

Foodmark.

HÅLLBARHETSRAPPORT

2020



LOHMANDERS®



INNEHÅLL

3	Foodmark – VD-ordet
4	Agra – Organisering och hållbarhetslöfte
8	Vår klimatambition
11	Foodmark – Förr och nu
15	Hållbarhet i Foodmark
17	Resultat 2020
19	Bättre för dig
26	Bättre för planeten
45	Samarbeten för att nå målen
46	Om organisationen
47	Om rapporten
48	BILAGA
	• Resultat, utmaningar och mål
	• Klimatberäkning
	• GRI-indikatorer

CORONAÅRET 2020 – INGET ONT SOM INTE...

...har något gott med sig...

2020 har för oss alla varit ett omvälvande år och har för många inneburit stora förändringar i tillvaron – jag behöver inte gå längre än till mig själv.

Jag har arbetat hemma, i princip inte gjort några resor, ökat mitt digitala användande men även haft en lugnare tillvaro. Inget köande i bil till och från jobbet och mer tid med familjen och mer tid utomhus.

På många sätt har coronapandemin och alla dess tragiska effekter till trots, haft kortsiktiga och positiva effekter på vårt miljöavtryck som anställda och som privatpersoner. Genom detta har vi också fått insikter och kunskaper om vad som fungerar och vad som kan göras annorlunda i framtiden – ett exempel är att vi kommer se permanent mindre resande och troligen även en ökad grad av flexibilitet kring var man arbetar.

Som sagt, inget ont som inte har något gott med sig...

De senaste årens arbete med hållbarhet inom Foodmark har inneburit dels stora framsteg, men även mycket planerande och uppstartande för att realisera de ambitioner och planer vi satt upp för bolaget.

Så vad har vi då gjort 2020?

Vi har bland annat reducerat vårt matsvinn med 70%, samtliga anställda har genomgått utbildningar i arbetsmiljö med fokus på kränkande särbehandling och diskriminering, vi har lanserat ytterligare växtbaserade produkter och vi har satt en klimatambition för koncernen och oss som bolag, vi har reducerat mängden svart plast och vi har reducerat mängden plast som nyttjas.

Dessutom har coronaåret ställt extra krav på vårt fokus att värna om våra medarbetares hälsa och välmående, att vi klarar av att säkra vår fortsatta drift och delansvar för Sveriges livsmedelsförsörjning och att vi tar vårt ansvar för att reducera smittspridningen i samhället.

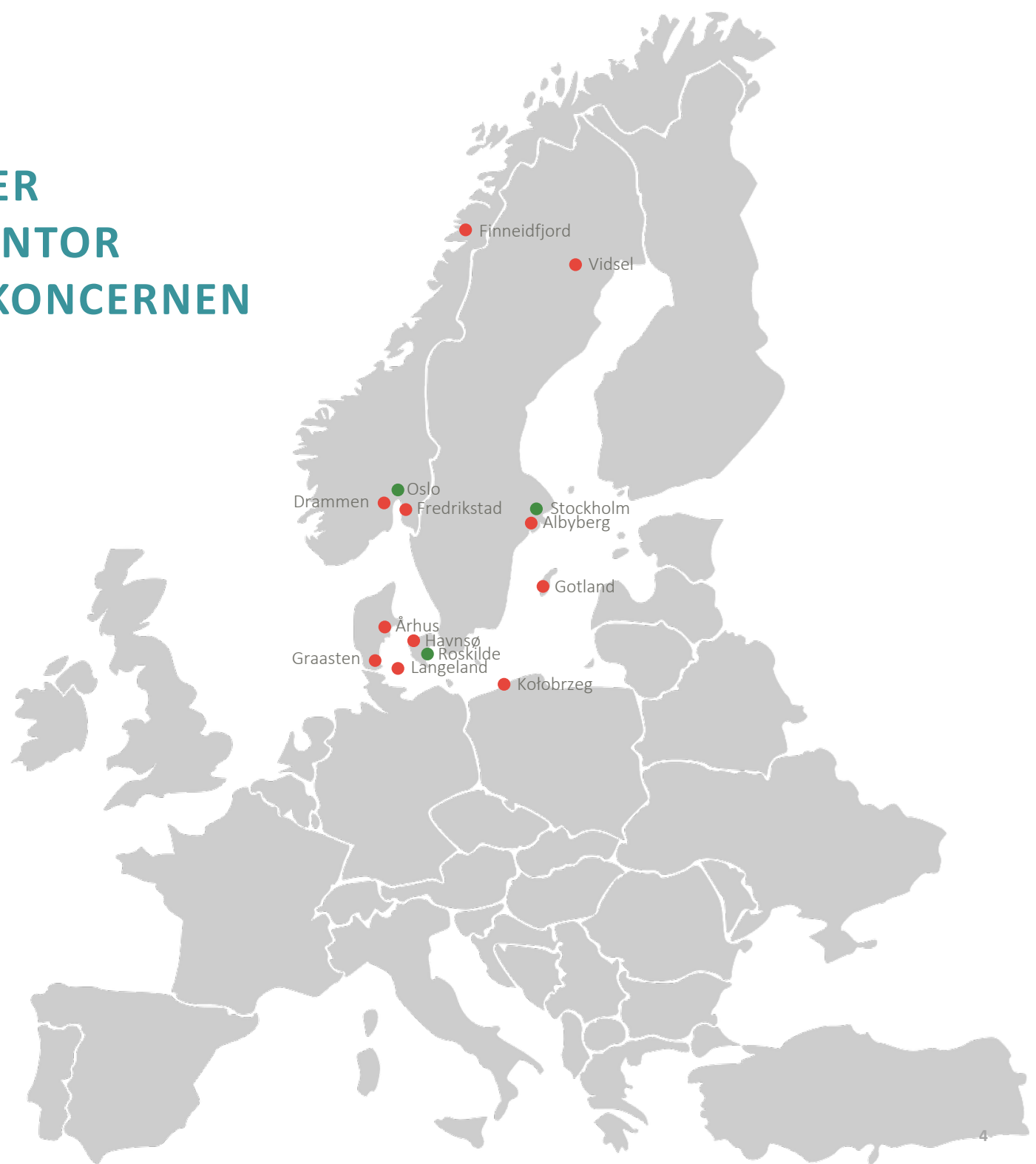
Kort sagt tycker jag att vi har åstadkommit väldigt mycket, och bitvis under svåra förhållanden, och än mer planeras för 2021 och framåt...

Trevlig läsning!

*Andreas Millbourn,
VD Foodmark*



FABRIKER OCH KONTOR I AGRAKONCERNEN





EN FAMILJEÄGD, SKANDINAVISK KONCERN



Stryhns Gruppen – 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 til en del af danskernes hverdag.

Omsättning
1006 MDKK
Antal anställda
370



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. Vi skaper små og store øyeblikk av matglede hver dag.

Omsättning
2191 MNOK
Antal anställda
373



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
822 MSEK
Antal anställda
244

A photograph of three children playing in a forest. The child on the left is a boy wearing a white sweater and a red beanie, with his arms outstretched. The child in the middle is a girl wearing a blue denim jacket and jeans, also with her arms outstretched. The child on the right is a girl wearing a dark blue puffer vest over a plaid shirt, blue jeans, and a red beanie, with one arm raised. They are all smiling and appear to be jumping or dancing. The background is a dense forest of tall trees with green and yellowing leaves, suggesting autumn. The sun is shining through the trees, creating a bright, warm atmosphere. A semi-transparent teal banner is overlaid at the bottom of the image, containing the text.

