

Foodmark.

HÅLLBARHETSRAPPORT

2019



LOHMANDERS®



INNEHÅLL

3	Foodmark – VD-ordet
4	Agra – Organisering och hållbarhetslöfte
8	Foodmark – Förr och nu
12	Hållbarhet i Foodmark
14	Resultat 2019
18	Bättre för dig
24	Bättre för planeten
40	Samarbeten för att nå målen
41	Om organisationen
42	Om rapporten
43	BILAGA
	• Resultat, utmaningar och mål
	• Klimatberäkning
	• GRI-indikatorer

HÅLLBAR UTVECKLING ÄR ETT MÅSTE

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!

Foodmark har under många år arbetat med Hållbarhet, men likt många bolag tror jag att man gjort mycket inom området men inte haft en tydlig agenda, en tydlig plan och tydliga mål – vi har helt enkelt försökt göra rätt saker utan att sätta det man gör i ett hållbarhetssammanhang. Sedan ett par år är detta ändrat och vi, och den koncernen vi ingår i, har nu ett väldigt strukturerat, målinriktat och tydligt fokus på vårt arbete med Hållbarhet – det känns mycket bra och inte minst helt nödvändigt!

Under 2017 satte vi struktur och började sätta fokuset på vissa områden och tillsatte resurser för att jobba med frågorna – Hållbarhet fick ett klart större utrymme. 2018 hade vi fått upp farten och Hållbarhet blev på ett allt bättre sätt en integrerad del av det vi gör och hur vi jobbar. Under 2019 har vi inte bara gjort en del bra framsteg, vi har dessutom satt upp en tydlig, långsiktig strategi och plan för vad vi vill fokusera på, och när och hur, vi skall jobba för att detta skall vara möjligt.

Under 2019 har vi bland annat övergått till att alla våra ägg till 100% är från frigående höns, nästan all vår marina råvara (95,5%) är MSC-certifierad och vi har även lanserat ytterligare växtbaserade produkter. Dessutom är vi numera fullt uppe och kör i vår nya produktionsanläggning som reducerar tre produktionsanläggningar och ett lager till en och samma enhet – vilket bland annat ger oss mindre interna såväl som externa transporter.

2020 kommer innebära än mer fokus på Hållbarhet och kommer att ta oss en god bit på vägen mot våra ambitioner för 2025 om reducerat svinn, bättre förpackningar, hälsosammare produkter, förbättrad etik och miljö hos våra leverantörer, hög livsmedelssäkerhet, bättre arbetsmiljö och säkerhet, och inte minst bättre mångfald och jämställdhet.

Trevlig läsning!

Andreas Millbourn, VD Foodmark



**FABRIKER
OCH KONTOR
I AGRA-KONCERNEN**





EN FAMILJEÄGD, SKANDINAVISK KONCERN



Stryhns – Madglæde i generationer

Med sin lange historie er navnet Stryhns nærmest blevet en institution i dansk fødevarerproduktion. Vi producerer og markedsfører mærkerne Stryhn's leverpostej, Jensens Køkken, Graasten salater og K-Salat, remoulader og dressinger samt Langelænder pølser. Alle mærker med en lang tradition for høj ensartet kvalitet, god smag og ikke mindst en madglæde, der i generationer har gjort os tilel del af danskernes hverdag.

Omsättning
1.396 MSEK
Antal Anställda
372



Mills AS – kjente og kjære matvarer

Mills AS er et norsk, familieeid mat- og merkevarerhus som ble etablert på Grünerløkka i Oslo i 1885. Der holder vi hus fremdeles, og produserer og markedsfører flere av landets mest kjente og kjære matvarer under merkevarene Delikat, Mills, Vita hjertego', Soft Flora, Olivero, Plantego' og Melange. Vår hovedoppgave er å gjøre det enklere for dagens og fremtidens generasjoner å samles rundt sunn og bærekraftig mat.

Omsättning
2.240 MSEK
Antal anställda
425

Foodmark.



Foodmark – traditioner från 1937

Foodmarks historia sträcker sig ända till 1937 då makarna Rydbergs började tillverka majonnäs i sin lilla fiskbutik på Södermalm i Stockholm – en majonnäs som snabbt kom att bli en av de främsta i Sverige. Idag producerar och marknadsför Foodmark AB flera av Sveriges mest kända och älskade livsmedel under varumärkena Rydbergs, Lohmanders, Fjällbrynt och Delikatessfabriken. Vi saluför även produkter från våra systerbolags varumärken så som Mills, K-Salat och Jensens Køkken.

Omsättning
796 MSEK
Antal anställda
250



AGRAS HÅLLBARHETSLÖFTE

Vi sprider glädje i vardagen genom att leverera produkter som är bättre för dig och bättre för planeten.



BÄTTRE FÖR DIG

Vi ska kontinuerligt förbättra våra
produkters inverkan på
folkhälsan



BÄTTRE FÖR PLANETEN

Vi ska kontinuerligt förbättra vår
påverkan på **människor** och **miljö** –
i våra verksamheter och i vår
leverantörskedja

FOODMARK – FÖRR OCH NU

Historien om Foodmark började redan 1937 när makarna Rydbergs började tillverka majonnäs i sin lilla fiskbutik på Södermalm i Stockholm. Företaget hette till en början Stockholms majonnäsfabrik men kom sedan att byta namn till Rydbergs. Försäljningen blomstrade och under 70-talet föddes det moderna Rydbergs när den, idag, klassiska rödbetssalladen, potatissalladen och hamburgerdressingen först såg dagens ljus.

1996 köptes Rydbergs upp av livsmedelskoncernen Agra, och det nya företagsnamnet blev Foodmark.

Under årens lopp har Foodmark utökat sin varumärkesportfölj och idag producerar och marknadsför vi fyra varumärken; Rydbergs, Lohmanders, Fjällbrynt och Delikatessfabriken samt har sälj- och distributionsansvar i Sverige utav tre av våra syskonbolags varumärken; Jensens Køkken, K-Salat och Mills.

Här nedanför presenterar vi några nyckeltal som beskriver Foodmark – en av Sveriges ledande matproducenter.



250

ANSTÄLLDA

3

FABRIKER

86

LEVERANTÖRER

96

MILJONER SÅLDA
PRODUKTER

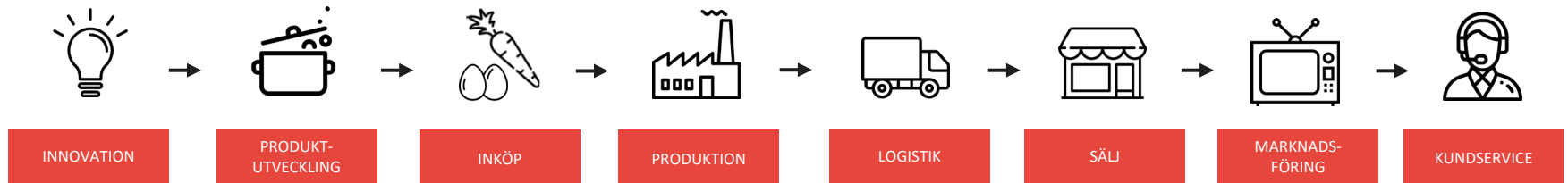
14

VEGANSKA
PRODUKTER



FOODMARK TAR ANSVAR GENOM HELA VÄRDEKEDJAN

För oss är det viktigt att bidra med god och hållbar mat, men även att ha en ansvarsfull och långsiktig företagsstyrning. Därför tar vi ansvar genom hela värdekedjan. Vi arbetar med allt från innovation och produktutveckling till marknadsföring och hantering av synpunkter och frågor från våra kunder och konsumenterna.





HÅLLBARHET I FOODMARK

Sedan starten 1937 har det varit viktigt för oss i Foodmark AB att driva vår verksamhet på ett ansvarsfullt sätt som ger ett positivt värde för samhället och miljön.

I dag kallar vi det för vårt hållbarhetsarbete.

Vi kommer att fortsätta bidra till att lösa lokala och globala utmaningar, särskilt på områden där vi kan få stor påverkan. Vi använder FN:s hållbarhetsmål* som ett ramverk för vår hållbarhetsstrategi. Vi har valt de mål som är mest affärskritiska för oss och att vi kan påverka genom vår leverantörskedja, vår produktion och genom de produkter vi säljer.

* Vid FN:s toppmöte den 25 september 2015 antog 193 av FN:s medlemsstater 17 globala mål för hållbar utveckling. Målen fungerar som en gemensam universell ram för stater, näringsliv och det civila samhället.



