



Foodmark.

HÅLLBARHETSRAPPORT

2024



Foodmark.

INNEHÅLL

3	Foodmark – VD-ordet
4	Foodmark – Förr och nu
5	Agra – Organisation och hållbarhetslöfte
8	Vårt ramverk kring hållbarhet
10	Huvudområdena i vår hållbarhetsstrategi fram till 2025
12	Nationella och internationella hållbarhetsinitiativ
13	Foodmark klimatambition
14	Resultat 2024
17	Bättre för dig
24	Bättre för planeten
35	Samarbeten för att nå målen
36	Om organisationen
37	Om rapporten
38	BILAGA
	• Utmaningar, resultat och mål • Klimatberäkning • GRI-indikatorer

VD-ORDET

Vad är hållbarhet? Vad är hållbart? Är det något som är skilt från bra affärer?

Att göra rätt saker för bolaget över tid är hållbart. Har man perspektivet att göra rätt över tid är det nödvändigt att aktivt jobba med hållbarhet. Hållbarhet är oftast en grund och förutsättning för bra affärer. Jobbar vi inte med hållbarhet kommer affärerna att lida över tid.

Hållbarhet är inget vi kan syssla med som en ”sidoaktivitet” utan är tvärtom något som måste genomsyra allt vi gör. Vi är dessutom del av en bransch som har väldigt stor påverkan på vår planets hållbarhetsavtryck, och därmed vår framtid, vilket gör att vi har ett än större intresse och ansvar tillsammans med våra kunder och leverantörer.

Då är det extra skönt att kunna konstatera att vi som bolag fortsätter att fokusera på området och att vi gör framsteg. Det är bra för planeten och det är bra för bolaget!

Även 2024 har därför inneburit framsteg i vårt hållbarhetsarbete, vilket ni kan ta del av i denna rapport, men som vanligt har vi alltid saker kvar att ta tag i.

Vi gör mycket för att vi har ett ansvar, men också för att vi kan, och för att vi vill!

Trevlig läsning!

Andreas Millbourn
VD, Foodmark





Inez och Bertil Rydberg

FOODMARK – FÖRR OCH NU

Historien om Foodmark startade redan 1937 när makarna Rydbergs började tillverka majonnäs i sin lilla fiskbutik på Södermalm i Stockholm. Företaget hette 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 för tre av våra systerbolags varumärken; Jensens Køkken, K-Salat och Mills.

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

224

ANSTÄLLDA

3

FABRIKER

116

RÅVARU- &
EMBALLAGE-
LEVERANTÖRER

86,6

MILJONER SÅLDA
FÖRPACKNINGAR

FABRIKER OCH KONTOR I AGRAKONCERNEN

I Agrakoncernen ingår de operativa bolagen Mills AS (Norge), Foodmark AB (Sverige) och Stryhns Gruppen AS (Danmark) med egna huvudkontor i respektive land. Agrakoncernen delar huvudkontor med Mills i Oslo.

Agrakoncernen har 11 fabriker varav;

- 3 i Sverige
- 3 i Norge
- 4 i Danmark
- 1 i Polen.

Under 2024 har Agrakoncernen förvärvat 60% av Schysst Käk AB med säte i Västerås. Schysst Käk AB har ingen egen produktionsverksamhet.





EN FAMILJEÄGD, SKANDINAVISK KONCERN

Stryhns Gruppen – Madglæde i generationer



Med sin lange historie er navnet Stryhns nærmest blevet en institution i dansk fødevareproduktion. 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
1 201 MDKK

ANSTÄLLDA
371

Mills AS – kjente og kjære matvarer



Mills AS er et norsk mat- og merkevarehus 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
2 403 MNOK

ANSTÄLLDA
348

Foodmark – traditioner från 1937



Foodmark ABs 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
1019 MSEK

ANSTÄLLDA
227



AGRAS HÅLLBARHETSLÖFTE

Vi ska göra det enklare för alla att leva ett liv med god och hållbar mat varje dag
– det är så vi vill växa och skapa värde

VÅRT RAMVERK KRING HÅLLBARHET

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

I dag kallar vi det for vårt hållbarhetsarbete.

Vi kommer att fortsätta bidra till att lösa lokala och globala utmaningar, särskilt inom områden där vi kan åstadkomma stor påverkan. Vi använder FN:s hållbarhetsmål* som ett ramverk for vår hållbarhetsstrategi. Vi har valt de mål som är mest affärskritiska for oss och som 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 for hållbar utveckling. Målen fungerar som en gemensam universell ram for stater, näringsliv och det civila samhället.

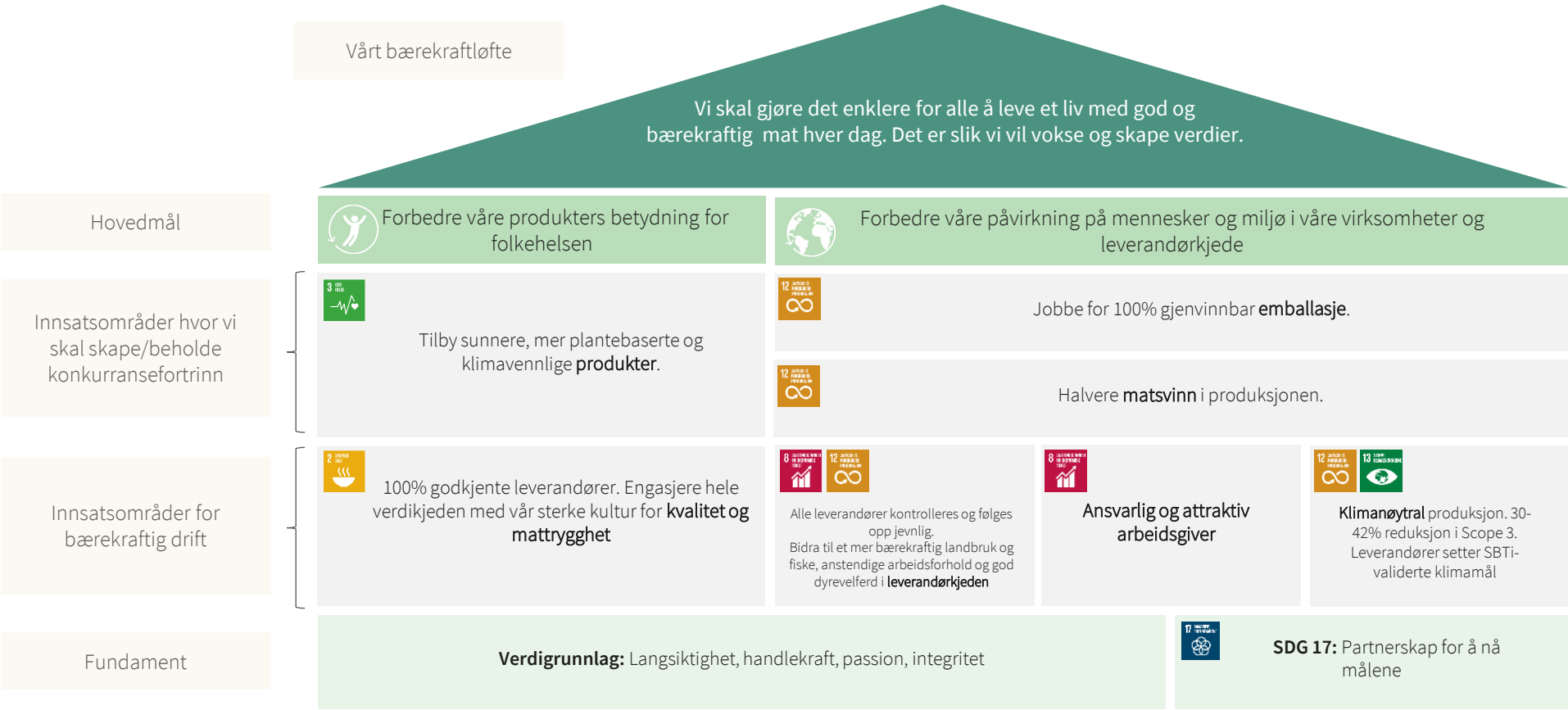


MEST VÄSENTLIGA FOKUSOMRÅDEN 2024

Under året har vi fortsatt arbeta med förbättringsarbete inom hållbarhet baserat på de mål som vi valt ut som affärskritiska utifrån FN:s hållbarhetsmål och en tidigare genomförd intressentanalys under 2017. De intressentgrupper som ingick i analysen har ett stort intresse for Foodmarks verksamhet och är de som vi själva tror att vi påverkar; medarbetare, ägare/ koncernledning, kunder, leverantörer, fackliga organisationer och kommun- eller länsrepresentanter.

Ansvarsfördelning och detaljplaner for respektive fokusområde har genomförts for varje hållbarhetsmål. Till detta har vi också gjort regelbundna avstämningar for att säkra att vi håller vår plan och tillsammans identifierar och diskuterar utmaningar och möjligheter.

Översikten av våra fokusområden och hur vi grupperar dem inom ramen for Agras löfte finner du här nedanför. Huset har uppdaterats i och med att vi gått in i en ny strategisk 3-års plan, 2024-2026. Huset är grunden for vår kommande strategi fram till 2030.





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

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)

Att säkra ett högt fokus kring livsmedelssäkerhetskultur i vår verksamhet i ett helhetsperspektiv från jord till bord.



ETIK OCH MILJÖ I LEVERANTÖRSKEDJAN

100% av våra leverantörer kontrolleras och följs upp regelbundet.

Bidra till ett mer hållbart lantbruk och fiske, anständiga arbetsförhållanden och god djurvälstånd i leverantörskedjan.



ARBETSMILJÖ OCH SÄKERHET

Vi är en ansvarsfull arbetsgivare med högt fokus på en säker arbetsmiljö och ett systematiskt arbetsmiljöarbete där vi samarbetar med medarbetare och skyddsombud.



KLIMAT OCH MILJÖ

Genom strukturerat förbättringsarbete säkra vår långsiktiga mål genom målinriktat arbete för att minska matsvinn, sänka vattenförbrukning och säkra korrekt spillvattenhantering samt minska vår energiförbrukning där vi säkrat miljövänlig energiförsörjning.



KONSUMENTERS HÄLSA

Löpande göra vår produktportfölj bättre för hälsan, genom att exempelvis reducera salt, socker och mättat fett, och 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. Nollvision om kränkande särbehandling har uppnåtts.



FÖRPACKNINGAR

Alla Foodmarks konsumentförpackningar skall vara återvinningsbara vid utgången av 2025 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.

FOODMARK TAR ANSVAR GENOM HELA VÄRDEKEDJAN

För oss är det viktigt att bidra med god och hållbar mat och 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.