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

VÅR KLIMATAMBITION

Foodmark tar sin del av ansvaret för att begränsa den globala uppvärmningen till maximalt 1,5 grader och har definierat klimatambitioner i linje med Science Based Targets initiative (SBTi). Vi arbetar för att vår matproduktion ska vara klimatneutral innan 2025. Med utgångspunkt i vår klimatberäkning för 2020 utreder vi målriktade åtgärder som ska bidra till att vi halverar utsläpp från egen drift senast 2023.*

Vi är medvetna om att vi har en klimatpåverkan utöver egen produktion och att vi lämnar ett stort avtryck genom råvaror och emballage vi köper in. Detta är områden där vi kan uppnå betydande klimatreduktioner, med hjälp av hållbara innovationer och nära samarbete med våra leverantörer. Därför har vi ett mål om att leverantörer som utgör 70% av vår klimatpåverkan också har satt klimatreduktionsmål i linje med SBT senast 2025 där de till 2030 verkar för en 25%-ig reduktion av sina utsläpp. Totalt ska våra Scope 3-utsläpp reduceras med minst 20% innan 2030. Innan 2050 ska alla produkter inom Foodmark vara klimatneutrala.

* Agra Scope 1 + Scope 2 utsläpp, ref. GHG-protokollen.



FOODMARK SÄTTER AMBITIÖSA KLIMATMÅL

– Foodmark ägs av ett norskt familjeföretag med långsiktighet som en viktig värdering. Därför är det helt naturligt att vi tar vår del av ansvaret för att begränsa den globala uppvärmningen till maximalt 1,5 grader, säger hållbarhetsdirektören Emilie Olderskog.

Hon berättar att Foodmark kartlagt klimatavtrycket i hela värdekedjan. Därefter har en ambitiös klimatambition satts i linje med det internationellt erkända initiativet "Science Based Targets".

– Redan 2025 kommer hela vår produktion att vara klimatneutral och vi kommer att halvera utsläppen från vår egen verksamhet till 2023. I tillägg ska vi ställa krav till våra leverantörer om att de också sätter vetenskapsbaserade klimatreduceringsmål. Det kommer att få stora följd effekter och är viktigt i arbetet med att nå klimatneutrala produkter i god tid innan 2050, säger Olderskog.

– *Vad menar du egentligen med att produktionen kommer att vara klimatneutral?*

– Det betyder att våra fabriker och kontor kommer att få vad som kallas "nettonollutsläpp". Det handlar om två saker: från och med januari i år köper vi 100 procent förnybar elkraft, samtidigt arbetar vi med att fasa ut oljeuppvärmningen i vår fabrik på Gotland och ställa om till mer klimatvänliga köldmedier.

För att kompensera för eventuella återstående utsläpp ska Foodmark överväga klimatprojekt tillsammans med leverantörer av viktiga råvaror.

– Det är naturligt att Foodmark är med på att säkerställa en framtida klimatsmart tillgång av råvaror och samtidigt bidrar till att bevara viktiga arbetstillfällen, påpekar Olderskog.

Själv gick den tidigare hållbarhetschefen i december 2020 in i en nyupprättad roll som Director sustainability and external relations i Agra.

– Jag ser fram emot att komma ännu närmare koncernens bolag för att vidareutveckla och leverera på vår strategi om att leverera produkter som är bättre för dig och bättre för planeten. Jag upplever en verklig önskan att uppnå hållbara affärsmodeller i alla våra företag och jag är glad över att få vara en del av den här resan, säger Olderskog.



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.



244

ANSTÄLLDA

3

FABRIKER

88

LEVERANTÖRER

90

MILJONER SÅLDA
FÖRPACKNINGAR

20

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, produktutveckling och inköp till produktion, försäljning och kundservice. Vi arbetar kontinuerligt för en cirkulär värdekedja genom att använda allt mer återvinningsbart och återvunnet material i våra förpackningar och vi hoppas att vi framöver, tillsammans med andra aktörer, kan sluta cirkeln än mer genom att påverka våra konsumenter till att i högre grad lämna den tomma förpackningen till återvinning.





Fjällbrynt
SEIDAN 1933
Masssmör

Fjällbrynt masssmör är ett
gott, nyttigt och naturligt pålägg
som ger energi. Det är rikt på
kalcium och järn och har låg fetthalt.
Vi tillåter varken färgämnen
eller konserveringsmedel.

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.

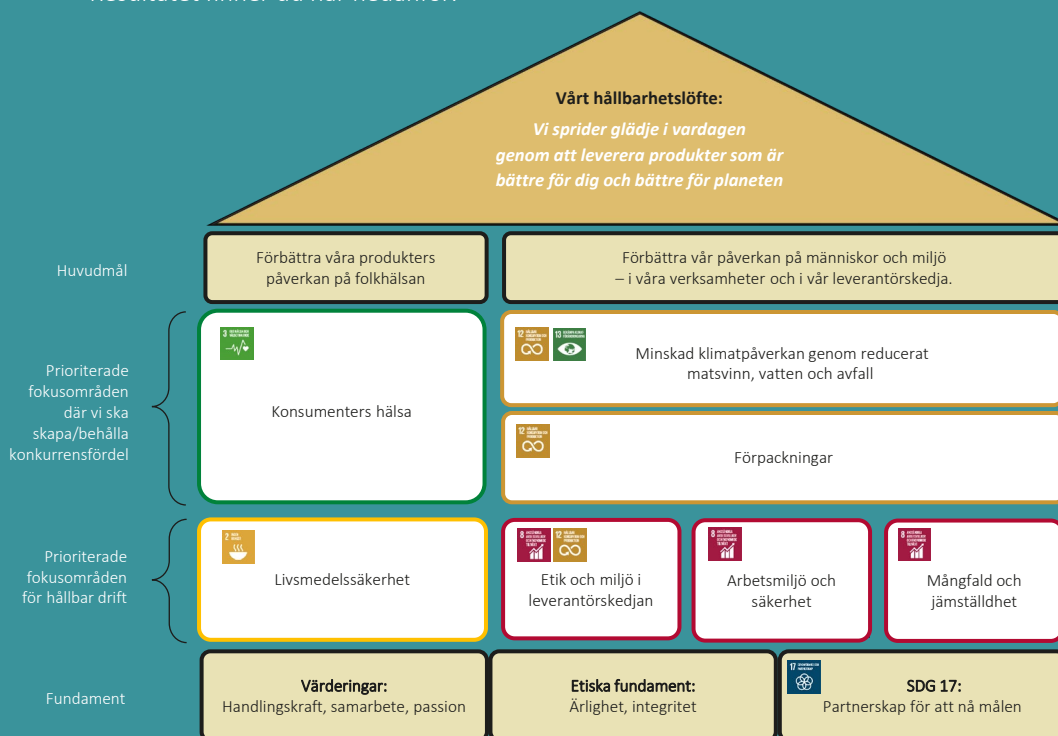
* Vid FN:s toppmöte den 25 september 2015 antog 193 av FN:s medlemsstater 17 globala mål för hållbar utveckling. Målen fungerar som en gemensam universell ram för stater, näringsliv och det civila samhället.



