

VÅRT BIDRAG  
TILL EN

**BÄTTRE  
FRAMTID**

EN SAMMANFATTNING AV CARLSBERG  
SVERIGES HÅLLBARHETSARBETE

TOGETHER  
TOWARDS   
**ZERO**

## INNEHÅLLSFÖRTECKNING

|  |       |
|--|-------|
| VD HAR ORDET .....                     | 4-5   |
| OM FÖRETAGET .....                     | 6-7   |
| STARK KOPPLING TILL VÅRT SYFTE .....   | 8-9   |
| NYTT HÅLLBARHETSPROGRAM .....          | 10-11 |
| AGENDA 2030 .....                      | 12-13 |
| NOLL KOLDIOXIDAVTRYCK .....            | 14-21 |
| NOLL VATTENSPILL .....                 | 22-23 |
| NOLL OANSVARIG KONSUMTION .....        | 24-29 |
| NOLL OLYCKSKULTUR .....                | 30-31 |
| VÅRT HÅLLBARHETSARBETE .....           | 32-34 |
| KORTA FAKTA OM CARLSBERG SVERIGE ..... | 35    |

**FÄRG:** CMYK

**PAPPER:** Edixion offset – Svanenmärkt

**UPPLAGA:** 1000 ex

Vill du veta mer om Carlsberg Sveriges hållbarhetsarbete: [www.okorkat.se](http://www.okorkat.se)

Vi gör en global hållbarhetsrapport för hela Carlsberg-koncernen,  
den hittar du på [www.carlsberggroup.com/sustainability](http://www.carlsberggroup.com/sustainability)





## VD HAR ORDET

# LÅNGSIKTIG HÅLLBAR UTVECKLING

Hållbarhet har varit en central del av vår verksamhet ända sedan början, instiftat av Carlsbergs grundare J.C. Jacobsen. Vårt syfte är att vi ska brygga för ett bättre nu och för en bättre framtid. Vår ambition är att säkra långsiktig hållbar utveckling och här integrerar vi såväl ekonomiska och miljömässiga som sociala aspekter i verksamheten.

Vi har som koncern satt ambitiösa mål för hållbarhet och åtagit oss att nå dem, genom vårt globala hållbarhetsprogram Together Towards ZERO. I Sverige vill vi bli branschens ledande företag inom hållbarhet och vi har definierat det som att vara och uppfattas som Sveriges mest ansvarsfulla bryggeri. Vi vill ge ett positivt bidrag till samhället och miljön genom att utveckla och genomföra ansvarsfulla metoder som ska leda oss till framgång. Med Together Towards ZERO är vi bättre rustade än någonsin. Att vårt bryggeri i Falkenberg är det första bryggeriet i Carlsberg-koncernen som är koldioxidneutralt från energi-användningen visar att vi är på god väg.

När vi alla – samhället, enskilda individer, stat och företag – tar gemensamt ansvar kan vi skapa en riktig och hållbar förändring. I det arbetet vill vi gå i främsta ledet och gärna inspirera andra att följa med oss på resan.

Våra höga ambitioner kan bara nås och få mening genom framgångsrika samarbeten med nuvarande och nya samarbetspartners. För att nå våra mål är det också viktigt att hållbarhetsarbetet är integrerat som en naturlig del i värdekedjan och är en del av viktiga och strategiska beslut som vi fattar. Som Sveriges ledande bryggeri, med många starka och omtyckta varumärken i vår portfölj och en stark agenda för tillväxt, har våra kunder och konsumenter med all rätt även höga förväntningar och krav på oss. Vi har kommit en bra bit på vägen och vår ambition är att nå ännu fler hållbarhetsmål. Vi är fast beslutna att fortsätta framåt och vet att en stor del av framgången ligger i att lyssna på våra konsumenter och i de samarbeten vi driver tillsammans med kunder och samarbetspartners.

Låt oss fortsätta forma en bättre framtid och en mer lönsam affär, tillsammans.

Ted Akiskalos, VD Carlsberg Sverige

## OM FÖRETAGET

# SVERIGES LEDANDE BRYGGERI

Carlsberg Sverige erbjuder ett brett urval av drycker. Våra framgångar är en kombination av starka lokala och internationella varumärken, bryggertradition och en hög kompetens som sträcker sig 300 år tillbaka i tiden.