INTERNATIONELLA OCH NATIONELLA HÅLLBARHETSINITIATIV

Grunden i vårt hållbarhetsarbete är vår egen vision och strategi. Vårt ramverk utgörs av FN:s hållbarhetsmål. Det finns ett flertal internationella och nationella hållbarhetsinitiativ som vi anslutit oss till. Nedan listas de hållbarhetsinitiativ som Foodmark är en del av.

Internationella hållbarhetsinitiativ;

- *SBTi – Science Based Targets initiative*

Ett globalt samarbete som främjar klimatåtgärder och stödjer organisationer och företag att sätta vetenskapsbaserade klimatmål för att begränsa den globala uppvärmningen till 1,5c enligt Parisavtalet.

Nationella hållbarhetsinitiativ;

- *Transportinitiativet*

Initiativ drivet av Dagligvaruleverantörernas Förbund (DLF) med målsättning att inrikes transporter, egenutförda och köpta, ska vara fossilfria senast 2025

- *Plastinitiativet*

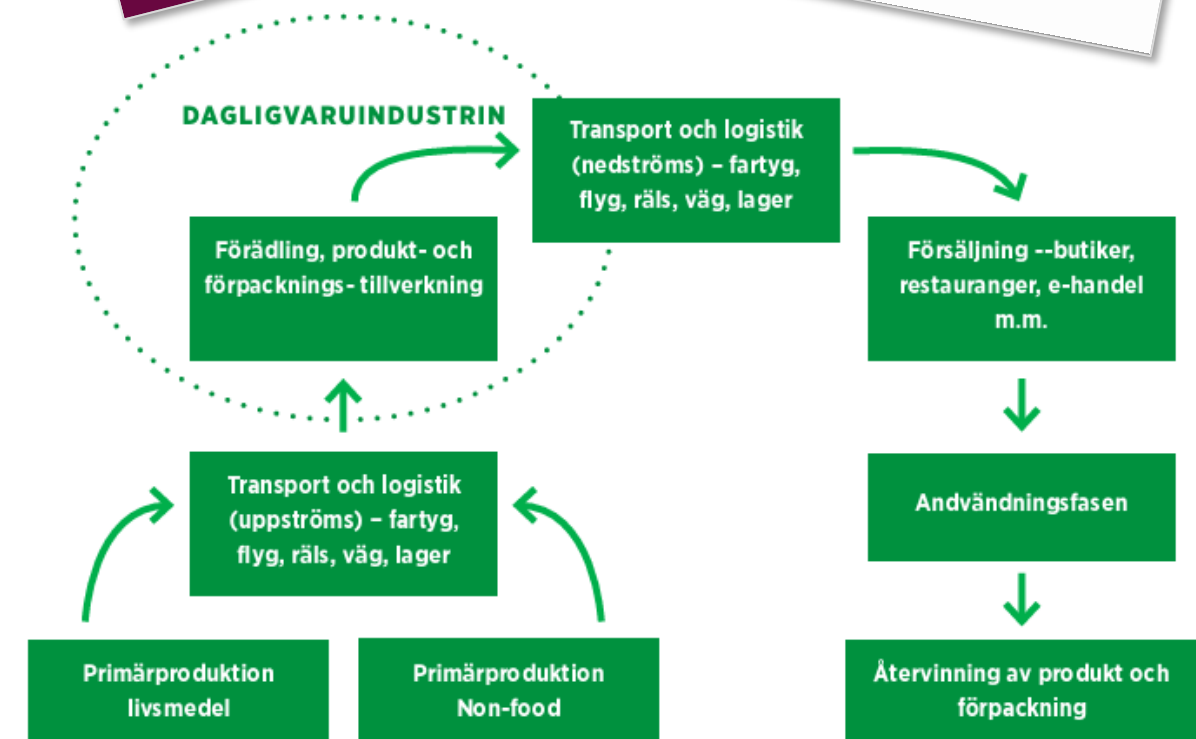
Initiativ drivet av Dagligvaruleverantörernas Förbund (DLF) med målsättning att 100 procent av de plastförpackningar som sätts på marknaden, och som omfattas av producentansvarsförordningen, ska gå att materialåtervinna.

- *Dagligvaruindustrins färdplan mot fossilfrihet*

Initiativ drivet av Fossilfritt Sverige med mål om att uppnå en fossilfri dagligvaruindustri i Sverige till år 2045.

- *NPA – Näringslivets Producentansvar*

Näringslivets Producentansvar är en godkänd producentansvarsorganisation som är bildad för att möta nya krav på producentansvaret för förpackningar.



FOODMARKS KLIMATAMBITION

Foodmark arbetar aktivt för att begränsa den globala uppvärmningen till maximalt 1,5 grader och har sedan 2020 vidtagit åtgärder för att minska vår klimatpåverkan. Vi har sedan dess haft ambitiösa mål: att reducera våra scope 1- och scope 2-utsläpp med 99,9 % senast 2026 och att minska våra scope 3-utsläpp med 42 % till 2030.

Vi är fullt medvetna om att vår påverkan sträcker sig bortom vår egen produktion. De råvaror och emballage vi köper in utgör en betydande del av vårt klimatavtryck, men också en stor möjlighet att driva hållbar förändring. Genom innovation och nära samarbeten med våra leverantörer arbetar vi aktivt för att minska dessa utsläpp.

I takt med att Science Based Targets initiative (SBTi) utvecklar sina riktlinjer ser vi det som en självklarhet att anpassa oss efter den senaste vetenskapen. Därför är Foodmark just nu i en process att uppdatera våra klimatomål. De nyamålen, som tas fram under 2025, kommer att vara förankrade på koncern-nivå och ytterligare stärka vårt arbete för en mer hållbar framtid.

Att vi sätter nya mål innebär inte att vi sänker vår ambition – snarare tvärtom. Vi ser detta som en möjlighet att vässa våra insatser och säkerställa att vi inte bara minskar vår klimatpåverkan utan även tar ett aktivt ansvar för markanvändning och ekosystem.

RESULTAT 2024



FOODMARKS SUSTAINABILITY STATUS

Vad har vi uppnått under 2024 och vad blir viktigast under 2025?

Hållbarhet ligger som grund i Foodmarks strategihus för perioden 2024 till 2026. Det är också tydligt med i vår mission - *Ett hållbart företag i framkant som producerar kvalitativa svenska livsmedel under välkända och älskade varumärken!*

Som producent av livsmedel vet vi att hur vi producerar och vad vi sätter på marknaden faktisk kan bidra positivt. Vi vet att den globala livsmedelsindustrin i dag bidrar negativt till både klimat, hälsa och biologisk mångfald och att en omställning är nödvändig.

2024

Under 2024 har vi färdigställt vårt största och viktigaste hållbarhetsprojekt som består av utbyte av oljepannan på vår fabrik på Gotland till en ny panna som ska gå på 100% el. Från Q4 2024 har vi vår nya elektriska panna på plats. Detta betyder att vi avser att inte använda olja under 2025 utan endast använda el som energikälla i fabriken. Investeringen reducerar Foodmarks årliga totala Scope 1 och 2-utsläpp med ca 80% (referensår 2020).

Utöver detta har vi åstadkommit ytterligare framsteg i vårt arbete för att uppnå 100% återvinningsbara förpackningar. Andelen återvinningsbara förpackningar har ökat till 95,6%, en förbättring med 3,2% jämfört med föregående år. Sedan 2020, har vi ökat andelen från 85,3%. Denna positiva trend under 2024 är ett resultat av förbättringar i våra plastförpackningar, där en större andel nu är återvinningsbara.

Fokus för året har även varit att påbörja arbetet att säkerställa efterlevnad av CSRD (Corporate Sustainability Reporting Directive), vi har utfört en omfattande dubbel väsentlighetsanalys och identifierat materiella områden som påverkar vår verksamhet och intressenter.

Vi ser också resultat av vår införda policy att alla tjänste- och förmånsbilar ska vara 100% el. I och med denna har vi reducerat utsläpp och bränslekonsumtion från fossildrivna fordon genom en successiv övergång till elbilar. Denna omställning har resulterat i en 26% minskning av fordonsutsläpp i Scope 1 jämfört med 2023.

Under året har vi även ökat vår andel växtbaserade råvaror till 89,5% vilket är en ökning från 85% i 2023. Vi har även lanserat nya produkter i linje med vår ambition att erbjuda hälsosammare och mer klimatvänliga alternativ i våra kategorier.

2025

Under 2025 ska vi fortsätta vårt arbete inom Scope 1 och 2 med att reducera utsläpp inom ramen för SBTi. Här har vi visat att vårt arbete ger resultat och vi kommer fortsätta den resan med tydliga initiativ. Viktigt blir att integrera hållbarhetsarbetet än mer som en naturlig del av allt vi gör i vår verksamhet. Utöver det så har vi ambitioner om att öka vår andel av återvinningsbara förpackningar och öka vår andel av växtbaserade råvaror i våra produkter.

Vi kommer också fortsätta arbetet med CSRD och etablera en trygg plattform för uppföljning för att säkra att vi följer lagstiftning. Det är ett omfattande arbete som vi hoppas ska skapa nya möjligheter för förbättringsarbete.

Vi kommer vidare att intensifiera arbetet inom Scope 3. Här blir även CSRD en viktig del som över tid kommer att stötta kravställning i leverantörsledet. Här planerar vi att nyttja verktyget Sedex för att stärka uppföljningen. Det är inom Scope 3 som de största utsläppen finns för Foodmark och för att nå våra SBTi-mål så har vi en ambition om att minska utsläpp i leverantörsledet med 5% per år fram till 2030 i samarbete med Agras Inköpsorganisation.

UPPNÅTT UNDER 2024

89 %

PLANTBASERADE
RÅVAROR
4 %-ENHETER MER ÄN 2023

28,4 %

MINSKAT ANTAL
KONSUMENT-
REKLAMATIONER

100 %

CERTIFIERAD MARIN
RÅVARA OCH MSC
CERTIFIERAD FABRIK

95,6 %

MATERIAL-
ÅTERVINNIINGSBARA
FÖRPACKNINGAR

**INSTALLERAT
ELPANNA**

FÖRUTSÄTTNING FÖR
ATT SLUTA ANVÄNDA
ELDNINGSLÖSNING

26%

MINSKNING AV
FORDONSUTSLÄPP I
SCOPE 1 JÄMFÖRT MED
2023

BÄTTRE FÖR DIG

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



GODA NYHETER FÖR MAT OCH KLIMAT

Vi på Foodmark vill sprida vår passion för mat och människor för att göra Sverige litet godare. För att också ta hand om vår planet har vi stort fokus på att ta fram nya produkter, som utan att göra avkall på den goda smaken, skapar ett mindre klimatavtryck. Under 2024 utökade vi därför vårt växtbaserade sortiment med Rydbergs Potatissallad Vinägrett och Rydbergs Asiatisk Mayo.