MEST VÄSENTLIGA FOKUSOMRÅDEN 2020

Under året har vi fortsatt arbeta med den koncerngemensamma strategi som under hösten 2018 fastställdes. Ansvarsfördelning och detaljplaner för respektive fokusområde har genomförts. Vi har även tagit fram en ambitionsmodell för nuläge och mål för 2021 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.



MINSKAD KLIMAT- PÅVERKAN GENOM REDUCERAT MATSVINN, VATTEN OCH AVFALL

Genom innovativt arbete
halvera matsvinnet internt samt
bidra till att kunder och
konsumenter 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-,
jämsställdhets- och
inkluderingsarbete främjar vi lika
rättigheter och möjligheter och
är en attraktiv arbetsplats för
alla medarbetare.



FÖRPACKNINGAR

Foodmarks konsument-
förpackningar 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 när vi våra mål
snabbare.



RESULTAT 2020

ÅRET SOM GÅTT

70 %

MINSKAT
MATSVINN*

100 %

AV MEDARBETARNA HAR
GÅTT UTBILDNING I
ARBETSMILJÖ**

55/45

KÖNSFÖRDELNING
TJÄNSTEMÄN ***

7

NYA VÄXTBASERADE
PRODUKTER

*jämfört med 2019

**arbetsmiljöområdet kränkande särbehandling och diskriminering

*** uppnått mål om minst 60/40 könsfördelning bland tjänstemän

BÄTTRE FÖR DIG

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



VÅRT VEGANSKA SORTIMENT



För oss på Foodmark är det viktigt att tillhandahålla livsmedel som våra kunder och konsumenter efterfrågar samt att följa viktiga trender. Men det allra viktigaste för oss är att vi vill kunna inkludera alla runt middagsbordet. Ett exempel på detta är att vi under 2020 lanserade ytterligare 7 veganska produkter under varumärket Rydbergs; 2 dressingar och 3 sallader till affärsområdet Dagligvaruhandeln och 2 sallader till affärsområdet Servering som verkar inom Foodservice och Servicehandeln.

Våra växtbaserade produkter innehåller varken ägg eller mjölk och är dessutom, precis som majoriteten av Foodmarks produkter, glutenfria. Detta medför att våra veganska produkter kan ätas av så väl personer som väljer vegetarisk kost men även äggallergiker, glutenintoleranta och laktosintoleranta.

Vårt veganska sortiment möjliggör inte bara för våra kunder inom Dagligvaruhandeln att kunna erbjuda ett bredare sortiment av vegoprodukter till konsumenterna.

Det skapar också möjligheter för våra kunder inom Servering att kunna erbjuda helt vegetariska maträtter eller allergivänliga alternativ på restaurang och i storkök – ett utbud som tidigare har varit litet men där efterfrågan alltid har funnits och med åren ökat allt mer.

Under 2020 bestod Foodmarks veganska sortiment av totalt 20 produkter – 10 stycken inom vårt DVH-sortiment och 10 stycken i vårt sortiment för Servering.

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

Våra veganska produkter märks med vår VEGO-vimpel eller «Klassisk smak, helt vegansk»-symbol.





POTATIS – ÅRETS LIVSMEDEL 2020

Enligt en undersökning som arbetsgivar- och branschorganisation Livsmedelsföretagen, tillsammans med Demoskop har genomfört, visade det sig att en specifik råvara har varit särskilt trendig och aktuell under 2020 – och det är ingen mindre än potatisen.

Men Livsmedelsföretagen är inte ensamma om att uppmärksamma och trendspara denna klassiska och omtyckta knöl.

Även i branschorganisationen Svensk Potatis årliga rapport kan vi läsa om hur potatisintresset i Sverige växer för tredje året i rad. Enligt rapporten äts det potatis i 98 procent av hushållen och 14 procent uppger att de kommer att öka sin konsumtion.

Ur ett hälsoperspektiv är potatis ett mycket bra livsmedelsval. Utöver energi i form av kolhydrater ger potatis vitamin C, vissa B-vitaminer, kalium och kostfibrer, dessutom är innehållet av sockerarter och naturligt salt i potatis lågt. När det kommer till proteinhalten så är den låg – men däremot av hög kvalitet.

Enligt mättnadsindex, som visar mättnad per kalori, är kokt potatis det mest mättande livsmedlet. Önskar du ännu fler hälsofördelar bör du låta potatisen svalna, då omvandlas nämligen en del av stärkelsen till resistent stärkelse, vilket ökar tillväxten av nyttiga tarmbakterier.

Ett extra plus till potatisen är också att denna råvara kräver förhållandevis lite vatten per kilo skördad produkt och är en av de mest klimatsmarta kolhydraterna. Potatisen ur ett klimatperspektiv kan du läsa mer om på sidan 39.





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.

Kvaliteten på fabrikerna säkerställs genom en framtagna HACCP-plan (Hazard Analysis of Critical Control Points), det vill säga riskanalys och kritiska styrpunkter samt fabriken grundförutsättningar. Det innebär att faroanalyser genomförs för att identifiera de faror som måste förebyggas, elimineras eller reduceras till en acceptabel nivå. Grundförutsättningar 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.

Under 2020 har vi tagit fram och implementerat ett ledningssystem för kvalitet, miljö och arbetsmiljö som primärt täcker vår varuförsörjning. Vi har ett tydligt ansvar att förbättra och säkra en ansvarsfull verksamhet över hela vår värdekedja samtidigt som vi tar hänsyn till våra intressenter. Genom hela systemet finns ett tydligt fokus på att trygga säkra livsmedel, minska vår miljöbelastning och ha en trygg arbetsmiljö för alla våra medarbetare.

VÅRA RÅVAROR

Kvalitet är en hygienfaktor för oss på Foodmark. För våra konsumenter betyder detta fräska 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.



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 regelbundna 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 skyddskommittéarbete 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 de ser på sin arbetsmiljö och sin arbetssituation. Vi har också en visuellblåsarfunktion där incidenter och felaktigheter kan anmälas anonymt.

2020 minskade olyckor med frånvaro från 12 till 10, detta som ett resultat av det intensifierade arbetet inom arbetsmiljöarbetet som bedrivits.

Andelen som haft årssamtal ökade från 63% 2019 till 75% 2020.

Trend		2020	2019	2018
●	Olyckor med sjukfrånvaro	10	12	6
●	Olyckor utan sjukfrånvaro	54	46	26
●	Inrapporterade tillbud	32	24	23

SKYDDSGLASÖGON

Under året har vi haft ett stort fokus på riskbedömningar och med dessa identifierat arbetsområden och arbetsmoment där en ökad risk för syn- och ögonskador kan förekomma. Som ett led i denna riskbedömning har vi implementerat skyddsglasögon för våra medarbetare och besökare som beträder ett område i våra fabriker där vi vet att det förekommer arbetsmoment där risk för ögonskador är högre än normalt.