Vi har i vår produktportfölj över 60 varumärken och 400 unika produkter. Carlsberg, Falcon, Eriksberg, Brooklyn, Staropramen, Somersby, Pepsi och Ramlösa är några av de varumärken som ingår i sortimentet. Carlsberg Sverige bildades 2001. Stommen bestående av Pripps, Bryggeriet Falken, Ramlösa Hälsobrunn och självklart Carlsberg, har däremot en betydligt längre historia, ända tillbaka till 1670-talet.

Företaget ingår i den internationella koncernen Carlsberg Group, som är ett av världens största bryggerier med produkter på över 150 marknader, 40 000 medarbetare och som brygger över 10 miljarder liter öl per år (2017).

Carlsberg Sverige har idag 950 medarbetare över hela landet. 490 av dem arbetar på vår största produktionsort i Falkenberg där vi tillverkar öl och läsk och andra drycker. I Ramlösa arbetar drygt 60 medarbetare med produktionen av vårt naturliga mineralvatten Ramlösa.

Vid vårt huvudkontor i Solna har vi ca 135 medarbetare som arbetar inom sälj, marknad och supportfunktioner, i Rosersberg arbetar 15 medarbetare på vårt Teknik och Service-centra. Vi har även ca 250 medarbetare som arbetar runt om i landet med att sälja eller distribuera våra produkter till kunderna.

Vår försäljningsvolym 2017 var 408 miljoner liter. Det är ca 40 liter/person i Sverige.\*

Vi har under de kommande åren en stark agenda för tillväxt. Vi investerar i våra människor och i våra varumärken. Vi arbetar kontinuerligt för att effektivisera och förbättra verksamheten. Med ett nytt globalt hållbarhetsprogram, Together Towards ZERO, har vi extra fokus på att accelerera inom hållbarhetsområdet.

\*Befolkningsmängd i Sverige, februari 2018: 10 135 303. Källa: www.scb.se



## STARK KOPPLING TILL VÅRT SYFTE

# BREWING FOR A BETTER TODAY AND TOMORROW

Vårt syfte guidar oss i allt vi gör. Vi strävar efter perfektion i alla våra aktiviteter. Vi fokuserar på forskning och innovation, alltid med utgångspunkt från vad våra konsumenter vill ha, och vi strävar efter att utveckla en mer hållbar bryggerinäring där vi även bidrar till samhället och skapar en bättre framtid för oss alla.

På Carlsberg har vi länge arbetat hållbart, ja faktiskt ända sedan JC Jacobsen grundade Carlsberg 1847. JC Jacobsen var en pionjär och han, liksom alla våra grundare, strävade efter att utveckla bryggarkonsten, idag och imorgon. Vårt syfte – Brewing for a Better Today and Tomorrow – handlar just om det.

”Vissa måste gräva djupt för att hitta sitt syfte, för oss har det alltid funnits där. Vi utövar perfektion, varje dag. Vi strävar efter att brygga bättre öl. Öl, som bidrar till att ge bättre upplevelser och för människor samman. Vi nöjer oss inte med omedelbar framgång, vi vill också skapa en bättre framtid för oss alla.”



## FOKUS PÅ DE OMRÅDEN SOM ÄR VIKTIGAST

Hållbarhet är en del av vår globala affärsstrategi, SAIL'22, inom arbetet att skapa en vinnande kultur på Carlsberg. Det är vår ambition att bidra till ett bättre samhälle överallt där vi brygger och säljer vår öl och övriga drycker (läsk, cider, vatten och RTD), med eller utan alkohol.

Sommaren 2017 lanserades ett nytt globalt hållbarhetsprogram, med långsiktiga mål för år 2022 och 2030. Together Towards ZERO, som programmet heter, fokuserar på globala utmaningar som klimatförändringar, vattenbrist och folkhälsoproblem, och har sitt avstamp i den egna verksamheten, dvs där vi utifrån vår affärsmodell har störst påverkan och där vi kan göra störst skillnad.



## VÅR AFFÄRSMODELL



### Upphandling

Global upphandling hanteras av en central inköpsfunktion.



### Brygging och fyllning

Globalt har vi bryggerier på mer än 35 marknader som koordineras av en central Supply Chain-funktion. I Sverige har vi ett bryggeri i Falkenberg och vattenproduktion i Ramlösa.



### Distribution

Vi har ett starkt fokus på en effektiv distribution där vi arbetar med maximal fyllnadsgrad och minimal körsträcka. Vi använder tågtransport där det är möjligt.



### Kunder

Vi har tre kundkanaler: Off Trade (dagligvaruhandel och servicehandel, samt gränshandel), Systembolaget och On Trade (restauranger, pubar, barer, kaféer, hotell och festivaler mm).