Rydbergs Asiatisk Mayo bjuder på en genväg till det asiatiska köket med smak av ingefära, chili och soja. Flaskan fick redan under 2023 en ny kork vilket minskade vårt klimatavtryck. Det asiatiska köket har blivit vardagsmat och bygger inte främst på rött kött utan främjar klimatsmartare val. Såsen är speciellt utvecklad för att passa till grönsaker och baljväxter men också till halloumi och kyckling för flexitarianer som inte helt vill överge animaliskt protein.

Rydbergs Potatissallad Vinägrett är inte bara växtbaserad utan fyller också ett tomrum i salladshyllan för de konsumenter som önskar ett lättare alternativ till majonnäsbaseade sallader. Salladen som har en fyllig och fräsch smak från paprika och salladslök innehåller endast 11% fett och som i alla våra sallader kommer potatisen från Gotland. Mer än hälften av potatisen odlas inom en radie av några få mil från fabriken!

Bland Lohmanders såser hittar man Vitlök & Örter, en krämig sås med en tydlig örtsmak och välbalanserad vitlöksmak. Lohmanders är marknadsledare inom kylda béarnaisesåser men vi vill också erbjuda ett fräschare sortiment till dem som vill njuta av en god, fyllig sås med lägre fetthalt.

Men det är inte bara produktsortimentet som bidrar till den växtbaserade utvecklingen. Lika viktigt är det att tillhandahålla enkla och goda recept. Vi vet alla hur vardagen är och det måste gå snabbt att göra rätt val både hemma och på stan. Våra hemsidor fylls hela tiden med nya, spännande recept speciellt framtagna för gröna, smakrika måltider och inom Foodservice har vi stort fokus på att stötta våra kunder att kunna erbjuda hälsosamma vegetariska alternativ i restauranger med mera.



LIVSMEDELSSÄKERHET

Samtliga av Foodmarks produktionsanläggningar är kvalitetscertifierade enligt BRC och revideras årligen. BRC är en GFSI-godkänd standard som ställer utmanande krav på vår verksamhet. Vårt kvalitetsarbete syftar till att möta konsumenternas högt ställda krav på produktsäkerhet, smakupplevelser och kvalitet. Vi utgår från noga utvalda råvaror, beprövade recept och säkra tillverkningsprocesser.

Livsmedelssäkerheten på våra fabriker säkerställs och förbättras kontinuerligt genom standardiserade arbetssätt och vårt ledningssystem för kvalitet, miljö och arbetsmiljö. Vi tar ansvar för att förbättra och säkra en ansvarsfull verksamhet genom hela vår värdekedja. Genom hela systemet finns ett starkt fokus på att trygga säkra livsmedel, minska vår miljöbelastning och erbjuda en trygg arbetsmiljö för alla våra medarbetare.

Tack vare vårt systematiska förbättringsarbete har vi på ett effektivt sätt kunnat möta den nya och uppdaterade versionen av BRC-standarden. Den nya standarden innehåller flera olika krav som förbättrar livsmedelssäkerheten för dig som konsument. Ett annat krav i standarden är dessutom oannonserade revisioner, vilket innebär att revisorerna kommer utan förvarning. Allt för att de ska få se verksamheten som den faktiskt ser ut under daglig drift.

Vi har under året haft annonserade revisioner på samtliga av våra fabriker och vårt huvudkontor, och alla tre fabriker har erhållit höga betyg.

VÅRA RÅVAROR

Hög kvalitet är viktigt för oss på Foodmark. För våra konsumenter betyder detta fräska varor som är producerade med omsorg där fokus ligger på smak, kvalitet och miljö.

Foodmark har möjlighet att spåra alla råvaror genom hela varukedjan, från emballage och råvara till produkt i butikshyllan. Våra huvudsakliga råvaror, såsom potatis och rödbetor, kan spåras hela vägen tillbaka till gårdarna på Gotland där de odlats. Vi ställer höga krav på alla våra råvaruleverantörer. De ska inneha en GFSI godkänd standard eller klara av våra revisioner innan de får leverera råvaror till någon av våra fabriker. Detta ger oss en hög nivå av livsmedelssäkerhet, och är en stor trygghet för oss och för våra konsumenter.

Betyg på våra senaste BRC revisioner:

Albyberg AA

Klintehamn A

Delikatessfabriken A

ARBETSMILJÖ OCH SÄKERHET

Foodmark arbetar aktivt för att skapa en god och säker arbetsmiljö, organisatoriskt, socialt och fysiskt. Detta sker i enlighet med gällande lagstiftning och med stöd av våra riktlinjer, policys och rutiner. Alla anställda på Foodmark omfattas av kollektivavtal.

En viktig del av arbetsmiljöarbetet är att genom regelbundna medarbetarsamtal fånga upp tidiga signaler på eventuell ohälsa eller arbetsmiljöproblem på arbetsplatsen. Skyddsronder och skyddskommittéarbetet är centrala delar i både det strategiska och förebyggande arbetsmiljöarbetet. Våra avdelningsmöten, som hålls minst varannan vecka, är också ett bra forum för att kartlägga och följa upp arbetsmiljön.

Som en del av det systematiska arbetsmiljöarbetet genomför Foodmark årligen en medarbetarundersökning där alla medarbetare anonymt får möjlighet att uttrycka sina åsikter om arbetsmiljön och arbetssituationen. Vi har även en visserblåsarfunktion där incidenter och felaktigheter kan anmälas anonymt.

Den totala sjukfrånvaron, både kort- och långtidssjukfrånvaro, för hela Foodmark var 4,61 % år 2023 och 4,68 % år 2024. Detta innebär en marginell ökning jämfört med föregående år, men vi bedömer trots detta att nivån fortfarande är acceptabel för vår typ av verksamhet.

FYSISKA ARBETSMILJÖFÖRBÄTTRINGAR

Under året har vi fortsatt att förbättra den fysiska arbetsmiljön. Mycket fokus har legat på tillverkningen inom våra fabriker. På våra två större fabriker, Albyberg och Klintehamn har vi installerat totalt fem Cobotar. Tre i Albyberg och två i fabriken på Klintehamn.

En Cobot är en mindre mobil packrobot som kan monteras utan skyddsburar eller andra avspärningar. Roboten kan sedan programmeras att lyfta och bygga olika pallmönster med våra produkter. Med fem Cobotar på plats är det lika många manuella arbetsstationer med repetitivt och potentiellt slitsamt arbete för kroppen som vi nu byggt bort. Dessa medarbetare kan nu istället arbeta med mer värdeskapande arbetsuppgifter på andra ställen inom produktion.

För Delikatessfabriken har vi köpt in fler elektriska truckar för att minimera behovet att manuellt dra och släpa gods i våra lokaler. Vi har även utbildat personalen inom ergonomi och lyftteknik.



ARBETSMILJÖ OCH SÄKERHET

UTBILDNING

Vi har tillsammans med våra systerbolag Mills och Stryhns genomfört ledarskapsutbildningar som riktar sig till olika nivåer av ledare inom verksamheten. Detta kan vara ledare i form av chefer, men även informella ledare utan personalansvar. Vi har också utbildat flera nyckelpersoner i koncernens projektledningskurs. Genom att alla bolag i koncernen får samma utbildning skapar vi oss bra förutsättningar för att samarbeta över företagsgränserna och ta lärdom av varandra!

FÖREBYGGANDE ÅTGÄRDER

Vi har fokuserat på att genomföra nya och uppdatera befintliga riskbedömningar för samtliga av våra fabriker. Riskbedömningar, eller framförallt de brister som identifieras i dem är viktiga pusselbitar för att på lång sikt helt bygga och utbilda bort olyckor med frånvaro. Detta är ett ständigt pågående arbete som gör vår verksamhet säkrare varje gång en riskbedömning uppdateras.

I vår verksamhetsstyrning ingår skyddsronder som en del av systematiken. Vi schemalägger och genomför ett 30-tal skyddsronder inom Foodmark varje år. Avvikelser och förbättringsförslag registreras i vårt avvikelshanteringssystem och åtgärdas av ansvarig chef.

OLYCKOR OCH TILLBUD

2024 slutade med 5 olyckor med frånvaro för vår verksamhet. Det är en förbättring i jämförelse med utfallet 2023, men vi når inte vårt mål. Vi har en nollvision för olyckor med frånvaro och arbetar dagligen med att förbättra vår fysiska arbetsmiljö för våra medarbetare. Vi tillför ny och säkrare utrustning, utbildar personal inom olika arbetsmiljöområden och lägger mycket tid och energi på att riskbedöma och vidta åtgärder. Allt för att minimera risken för att någon ska skada sig på jobbet.

Vi har registrerat 83st tillbud och riskobservationer under året som gått, även dessa avvikelser behöver vi arbeta med. Att arbeta med tillbud och riskobservationer är ett viktigt proaktivt verktyg i resan mot att nå vår nollvision för olyckor med frånvaro.

Trend		2024	2023	2022	2021
●	Olyckor med sjukfrånvaro	5	8	4	7
●	Olyckor utan sjukfrånvaro	37	41	24	44
●	Inrapporterade tillbud och riskobservationer	83	105	64	154





MÅNGFALD OCH JÄMSTÄLLDHET

Vi är övertygade om att en inkluderande och jämställd arbetsplats skapar förutsättningar för hållbar utveckling, innovation och långsiktig lönsamhet. För oss på Foodmark handlar mångfald inte bara om representation, utan också om att bygga en kultur där alla medarbetare känner sig hörda, värderade och har lika möjligheter att utvecklas.

Vår ambition är att Foodmark ska spegla samhället i stort när det gäller ålder, kön och bakgrund. Därför fortsätter vi under 2025 att analysera våra förutsättningar och vidta konkreta åtgärder för att stärka mångfald och jämställdhet i hela organisationen. Vi strävar efter att vara en attraktiv arbetsplats där alla behandlas rättvist och ses för sina individuella styrkor och bidrag.

Under året har vi tagit flera viktiga steg för att stärka vår kultur och våra ledare. Vi har lanserat en ny medarbetarresa med ett större fokus på våra värderingar, ”Kompassen”, för att säkerställa att de genomsyrar hela vår verksamhet. Dessutom har vi genomfört utbildningsmoduler för chefer där vi har fokuserat på att utveckla deras kompetens inom ledarskap, inkludering och kommunikation.

Vi kan också se att vårt arbete gör skillnad. I vår senaste medarbetarundersökning fick vi höga betyg i inkludering och Net Promoter Score (NPS), vilket bekräftar att våra medarbetare känner sig välkomna, respekterade och engagerade i vårt gemensamma arbete. Dessa resultat stärker oss i vår övertygelse om att vi är på rätt väg, samtidigt som vi fortsätter att utvecklas.

Vi kommer fortsätta arbeta aktivt med vår värdegrund, som ska vara ett stöd i vårt dagliga arbete och vägleda oss i vår fortsatta utveckling som både individer och organisation.