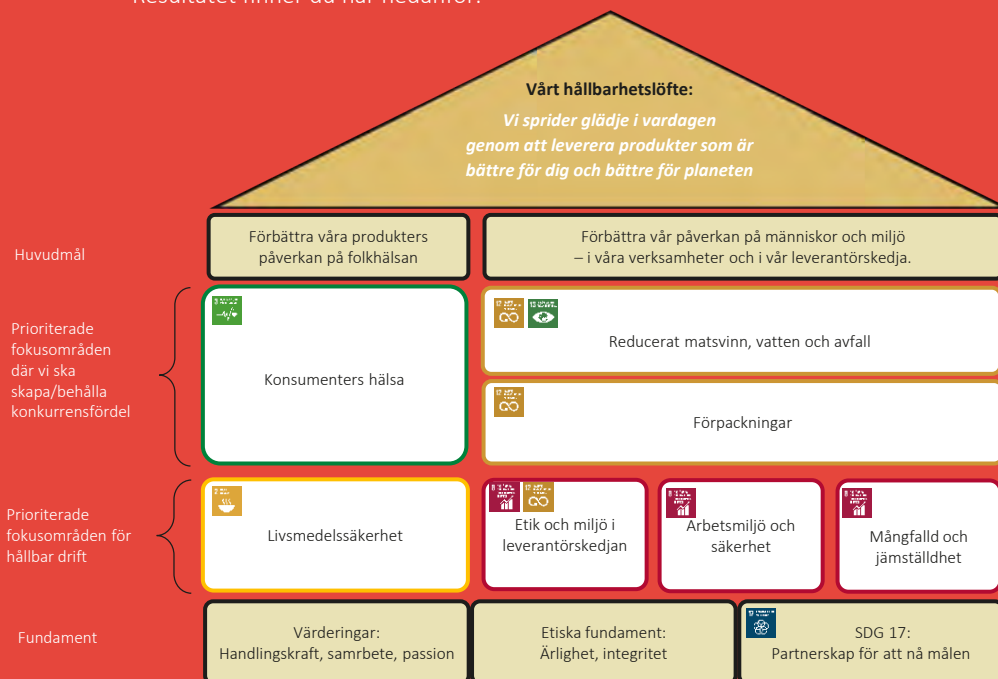
Emilie Olderskog, hållbarhetschef i Agrakoncernen

Emilie Olderskog antog sig en nyetablerad position som hållbarhetschef för Agra i juni 2018. Norskgårda Agra består av livsmedels- och varumärkes producenterna Mills i Norge, Stryhns i Danmark och Foodmark i Sverige. Hållbarhetsstrategi och processer genomfördes i samtliga företag under hösten 2018. Samarbete och utbyte av erfarenheter över gränserna och företagen blir en viktig del för att vi ska kunna nå våra ambitiösa mål.

MEST VÄSENTLIGA FOKUSOMRÅDEN 2019

Under året implementerades den koncerngemensamma strategi som under hösten 2018, reviderades. Ansvarsfördelning och detaljplaner för respektive fokusområde har genomförts. Vi har även tagit fram en ambitionsmodell för nuläge och mål för 2020 och för 2025. Till grund ligger dels den fullskaliga intressentanalys som genomfördes tillsammans med våra intressenter under 2017 och dels AGRA-koncernens hållbarhetslöfte. "Vi sprider glädje i vardagen genom att leverera produkter som är bättre för dig och bättre för planeten». De intressentgrupper som ingick i analysen har ett stort intresse för Foodmarks verksamhet och är de som vi själva tror att vi påverkar; medarbetare, ägare/koncernledning, kunder, leverantörer, fackliga organisationer och kommun- eller länsrepresentanter.

Resultatet finner du här nedanför.



HUVUDOMRÅDENA I VÅR HÅLLBARHETS- STRATEGI FRAM TILL 2025

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



LIVSMEDELSSÄKERHET

(TRYGG MAT OCH PRODUKTKVALITET)

Engagera värdekedjan med vår livsmedelssäkerhetskultur – från jord till bord.



ETIK OCH MILJÖ I LEVERANTÖRSKEDJAN

Vi ska genom aktivt samarbete med våra leverantörer, bidra till ett mer hållbart lantbruk och fiske, anständiga arbetsförhållanden och god djurvelfärd i hela vår leverantörskedja.



ARBETSMILJÖ OCH SÄKERHET

Säkerställa att vi är en ansvarsfull arbetsgivare med högt fokus på god och säker arbetsmiljö.



REDUCERAT MATSVINN, VATTEN OCH AVFALL

Genom innovativt arbete halvera matsvinnet internt samt bidra till att kunder och konsument slänger mindre av våra produkter. Vi vill också minska vår förbrukning av vatten och avfall.



KONSUMENTERS HÄLSA

Löpande göra vår produktportfölj bättre för hälsan, genom att exempelvis reducera salt, socker, mättat fett och tillsatser. Vi vill utveckla hälsosammare alternativ – samtidigt som vi bibehåller eller förbättrar den goda smaken och hållbarheten.



MÅNGFALD OCH JÄMSTÄLLDHET

Genom ett aktivt mångfalds-, jämställdhets- och inkluderingsarbete främjar vi lika rättigheter och möjligheter och är en attraktiv arbetsplats för alla medarbetare.



FÖRPACKNINGAR

Foodmarks konsumentförpackningar skall vara återvinningsbara och om möjligt bestå av återvunnet material. Vi skall reducera mängden material i våra förpackningar utan att det får en negativ påverkan på produktkvalitet, livsmedelssäkerhet eller matsvinn.



SAMARBETE

Genom innovativ dialog och smart samarbete med våra intressenter når vi våra mål snabbare.



RESULTAT 2019

ÅRET SOM GÅTT

3 + 1 = 1

SAMLOKALISERAT
TRE FABRIKER OCH
ETT CENTRALLAGER

100 %

ÄGG FRÅN
FRIGÅENDE HÖNS

95,5 %

AV DEN MARINA
RÅVARAN ÄR MSC-
CERTIFIERAD

2

NYA VÄXTBASERADE
PRODUKTER

SAMLOKALISERING

I januari 2017 togs det första spadtaget till vad som skulle komma att blir Foodmarks helt nya fabriksanläggning. Drygt ett år senare stod fabriken klar och under 2018 flyttade tre av våra fabriker och centrallager successivt in i den nya anläggningen. Den 28e mars 2019 invigdes officiellt vår fabriksanläggning i Albyberg, Haninge.

De fyra anläggningar i Jordbro, Spånga, Norrköping och Östersund som i samband med denna samlokalisering fick lägga ned, var samtliga byggda under 1970-talet och i stort behov av renovering för att på ett hållbart sätt kunna producera den volym Foodmark idag omsätter. Samlokaliseringen har ur ett hållbarhetsperspektiv inneburit flera fördelar varav några utav dem redovisas här till höger.



EFFEKTIVARE PRODUKTION

Skapat förutsättning för att minska åtgång av vatten och energi.



EFFEKTIVARE TRANSPORTER

Färre internt transporter och kortare transportsträckor.



ENERGIÅTERVINNING

Energi återvinns i flera steg – både från luftkompressorer och från CIP-diskarna.



BIOGAS

Allt matsvinn och produktspill omvandlas till biogas.



MODERNA KYLMASKINER

Moderna kylmaskiner med frikyla, dvs. att på vintern kyls de ned med hjälp av luften utifrån.



SMARTARE LOKALER

Lokalerna är anpassade efter ny teknik i form av ledbelysning och närvarostyrning.



BÄTTRE FÖR DIG

Vi ska kontinuerligt göra våra
produkter **bättre för dig.**





VÅRA 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 2019 lanserade ytterligare två veganska produkter under varumärket Rydbergs. En hamburgerdressing till affärsområdet DVH, vars produkter säljs i butik och en tillbehörssallad till affärsområdet Servering. Våra växtbaserade produkter innehåller varken ägg eller mjölk och är dessutom, precis som majoriteten av Foodmarks produkter, glutenfria.

Under 2019 bestod Foodmarks veganska sortiment av totalt 14 produkter – 6 stycken inom vårt DVH-sortiment och 8 stycken i vår sortiment för Servering.

Vår plan framåt är att fortsätta erbjuda våra kunder nya växtbaserade produkter, av såväl klassiska smaker som nya moderna produkter.

Våra veganska produkter märks med vår VEGO-vimpel.



LIVSMEDELSSÄKERHET



Samtliga av Foodmarks produktionsanläggningar är kvalitetscertifierad mot BRC och revideras årligen. Vårt kvalitetsarbete syftar till att möta våra konsumenters högt ställda krav på produktsäkerhet, smakupplevelser och kvalitet. Vi utgår från utvalda råvaror, beprövade recept och säkra tillverkningsprocesser.

Vi följer minst uppställda krav, regler och rekommendationer från myndigheter och kunder och vår ambition är att kunna leverera högsta kvalitet i rätt tid på rätt sätt. Dokumentstyrda rutiner är ett av våra hjälpmedel för att ständigt bli bättre men även synpunkter från kunder och konsumenter hjälper oss i vår kvalitetsutveckling.

Kvaliteten på fabrikerna säkerhetsställs genom en framtagna HACCP-plan (Hazard Analysis of Critical Control Points), det vill säga riskanalys och kritiska styrpunkter samt fabriken grundförutsättningar. Det innebär att man gör en faroanalys för att identifiera de faror som måste förebyggas, elimineras eller reduceras till en acceptabel nivå. Grundförutsättning innebär de planerade åtgärder som vi infört i vår verksamhet för att säkerställa att livsmedel inte blir skadliga för hälsan.