UTBILDNING

Under 2020 har vi genomfört och påbörjat flera internutbildningar, bland annat inom diskriminering och kränkande särbehandling, hygien- och kemikalieutbildning samt IT-säkerhetsutbildning. Hösten 2020 genomfördes även utbildningen Bättre Arbetsmiljö (BAM) för våra chefer.

CORONAPANDEMIN

2020 präglas till stor del av coronapandemin. I början av mars beslutade samtliga tre bolag inom Agrakoncernen att beordra alla medarbetare som kan, att arbeta hemifrån. Under året har vi noga följt virusets utveckling och vi har anpassat vår verksamhet efter Folkhälsomyndighetens rekommendationer, nationella föreskrifter och de allmänna råd som getts.

I allt vårt arbete rörande coronaviruset har vi som bolag haft tre övergripande prioriteringar som alla våra insatser och ambitioner grundat sig på:

- ▶ Våra medarbetares hälsa och välmående
- ▶ Företagets fortsatta drift och delansvar för Sveriges livsmedelsförsörjning
- ▶ Vårt samhällsliga ansvar för att reducera smittspridning

Förutom ett stort fokus på att säkerställa att vi har en bra och säker arbetsmiljö där smittspridningen minimeras har vi även haft ett stort fokus på att vi har bra rutiner för informationsdelning. Vi har under året regelbundet följt upp arbetssituationen med hjälp av anonyma enkäter och haft tätare frekvens på samtliga mötesforum.



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.

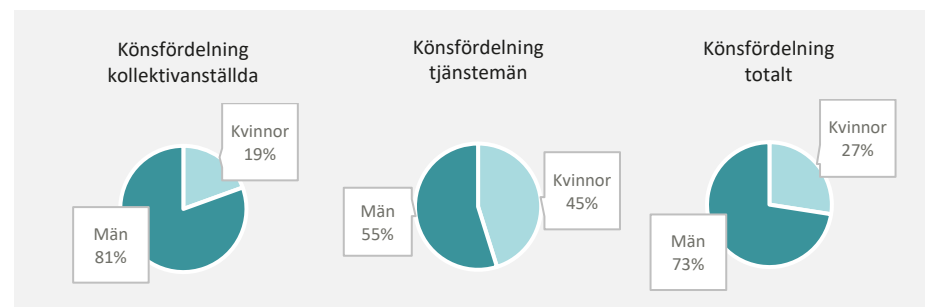
Vår ambition till 2025 är att vår organisation skall representera samhället i stort vad gäller kulturell bakgrund, ålder och kön.

Under 2020 och 2021 fortsätter vi analysera förutsättningarna och vidtar åtgärder för att öka mångfald och jämställdhet inom Foodmark. Vi arbetar för att vara en attraktiv arbetsplats där alla behandlas lika och dessutom blir sedda för sina individuella styrkor.

Under året har en uppdaterad utbildning inom arbetsmiljö med särskilt fokus på ämnet kränkande särbehandling tagits fram och under första kvartalet av 2020 har samtliga anställda inom Foodmark genomgått utbildningen. Utbildningen kommer framöver att genomföras årligen.

Samtliga nyanställda inom Foodmark får under introduktionsprocessen en presentation och genomgång av våra koncerngemensamma etiska riktlinjer.

Tabell: 405-1



Tabell: 405-1

År: 2020	Yngre än 30 år Antal	30-50 år Antal	Äldre än 50 år Antal	Totala antalet
Ledningsgrupp				
<i>kvinnor</i>		1	0	1
<i>män</i>		4	1	5
Chefer med personalansvar				
<i>kvinnor</i>		8		8
<i>män</i>		10	4	14
Övriga tjänstemän				
<i>kvinnor</i>	1	19	8	28
<i>män</i>	2	12	20	34
Kollektivanställda				
<i>kvinnor</i>	7	9	14	30
<i>män</i>	26	59	39	124
Totalt	36	122	86	244

Kommentar: Siffrorna är framtagna per den 31 december 2020 och speglar antalet årsanställda 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 94,7 % 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 vårt arbete med en bättre djurvälstånd är att vi sedan februari 2019 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 utökar kontinuerligt vårt växtbaserade sortiment där produkterna inte innehåller några animaliska råvaror.



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 egen 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.

Transportoptimeringen börjar redan i produktutvecklingsstadiet då vi strävar efter att ta fram förpackningar som kan packas för att matcha lastbärarens mått. Det vill säga i praktiken för att få på så mycket gods som möjligt på varje pall. Genom samarbete med ledande operatörer på marknaden ser vi till att lastbilarna som avgår från vårt lager är välfyllda och att transportrutterna optimeras.

Våra transportpartners arbetar aktivt med att öka andelen fossilfria drivmedel samt att succesivt byta till fordon med bättre bränsleeffektivitet och som kan drivas med bränslen som ger lägre utsläpp av klimatgaser.

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 2020 har vi förpackat och sålt ca 23 300 ton färdig produkt, inklusive de produkter som producerats av våra systerbolag i Norge och Danmark och som importerats och sålts på den svenska marknaden av Foodmark. Det har sammanlagt gått åt drygt 2205 ton förpackningsmaterial för att göra detta, inklusive transportförpackningar.

Den största gruppen av material som använts är plast (59,0%), därefter wellpapp (36,5%) och resterande är metall (4,5%). Av de 2205 ton förpackningsmaterial som vi har använt under 2020 är totalt 1905 ton, det vill säga 86,4%, materialåtervinningsbart. De 13,6% som ej går att materialutnyttja består av olika sorter plast, detta kan du läsa mer om på sidan 31.

PAPPER

Det förnyelsebara, fiberbaserade och 100% återvinningsbara pappersemballage vi använder idag utgörs av wellpapp i våra transportförpackningar och våra butiksdysplayer.

METALL

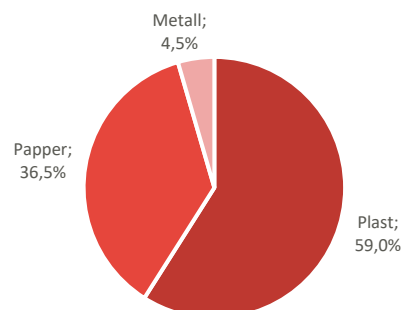
Den metall vi använder är främst aluminium, som är ett material som har perfekta ljus-, fukt- och syrebarriäregenskaper, vilket idag är svårt att uppnå med andra material. När aluminium källsorteras rätt, kan det återvinnas och återanvändas oändligt antal gånger och det går åt väsentligt mindre energi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

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

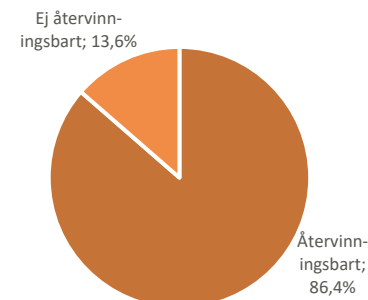
Materialsort	Total ton	Återvinningsbart ton
Plast	1300,6	1000,9
Papper	805,1	805,1
Metall	99,4	99,4
Totalt	2205,1	1905,4

Siffrorna baseras på redovisade förpackningsavgifter under 2020.