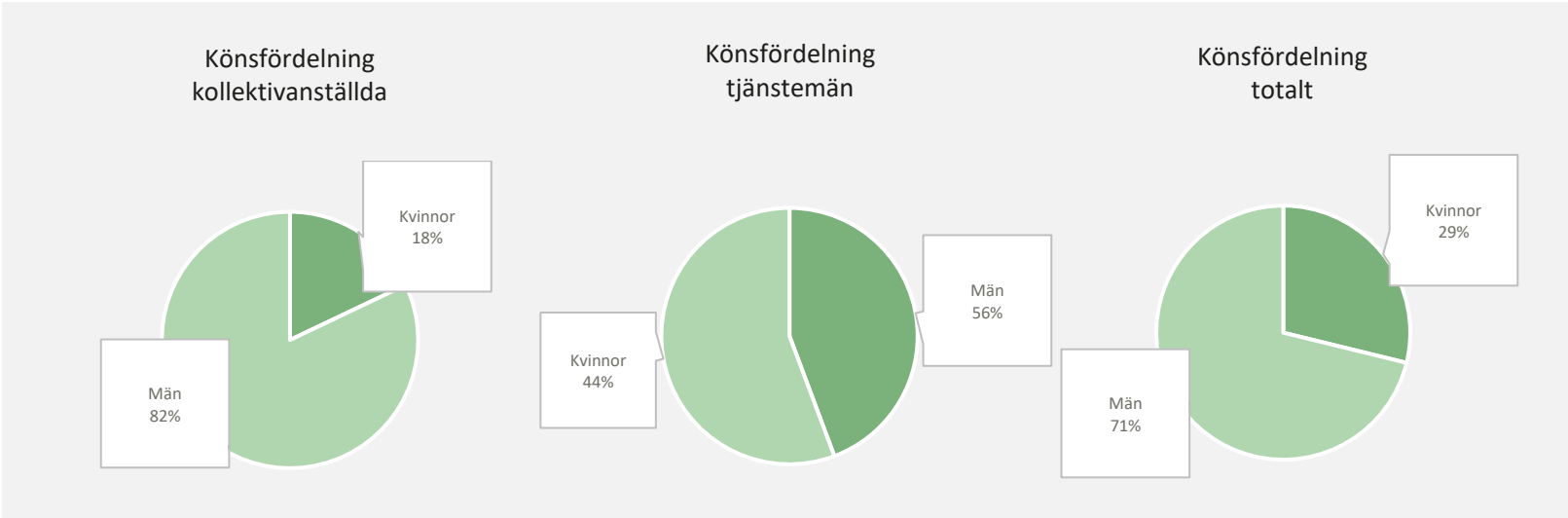
För att säkerställa att vår kultur byggs in från start, får alla nyanställda under introduktionsprocessen en genomgång av våra koncerngemensamma etiska riktlinjer samt våra mångfalds- och inkluderingsmål

Tabell: 405-1

År 2024	Yngre än 30 år antal	30-50 år antal	Äldre än 50 år antal	Totala antalet
Ledningsgrupp				4
kvinnor		1		1
män			3	3
Chefer med personalansvar				17
kvinnor	1	4	1	6
män		4	7	11
Övriga tjänstemän				58
kvinnor	4	15	9	28
män	2	11	17	30
Kollektivanställda				145
kvinnor	7	5	14	26
män	36	46	37	119
Totalt	50	86	88	224

Kommentar: Siffrorna är framtagna per den 31 december 2024 och speglar antalet årsanställda vid angivet datum.

Tabell: 405-1



BÄTTRE FÖR PLANETEN

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



DJURVÄLFÄRD I FOODMARK

2024 kom cirka 89,5 % av alla råvaror i Foodmarks produkter från växtriket. Cirka 8 % är animaliska råvaror, där den klart största andelen är svensk ost som används i alla Fjällbrynts mjukostar. Den andel av rött kött som används i våra produkter är också uteslutande av svenskt ursprung. Cirka 2,4 % av råvarorna är marina råvaror, främst bestående av certifierade kallvattenräkor som används i Rydbergs traditionella räksallad. Räkorna fångas från ett hållbart bestånd utanför USA:s kust.

Vårt löfte är att bidra till ett mer hållbart lantbruk och fiske, anständiga arbetsförhållanden och god djurvälstånd i leverantörskedjan.

HÅLLBART FISKE

Gällande kategorin marina råvaror är 100 % av volymen av våra fina råvaror MSC-certifierade. Vi arbetar löpande med att fördjupa våra insikter i hur fisket, hanteringen och den totala värdekedjan fungerar och påverkar den marina miljön. Genom MSC-certifieringen garanterar vi att råvarorna kommer från välskötta fisken som tar hänsyn till ekosystemen och minimerar miljöpåverkan. Vi har under året påbörjat revideringen av vår "Code of Conduct" och definierat krav som ställas på våra leverantörer.

MSC-CERTIFIERAD VERKSAMHET

Under 2024 har vi MSC-certifierat vår fabrik i Albyberg. Det är där vi hanterar alla marina råvaror. Detta betyder att alla våra produkter som innehåller fisk- och skaldjursråvara är tillverkade med råvara som är MSC-certifierade och att vi i vår egen verksamhet har rutiner och processer på plats som garanterar kontinuerlig spårning till fångstområde och löpande uppföljning av våra leverantörer.

Att certifiera fabriken är också ett sätt att visa vårt engagemang för ansvarsfull produktion och ge våra kunder en möjlighet att göra bra val.

Därmed kan du alltid lita på att de marina råvarorna i våra sallader kommer från hållbart fiske!

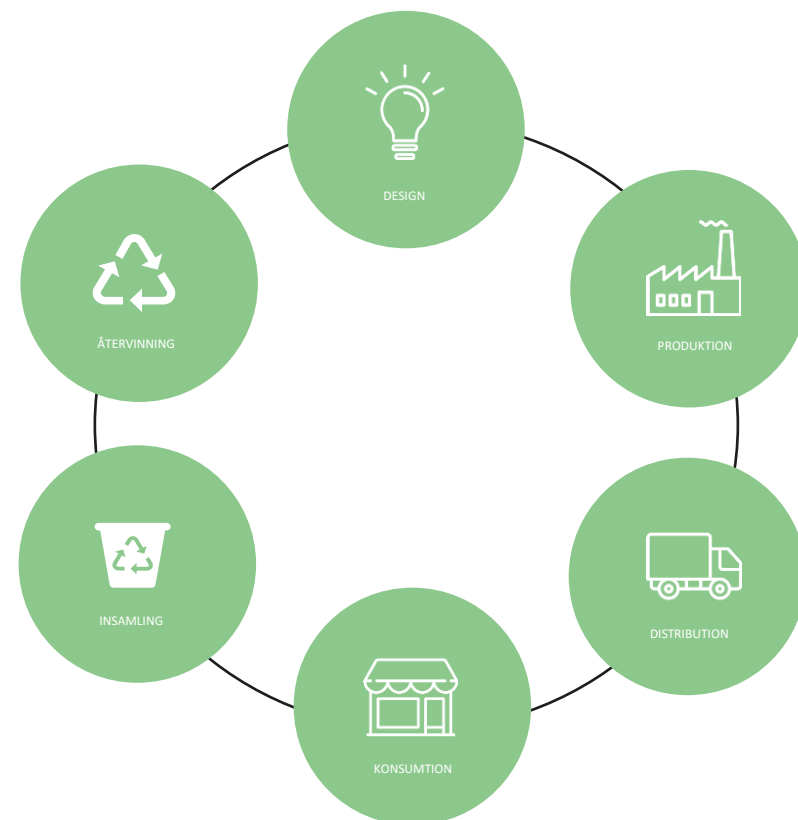


VÅRA FÖRPACKNINGAR

Som livsmedelsproducent sätter vi många förpackningar på marknaden som, via källsortering, skall hamna på rätt ställe för att sedan materialåtervinnas i största möjliga mån.

Liksom många andra företag har vi som mål att 100% av våra förpackningar ska gå att materialåtervinna senast 2025 (t ex "Plastinitiativet 2025").

Tidigare år har vi identifierat förbättringsområden och satt upp konkreta planer och projekt. Under 2024 har vi fortsatt jobba med att implementera nya förpackningslösningar i vår produktion.



ÅTERVINNING

För att plast och andra förpackningsmaterial skall kunna materialåtervinnas för att bli nya plastprodukter, krävs det att:

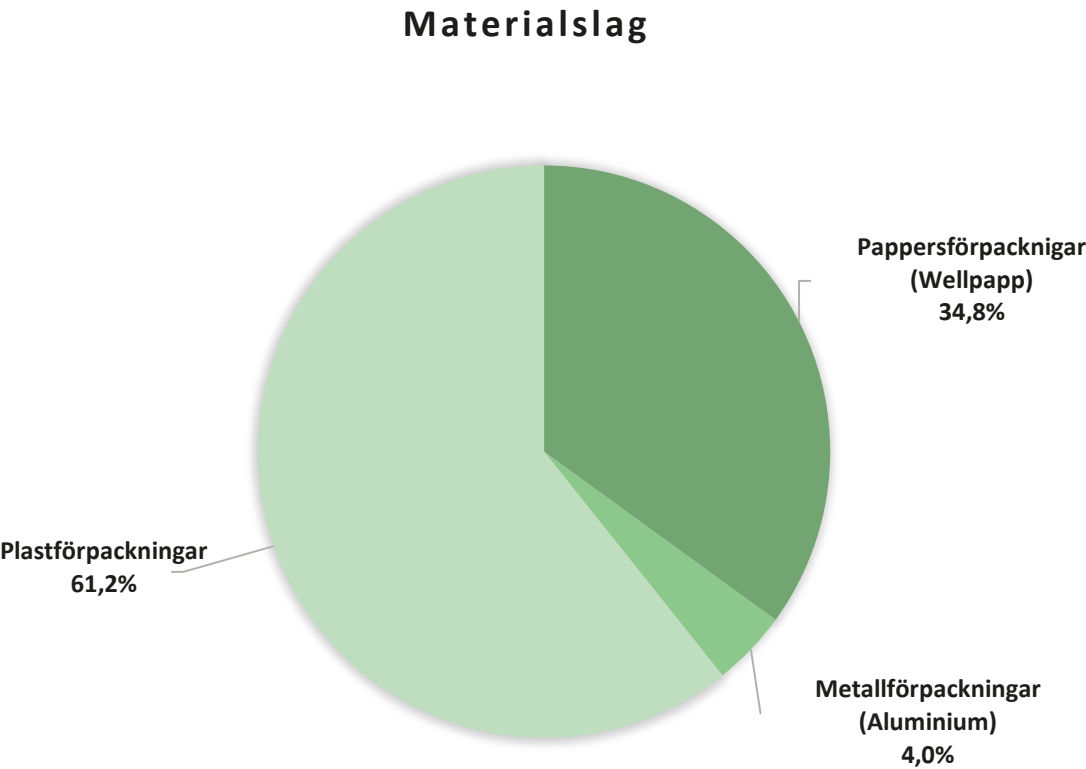
- tekniska lösningar för att sortera och ta till vara på material finns på plats på Sveriges återvinningscentraler.
- vi som producenter tar vårt ansvar att göra val som underlättar detta.
- alla källsorterar och gör det på rätt sätt.