Till grundförutsättningarna hör utbildning, personlig hygien, vatten, skadedjur, rengöring, temperatur, mottagning, avfall samt utformning och underhåll av lokaler och utrustning.

På varje fabrik finns ett labb med kvalitetstekniker och laboranter som kontrollerar att vi levererar säkra livsmedel med hög kvalitet. De utför inspektioner ute i fabrikerna samt testar de produkter vi levererar. Det görs även sensorisk kvalitetstestning innan produkterna lämnar fabrikerna.

VÅRA RÅVAROR

Kvalitet är en hygienfaktor för oss på Foodmark. För våra konsumenter betyder detta färska varor som är producerade med omsorg där fokus ligger på både smak, kvalitet och miljö. Foodmark har full spårbarhet genom hela varukedjan, från emballage och råvara till säljbar produkt. Vi säkerhetsställer även att våra råvaruleverantörer har ett effektivt spårbarhetssystem genom att göra revisioner och spårbarhetstester. Våra huvudsakliga råvaror, såsom potatis och rödbetor kan spåras tillbaka ända till odlare och gård. Detta ger oss en god matvarusäkerhet, och är en stor trygghet för oss – men även för våra konsumenter.





RAPSOLJA – ETT HÄLSOSAMMARE ALTERNATIV

För oss på Foodmark är 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. Huvudkomponenterna i en majonnäs är olja och ägg.

Till de produkter som innehåller olja använder vi oss enbart av rapsolja. Rapsolja är en vegetabilisk olja som framställs genom pressning av rapsfrön. Oljor gjorda på bland annat raps eller oliver, och andra Nyckelhålsmärkta matfetter, innehåller enkelomättade och fleromättade fetter, som gemensamt kallas för omättat fett. Det är nyttiga fetter som det är bra för hälsan att äta mer av.

Just rapsolja består till hög andel av enkelomättade fettsyror och innehåller även det särskilt nyttiga omega-3-fettet som kroppen inte kan bilda själv. Mellan 10 och 20 procent av den energi vi får i oss under en dag bör komma från enkelomättat fett enligt de Nordiska näringsrekommendationerna (NNR 2012). Bakgrunden till rekommendationen är att en större andel omättade fetter i maten kan bidra till att minska risken för hjärt- och kärlsjukdomar.

(Källa: livsmedelsverket)

ARBETSMILJÖ OCH SÄKERHET



Foodmark bedriver arbetsmiljöarbete i enlighet med gällande lagstiftning och som ett stöd i arbetet finns ett antal riktlinjer, policys och rutiner. Syftet med dessa är att skapa en god och säker arbetsmiljö – såväl organisatoriskt som socialt och fysiskt. Samtliga av Foodmarks anställda omfattas av kollektivavtal.

En viktig del i arbetsmiljöarbetet är att, i de årliga medarbetarsamtalen, fånga upp tidiga signaler på eventuell ohälsa, arbetsmiljöproblem och otrivsel på arbetet.

Avdelningsmöten, som genomförs minst varannan vecka, är också ett bra forum för kartläggning och uppföljning av arbetsmiljön. Skyddsronder och skydds-kommittéarbete är viktiga delar i både det strategiska och det förebyggande arbetsmiljöarbetet.

Som en del i det systematiska arbetsmiljöarbetet genomför Foodmark årligen en medarbetarundersökning där samtliga medarbetare anonymt får möjlighet att tycka till om hur det ser på sin arbetsmiljö och sin arbetssituation.

Även om vi arbetar målmedvetet för att undvika olyckor med frånvaro ökade antalet olyckor utan sjukfrånvaro från 24 under 2018 till 46 under 2019, detta beror på en ökad insikt om vikten av rapportering hos medarbetare och chefer tack vare en bättre introduktion samt utbildning.

Andelen som haft årssamtal minskade något från 77% 2018 till 63% 2019 på grund av samlokaliseringen av våra fabriker.



Trend	2019	2018	2017
● Olyckor med sjukfrånvaro	9	7	8
● Olyckor utan sjukfrånvaro	46	24	24
● Inrapporterade tillbud	24	24	19

MÅNGFALD OCH JÄMSTÄLLDHET



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, trivsamt och rolig arbetsplats.

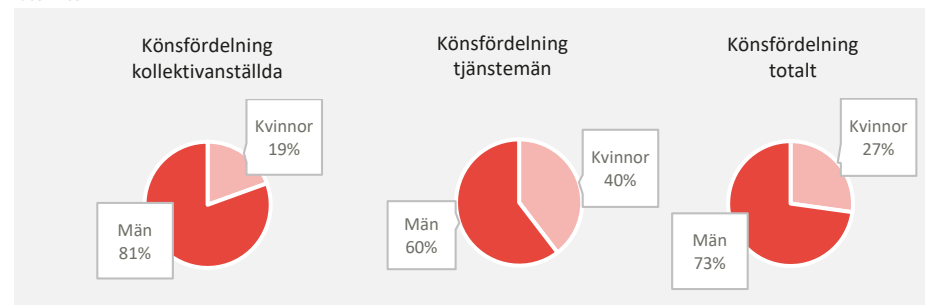
Vår ambition till 2025 är att vår organisation skall representera samhället i stort vad gäller kulturell bakgrund, ålder och kön. Under 2019 och 2020 analyserar vi förutsättningarna och vidtar åtgärder för att öka mångfald och jämställdhet inom Foodmark. Vi arbetar för att vara en attraktiv arbetsplats där alla behandlas lika för alla generationer och dessutom blir sedda för de individuella styrkorna.

Under 2019 infördes ett visuellblåsarsystem där medarbetare, kunder och konsumenter anonymt kan rapportera alla typer av missförhållanden inom bolaget.

Under året har en ny uppdaterad utbildning inom ämnet kränkande särbehandling tagits fram och under första kvartalet av 2020 kommer samtliga anställda inom Foodmark att genomföra utbildningen.

Koncerngemensamma etiska riktlinjer har under 2019 uppdaterats och utbildning kommer att genomföras 2020.

Tabell: 405-1



Tabell: 405-1

År: 2019	Yngre än 30 år Antal	30-50 år Antal	Äldre än 50 år Antal	Totala antalet
Ledningsgrupp				
<i>kvinnor</i>				
<i>män</i>		5	1	6
Chefer med personalansvar				
<i>kvinnor</i>				
<i>män</i>		7	5	12
Övriga tjänstemän				
<i>kvinnor</i>				
<i>män</i>	6	20	5	31
Kollektivanställda				
<i>kvinnor</i>				
<i>män</i>	5	11	14	30
Totalt				
	29	60	35	124
	43	126	81	250

Kommentar: Siffrorna är framtagna per den 31 december 2019 och speglar antalet tillsvidareanställda vid angivet datum.

BÄTTRE FÖR PLANETEN

Vi ska kontinuerligt förbättra vår påverkan
på **människor** och **miljö** – i våra
verksamheter och i vår leverantörskedja



HÅLLBART FISKE

Vi vill bidra till ett mer hållbart lantbruk och fiske och god djurvälstånd. Gällande kategorin marint är 95,5 % av den volym vi använder till våra produkter certifierad råvara. Vidare vill vi skapa 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-logotypen.



ÄGG FRÅN FRIGÅENDE HÖNS

Ytterligare en framgångsfaktor i vår arbete med en bättre djurvälstånd är att vi, sedan februari 2019, i våra produkter som innehåller ägg, enbart använder ägg från frigående höns. Även bland våra branschkollegor och kunder har vi sett en ökande trend vad gäller utfasning av burhönsägg.

Många av Foodmarks produkter är majonnäsbaseade och innehåller därmed ägg – vilket gör det till en av våra viktigaste råvaror.

Vi har, och kommer, även utöka vårt växtbaseade sortiment – där produkterna inte innehåller något från djurriket.





EMBALLAGE OCH FÖRPACKNINGAR – EN CIRKULÄR EKONOMI

Som livsmedelsproducent sätter vi förpackningar på marknaden som skall tas hand om och återvinnas på bästa möjliga sätt. Förpackningar är nödvändiga för att kunna transportera och skydda produkten. Vi arbetar aktivt med att hitta än bättre förpackningslösningar är de vi redan har och vår målsättning är att till 2022 använda 100% återvinningsbara material och att minimera mängden material utan att det får en negativ påverkan på produktens hållbarhet och kvalitet.

Som så många andra är Foodmark mitt upp i denna spännande och viktiga resa mot ett än mer cirkulärt förhållningssätt, för en mer hållbar framtid. Med rätt design av förpackningar, rätt kunskap om material och dess återvinning samt ett interaktivt samarbete med övriga aktörer i värdekedjan kommer vi att kunna ta steg för steg i rätt riktning – tillsammans gör vi det möjligt!