Materialanvändning



Återvinningsbart





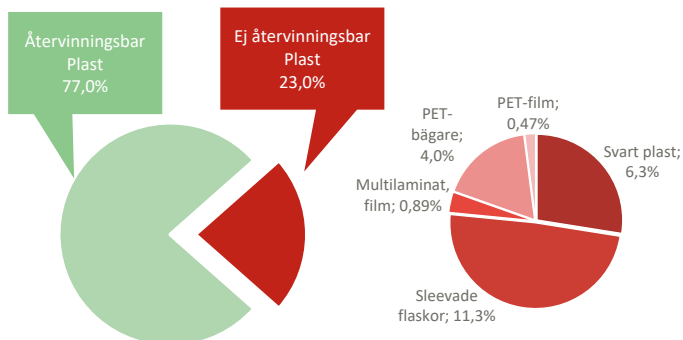
PLAST

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. Under början av 2021 flyttades plastinitiativets mål fram till 2025 med ambition om att synkronisera flera branschinitiativs målsättningar. Foodmark har skrivit under på det uppdaterade avtalet men har valt att bibehålla vårt tidigare mål om att senast till år 2022 ha övergått till att enbart använda återvinningsbart material i våra förpackningar.

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 2020 och så här såg det ut hos:

	Ton	%
Återvinningsbar plast	1000,87	77,0%
Ej återvinningsbar plast	299,78	23,0%
Totalt:	1300,6	

Återvinningsbarhet plast



Den del plast (23%) 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.

Plastfilm

Multilaminatfilm, det vill säga film som innehåller mer än en plasttyp och som därför inte kan material återvinnas på ett ekonomiskt sätt. Inte heller monoplastfilm av PET materialåtervinns idag.

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.

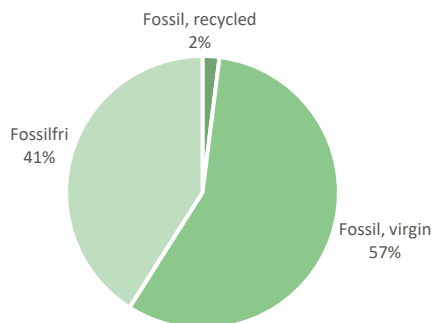




FOSSIL OCH FOSSILFRI RÅVARA

Tillsammans har dagligvaruhandeln satt upp ett branschgemensamt mål om att till år 2030 eliminera fossil råvara i plastförpackningar och att endast fossilfri eller återvunnen råvara ska användas. Eftersom detta är en bransch som Foodmark verkar i, är detta också vår målsättning.

Av de förpackningsmaterial vi använder inom Foodmark består 41% av fossilfria råvaror, 57% av fossil virgin råvara och 2% är fossil recycled råvara. Vi undersöker kontinuerligt nya förpackningslösningar och material för att reducera andelen fossil råvara.



Plast är ett omdebatterat material, som allra oftast fortfarande tillverkas av fossil råvara och tyvärr hamnar i vår natur som skräp i alltför stor utsträckning. Samtidigt har plasten många fördelar som livsmedelsförpackning, då den kan förlänga produktens hållbarhet och på sätt bidra till ett minskat matsvinn. Plast väger heller inte speciellt mycket och är lätt att forma, den rostar inte och är inte särskilt skört.

VAD ÄR SKILLNADEN MELLAN FOSSIL OCH FOSSILFRI PLAST?

Papper, metall och glas är exempel på fossilfria förpackningsmaterial. Med fossilfri plast syftar man till att råvaran är förnybar och kommer från biomassa. Kärt barn kan ha många namn och omnämns bland annat som fossilfri plast, bioplast och "grön" plast.

Den fossilfria plasten är fortfarande plast och har därmed samma egenskaper som konventionell plast framställd av fossil och icke-förnybar råvara (råolja). Det gör att den kan materialåtervinnas på samma sätt som fossil plast och återanvändas som återvunnen råvara.

Återvunnen plast, eller *recycled*, kan således från början vara gjort av antingen fossil eller fossilfri råvara. Jungfrulig plast, eller *virgin*, syftar på att råvaran är den fossila råoljan. Ofta används ett "r" som prefix framför plastsorten då denna är återvunnen, som till exempel rPET (recycled-PET).

Idag är just återvunnen PET-plast (rPET) den enda sorts som är godkänd att använda i kontakt med livsmedel.



UTFASNING AV SVART ICKESORTERINGSBAR PLAST

En förändring som vi är väldigt stolta över att ha genomfört under 2020, är att vi har påbörjat utfasningen av svart icke återvinningsbar plast, då vi i början av året bytte från svart till röd plast i locken på Rydbergs såsbägare.

I grunden ligger att återvinningscentralernas i dagsläget inte har någon utrustning som kan läsa av svart plast pga. det "kolsvarta" pigmentet, även kallat kimrök eller carbon black. Därför har vi valt att ta ett ansvar som producent och fasar ut denna svarta plast från våra förpackningar.

Till år 2022 är vårt mål att all den plast som vi använder ska gå att materialutnyttja till 100%. Att byta från svarta till röda lock på Rydbergs såsbägare är bara ett av många steg och vi kommer under de följande åren arbeta vidare med både artwork-design och förpackningsutveckling för att de förpackningar som Foodmark sätter på marknaden ska bli mer hållbara.

Bytet från svart till röd plast på locken till Rydbergs såsbägare innebär att ytterligare 10,4* ton av den plast vi sätter på den svenska marknaden går att materialutnyttja och denna ändring innebär dessutom att Rydbergs såsbägare nu till 100% är återvinningsbar.



10,4 ton mer till materialåtervinning



Den svarta plasten har
bytts ut till "Rydbergsröd"

Ny 100% återvinningsbar förpackning



PLASTREDUCERING

En annan förändring som vi också är mycket stolta över att ha genomfört under 2020, är bytet till vår nya bägare för Lohmanders såser. Den nya bägaren har en reducerad mängd plast och exkluderat lock har i snitt ca 15% material reducerats – utan att för den delen påverka såsmängd, hållbarhetstid, smak eller kvalitet. I genomsnitt motsvarar detta nästan 2 gram per bägare vilket gör att vi minskar vår plastförbrukning med över 11 ton plast per år*. Det här är ett viktigt steg framåt i vårt arbete för mer hållbara förpackningar. Nästa viktiga steg i arbetet blir att under 2021 byta ut det svarta locket och då uppnå en 100% återvinningsbar förpackning.



11,5 ton materialreducering per år



2 gram plast har
reducerats i kragen

Ny förpackning med 15% mindre plast*



ETIK I LEVERANTÖRSKEDJAN

För år 2020 hade vi som mål att följa upp alla våra riskleverantörer. I samband med utbrottet av covid-19 under mars 2020 blev Foodmark definierat som en viktig samhällsfunktion och mycket energi styrdes till att upprätthålla produktionen i våra fabriker. Trots detta har vi inom koncernen hållit 22 revisionsmöten, alla högriskeleverantörer har följts upp och organisationen har klarat av att anpassa sig till en ny digital vardag. Intervjuer, dokumentgenomgång och «virtual factory tours» har kunnat genomföras via Teams. Här ser man även värdet av att ha långsiktiga och goda relationer till leverantörerna som vi känner väl från fysiska möten under flera års tid.