Som stöd använder vi de förpackningsguider som Näringslivets Producentansvar (NPA) tillhandahåller, för att uppnå så hög grad av återvinningsbarhet som möjligt för "Foodmarks" förpackningar.

Under 2024 har vi producerat och förpackat ca 86,6 miljoner förpackningar, detta är exklusive de produkter som producerats av våra systerbolag i Norge och Danmark för att säljas på den svenska marknaden av Foodmark. Det har sammanlagt gått åt ca 2035 ton förpackningsmaterial, inklusive transportemballage.

Materialslag	Användning	Material-återvinningsbart
Pappersförpackningar (Wellpapp)	707,8 ton	707,8 ton (100%)
Metallförpackningar (Aluminium)	81,4 ton	81,4 ton (100%)
Plastförpackningar	1245,9 ton	1157,0 ton (92,9%)
TOTALT	2035,1 ton	1942,6 (95,6%)

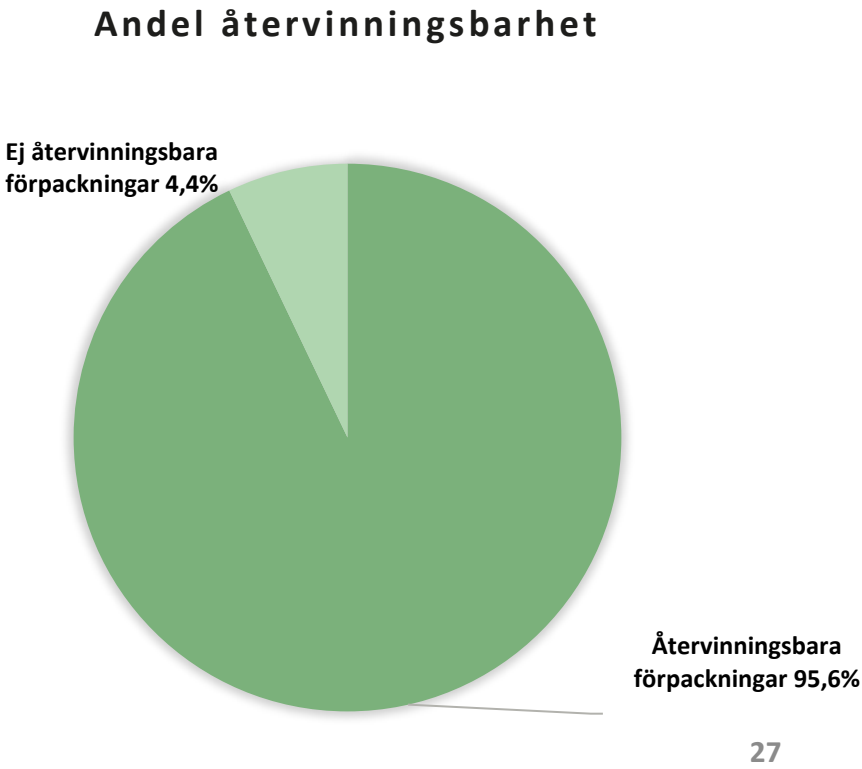


PAPPER

Det pappersemballage vi använder idag utgörs av *wellpapp* i transportförpackningar och butiksdysplayer. Detta material är förnyelsebart, fossilfritt och 100% återvinningsbart.

METALL

Den metall vi använder är *aluminium* som vi främst använder i tuber som innehåller produkter med lång hållbarhetstid. Aluminium ger ett perfekt skydd mot luft och ljus, vilket är svårt att uppnå med andra material. Aluminium i sig är fossilfritt och kan återanvändas om och om igen, vilket dessutom kräver väsentligt mindre energi än vid bearbetning av ny råvara.



PLAST

Den största andelen av våra plastförpackningar är materialåtervinningsbara. Än så länge är plasten av fossilt ursprung.

De plastförpackningar som ännu inte kan materialåtervinnas är:

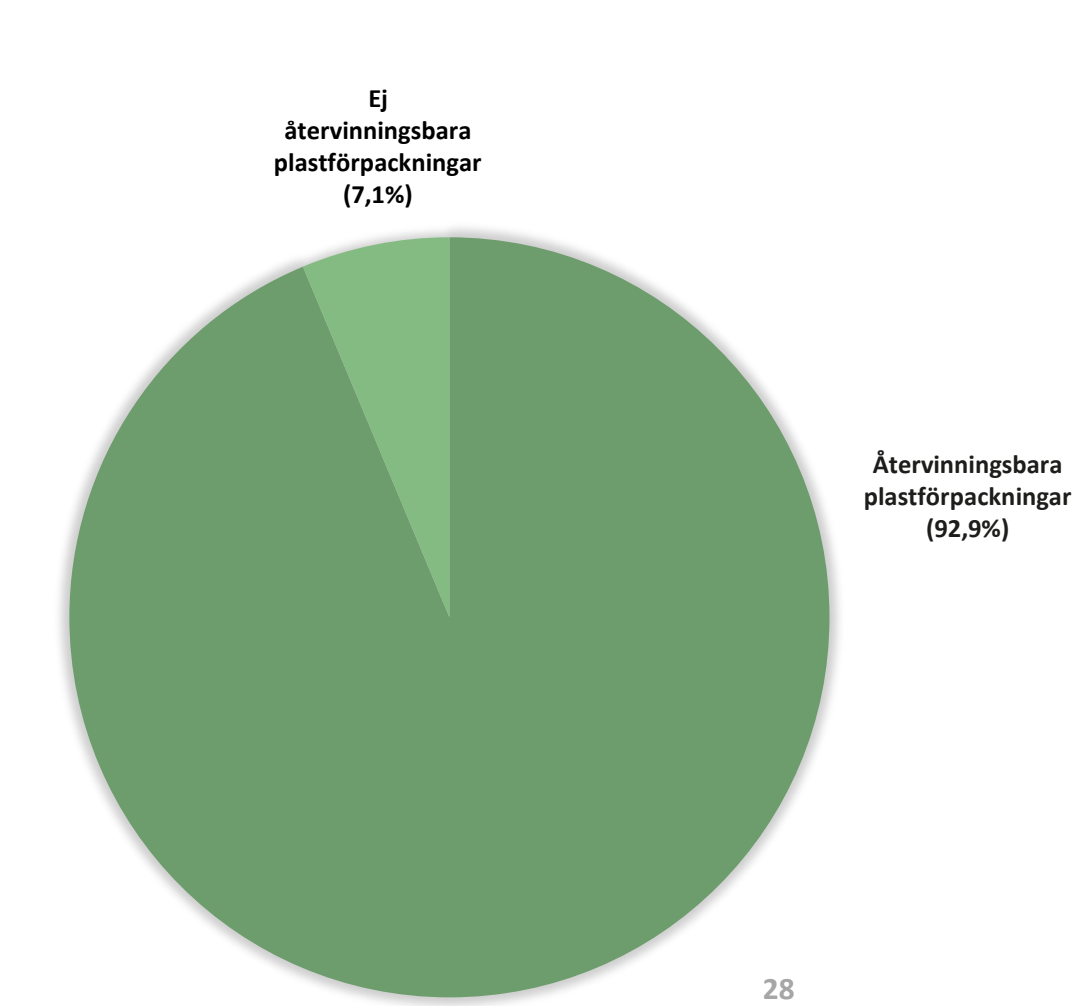
PET-FILM

Film av PET sorteras inte ut i återvinningsanläggningar och går därför till förbränning.

OLIKA MATERIAL I SAMMA FÖRPACKNING

I denna kategori hittar vi: *Multilaminatfilm* som består av mer än en plastsort, *Kompositmaterial* som består av mer än ett materialslag, samt *Krympfilmade förpackningar* där en tunn film av en annan sorts plast än huvudförpackningen, täcker större delen av förpackningens yta vilket medför att den inte hamnar i rätt materialström i sorteringsanläggningarna.

Plastförpackningar	Mängd
Materialåtervinningsbara	1157,0 ton (92,9%)
Ej materialåtervinningsbara	88,9 ton (7,1%)
TOTALT	1245,9 ton



PLAST

Den 1 januari 2024 började nya regler för utsortering av plast gälla för alla verksamheter inom Sverige. Plast ska nu sorteras ut som en egen fraktion vid avfallssortering. På våra fabriker i Klintehamn och i Vidsel har vi länge sortera ut plast som en egen fraktion, men så har inte varit fallet för fabriken i Albyberg.

Vi har sorterat ut krympfilm och annan LDPE-plast sedan fabriken startade, genom att bala plasten och hantera den som styckegods. Men under 2024 har vi även möjliggjort utsorteringen av all annan typ av plast. Eftersom våra produktionslokaler ligger på tredje våningen i fabriken, har vi tillsammans med leverantören Euopress installerat ett helt nytt nedkast som sträcker sig från tredje våningen hela vägen ner till markplan. Detta gör det möjligt att på ett smidigt sätt särhålla plastavfallet som uppstår inom vår tillverkning som en egen separat fraktion.

Det nya systemet har under 2024 lett till att vi kunnat sortera ut cirka 13 ton plast som tidigare gick som brännbart avfall på fabriken i Albyberg.

Totalt har våra fabriker under 2024 sorterat ut 45,8 ton plast för återvinning, vilket är en ökning med över 40 % jämfört med 2023.



ETIK OCH MILJÖ I LEVERANTÖRSKEDJAN

Inköp är organiserat som en koncernfunktion inom Agra. Under 2024 har koncernens inköpsavdelning fortsatt arbetet med etik och miljö i leverantörskedjan. Genom vårt medlemskap i Etisk Handel Norge och användningen av Sedex-plattformen har vi haft fokus på riskbaserad uppföljning av leverantörer. Vi har genomfört dialogmöten med utvalda leverantörer av högriskråvaror och ökat vårt fokus på uppföljning via Sedex-plattformen. Våra strategiska inköpare har haft en aktiv roll i detta arbete.

Genom dialogmöten med leverantörer av 27 utvalda tillsatsämnen har vi konstaterat att leverantörerna har tillfredsställande uppföljningsrutiner bakåt i leverantörskedjan, vilket bidrar till kontroll och ansvarstagande i våra inköpsprocesser.

