	Externa initiativ	16
102-13	Medlemskap	16
Strategi		
102-14	Uttalande från organisationens högsta beslutsfattare	2
102-15	Väsentlig påverkan	8,9,10,11
Etik och integritet		
102-16	Värderingar, principer och etiska riktlinjer	13,7
103-3	Utvärdering av hållbarhetsstyrning	20
Identifierade väsentliga aspekter och avgränsningar		
102-45	Enheter som ingår i redovisningen	30
102-46	Process för att definiera redovisningens innehåll	11
102-47	Identifierade väsentliga aspekter	11
103-1	Väsentliga aspekters avgränsning inom organisationen	11
103-1	Väsentliga aspekters avgränsning utanför organisationen	11
102-48	Effekter av förändringar i tidigare redovisad information	11
102-49	Betydande förändringar avseende omfattning och väsentliga aspekters avgränsning	11
Intressentdialog		
102-40	Intressentgrupper	11
102-41	Medarbetare som omfattas av kollektivavtal	21
102-42	Val av intressentgrupper	11
102-44	Frågor som framkommit	Ej redovisad
Redovisningsprofil		
102-50	Redovisningsperiod	30
102-51	Datum för senaste redovisning	30
102-52	Redovisningscykel	30
102-53	Kontaktperson	31
102-54	Redovisningsalternativ	30
102-55	Index	30, 31
102-56	Externt bestyrkande	30
Styrning		
102-18	Styrningsstruktur	3

SPECIFIKA STANDARDUPPLYSNINGAR		SIDA
Miljöpåverkan		
103-2	Uppllysning om styrning	12, 15
301-1	Materialanvändning	15
Energi		
103-02	Uppllysning om styrning	12, 14
302-1	Energianvändning	14
Utsläpp till vatten och avfall		
103-2	Uppllysning om styrning	12, 17
306-1	Utsläpp av spillvatten	17
306-2	Fast avfall	17, 18
	Leverantörsbedömning för miljö	Ej redovisad
Social påverkan		
Hälsa och säkerhet		
103-1	Förklaring av väsentlighet och avgränsningar	20
103-2	Uppllysning om styrning	20, 21
403-2	Skador, arbetsrelaterade sjukdomar	Ej redovisad
Träning och utbildning		
103-2	Uppllysning om styrning	21, 22, 23
404-1	Utbildningstid	22, 23
404-3	Årssamtal	23
Mångfald och lika möjligheter		
103-2	Uppllysning om styrning	19, 24
405-1	Mångfald och jämställdhet	24
	Leverantörsbedömning för arbetsmetoder	28
	Leverantörsbedömning för mänskliga rättigheter	28
ÖVRIGT		
	Antikorruption	10
	Mänskliga rättigheter	10

9.2 KONTAKTUPPGIFTER

Kontaktperson:	Pethra Lundh, Kvalitets- och hållbarhetschef
E-post:	sustainability@foodmark.se
Tel (växel):	08 500 722 00
Hemsida:	www.foodmark.se



Foodmark.