VÅRA FÖRPACKNINGAR



Under 2019 har våra tre fabriker på Gotland, i Albyberg och i Vidsel förpackat ca 23 500 ton produkt och det har sammanlagt gått åt drygt 1800 ton förpackningsmaterial för att göra detta, inklusive de transportförpackningar. Den största gruppen av material som använts är plast (66%), därefter wellpapp (30%) och resterande är metall (4%). Av de 1 800 ton förpackningsmaterial som vi har använt under 2019 är totalt 1572 ton, det vill säga 86%, materialåtervinningsbart. De 14 % som ej går att materialutnyttja består av olika sorter plast, detta kan du läsa mer om på sidan 29.

Materialsort	Total ton	Återvinningsbart ton
Plast	1210,24	955,86
Papper	545,03	545,03
Metall	71,42	71,42
Totalt	1826,69	1572,35

Siffrorna baseras på redovisade förpackningsavgifter under 2019.

PAPPER

Det förnyelsebara fiberbaserade och 100% återvinningsbara pappersemballage vi använder idag utgörs av wellpapp i våra transportförpackningar och våra butiksdysplayer. Drygt 80% av detta material är FSC-certifierat vilket vi tycker känns bra. Vår målsättning är dock att bli ännu bättre och siktar på att nå över 99% till 2021.

FSC

står för *Forest Stewardship Council* och ett FSC-certifikat intygar att träet som använts i vårt emballage kommer från ett ansvarsfullt skogsbruk, kontrollerade källor eller återvunnet material. FSC främjar ett socialt och miljömässigt ansvarsfullt bruk av världens skogar.

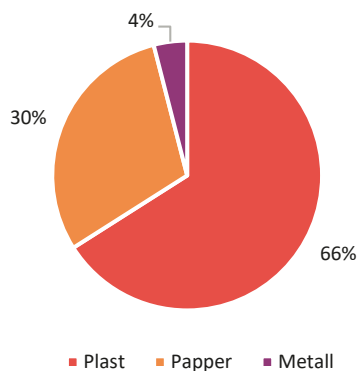


METALL

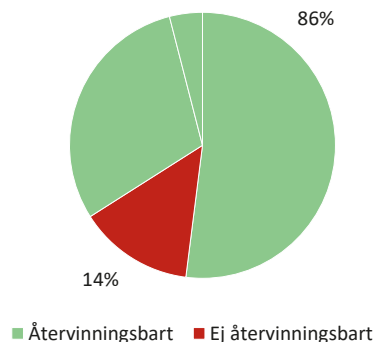
Den metall vi sätter på marknaden är aluminium, som är ett material som har perfekta ljus-, fukt och syrebarriäregenskaper, vilket idag kan vara omöjligt att uppnå med andra material idag. När aluminium källsorteras rätt, kan det återvinnas och återanvändas oändligt antal gånger och det går åt väsentligt mindre energi än att alltid använda ny råvara.

Vi använder främst aluminium i våra tuber till produkter med långt bäst-före-datum.

Materialanvändning



Återvinningsbart



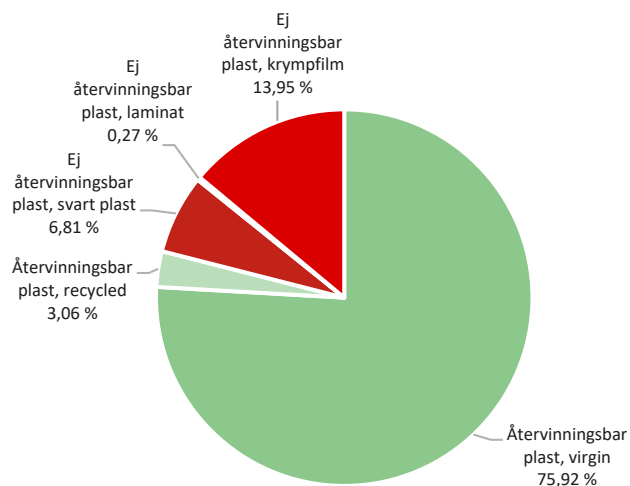


PLAST

Under 2018 skrev Foodmark under "Plastinitiativet 2022", där ambitionen med initiativet är att de plastförpackningar som sätts på marknaden av oss som medlemsföretag och som omfattas av producentansvarsförordningen, skall gå att materialutnyttja senast år 2022.

Tillsammans med våra leverantörer och fabriker arbetar vi aktivt med att hitta lösningar som gör det möjligt att uppnå detta mål till fullo. Under föregående år har Foodmark kartlagt hur långt vi har kommit fram till 2019 och så här såg det ut hos:

	Ton	%
Återvinningsbar plast	955,86	78,98
Ej återvinningsbar plast	254,38	21,02
Totalt:	1210,24	



Den del plast (21%) som vi använder till våra förpackningar idag, som inte kan sorteras och/eller materialutnyttjas för att bli nya plastprodukter är:

Svart plast

Svart plast som innehåller pigmentet kimrök kan inte detekteras med den mätutrustning som finns idag på sorteringsanläggningar i Sverige.

Multilaminatfilm

Multilaminatfilm, det vill säga film som innehåller mer än en plasttyp och som därför inte kan material återvinnas på ett ekonomiskt sätt.

Krympfilm

Mer eller mindre heltäckande krympfilm på flaskor, där filmens plasttyp är en annan än flaskans och där krympfilmen idag inte lätt kan separeras från flaskan innan källsortering. Detta medför att krympfilmade flaskorna inte hamnar i rätt materialström hos våra sorteringsanläggningar.

ÅTERVINNING

För att plast och andra förpackningsmaterial skall kunna materialutnyttjas, krävs det att:

- tekniska lösningar för att sortera och ta till vara på material finns på plats på återvinningscentralerna
- att vi som producenter tar vårt ansvar att göra val som underlättar detta
- samt att alla källsorterar och gör det på rätt sätt.

Data baserat på avgiftsbelagda förpackningsvolymen Foodmark rapporterat till TMR 2019.
Kriterier för materialåtervinningsbarhet är baserat på TMRs riktlinjer



VÅR DIPPBÄGARE

En förpackning som vi är extra stolta över är vår dippbägare. Materialet i denna förpackning består nämligen av 85-90% återvunnen plast (rPET). Men faktum är att denna förpackning inte är ny i vårt sortiment – den klimatsmarta dippförpackningen har vi använt sedan 2012.

85 % är bra, men vi är inte helt nöjda förrän den består av 100% återvunnet material. Detta är något som vi fortsätter arbeta med och utveckla under kommande år, och vi har som mål att kunna erbjuda våra kunder och konsumenter en dippförpackning tillverkad av 100% återvunnet material till år 2021.



85-90% recycled råvara



Rydbergs
BEARNAISE
35 g

Rydbergs
SWEET & SOUR
35 g

Rydbergs
HOT MEXICANA
35 g

Rydbergs
SRIRACHA MAYO
35 g



Rydbergs
TRYFFEL-MAJONNÄS
35 g

Rydbergs
SOURCREAM & ONION
35 g

Rydbergs
BLACK GARLIC
35 g

Rydbergs
VITLÖK
35 g

Rydbergs
SWEET CHILI
35 g

Rydbergs
STRIP-DIPP CHICAGO
35 g

Rydbergs
MED SMÅK AV CHEDDAR
35 g

Rydbergs
SOURCREAM & ONION
35 g



ETIK I LEVERANTÖRSKEDJAN

Vi arbetar systematiskt med riskbilden i vår egen leveranskedja genom att säkra att leverantörerna uppfyller våra etiska och miljömässiga krav. Under 2019 gjordes en riskbedömning av alla våra leverantörer och produkter. Detta har gett oss en bra grund för det fortsatta arbetet under 2020.



ETISK HANDEL NORGE

Genom Agra Group har Foodmark varit medlem i organisationen Etisk handel Norge sedan 2014, och vi förbereder en årsrapport för vårt arbete med etisk handel. Under 2019 har vi ökat kunskapsnivån för nyckelpersoner inom kvalitet och upphandling genom att gå på kurser på Etisk handel Norge med etisk handel som tema. Vi har tillsammans med koncernen gjort revideringar och fabriksbesök där etisk handel var ett viktigt ämne.

UPPDATERAD CODE OF CONDUCT

Under 2019 uppdaterade vi vår Code of conduct i enlighet med mallen för Etisk handel. Detta medför att området djurvälstånd inkluderades, liksom högre krav på leverantörer att kommunicera våra krav bakåt i leverantörskedjan. Alla våra kontrakterade leverantörer har informerats om vår uppdaterade Code of conduct och om vår ökade insats av uppföljning av att detta efterlevs.





VÅRA KONTRAKTSODLARE



I snart 25 år har färsk delikatesspotatis och kvalitetsrödbetor från flera gotländska odlingar funnit vägen till Rydbergs sallader. Tack vare våra odlares gedigna erfarenhet och kunskap hoppas vi kunna få fortsätta med detta under en lång tid framöver.