ETISK HANDEL NORGE



Genom Agra Groups koncerngemensamma inköpsavdelning har Foodmark varit medlem i Etisk Handel Norge sedan 2014. Under dessa år har vi professionaliserat arbetet med att följa upp koncernens omkring 300 leverantörer av råvaror och emballage. Etik och miljö i leverantörskedjan är ett prioriterat område i vår hållbarhetsstrategi och ett välbekant tema på interna möten, utbildningsdagar och i dialogen med våra leverantörer. Våra ambitiösa målsättningar för området sträcker sig fram till 2025 och detaljerade aktivitetsplaner följs upp av Foodmarks ledningsgrupp, koncernledning samt ägare två gånger per år.

ETABLERAT POLICY MOT AVSKOGNING

Under 2020 har vi etablerat en "Agra zero deforestation" policy, kartlagt högriskeleverantörer samt genomfört uppföljningar.





UPPFÖLJNING AV VÅRA LEVERANTÖRSKEDJOR



Foodmark har en målsättning om att bidra till ett mer hållbart lantbruk och fiske, anständiga arbetsförhållanden och god djurvelfärd i hela vår leverantörskedja. Detta ska vi uppnå genom aktivt och gott lagspel med våra leverantörer. Det senaste året har Foodmark tagit stora steg i rätt riktning för att uppnå dessa målsättningar.

- ▶ Vi gör årligen riskvärderingar av alla våra kontrakterade råvaror och emballageartiklar och följer upp högriskleverantörer med hjälp av Sedex och Etisk handel Norge.
- ▶ Vi har etablerat en policy för affärsverksamhet som dokumenterar våra förpliktelser gällande leverantörsuppföljning.
- ▶ Vårt egenutvecklade verktyg Råvaru4kanten har använts på ett stort urval av råvaror för att värdera olika hållbarhetsaspekter. Detta hjälper oss att fatta bättre beslut och hitta förbättringsprojekt tillsammans med våra leverantörer.



Proud to be a
Sedex
Member



VÅRA KONTRAKTSODLARE

I över 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 2020 hade Foodmark odlingskontrakt med 13 potatisodlare och 3 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. 2020 var ett gynnsamt år för våra grödor tack vare att det kom regn vid tidpunkter under året då det som bäst behövdes. Även om alla kontraktsodlare har möjlighet att bevattna från egna dammar så är det inte tillräckligt när tillväxten är som högst. På en enda varm sommardag kan avdunstningen från fälten motsvara mer än 5 mm. Utan nederbörd behöver odlarna konstbevattna minst en gång per vecka för att hålla grödan igång. Särskilt för potatis kan en längre period utan vatten medföra att blasten "somnar in för gott". Rödbetorna har en bättre förmåga att komma igen efter en period av torka, men riskeras då en sämre kvalitet med mer växttrådar. 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 290 liter vatten (jmf med 1 kg nötkött som kräver ca 15 400 liter vatten)**.

100% av den potatis vi använder till våra potatissallader odlas inom en radie av 40 kilometer från fabriken.

* klimat2030.se

** www1.se



REDUCERAT MATSVINN, VATTEN OCH AVFALL



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 fettet att förstöra både avloppssystem och reningsanläggningar. Läs mer om hanteringen av spillvatten från vår anläggning på Gotland på sidan 42.

VATTENANVÄNDNING 2020

Nyckeltalet gällande vattenanvändning för anläggningen i Klinte blev under 2020 8004 liter per ton producerad produkt. Detta kan jämföras med 2019 (ett exceptionellt bra år) då siffran var 7394 liter per ton producerad produkt samt med 2018 då motsvarande tal var 9117 liter vatten per ton. Projekt pågår för att ytterligare förbättra vår kunskap och kontroll kring vattenanvändning vilket kommer generera verktyg för att arbeta med fler vattenminskande åtgärder framöver.

2019 var det första hela produktionsåret för den nya anläggningen i Albyberg och vattenbehovet uppgick då till 53 000 m³. Nyckeltalet vatten i förhållande till producerad mängd uppgick därmed till 4 900 liter per ton färdig produkt. För 2020 landade motsvarande tal på 4001 liter vatten per ton. Detta förklaras till stor del av utbytt utrustning i processer.

För anläggningen i Vidsel slutade färskvattenförbrukningen för 2020 på 1450 liter per ton färdig produkt, samma låga siffra som under 2019. 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

Under 2020 har vi haft en väldigt högt fokus på att minska vårt avfall och vi har säkrat en avsevärd reduktion. Främst kopplat mot en optimerad produktion i vår nya anläggning i Albyberg. I de fall då vi inte får avsättning för våra produkter så förädlas allt organiskt avfall från både Albyberg och Klinte till fordonsbränsle (biogas). Vidare har vi stärkt våra rutiner kopplat mot farligt avfall för att säkra att vi möter de krav som ställs på verksamheter från myndigheter från och med 1 november 2020.

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 samt *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 2021 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. Ett annat exempel på insatser har varit kopplat mot att optimera produktionen i den nya anläggningen i Albyberg och säkra trygga produktionsprocesser. Ytterligare exempel på insatser är kopplat mot att optimera vår planering för att undvika kassation av färdigvara. Optimering av planering har uppnåtts genom ett högt fokus på våra kunders köpmönster, en följsam planering och aktiv utförsäljning av varor med risk för kassation.

Vidare så startade vi upp ett testsamarbete med Matmissionen kopplat mot kuranta produkter som inte kan säljas till våra kunder på grund av för låg återstående hållbarhet. Under första kvartalet i 2021 skrevs ett avtal mellan parterna för att övergå till ett långvarigt samarbete. Matmissionen är en hjälporganisation som drivs av Stadsmissionen.



CIRKULÄRT BEVATTNINGSSYSTEM

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

En väsentlig aspekt vad gäller reduktionen 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.

Under 2020 har vi påbörjat en renovering av våra bevattningsdammar. Renovering av en av våra två dammar färdigställdes under 2020 och den andra dammen avses renoveras under 2021.



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 21 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 klev 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 2020 blev rekordår för Delikatessfabriken då de ökade sin sås- och dressingstillverkning med ca 30 % jämfört med förgående år.

På anläggningen i Vidsel arbetar totalt 10 personer, varav 7 personer arbetar inom produktion och 3 personer med försäljning och administration.

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

– 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 16 år.





LOKALT ENGAGEMANG I NORR

Att verka i en by med strax över 500 invånare innebär en närmare relation med lokalbefolkningen. För oss på Delikatessfabriken är det därför både viktigt, och självklart, att vara med att sponsra och stötta våra lokala förmågor.

Under 2020 har det sett lite annorlunda ut då många organisationer och klubbar har hållit stängt och tävlingar har blivit inställda. Men vi har ändå haft möjlighet att för 10:e året i rad sponsra och stötta Norrbottens Parasportförbund. Vi har även stöttat den lokala skidtävlingen Andörjan som arrangeras av två föreningar i Älvsbyn.

Vi har dessutom haft fokus på kvinno- och tjejjouren som den 18:e november varje år genomför kampanjen "Shine the Light" med syfte att uppmärksamma mäns våld mot kvinnor.