Under året genomfördes och dokumenterades 66 SMETA-revisioner i Agras leverantörsbas via Sedex. Dessa revisioner identifierade totalt 257 avvikelser, varav 39 bedömdes som allvarliga. Vid utgången av 2024 hade 57% av alla avvikelser bekräftats korrigerade, inklusive 61% av de allvarliga avvikelserna. Vid årsskiftet var 15% av avvikelserna ännu inte bekräftade som korrigerade inom tidsfristen som nu följs upp under 2025.

Arbetet med etik och miljö i leverantörskedjan fortsätter att vara en central del av vår hållbarhetsstrategi. Våra mål och åtgärder följs systematiskt upp av Foodmarks ledning, koncernledningen och våra ägare, med ambitiösa planer för vidare förbättringar under 2025.

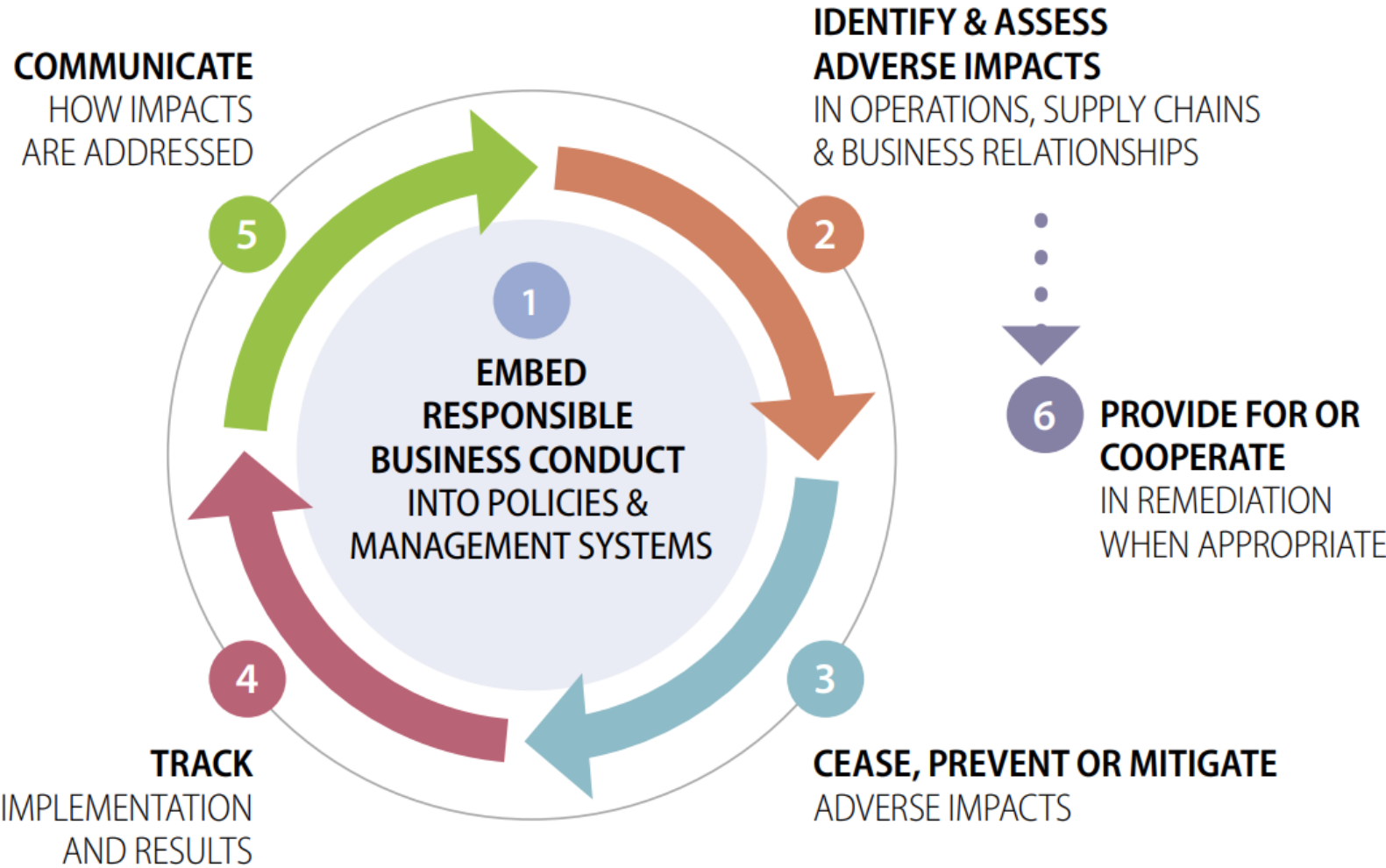


FIGURE 1. DUE DILIGENCE PROCESS & SUPPORTING MEASURES
OECD DUE DILIGENCE GUIDANCE FOR RESPONSIBLE BUSINESS CONDUCT

MER HÅLLBARA LEVERANTÖRSKEDJOR

Foodmark har en målsättning om att bidra till ett mer hållbart lantbruk och fiske, anständiga arbetsförhållanden och god djurvelfärd i hela vår leverantörskedja. 100% av våra leverantörer kontrolleras och följs upp regelbundet. Genom aktivt och gott lagspel med våra leverantörer kan vi tillsammans uppnå en mer hållbar leverantörskedja. Några av våra rutiner för att uppnå dessa målsättningar:

- ▶ Göra årliga riskvärderingar av alla våra kontrakterade råvaror och emballageartiklar samt följer upp högriskleverantörer med hjälp av Sedex och Etisk handel Norge.
- ▶ Följa upp prioriterade högriskleverantörer med mål för konkreta resultat inom flera områden.
- ▶ Genomföra kompetensutveckling av riskleverantörer, med upplärning och tillgång till policies och prosesser.
- ▶ Ha en policy för affärsverksamhet som dokumenterar våra förpliktelser gällande leverantörsuppföljning.



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.

Foodmark har odlingskontrakt med lokala potatis- och rödbetsodlare, varav flertalet har haft samarbete 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 för mycket sol och värme innebära en klen skörd. Alla våra kontraktsodlare har möjlighet att bevattna från egna dammar. För att säkra ett hållbart jordbruk så har Foodmark en egen Odlingssamordnare som stöttar våra odlare i stora och små frågor.

VISSTE DU ATT

Allt processvatten som används i fabriken renas i vårt egna biologiska reningsverk innan det rinner vidare till en av våra två stora dammar som ligger i anslutning till vår närmsta granne som också är en av våra odlare. Detta vatten används sedan för att bevattna grödor som i nästa säsong blir till potatis- och rödbetssallad i vår fabrik!

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 biologiska reningsverk till lagringsdammarna. Bevattningsbehovet är naturligtvis väderberoende men pågår i regel under sommaren med start i maj och dammarna är oftast helt tömda i början av augusti.

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

** wwf.se

ÅNGFÖRSÖRJNING GOTLAND

Under 2023 påbörjade vi utbytet av vår oljepanna på vår fabrik på Gotland till en ny panna som ska gå på 100% el.

Under 2024 skedde byggnationer samt installation av all utrustning.

Planerad driftstart ligger i början av 2025 för att gå från att elda olja till att endast använda el som energikälla på fabriken.

Detta är en av de största förändringar vi gör inom hela Foodmark för att minska vårt totala klimatavtryck.

Vi har ansökt om, samt fått beviljat stöd från Klimatklivet*. Detta initiativ innebär en reduktion av vårt Scope 1 + 2 klimatavtryck med ca 80 % (referensår 2020).

*naturvardsverket.se/Klimatklivet/



REDUCERA MATSVINN, VATTEN OCH AVFALL



Vi mäter vår vattenanvändning, mängden spillvatten vi genererar och mängden avfall på samtliga av våra produktionsanläggningar. Att minska vår vattenanvändning och det avfall vår verksamhet genererar är viktigt för att hushålla med naturresurser. Spillvatten inom livsmedelproduktion innehåller olika näringsämnen som riskerar att bidra till övergödning av sjöar och vattendrag.

VATTENANVÄNDNING 2024

Under 2024 ligger vattenförbrukningen på en högre nivå än föregående år.

År	Albyberg	Gotland	Vidsel
2024	3415 liter/ton	9031 liter/ton*	1658 liter/ton
2023	3391 liter/ton	8700 liter/ton*	1447 liter/ton
2022	3410 liter/ton	8664 liter/ton*	1470 liter/ton

Fabriken i Albyberg hade en vattenförbrukning på 3415 liter/ton producerad produkt. Detta är i linje med utfallet för föregående år och i linje med den förbrukning vi förväntat oss. Den marginella ökningen beror troligtvis på att produktmixen har förändrats något under året.

På Gotland var vattenförbrukningen för 2024, 9031 liter/ton producerad produkt. En ökning mot föregående år. Att vi generellt har en högre förbrukning i fabriken är på grund av att vi även producerar halvfabrikat. Detta då vi tvättar, skalar och kokar all potatis och rödbetor som vi använder till våra produkter. Vattnet från denna process återanvänds sedan för att bevattna nästa års skörd. Under året har vi infört nya rutiner och utrustning som har påverkat vattenförbrukningen och som vi kommer följa upp under 2025 på ett samlat sätt.

För anläggningen i Vidsel var vattenförbrukningen 1658 liter per ton färdig produkt, det är en ökning jämfört med de två tidigare åren. Under 2024 har vi ändrat om och flyttat om produktion mellan fabrikerna vilket innebär mindre produktserier och därmed fler diskningar för att säkra livsmedelssäkerhet. Detta har bidragit till att Vidsels vattenförbrukning har ökat. Vi har inte förändrat våra processer eller rengöringsprocedurer under året.

**Här ingår även stora mängder vatten till råvarubearbetning, vi skalar och kokar all potatis och rödbeta till våra sallader direkt på fabriken. På våra andra fabriker ligger denna förbrukning på våra råvaruleverantörer*

AVFALL & PRODUKTSVINN

Under 2024 har arbetat med att möjliggöra utsorteringen av nya fraktioner. Ett bra exempel är installationen av ett helt nytt nedkast med tillhörande komprimator för plast på vår fabrik i Albyberg, läs mer om det på sida 29.

Totalt har vi säkrat en reduktion på ca 5% för den brännbara fraktionen på våra fabriker, mycket tack vare att vi nu sorterar ut mycket mer plast än tidigare.

Allt organiskt avfall från anläggningarna i Albyberg, Gotland och Vidsel förädlas till biogas.

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.

Exempel på insatser som genomförts under det gångna året är att vi förändrat vår process för kokning och beredning av rödbetor på Gotlandsfabriken, vi behöver inte längre nacka rödbetorna. Denna förändring gör att vi kasserar ca 400 ton färre rödbetor varje år! (tidigare har rödbetsnackarna skickats till rötning för biogas)

Under 2024 har vårt samarbete med Matmissionen fortsatt och vi har skänkt produkter som är av prima kvalitet, men har lite för kort datum för att sälja till våra kunder. Matmissionen är en hjälporganisation som drivs av Stadsmissionen.