Under 2019 hade Foodmark odlingskontrakt med 13 potatisodlare och 4 rödbetsodlare, varav flertalet har haft avtal med Foodmark i mer än tio år. Ett par av dessa har odlat till vår salladsproduktion i generationer, vilket säger något om kontinuitet och erfarenhet. Gotland är känt för mycket, men kanske mest för sina många soltimmar. För turister är det en bra ingrediens för en lyckad semester men för en potatis- eller rödbetsodlare kan sol och värme innebära en mycket klen skörd. Men odlingsåret 2019 kom att bli unikt för Foodmarks kontraktsodlare. Den gynnsamma väderleken gav både potatisen och rödbetorna ett optimalt utfall av både kvalitet och kvantitet. Många fält fick nära dubbelt så mycket regn som "normalåret", vilket är en viktig förklaring till det goda resultatet. Även om alla odlare numer har tillgång till konstbevattning så är ett regn i rätt tid att föredra i alla lägen.

Vattnet är livsviktigt för en bra skörd men lika viktigt för att uppnå önskad kvalitet. Utan vatten kan inte växten tillgodogöra sig näringen som finns i matjorden och med ojämn näringstillförsel försämras den viktiga kokkvaliteten. Som tur är kan många kontraktsodlingar bevattnas från anlagda dammar runtom på ön. Dammarna fylls på under höst och vinter med regn eller smältvatten, för att sedan kunna göra nytta i odlingarna.

GOTLANDS KLIMAT – PERFEKT FÖR ODLING

Foodmarks odlingsrådgivare besöker alla odlare regelbundet och besiktar grödan. Det krävs timing och fingertoppskänsla (samt erfarenhet) för att sätta in rätt åtgärd vid rätt tillfälle. Potatis och rödbetor har många fiender bland ogräs och svampar men Gotlands särskilda sommarklimat är till stor nytta i det fallet. En särskilt besvärlig fiende heter bladmögel och den svampen utvecklas bäst då det är fuktigt och varmt. Med den gotländska vinden och framförallt bristen på nederbörd har vi sällan några besvärliga angrepp.

VISSTE DU ATT:

- Potatis är 30 gånger mer klimatsmart än ris, och 8 gånger mer klimatsmart än pasta och är vår mest klimatsmarta kolhydratkälla.*
- För att producera 1 kg potatis krävs 160 liter vatten (jmf med 1 kg nötkött som kräver ca 160 000 liter vatten).*
- 100% av den potatis vi använder till våra potatissallader odlas inom en radie av 40 kilometer från fabriken.

*Källa. Världsnaturfonden WWF.





Vi mäter vattenanvändning, mängden spillvatten och mängden avfall på samtliga av våra produktionsanläggningar. Att minska vattenanvändning och avfall är viktigt för att hushålla med naturresurser. 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 olika metoder för att bland annat minska mängden fett i våra produktionsanläggningar. Spillvattnet går då igenom ett eller flera reningssteg innan det släpps ut till kommunala reningsverk. Vårt spillvatten innehåller mycket fett, och fungerar inte avskiljningen så riskerar fett att förstöra både avloppssystem och reningsanläggningar. Läs mer om hanteringen av spillvatten från vår anläggning på Gotland på sidan 37.

VATTENANVÄNDNING 2019

Nyckeltalet gällande vattenanvändning för anläggningen i Klinte blev under 2019; 7394 liter per ton producerad produkt. Detta kan jämföras med 2018 då motsvarande tal var 9117 liter vatten per ton. Minskningen kan till stor del förklaras med att rödbetskampanjen var kort och intensiv med betydligt färre antal städtillfällen. Sannolikt har även Region Gotlands många uppmaningar till allmänheten om att spara vatten haft viss effekt.

2019 var det första hela produktionsåret för den nya anläggningen i Albyberg. Vattenbehovet uppgick till 53 000 m³. Nyckeltalet vatten i förhållande till producerad mängd uppgick därmed till 4 900 liter per ton färdig produkt.

För anläggningen i Vidsel slutade färskvattenförbrukningen för året på 1,45 liter per ton färdig produkt. Anledningen till den låga siffran beror dels på att man i Vidsel inte använder vatten i sina produktionsprocesser samt att de inte har så kallade CIP-diskar (cleaning in place). Den ”diskmaskinen” är en stor förbrukare av vatten men den är nödvändig på våra övriga anläggningar där vi producerar många fler olika typer av produkter.

AVFALL

2019 blev på många sätt ett mycket speciellt år för den nya anläggningen i Albyberg. Det kan bland annat avläsas väldigt tydligt på mängden avfall. Till följd av stora kassationer av färdig produkt blev avfallsmängderna långt över de normala för den så kallade organiska fraktionen. För flertalet andra fraktioner var det mer normalt viktmässigt men med sämre fraktionering än det som varit fallet i de äldre produktionsanläggningarna. Av de olika fraktionerna är det organiskt avfall som väger mest. Allt organiskt avfall från både Albyberg och Klinte förädlas till fordonsbränsle (biogas).

Allt organiskt avfall från anläggningarna i Albyberg och Klinte förädlas till biogas

PRODUKTSVINN

Vad gäller produktsvinn i vår varuförsörjning så uppkommer det inom tre huvudsakliga områden; *insatsvaror* – svinn av råvaror och emballage i produktionsprocessen, *kvalitet* – färdigvaror når ej uppsatta specifikationer och konsumenters krav och *logistik* - variation i efterfrågan av färdigvaror från våra kunder och konsumenter.

Vad gäller dessa tre områden så har ett antal aktiviteter genomförts och startats upp för att på ett proaktivt sätt minska produktsvinn. Exempel på insatser som genomförts är optimering av användning av råvaror i våra fabriker i Albyberg och Klintehamn. Detta arbete kommer intensifieras under 2020 genom riktade insatser och initiativ så som omorganisation där medarbetare engageras på ett bättre sätt i att säkra minskat svinn samt veckovis uppföljning av nyckeltal som visualiseras för medarbetare. Andra exempel på genomförda insatser är kopplat mot proaktiv utförsäljning av varor som passerat våra kunders krav på återstående hållbarhet. Insatser kopplade mot en effektiv logistik berör bland annat en träffsäkrare planering för att inte överproducera produkter.



CIRKULÄRT BEVATTNINGS- SYSTEM



Spillvatten från vår produktionsanläggning på Gotland används som bevattningsvatten till intilliggande potatisodling, och skapar därmed ett slutet kretslopp.

En väsentlig aspekt vad gäller redueringen av Foodmarks negativa påverkan på klimat och miljö är utsläpp av vatten och avfall från vår produktion. Processvatten från livsmedelsproduktion kan innehålla näringsämnen som alger och mikroorganismer livnär sig på, vilket kan leda till övergödning av marker, sjöar, vattendrag och hav om inte vattnet renas på rätt sätt. 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.

Alla våra råvaror som används i produktionen idag innehåller näring som i viss 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. 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.

VIDSEL – SMÅSKALIG PRODUKTION NÄRA KONSUMENT



Delikatessfabriken grundades i Vidsel 1999 och än idag ligger produktionen kvar vid den mäktiga Storforsen i Älvsbyn. Delikatessfabriken har butikstäckning i Norrland och anses bland många norrlänningar vara det naturliga såsvalet.

En novemberdag för 20 år sedan startade Ann-Chatrine Andersson och Stefan Andersson historien om Delikatessfabriken. En idé som till en början bestod av att de ville bo och jobba på samma ort och inte behöva pendla till och från arbetet. Med deras erfarenheter från både livsmedels- och hotellbranschen började de på sin fritid tillverka bearnaisesås, och genombrottet kom när en Konsumbutik i Älvsbyn tog in deras produkter i sitt sortiment.

Fem år efter starten kunde de båda börja leva på intäkterna och sedan dess har företaget växt sakta med stadigt, ett steg i taget – något som också har varit en av Stefan och Ann-Chatrines ledstjärnor.

I samband med att Foodmark 2018 blev in som 100% ägare till Delikatessfabriken valde Ann-Chatrine och Stefan att gå vidare med nya projekt. Men Delikatessfabriken lever vidare och växer produktionsmässigt för varje

år. Faktum är att 2019 blev rekordår för Delikatessfabriken då de ökade sin sås- och dressings-tillverkning med 28 % jämfört med förgående år.

På anläggningen i Vidsel arbetar totalt 9 personer, varav 6 personer arbetar inom produktion och 3 personer med försäljning och administration. Av de 9 anställda har 4 stycken arbetat på Delikatessfabriken i mer än 7 år och resterande 5 anställda i 2–4 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, svarar Lars Wikberg som har arbetat som driftchef på Delikatessfabriken i 15 år.





HUR VI SKA NÅ AMBITIÖSA MÅL

FN:s hållbarhetsmål nr 17 – Genomförande och globalt partnerskap är stöttepelare i vårt hållbarhetsarbete.

Vi söker aktivt samarbeten med alla länkar i vår värdekedja. När vi alla arbetar för att uppnå flera och samma mål, kan vi tillsammans uppnå mer – och snabbare.

Förutom att arbeta tillsammans med våra leverantörer och kunder deltar vi även i olika projekt tillsammans med andra organisationer för att bidra till ett mer hållbart samhälle. Etisk handel Norge, Sedex, branschorganisationen DLF, TMR samt RISE är olika organisationer som vi samarbetar med för att nämna några.