Utöver detta stöttar Delikatessfabriken även flera andra lokala föreningar med bland annat produkter till olika evenemang.



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, Matmissionen samt FTI 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 2020 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 hållbarhetsdirektör Emilie Olderskog. I Foodmark har HR-direktör Ola Nyström det övergripande ansvaret för samordningen av 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

Per 31 december 2020 hade Foodmark 244 anställda, varav:

- 67 kvinnor
- 177 män

EKONOMISK OMSÄTTNING

Omsättning: 822 MSEK

OM RAPPORTEN

OM RAPPORTEN

Denna rapport innehåller resultat från kalenderåret 2020. Innehållet har utarbetats genom bred involvering av organisationen och dokumentet har behandlats i styr- och ledningsgruppen. Rapporten är vår fjärde 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 55 och 56. 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 Hållbarhetsdirektör 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 2021-03-23. Foodmarks årsredovisning publiceras senare under 2021.

BILAGA



UTMANINGAR, RESULTAT OCH MÅL FÖR VÅRA HUVUDOMRÅDEN

FOKUSOMRÅDE

RISK

VÅR PÅVERKAN

RESULTAT 2020

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 sjukdomsburda 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.

Under 2020 har vi gjort en grundlig och systematisk genomlysning och värdering av vår produktportfölj med avseende på salt, socker, mättat fett och tillsatser.

Sju nya veganska produkter har lanserats.

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..



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 hundra procentigt 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. Under 2020 har vi haft ett stort fokus på Livsmedelssäkerhet inom alla delar av verksamheten. Övergripande har vi minskat våra konsumentreklamationer med över 26 % jämfört med föregående år. Vi har bland annat implementerat ett helt ledningssystem med fokus på livsmedelssäkerhet där vi säkrar ett systematiskt arbete med förbättringar. Under 2020 genomfördes inga produktåterkallelser och inga 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 konsumeras, 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, dipp-förpackningar, flaskor och bågare. 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.

Utfasning av svart ickesorterbar plast har under året påbörjats för delar av sortimentet och plastreduktion i Lohmandersbågaren har genomförts.

Vi har haft en kontinuerlig dialog med utvalda nyckelkunder kring hållbarhetsmål och behov av förändringar av förpackningslösningar och material.

Målet är att vi senast 2022 ska ha 100% återvinningsbart material i Foodmarks förpackningar som omfattas av Plastinitiativet 2025. Vi ska även ha identifierat en möjlighet att använda förnybar eller helt återvunnen råvara (branschmål 2030).



MINSKAD KLIMAT-PÅVERKAN GENOM 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 produktions-anläggningar. Genom att optimera våra tillverkningsprocesser kan vi påverka hur pass mycket vatten och avfall som förbrukas samt reducera matsvinn och produktspill.

Vi har under året haft ett mycket högt fokus på att minska produktvinn och avfall där hela organisationen varit involverad. Vidare har vi säkrat korrekt hantering kring farligt avfall och startat ett samarbete med Matmissionen för kuranta produkter som vi inte får avsättning för. För matsvinn och produktspill inom Foodmark som måste kasseras så omvandlas detta till biogas. Vi har under året haft stort fokus på att minska matsvinn och under 2020 har vi säkrat en reduktion av kassation av produkter med 70%, både kopplat mot mindre kassationer i produktion och för färdigvaror.

Till 2025 ska vår verksamhet vara klimatneutral. Vi har 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 anläggning ska vara Miljö-certifierade.

UTMANINGAR, RESULTAT OCH MÅL FÖR VÅRA HUVUDOMRÅDEN

FOKUSOMRÅDE

RISK

VÅR PÅVERKAN

RESULTAT 2020

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 88 olika leverantörer för råvaror och emballage. För att säkerställa att hela koncernens anlitade leverantörer uppfyller de krav som ställs, 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 Etik 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.

Området ägs av vår koncerngemensamma inköpsavdelning. Under 2019 genomfördes en riskbedömning av alla våra leverantörer och produkter och det är ett arbete som har fortsatt under 2020 då vi har kopplat oss till, samt skapat en plan för uppföljning, av alla leverantörer som baserat på riskbedömningen i fjol anses vara högriskleverantörer. Under året har koncernen tagit fram en policy mot avskogning och en undersökning kring vilka av koncernens produkter och leverantörer som innebär en hög risk vad gäller avskogning har genomförts.

Risikartläggning och leverantörsuppföljning är till 2025 digitaliserat och (delvis) automatiserat. Alla leverantörer (även indirekta) omfattas av risikartläggning 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 policys och lagstiftning som vi måste följa.

På Foodmark arbetar ca 244 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.

Under 2020 har vi uppdaterat vår mission och värdegrund. Vi har genomfört den årliga klimatundersökningen och med den grund tagit fram handlingsplaner, vi har också uppdaterat processen. Vi har arbetat med uppföljning av arbetsmiljö, utfört flera olika utbildningar inom området, skapat en tydlig olycksprocess samt infört skyddsglasögon. Samtliga chefer har även under året gått utbildning i BAM (bättre arbetsmiljö). Sjukfrånvaron har varit 5,25%, mycket drivet av covid-19. Olyckor med frånvaro har sjunkit jämfört med 2019; dock ser vi en markant ökning i antal anmälda olyckor, detta till följd av bättre introduktion och utbildning inom området.

Vi har en 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. Sjukfrånvaron skall inte överstiga 3,5%. 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 arbetsplats-olyckor. 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 och vi ska vara en välkomnande 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 och diskriminering har genomförts och samtliga anställda inom Foodmark har nu tagit del av dessa utbildningar. Foodmarks ambition inom detta område är att genom ett aktivt mångfalds-, jämställdhets- och inkluderingsarbete främja lika rättigheter och möjligheter och vara en attraktiv arbetsplats för alla medarbetare. Under 2020 uppnådde vi målet att ha en jämn könsfördelning om minst 60/40 bland tjänstemän. Under 2021 kommer vi fortsätta arbetet med att ha en jämn könsfördelning om minst 60/40 bland samtliga anställda. Vi arbetar löpande för att mångfald- och jämställdhetssäkra våra rekryteringsprocesser och vår kommunikation.

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 av 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: 2020	Förnyelsebar				
	Animaliskt kg	Marint kg	Olja och fett kg	Tillsatser kg	Vegetabiliskt kg
Klinte (Gotland)	364 422	-	2 495 917	442 918	6 841 996
Vidsel	29 670	-	473 241	26 260	84 024
Sundbyberg	n/a	n/a	n/a	n/a	n/a
Albyberg	1 847 967	581 329	5 509 978	476 366	1 604 048
Totalt	2 242 059	581 329	8 479 136	945 544	8 530 068

Total förbrukad mängd råvaror 2020	20 778 136	kg
Andel förnyelsebart	100	%

b) Emballage: Förbrukad mängd (kg)

År: 2020	Förnyelsebar	Icke förnyelsebar	
	Kartong och papper kg	Metall kg	Plast och kombinerat kg
Klinte (Gotland)	306 100	22 100	570 100
Vidsel	29 600	0	64 000
Sundbyberg	n/a	n/a	n/a
Albyberg	350 800	69 200	566 000
Totalt	686 500	91 300	1 200 100

Total förbrukad mängd emballage 2020	1 977 900	kg
Andel förnyelsebart	34,7	%
Andel icke-förnyelsebart	65,3	%

Kommentar: Enbart Foodmarks fabriker är redovisade i denna tabell. Intercompany är ej inräknat.