Under 2024 har vi tillsammans med Matmissionen räddat 18 ton mat!

SAMARBETEN FÖR ATT NÅ MÅLEN

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 2023 har skett i koncernens 11 fabriker, fördelat på fyra länder. I Sverige har vi produktionsanläggningar i Vidsel, Albyberg och på Gotland.

ORGANISERING AV HÅLLBARHET

Hållbarhet inom Agra samordnas av ansvarig Marte Gjeitung Byfuglien. I Foodmark har PU- och QEHS-chef Manella Jönsson det övergripande ansvaret för samordningen av strategiområdet Hållbarhet, medan ansvaret för det operativa arbetet ligger hos avdelningscheferna i relevanta avdelningar.

EKONOMISK OMSÄTTNING

Omsättning: 1019 MSEK

HÅLLBARHETSSTRATEGI

Under 2023 reviderades Foodmarks hållbarhetsstrategi. 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 2024 hade Foodmark 224 anställda, varav:

- 61 kvinnor
- 163 män

OM RAPPORTEN

OM RAPPORTEN

Denna rapport innehåller resultat från kalenderåret 2024. Innehållet har utarbetats genom bred involvering av organisationen och dokumentet har behandlats i företagets ledningsgrupp. Rapporten är vår sjunde 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 45 och 46. 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 PU & QEHS-Chef Manella Jönsson
Manella.jonsson@foodmark.se

eller AGRAs Inköpsdirektör Eirik Balchen Gjertsen
Eirik.gjertsen@agra.no

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

Foodmarks ekonomiska resultat rapporteras separat i vår årsredovisning.

Datum för publicering av hållbarhetsredovisningen är 2025-03-28.

Foodmarks årsredovisning publiceras senare under 2025.

BILAGA



UTMANINGAR, RESULTAT OCH MÅL FÖR VÅRA HUVUDOMRÅDEN 2020-2025

FOKUSOMRÅDE	RISK	VÅR PÅVERKAN	RESULTAT 2024	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. <i>(Källa: Folkhälsomyndigheten)</i>	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 och minska mängden salt, socker och tillsatser. Genom att vara transparenta med vad våra produkter innehåller kan vi hjälpa konsumenten till medvetna val.	Under 2024 utökade vi vårt växtbaserade sortiment med Rydbergs Potatissallad Vinäggrett och Rydbergs Asiatisk. Det är inte bara produktsortimentet som bidrar till den växtbaserade utvecklingen. Lika viktigt är det att tillhandahålla enkla och goda recept och våra hemsidor fylls hela tiden med nya, spännande recept speciellt framtagna för gröna, smakrika måltider	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 vårt gedigna HACCP-arbete och våra certifieringar i livsmedelssäkerhet kan vi förebygga och minska risken för faror i livsmedelsproduktionen och på så sätt tillverka högkvalitativa produkter.	Under året har vi haft ett stort fokus på livsmedelssäkerhet inom alla delar av verksamheten. Foodmarks produktionsanläggningar och centrala funktioner har genomgått externa revisioner med mycket goda resultat. Samtliga enheter erhöll betyg A eller AA enligt BRCs betygsskala. Vi har även lyckats sänka våra reklamtionstal till en historiskt låg nivå på 1,41 reklamationer per 100 000 sålda förpackningar. Vi har således tre år i rad legat under vår mål uppsatta för 2025.	Antalet återkallelser ska vara 0 och vi ska inte ha fler än 2,0 avvik per 100 000 sålda förpackningar.
 FÖRPACKNINGAR	Våra förpackningar finns till för att skydda och säkra en god kvalitet på våra livsmedel. När innehållet har konsumerats, är förpackningen fortfarande en viktig resurs i ett material-kretslopp Tex går det åt 2 kg olja för att tillverka 1 kg fossil plast (sett över all plastproduktion), vilket motsvarar utsläpp av ca 6 kg koldioxid.	Majoriteten av Foodmarks produkter packas i plastförpackningar, t ex hinkar, flaskor och bägare. Vi arbetar med att förbättra oss genom att designa och anpassa våra förpackningar till att kunna materialåtervinnas i ännu högre grad samt att minska mängden förpackningsmaterial, utan att det medför ett ökat matsvinn.	För 2024 så är: * 92,9% av våra plastförpackningar materialåtervinningsbara. * 95,6% av samtliga förpackningar (plast, aluminium, wellpapp) materialåtervinningsbara	Målet är att Foodmark ska ha 100% materialåtervinningsbara förpackningar ("Plastinitiativet 2025"). Vi ska även ha identifierat en möjlighet att använda förnybar eller helt återvunnen råvara till förpackningar (branschmål 2030).
  KLIMAT OCH MILJÖ	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 i verksamheten.	Under 2024 har vi installerat en ny elpanna vid anläggningen på Gotland med denna investering byter vi ut den gamla oljepannan vilket gör att vi inte kommer elda olja. Effekten av detta skifte kommer vi se under 2025 och innebär att vi kommer reducera våra CO2-utsläpp från egen verksamhet med ca 80% (referensår 2020).	Till 2025 ska vår verksamhet vara klimatneutral. Målsättning gällande avfall/övrigt svinn i fabrik är en reduktion med 20 % från 2020, tack vare receptoptimering och effektivare produktion. Vårt mål gällande vattenförbrukning är 3 m3/ton per producerad ton färdig produkt samt ytterligare effektivisering av vår produktion så att vattenförbrukningen minskar. Samtliga anläggning ska vara miljö-certifierade.

UTMANINGAR, RESULTAT OCH MÅL FÖR VÅRA HUVUDOMRÅDEN 2020-2025

FOKUSOMRÅDE	RISK	VÅR PÅVERKAN	RESULTAT 2024	MÅLSÄTTNINGAR FÖR 2025
 ETIK OCH MILJÖ I LEVERANTÖRS- KEDJAN	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 116 olika leverantörer för råvaror och emballage. 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 Etisk Handel Norge. Vår Supplier Code of Conduct ställer krav på att leverantörkedjans alla aktörer aktivt ska motverka korruption, utpressning och mutor. Den inkluderar även riskbedömning av mänskliga rättigheter.	Området ägs av vår koncerngemensamma inköpsavdelning. Varje år genomförs en riskbedömning av alla leverantörer med tillhörande plan för uppföljning av högriskleverantörer. Under 2024 har vi genomfört dialogmöten med leverantörer av 27 utvalda tillsatsämnen med tillfredställande resultat. Vidare har det under 2024 genomförts och dokumenterats 66 SMETA-revisioner i Agras leverantörsbas via Sedex.	100% av våra leverantörer kontrolleras och följs upp regelbundet gentemot våra krav på etik och miljö. Alla leverantörer av direkta varor, och de viktigaste leverantörerna av indirekta varor och tjänster, är omfattade av ett system för riskkartläggning och uppföljning. Systemet är digitaliserat och (delvis) automatiserat. Vi samarbetar aktivt med leverantörer med förbättringar och väljer systematiskt de som tillfredsställer våra minimumskrav.
 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 drygt 200 medarbetare, 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 året har vi fortsatt implementeringen av vår uppdaterade mission och värdegrund. Vi har arbetat med uppföljning av arbetsmiljö och utfört flera olika utbildningar inom området. Sjukfrånvaron har varit 4,68%, en marginell ökning mot föregående år, vi ser fortsatt ett behov av att minska den totala sjukfrånvaron. Olyckor med- och utan frånvaro har minskat jämfört med 2023.	Vi har en nollvision på arbetsolyckor. Andelen av medarbetarna som uppfattar att man har en alldeles för hög arbetsbelastning ska vara 0. Sjukfrånvaron ska inte överstiga 3,5%. Vi ska 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. <i>(Källa: Arbetsmiljöverket, Suntarbetsliv.se)</i>	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.	Foodmark arbetar aktivt för att skapa en inkluderande arbetsplats där alla har lika möjligheter att utvecklas och bidra. För att säkerställa en rättvis och objektiv rekrytering har vi övergått till en helt kompetensbaserad rekryteringsprocess, vilket minskar risken för omedvetna bias och stärker vårt fokus på rätt kompetens. Under året har vi även genomfört utbildningar i arbetsrätt för våra chefer, med syfte att öka kunskapen om lika rättigheter, skyldigheter och ett rättssäkert ledarskap. Genom att integrera dessa insatser i vår dagliga verksamhet fortsätter vi att stärka mångfald, jämställdhet och en trygg arbetsmiljö för alla medarbetare	Öka representationen av underrepresenterade grupper i arbetsstyrkan genom att sätta tydliga mål för rekrytering av personer med olika bakgrunder, kön, etnicitet och funktionshinder. Vi har en nollvision att uppnå 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)

	Förnyelsebar				
År: 2024	Animaliskt kg	Marint kg	Olja och fett kg	Tillsatser kg	Vegetabiliskt kg
Klinte (Gotland)	321 284	-	2 502 580	419 104	8 363185
Vidsel	34 700	-	553 457	30 712	98 266
Sundbyberg	n/a	n/a	n/a	n/a	n/a
Albyberg	1 489 190	532 255	5 571 500	489 494	1 908 235
Totalt	1 845 174	532 255	8 627 537	939 310	10 369 686

Total förbrukad mängd råvaror 2024	22 313 962	kg
Andel förnyelsebart	100	%

b) Emballage: Förbrukad mängd (kg)

	Förnyelsebar	Icke förnyelsebar	
År: 2024	Kartong och papper kg	Metall kg	Plast och kombinerat kg
Klinte (Gotland)	295 618	22 659	543 506
Vidsel	36 980	0	77 726
Sundbyberg	n/a	n/a	n/a
Albyberg	375 188	58 765	624 699
Totalt	707 786	81 424	1 245 931

Total förbrukad mängd emballage 2024	2 035 141	kg
Andel förnyelsebart	34,8	%
Andel icke- förnyelsebart	65,22	%

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

302-1 ENERGIANVÄNDNING

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

År: 2024	Olja <i>MWh</i>	Diesel <i>MWh</i>
Klinte (Gotland)	4 865	100
Vidsele	0	6
Sundbyberg	0	0
Albyberg	0	0
Totalt	4 865	106

Total energianvändning icke-förnyelsebar energi år 2024	4 971	<i>MWh</i>
---	-------	------------

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

År: 2024	Träpellets <i>MWh</i>	Biogas <i>MWh</i>	Fjärrvärme <i>MWh</i>
Klinte (Gotland)	n/a	n/a	n/a
Vidsele	86	n/a	n/a
Sundbyberg	n/a	n/a	n/a
Albyberg	n/a	n/a	n/a
Totalt	86		

Total energianvändning förnyelsebar energi år 2024	86	<i>MWh</i>
--	----	------------