17 GENOMFÖRANDE OCH PARTNERSKAP



OM ORGANISATIONEN

ÄGARSTRUKTUR

Foodmark AB ägs till 100% av Agra Foods AS och är ett dotterbolag i Agrakoncernen.

Agra har sitt huvudkontor på Grünerløkka i Oslo. Produktionen under 2019 har skett i koncernens 10 fabriker, fördelat på fyra länder.

I Sverige har vi produktionsanläggningar i Vidsel, Haninge och på Gotland.

ORGANISERING AV HÅLLBARHET

Hållbarhet är organiserad som en koncernfunktion i Agra, under inköp- och hållbarhetsdirektör Eirik B. Gjertsen och hållbarhetschef Emilie Olderskog. I Foodmark har HR-direktör Ola Nyström det övergripande ansvaret för strategiområdet Hållbarhet, medan ansvaret för det operativa arbetet ligger hos koncerncheferna i relevanta avdelningar.

HÅLLBARHETSSTRATEGI

Under 2018 reviderades Foodmarks hållbarhetsstrategi. Den nya strategin gäller till 2025. Processen har varit brett förankrad i ledningen och övrig organisation. Strategin har antagits av företagsledningen och koncernledningen (Agra).

FACKFÖRENINGAR

Vår verksamhet är bunden till följande kollektivavtal mellan:

- Livsmedelsföretagen och Unionen, Sveriges Ingenjörer samt Ledarna
- Livsmedelsföretagen och Livsmedelsarbetareförbundet

ANTAL ANSTÄLLDA

Foodmark har 250 tillsvidareanställda.

- 68 kvinnor
- 182 män

Foodmark har också 9 årsverk av säsongsanställd arbetskraft i fabrikerna.

EKONOMISK OMSÄTTNING

2019 års siffror:

Omsättning: 796 MSEK

OM RAPPORTEN

OM RAPPORTEN

Denna rapport innehåller resultat från kalenderåret 2019. Innehållet har utarbetats genom bred involvering av organisationen och dokumentet har behandlats i styr- och ledningsgruppen. Rapporten är vår tredje hållbarhetsredovisning och redovisas löpande årligen.

Vi följer relevanta GRI-disclosures i vår rapportering. En översikt över vilka punkter vi rapporterar på, med sidhänvisning, finns på sida 51 och 52. 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.

KONTAKTUPPGIFTER

Vid frågor om rapporten, kontakta Foodmarks Hållbarhetschef Ola Nyström ola.nystrom@foodmark.se eller AGRAs Hållbarhetschef Emilie Olderskog emilie.olderskog@agra.no

Det går även bra att maila till: sustainability@foodmark.se

Foodmarks ekonomiska resultat rapporteras separat i vår årsredovisning. Datum för publicering av hållbarhetsredovisningen är 2020-05-15. Foodmarks årsredovisning publiceras senare under 2020.



BILAGA

UTMANINGAR, RESULTAT OCH MÅL FÖR VÅRA HUVUDOMRÅDEN

FOKUSOMRÅDE	RISK	VÅR PÅVERKAN	RESULTAT 2019	MÅLSÄTTNINGAR FÖR 2025
 KONSUMENTERS HÄLSA	Kost spelar en stor roll för hälsan. Kostfaktorer tillsammans med tobak, högt fasteblodsocker, högt blodtryck och högt BMI, är de största riskfaktorerna för sjukdomsbörda i Sverige. (Källa: Folkhälsomyndigheten)	Många av de produkter som tillverkas, marknadsförs och säljs av Foodmark är fett- och kaloririka. Vi kan påverka konsumenters hälsa genom att inspirera till sund konsumtion samt producera produkter med hälsosam fettsammansättning, minska mängden salt, socker och tillsatser. Genom att vara transparenta med vad våra produkter innehåller kan vi hjälpa konsumenten till medvetna val.	Strategi för området har tagits fram, samt mål och planer för 2020.	Vi ska ha tagit en vetenskapligt grundad ståndpunkt kring vad som är hälsosamt och vad som inte är det. Hälsoperspektivet ska finnas med som en integrerad del av vår produkt- och sortimentsutveckling.
 LIVSMEDELS-SÄKERHET	Osäker mat kan leda till sjukdom och i värsta fall till dödsfall. Det kan handla om kontaminering med bakterier, virus, mögel eller oönskade ämnen, bristande allergenhantering, avsiktligt matbedrägeri eller sabotage.	Som livsmedelsproducent har vi ett hundraprocentigt ansvar för att våra produkter tillverkas på ett säkert tillvägagångssätt. Genom att använda oss av arbetsmetoden HACCP kan vi snabbt upptäcka eventuella faror i livsmedelsproduktionen.	Samtliga av Foodmarks produktionsanläggningar är certifierade enligt Global Standards for Food Safety, BRC, och revideras årligen. Koncerngemensam rutin för internrevisioner genererades 2019. Fortbildning av personal (hygien, rengöring, produktion, produktionsplanering). Under 2019 genomfördes en produktåterkallelse och ett produktåtertag.	Antalet återkallelser ska vara 0 och vi ska inte ha fler än 2,0 avvik per 100 000 sålda förpackningar.
 FÖRPACKNINGAR	Beräkningar visar att mänskligheten varje år konsumerar 1,6 gånger jordens tillgängliga resurser i förhållande till vad som är hållbart. Våra förpackningar finns till för att skydda och säkra en god kvalitet på våra livsmedel. Dock finns allt förpackningsmaterial kvar som "skräp" efter att innehållet konsumerats, vilket är en miljöbelastning. Vid tillverkning av 1 kg plast av fossil råvara (sett över all plastproduktion) krävs det ungefär 2 kg olja. Det motsvarar ett utsläpp av ca 6 kg koldioxid. Därför är det viktigt att så mycket som möjligt av förpackningsmaterialet källsorteras, återvinns och användas på nytt.	Majoriteten av Foodmarks produkter förvaras i plastbehållare i form av hinkar, dippförpackningar, flaskor och bägare. Vi kan, och vill bidra med att bli mer hållbara och ha ett än mer cirkulärt förhållningssätt, genom att designa och viderutveckla våra förpackningar till att bli än bättre anpassade för återvinning. Och självklart minimera mängden förpackningsmaterial, utan att det medför ett ökat matsvinn.	Under året har vi kartlagt och analyserat våra befintliga förpackningar. Bland annat har vi fattat beslut och tagit fram en handlingsplan för att fasa ut den svarta plast, som inte går att detektera på våra sorteringsstationer i landet. Vi arbetar också med att reducera mängden plast i några utvalda förpackningar och testar löpande nya materiallösningar.	Målet är att vi senast 2022 ska ha 100% återvinningsbart material i Foodmarks förpackningar som omfattas av Plastinitiativet 2022. Vi ska även ha identifierat en möjlighet att använda förnybar eller helt återvunnen råvara (branschmål 2030).
 REDUCERAT MATSVINN, VATTEN OCH AVFALL	En tredjedel av all mat som produceras i världen slängs vilket är problematiskt både ur ekonomiskt, etiskt och miljömässigt perspektiv. Utsläppen från mat och jordbruk står för ungefär 25 procent av de totala växthusgasutsläppen och kräver stora mängder vatten. Utsläpp av vatten och avfall riskerar bland annat övergödning av sjöar och vattendrag.	Foodmark producerar årligen ca 20 000 ton färdigvara, fördelat på tre produktionsanläggningar. Genom att optimera våra tillverkningsprocesser kan vi påverka hur pass mycket vatten och avfall som förbrukas samt reducera matsvinn och produktspill.	Ny prognos- och planeringsprocess har implementerats. Vår nya fabriksanläggning i Albyberg invigdes officiellt i mars 2019. I den nya fabriksanläggningen har vi skapat förutsättningar för mindre åtgång av vatten och energi. Allt matsvinn och produktspill inom Foodmark omvandlas till biogas. Spillvattnet hanteras genom användning av fettavskiljare. Farligt avfall från våra anläggningar hanteras separat av godkända entreprenörer för att minimera risken för negativ miljöpåverkan och hälsoskador.	Till 2025 ska vi ha kommit ner till 2015 års procentuella nivå (1,08 %) gällande matsvinn. Målsättning gällande avfall/övrigt svinn i fabrik är en reduktion med 20 % från dagens nivå, tack vare receptoptimering och effektivare produktion. Vårt mål gällande vattenförbrukning är 3 m3/ton per producerad volym samt ytterligare effektivisering av vår produktion så att vattenförbrukningen minskar. Samtliga anläggningar ska vara Miljöcertifierade. Vårt arbete för att bli klimatneutrala ska vara påbörjat.

UTMANINGAR, RESULTAT OCH MÅL FÖR VÅRA HUVUDOMRÅDEN

FOKUSOMRÅDE

RISK

VÅR PÅVERKAN

RESULTAT 2019

MÅLSÄTTNINGAR FÖR 2025



ETIK OCH MILJÖ I LEVERANTÖRSKEDJAN

Varor som vi i Sverige köper och säljer kan ha tillverkats under olagliga eller ohållbara förhållanden till följd av till exempel miljökriminalitet, användning av tvångsarbete, barnarbete, hälsoförstörande jobb eller löner under fattigdomsgränsen. Risk finns även för korruption, utpressning och mutor.