302-1 ENERGIANVÄNDNING

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

År: 2020	Olja <i>MWh</i>	Diesel <i>MWh</i>
Klinte (Gotland)	5 390	120
Vidsel	0	26
Sundbyberg	0	0
Albyberg	0	0
Totalt	5 390	146

Total energianvändning icke-förnyelsebar energi år 2020	5 536	<i>MWh</i>
---	-------	------------

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

År: 2020	Träpellets <i>MWh</i>	Biogas <i>MWh</i>	Fjärrvärme <i>MWh</i>
Klinte (Gotland)	n/a	n/a	n/a
Vidsel	53	n/a	n/a
Sundbyberg	n/a	n/a	n/a
Albyberg	n/a	n/a	n/a
Totalt	53		

Total energianvändning förnyelsebar energi år 2020	53	<i>MWh</i>
--	----	------------

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

År: 2020	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)	3 008	n/a	n/a	n/a
Vidsel	528,6	n/a	n/a	n/a
Sundbyberg	n/a	n/a	n/a	n/a
Albyberg	6 121	n/a	n/a	n/a
Totalt	9 657,6			

Total konsumtion av energi år 2020	9 657,6	<i>MWh</i>
------------------------------------	---------	------------

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

År: 2020	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)	0	0	0	0
Vidsel	0	0	0	0
Sundbyberg	n/a	n/a	n/a	n/a
Albyberg	0	0	0	0
Totalt				

Total försäljning av energi år 2020	0	<i>MWh</i>
-------------------------------------	---	------------

306-2 AVFALL

a. Total vikt av farligt avfall

År: 2020	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	0
Vidsele	0	0	0	0	0	0	0
Sundbyberg	n/a	n/a	n/a	n/a	n/a	n/a	n/a
Albyberg	0	0	0	0	0	0	1,66
Totalt	0	0	0	0	0	0	1,66

2020: 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	1,66	ton
Totalt	1,66	ton

b. Total vikt av ofarligt avfall

År: 2020	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	54,9	0	2 621	71,3	0	0
Vidsele	0	3	0	0	13	0	0
Sundbyberg	n/a	n/a	n/a	n/a	n/a	n/a	n/a
Albyberg	0	154,6	0	2 267	154,7	0	0
Totalt	0	212,5	0	4 888	239	0	0

2020: Total vikt ofarligt avfall som:

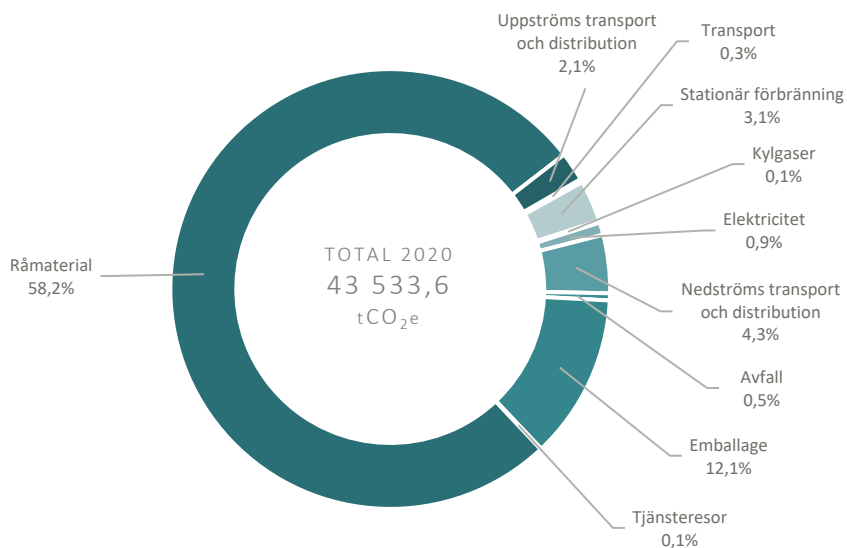
Återanvänds	0	ton
Återvinns	212,5	ton
Komposteras	0	ton
Utvinning inkl. energiutvinning	4 888	ton
Förbränning	239	ton
Deponi	0	ton
Annan hantering	0	ton
Totalt	5 339,5	ton

KLIMATBERÄKNING

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

Detta är andra 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, transport, tjänsteresor, råmaterial och emballage under scope 3.

Här nedan redovisas Foodmarks klimatbokslut för år 2020 samt utvecklingen från 2019. Ökningen av det totala utsläppet beror på ökad produktion 2020 samt att vi i 2020 års beräkning inkluderar nedströms transport och distribution.



Ton CO2-ekv.	2019	2020
SCOPE 1		
Scope 1 Total	1 467,3	1 501
Transport	117,6	109,5
Stationär förbränning	1 294,7	1 330,5
Kylgaser	55	60,9
SCOPE 2		
Scope 2 Total	388,9	397,5
Elektricitet	388,9	397,5
SCOPE 3		
Scope 3 Total	38 804,2	41 635,1
Nedströms transport och distribution (från Foodmark till kund)	-	1 865
Avfall	259,3	226,6
Emballage	5250,6	5 276,4
Tjänsteresor	83,9	22,2
Råmaterial	32 611,9	33 313,9
Uppströms transport och distribution (från leverantör till Foodmark)	598,5	931
SUMMA	40 660,3	43 533,6

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
	102-11	Tillämpning av försiktighetsprincipen	47
	102-12	Externa initiativ	45
	102-13	Medlemskap i organisationer	31, 45
Strategi	102-14	Uttalande från organisationens högsta beslutsfattare	3
	102-15	Väsentlig påverkan	15, 49, 50
Etik och integritet	102-16	Värderingar, principer och etiska riktlinjer	37, 50
Identifierade väsentliga aspekter och avgränsningar	102-46	Process för att definiera redovisningens innehåll	15
	102-47	Identifierade väsentliga aspekter	15
	103-1	Väsentliga aspekters avgränsning inom organisationen	15
	103-1	Väsentliga aspekters avgränsning utanför organisationen	15
	102-48	Effekter av förändringar i tidigare redovisad information	15
	102-49	Betydande förändringar avseende omfattning och väsentliga aspekters avgränsning	15
Intressentdialog	102-40	Intressentgrupper	15
	102-41	Medarbetare som omfattas av kollektivavtal	24
	102-42	Val av intressentgrupper	15
Redovisningsprofil	102-50	Redovisningsperiod	47
	102-51	Datum för senaste redovisning	47
	102-52	Redovisningscykel	47
	102-53	Kontaktperson	47
	102-54	Redovisningsalternativ	47
	102-55	Index	55,56
	102-56	Externt bestyrkande	47

	GRI-INDIKATOR	FÖRKLARING	SIDHÄNVISNING
Miljöpåverkan	301-1	Materialanvändning	51
Energi	302-1	Energianvändning	52
Utsläpp av vatten och avfall	306-2	Fast avfall	53
Mångfald och lika möjligheter	405-1	Mångfald och jämställdhet	25



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.