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

År: 2024	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)	3 657	n/a	n/a	n/a
Vidsele	289	n/a	n/a	n/a
Sundbyberg	n/a	n/a	n/a	n/a
Albyberg	6 392	n/a	n/a	n/a
Totalt	10 338			

Total konsumtion av energi år 2024	10 338	<i>MWh</i>
------------------------------------	--------	------------

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

År: 2024	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
Vidsele	0	0	0	0
Sundbyberg	n/a	n/a	n/a	n/a
Albyberg	0	0	0	0
Totalt				

Total försäljning av energi år 2024	0	<i>MWh</i>
-------------------------------------	---	------------

306-2 AVFALL

a. Total vikt av farligt avfall

År: 2024	Farligt avfall som återanvänds <i>ton</i>	Farligt avfall som går till återvinning <i>ton</i>	Farligt avfall som komposteras <i>ton</i>	Farligt avfall som går till utvinning inkl. energiutvinning <i>ton</i>	Farligt avfall som går till förbränning <i>ton</i>	Farligt avfall som går till deponering <i>ton</i>	Annan hantering <i>ton</i>
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	2,00
Totalt	0	0	0	0	0	0	2,00

b. Total vikt av ofarligt avfall

År: 2024	Ofarligt avfall som återanvänds <i>ton</i>	Ofarligt avfall som går till återvinning <i>ton</i>	Ofarligt avfall som komposteras <i>ton</i>	Ofarligt avfall som går till utvinning inkl. energiutvinning <i>ton</i>	Ofarligt avfall som går till förbränning <i>ton</i>	Ofarligt avfall som går till deponering <i>ton</i>	Annan hantering <i>ton</i>
Klinte (Gotland)	0	45,2	0	2 961,5	71,0	0	0
Vidsele	0	7,2	0	15	0	0	0
Sundbyberg	n/a	n/a	n/a	n/a	n/a	n/a	n/a
Albyberg	0	112,3	0	1 763,4	142,0	0	0
Totalt	0	164,7	0	4 724,9	213,0	0	0

2023: 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	2,00	ton
Totalt	2,00	ton

2023: Total vikt ofarligt avfall som:

Återanvänds	0	ton
Återvinns	164,7	ton
Komposteras	0	ton
Utvinning inkl. energiutvinning	4 724,9	ton
Förbränning	213,0	ton
Deponi	0	ton
Annan hantering	0	ton
Totalt	5 102,6	ton

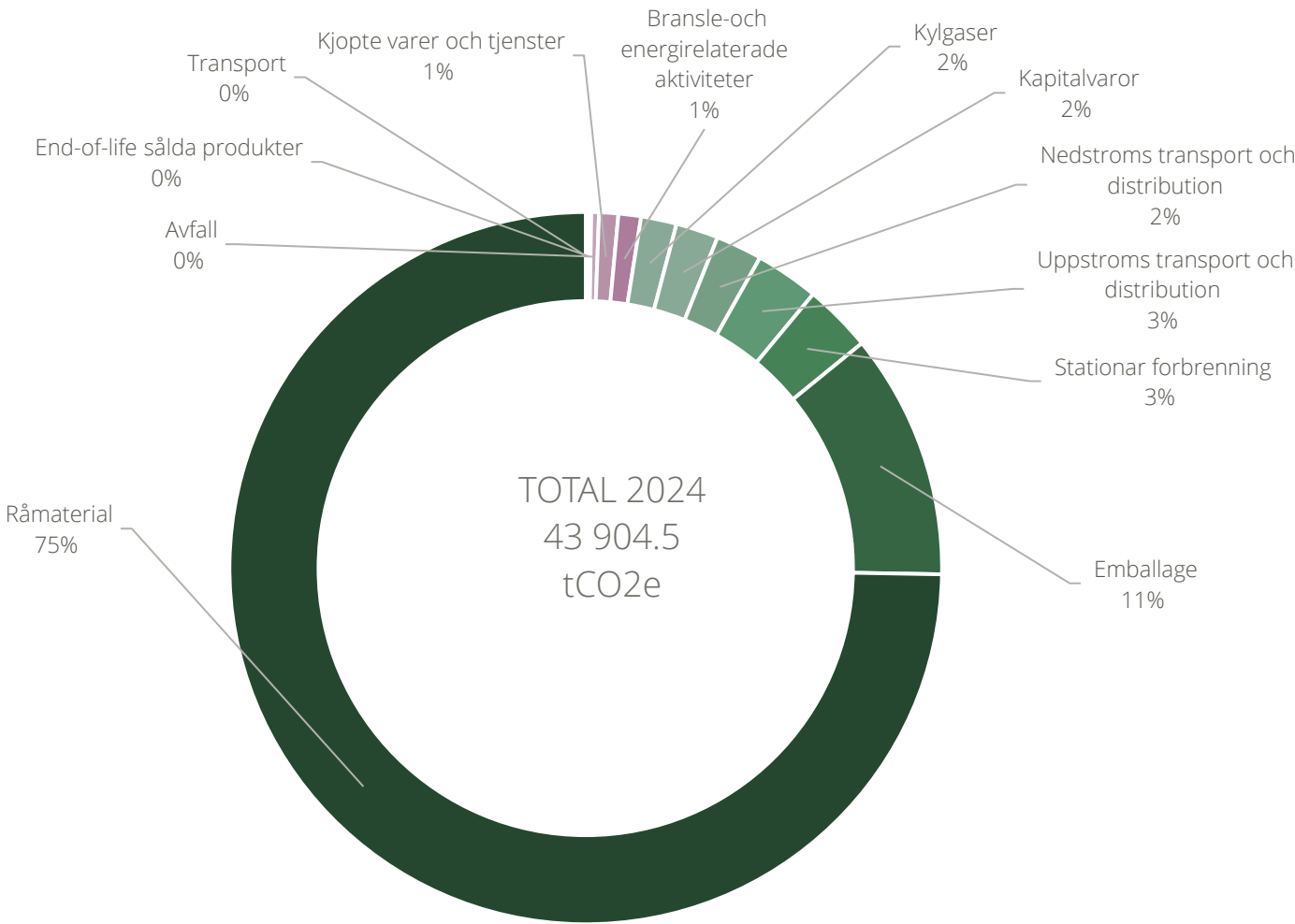
KLIMATBERÄKNING 2024

Det långsiktiga målet för Foodmark är att erbjuda klimatneutrala produkter och vi satte 2020 en ambitiös plan om att vår egna produktion (Scope 1 & 2) skulle vara klimatneutral till 2026. Vi kommer utifrån utfall så långt revidera vår hållbarhetsstrategi till 2030 under 2025.

Sedan 2019 har Foodmark beräknat sina utsläpp enligt Greenhouse Gas (GHG) Protocol, vilket har gett oss en omfattande bild av vår klimatpåverkan. Vi har kartlagt våra direkta utsläpp och energiförbrukning inom den egna verksamheten (scope 1) samt de indirekta utsläppen från inköpt energi (scope 2). Utöver detta har vi analyserat utsläpp i hela värdekedjan (scope 3) för att få en heltäckande bild av vår klimatpåverkan.

Under 2024, har vi utökat rapportering av scope 3 kategorier och inkluderat utsläpp kopplat till IT varor, inköpta tjänster, kapitalvaror och pendling. Foodmarks scope 3 rapportering inkluderar utsläpp från avfall, transport, tjänsteresor, emballage, slutanvändning av emballage, kapitalvaror, pendling, IT-varor, tjänster och energirelaterade aktiviteter.

Nedan redovisas Foodmarks klimatbokslut från basåret 2020 samt för åren 2023 och 2024. Klimatutsläppen har haft en reduktion på 3,2% sedan 2023, och 0,4% reduktion från 2020. Jämfört med utsläpp per producerad enhet har utsläppen minskat med 6,4 % jämfört med 2023.



Ton CO2-ekv.	2020	2023	2024
SCOPE 1			
Scope 1 Total	1501	1704	2105
Transport	110	69	52
Stationär förbränning	1331	1490	1350
Kylgaser	61	145	704
SCOPE 2			
Scope 2 Total	126	121	115
Elektricitet	126	119	111
Elbilar	0	2	4
SCOPE 3			
Scope 3 Total	42 449	43 548	41 685
IT varor och tjänster	363	371	380
Kapitalvaror	406	766	841
Uppströms transport och distribution (från leverantör till Foodmark)	1 465	1 689	1 258
Bränsle- och energirelaterade aktiviteter	326	477	446
Avfall	227	260	152
Emballage	5 390	5 089	4 864
End-of-life sålda produkter	182	119	56
Tjänsteresor	26	31	32
Pendling	244	205	170
Råmaterial	33 314	33 536	32 570
Nedströms transport och distribution (från Foodmark till kund)	509	1 005	917
SUMMA	44 076	45 373	43 905

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	6
	102-2	Primära varumärken, produkter och tjänster	6
	102-3	Huvudkontor	5
	102-4	Verksamhetsländer	5
	102-5	Ägarstruktur och bolagsform	6, 36
	102-7	Organisationens storlek	6, 36
	102-8	Medarbetarstyrka	6, 36
	102-11	Tillämpning av försiktighetsprincipen	39, 40
	102-12	Externa initiativ	35
	102-13	Medlemskap i organisationer	35
Strategi	102-14	Uttalande från organisationens högsta beslutsfattare	3
	102-15	Väsentlig påverkan	39, 40
Etik och integritet	102-16	Värderingar, principer och etiska riktlinjer	30, 31
Identifierade väsentliga aspekter och avgränsningar	102-46	Process för att definiera redovisningens innehåll	8, 10
	102-47	Identifierade väsentliga aspekter	8, 10
	103-1	Väsentliga aspekters avgränsning inom organisationen	8, 10
	103-1	Väsentliga aspekters avgränsning utanför organisationen	8, 10
	102-48	Effekter av förändringar i tidigare redovisad information	8, 10
Intressentdialog	102-49	Betydande förändringar avseende omfattning och väsentliga aspekters avgränsning	8, 10
	102-40	Intressentgrupper	8, 10
	102-41	Medarbetare som omfattas av kollektivavtal	23
	102-42	Val av intressentgrupper	8
Redovisningsprofil	102-50	Redovisningsperiod	37
	102-51	Datum för senaste redovisning	37
	102-52	Redovisningscykel	37
	102-53	Kontaktperson	37
	102-54	Redovisningsalternativ	37
	102-55	Index	39,40
	102-56	Extern bestyrkande	

	GRI-INDIKATOR	FÖRKLARING	SIDHÄNVISNING
Miljöpåverkan	301-1	Materialanvändning	27, 41
Energi	302-1	Energianvändning	42
Klimatberäkning Scope 1, 2 & 3	305-1,2 & 3	Klimatutsläpp	44
Utsläpp av vatten och avfall	306-2	Fast avfall	34, 43
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.