Foodmark har 67 råvaruleverantörer och 19 emballageleverantörer. 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. Koncernen är medlem i organisationen Sedex och genom Agrakoncernen är Foodmark även medlem i det norska initiativet för etisk handel, Etisk handel Norge. Vår *Supplier Code of Conduct* ställer krav på att varukedjans alla aktörer aktivt ska motverka korruption, utpressning och mutor. Den inkluderar även riskbedömning av mänskliga rättigheter.

Krav till leverantörer (Code of Conduct) reviderats och godkänt. Process och verktyg för riskkartläggning och leverantörsuppföljning dokumenterats och godkänt. Intern träning i CoC, riskkartläggning och leverantörsuppföljning. I Foodmarks interna etiska riktlinjer framgår att all form av intern korruption ska motverkas.

Riskkartläggning och leverantörsuppföljning är till 2025 digitaliserat och (delvis) automatiserat. Alla leverantörer (även indirekta) omfattas av riskkartläggning och uppföljning. Vi samarbetar aktivt med leverantörer med förbättringar och väljer systematiskt de som är bäst på uppföljning av egen leverantörskedja. Vi har genomfört flera förbättringsprojekt tillsammans med leverantörer.



ARBETSMILJÖ OCH SÄKERHET

Kvaliteten på miljön och säkerheten på en arbetsplats påverkar den anställdes hälsa och välbefinnande. Lokalers utformning, ergonomi, buller, risk för kränkande särbehandling, stress och risk för olyckor och incidenter är några viktiga faktorer som vi måste arbeta förebyggande med, samt där det finns policy och lagstiftning som vi måste följa.

På Foodmark arbetar ca 250 personer, beroende på säsong. Vi har personal inom flera olika områden och arbetsmiljöer – alltifrån fältsäljare som spenderar en stor del av sin arbetstid i bil eller butik, till kontorslandskap till lager- och produktionsmiljö. Som arbetsgivare har vi en skyldighet att se till så att våra anställdas hälsa och välbefinnande inte påverkas negativt på grund av arbetet.

Vi har skapat ett tydligare introduktionsprogram för tjänstemän och påbörjat utredning av ett nytt onboardingprogram för kollektivanställda. Vi har påbörjat skapandet av en tydlig intern kommunikationsstrategi, nytt intranät har lanserats och en kommunikatör har anställts. Utbildning i arbetsmiljö (BAM) har påbörjats för samtliga arbetsledare. Arbetsmiljökommittéer har under året träffats enligt plan. Sjukfrånvaron har stigit något (ca 1 procentenhet) pga. utmaningarna med vår nya fabrik i Albyberg. Olyckor med frånvaro ligger på nivå med föregående år även om målet är 0. Dock ser vi en markant ökning i anmälda olyckor, detta till följd av bättre introduktion och utbildning inom området.

Vi skall ha nollvision på arbetsolyckor. Andelen av medarbetarna som uppfattar att man har en alldeles för hög arbetsbelastning skall vara 0. Alla identifierade positioner i Foodmark skall vara säkra. Vi skall ha nått 90 index på anseende i vår interna klimatundersökning.



MÅNGFALD OCH JÄMSTÄLLDHET

En bra och sund arbetsmiljö är en viktig faktor för att reducera risk för ohälsa. Statistiskt sett har kvinnor idag högre sjukfrånvaro än män, medan män råkar ut för fler arbetsplatsolyckor. Forskning visar att bristande jämställdhet leder till fler konflikter och trakasserier på arbetsplatsen och till högre personalomsättning. Jämställda arbetsplatser har dessutom visat sig vara mer kreativa och lönsamma. (Källa: Arbetsmiljöverket, Suntarbetsliv.se)

Som arbetsgivare har vi ett ansvar att ge våra anställda goda förutsättningar att trivas och utvecklas på sitt jobb. Vi ska vara en välkommande och trygg arbetsplats. På Foodmark är vi övertygade om att en organisation som är inkluderande och som speglar samhällets mångfald är mer lönsam och hållbar – både ur ett sociologiskt och ur ett ekonomiskt perspektiv.

Foodmark kan motverka risken för ojämställdhet på arbetsplatsen genom att säkerställa att ett positivt jämställdhets- och mångfaldhetsperspektiv präglar alla delar inom organisationen – från rekryteringsprocess och daglig arbetsmiljö till marknadsföring och produktförsäljning.

Grundläggande utbildning i kränkande särbehandling har genomförts samt ingår som en obligatorisk del i introduktionsprocessen av nya medarbetare. Aktivitetsplan för utbildning och utökad kunskap har genererats. Vi har förberett arbetet med att mångfalds- och jämställdhetssäkra kommunikationen i våra kanaler. Vi har även inlett en intern utredning kring hur vi ska kunna attrahera fler kvinnor till tjänster inom produktion och lager. Gällande rekrytering av chefsroller har vi aktivt strävat efter att ha jämlik könsfördelning bland slutkandidater.

Till 2025 skall organisationen representera samhället i stort vad gäller kulturell bakgrund, ålder och kön. Vi har en jämn könsfördelning som definieras som 60 % av ena könet och 40 % av andra könet (årsanställda). Vi är en arbetsplats helt fri från diskriminering, trakasserier och kränkande särbehandling.

301-1 MATERIALANVÄNDNING

Total vikt eller volym material som används för att producera och förpacka organisationens primära produkter och tjänster under rapportperioden, uppdelat på:

i. icke-förnyelsebara material

ii. förnyelsebara material

a) **Råvaror:** Förbrukad mängd (kg)

År: 2019	Förnyelsebar				
	Animaliskt kg	Marint kg	Olja och fett kg	Tillsatser kg	Vegetabiliskt kg
Klinte (Gotland)	301 984	-	2 356 305	328 870	6 299 647
Vidsel	22 308	-	355 820	19 744	63 176
Sundbyberg	n/a	n/a	n/a	n/a	n/a
Albyberg	2134849	603715	6257946	2013014	2258818
Totalt	2 459 141	603 715	8 970 071	2 361 628	8 621 641

Total förbrukad mängd råvaror 2019	23 016 196	kg
Andel förnyelsebart	100	%

b) **Emballage:** Förbrukad mängd (styck)

År: 2019	Förnyelsebar	Icke förnyelsebar	
	Kartong och papper styck	Metall styck	Plast och kombinerat styck
Klinte (Gotland)	3 228 728	1 135	96 831 066
Sundbyberg	n/a	n/a	n/a
Albyberg	6028498	3889831	216910567
Totalt	9 257 226	3 890 966	313 741 633

Total förbrukad mängd emballage 2019	326 889 825	styck
Andel förnyelsebart	3	%
Andel icke-förnyelsebart	97	%

Kommentar: Vidsel ej inräknat i ovan tabell

c) **Emballage Vidsel:** Förbrukad mängd (kg)

År: 2019	Förnyelsebar	Icke förnyelsebar	
	Kartong och papper kg	Metall kg	Plast och kombinerat kg
Vidsel	23920	1495	51000

302-1 ENERGIANVÄNDNING

a. Total energianvändning inom organisationen av **icke-förnyelsebar energi** samt vilka typer av energi som använts

År: 2019	Olja <i>MWh</i>	Diesel <i>MWh</i>
Klinte (Gotland)	5 241	110
Vidsel	-	32,85
Sundbyberg	n/a	n/a
Albyberg	0	0
Totalt	5241	142,85

Total energianvändning icke-förnyelsebar energi år 2019	5383,9	<i>MWh</i>
--	---------------	-------------------

b. Total energianvändning inom organisationen av **förnyelsebar energi** samt vilka typer av energi som använts

År: 2019	Träpellets <i>MWh</i>	Biogas <i>MWh</i>	Fjärrvärme <i>MWh</i>
Klinte (Gotland)	n/a	n/a	n/a
Vidsel	92,9	n/a	n/a
Sundbyberg	n/a	n/a	n/a
Albyberg	n/a	n/a	n/a
Totalt	92,9		

Total energianvändning förnyelsebar energi år 2019	92,9	<i>MWh</i>
---	-------------	-------------------

c. Total **konsumtion av energi**, uppdelat på: i. elektricitet, värme, kyla, ånga

År: 2019	Total energianvändning av elektricitet <i>MWh</i>	Total energianvändning av värme <i>MWh</i>	Total energianvändning av kyla <i>MWh</i>	Total energianvändning av ånga <i>MWh</i>
Klinte (Gotland)	3119	n/a	n/a	n/a
Vidsel	476	n/a	n/a	n/a
Sundbyberg	n/a	n/a	n/a	n/a
Albyberg	6316	n/a	n/a	n/a
Totalt	9911			

Total konsumtion av energi år 2019	9911	<i>MWh</i>
---	-------------	-------------------

d. Total **försäljning** av energi i joule, wattimmar eller kJ / MJ / GJ, uppdelat på: i. elektricitet, värme, kyla, ånga

År: 2019	Total försäljning av elektricitet <i>MWh</i>	Total försäljning av värme <i>MWh</i>	Total försäljning av kyla <i>MWh</i>	Total försäljning av ånga <i>MWh</i>
Klinte (Gotland)	n/a	n/a	n/a	n/a
Vidsel	n/a	n/a	n/a	n/a
Sundbyberg	n/a	n/a	n/a	n/a
Albyberg	n/a	n/a	n/a	n/a
Totalt				

Total försäljning av energi år 2019	0	<i>MWh</i>
--	----------	-------------------

306-2 AVFALL

a. Total vikt av farligt avfall

År: 2019	Farligt avfall som återanvänds ton	Farligt avfall som går till återvinning ton	Farligt avfall som komposteras ton	Farligt avfall som går till utvinning inkl. energiutvinning ton	Farligt avfall som går till förbränning ton	Farligt avfall som går till deponering ton	Annan hantering ton
Klinte (Gotland)	0	0	0	0	0	0	1,3
Vidsel	n/a	n/a	n/a	n/a	n/a	n/a	n/a
Sundbyberg	n/a	n/a	n/a	n/a	n/a	n/a	n/a
Albyberg	0	0	0	0	0	0	2,9
Totalt	0	0	0	0	0	0	4,2

2018: Total vikt farligt avfall som:

Återanvänds	0	ton
Återvinns	0	ton
Komposteras	0	ton
Utvinning inkl. energiutvinning	0	ton
Förbränning	0	ton
Deponi	0	ton
Annan hantering	4	ton
Totalt	4	ton

b. Total vikt av ofarligt avfall

År: 2019	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	Annan hantering ton
Klinte (Gotland)	0	51,1	n/a	2 080	63,7	n/a	n/a
Vidsel	n/a	9	15	n/a	8	n/a	n/a
Sundbyberg	n/a	n/a	n/a	n/a	n/a	n/a	n/a
Albyberg	0	144,1	n/a	2663	164,5	n/a	n/a
Totalt	0	204,5	15	4743	236	0	0

2018: Total vikt ofarligt avfall som:

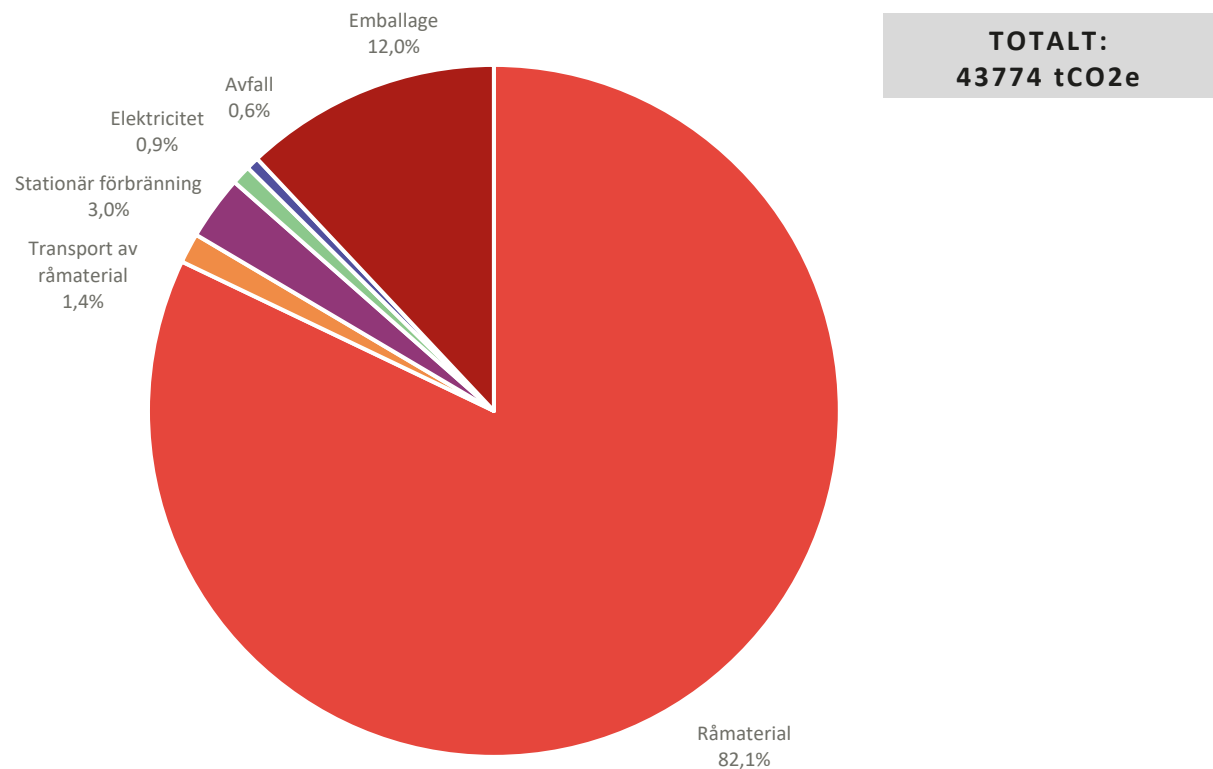
Återanvänds	0	ton
Återvinns	205	ton
Komposteras	15	ton
Utvinning inkl. energiutvinning	4743	ton
Förbränning	236	ton
Deponi	0	ton
Annan hantering	0	ton
Totalt	5198	ton

KLIMATBERÄKNING

Det långsiktiga målet för Foodmark är att verksamheten ska ge upphov till så liten negativ klimatpåverkan som möjligt. Vår målsättning är att vår produktion ska vara klimatneutral till 2025.

Detta är första gången som Foodmark beräknat utsläppen enligt Green House Gas protocol scope. Förutom scope 1 och 2 (vår direkta påverkan), har vi också valt att inkludera avfall, flygningar, råvaror och förpackningar under scope 3.

Här nedan redovisas Foodmarks klimatbokslut för år 2019.



GRI-INDIKATORER I RAPPORTEN

Global Reporting Initiative (GRI) är en internationell organisation som har utarbetat ett mycket erkänt ramverk för hållbarhetsredovisning. Riktlinjerna har tagits fram för att redovisa organisationers hållbarhetsarbete på ett jämförbart och strukturerat sätt. Foodmarks hållbarhetsrapport har inspirerats av GRI-Standards, core-alternativet. Tabellen nedanför ger en översikt över var i rapporten information för de olika rapporteringspunkterna finns.

	GRI-INDIKATOR	FÖRKLARING	SIDHÄNVISNING
Organisationsprofil	102-1	Organisationens namn	5
	102-2	Primära varumärken, produkter och tjänster	5
	102-3	Huvudkontor	4
	102-4	Verksamhetsländer	4
	102-5	Ägarstruktur och bolagsform	5
	102-7	Organisationens storlek	5
	102-8	Medarbetarstyrka	5
	102-10	Betydande förändringar	12, 15, 16
	102-11	Tillämpning av försiktighetsprincipen	42
	102-12	Externa initiativ	40
	102-13	Medlemskap i organisationer	29, 40
Strategi	102-14	Uttalande från organisationens högsta beslutsfattare	3
	102-15	Väsentlig påverkan	12, 44, 45, 46, 47
Etik och integritet	102-16	Värderingar, principer och etiska riktlinjer	19, 25
Identifierade väsentliga aspekter och avgränsningar	102-46	Process för att definiera redovisningens innehåll	12
	102-47	Identifierade väsentliga aspekter	12
	103-1	Väsentliga aspekters avgränsning inom organisationen	12
	103-1	Väsentliga aspekters avgränsning utanför organisationen	12
	102-48	Effekter av förändringar i tidigare redovisad information	12
	102-49	Betydande förändringar avseende omfattning och väsentliga aspekters avgränsning	12
Intressentdialog	102-40	Intressentgrupper	12
	102-41	Medarbetare som omfattas av kollektivavtal	22
	102-42	Val av intressentgrupper	12
Redovisningsprofil	102-50	Redovisningsperiod	42
	102-51	Datum för senaste redovisning	42
	102-52	Redovisningscykel	42
	102-53	Kontaktperson	42
	102-54	Redovisningsalternativ	42
	102-55	Index	53, 54
	102-56	Extern bestyrkande	42

	GRI-INDIKATOR	FÖRKLARING	SIDHÄNVISNING
Miljöpåverkan	301-1	Materialanvändning	50
Energi	302-1	Energianvändning	51
Utsläpp av vatten och avfall	306-2	Fast avfall	52
Vatten	303-3	Vattenanvändning	36
Mångfald och lika möjligheter	405-1	Mångfald och jämställdhet	23



BÄTTRE FÖR DIG

Vi ska kontinuerligt förbättra våra produkters
inverkan på **folkhälsan**



BÄTTRE FÖR PLANETEN

Vi ska kontinuerligt förbättra vår påverkan på
människor och **miljö** – i våra verksamheter och i
vår leverantörskedja

Foodmark.