### Konsumenter

Globalt möter vi varje dag konsumenter på över 150 marknader. I Sverige säljer vi årligen drygt 400 miljoner liter dryck. Vi vill ge våra konsumenter bättre upplevelser med våra drycker varje gång.

## NYTT HÅLLBARHETSPROGRAM

**TOGETHER  
TOWARDS ZERO**

2017 lanserades ett nytt globalt hållbarhetsprogram, Together Towards ZERO. Det grundar sig i konsumenters ökade efterfrågan på hållbara produkter, i en tid av globala utmaningar som klimatförändringar, vattenbrist och folkhälsoproblem. Vi har påbörjat resan mot NOLL, att skapa ett bättre, mer robust företag i harmoni med samhället. Vi är övertygade om att det här är rätt sak att göra, både för att vi ska trivas och bidra till ett bättre samhälle.



Together Towards ZERO består av fyra områden: NOLL koldioxidavtryck, NOLL Vattenspill, NOLL Oansvarig konsumtion och NOLL Olyckskultur. Alla med individuella och mätbara mål för 2022 och 2030.

## NYTT HÅLLBARHETSPROGRAM

**AMBITIONER  
OCH MÅL**

**NOLL  
KOLDIOXID-  
AVTRYCK**

Minska klimatpåverkan genom Noll koldioxidavtryck i egen produktion samt att minska med 30% över hela värdekedjan till år 2030. Globalt ska vi 2022 ha 100% förnybar elektricitet i vår egen verksamhet.



**NOLL  
VATTEN-  
SPILL**

Minska vattenanvändningen i produktion med hälften till år 2030. Förbättra effektiviteten och, tillsammans med samarbetspartners, säkra vattenresurser i områden där det råder vattenbrist.



**NOLL  
OANSVARIG  
KONSUMTION**

Konsumenten ska ha 100% valmöjlighet av alkoholfria alternativ. Tydliga märkningar kring ansvarsfull konsumtion, näringsvärde och ingredienser på våra förpackningar och digitalt. Fokus på samarbeten för att stödja ansvarsfull konsumtion och minska den skadliga alkoholkonsumtionen.



**NOLL  
OLYCKS-  
KULTUR**

Sträva efter och arbeta för en nollvision för olyckor. Med tydliga förbättringar år för år. Fokus ligger på utbildning, kommunikation, beteendeförändring och tydligt ledarskap.

# AGENDA 2030

Med FN:s globala mål för en hållbar utveckling har regeringar, civilsamhället, näringslivet och allmänheten en gemensam referensram för att tillsammans utrota fattigdom och hunger, förverkliga de mänskliga rättigheterna, uppnå jämställdhet samt bekämpa klimatförändringarna. Alla 17 globala mål är viktiga och hänger samman, men vi fokuserar på de som ligger närmast vår verksamhet och där vi kan göra störst skillnad.

Några av de globala målen är här något förkortade jämfört med originalet. Läs mer om de globala målen på [www.regeringen.se](http://www.regeringen.se)



## DE GLOBALA MÅLEN SOM FRAMFÖRALLT PÅVERKAR VÅR VERKSAMHET



\* **12.2** Senast 2030 uppnå en hållbar förvaltning och ett effektivt utnyttjande av naturresurser.

**12.5** Till 2030 väsentligt minska mängden avfall genom åtgärder för att förebygga, minska, återanvända och återvinna avfall.



\* **12.9** Stödja utvecklingsländer att stärka sin vetenskapliga och tekniska kapacitet att utvecklas i riktning mot mer hållbara konsumtions- och utvecklingsmönster.



**17.16** Stärka det globala partnerskapet för hållbar utveckling och komplettera det med partnerskap mellan fler parter som mobiliserar och utbyter kunskap, expertis, teknik och finansiella resurser.



**17.17** Uppmuntra och främja effektiva offentliga och offentlig-privata partnerskap samt partnerskap inom det civila samhället.



\* **7.2** Till 2030 väsentligen öka andelen förnybar energi i den globala energimixen.  
**7.3** Till 2030 fördubbla den globala förbättringstakten vad gäller energieffektivitet.



\* **13.1** Stärka motståndskraften mot och förmågan till anpassning till klimatrelaterade faror och naturkatastrofer.  
\* **13.3** Förbättra utbildningen, medvetenheten och den mänskliga och institutionella kapaciteten vad gäller klimatanpassning, begränsning av klimatförändringarna och dess konsekvenser samt tidig varning.



**6.4** Till 2030 väsentligen effektivisera vattenanvändningen inom alla sektorer samt säkerställa hållbara uttag och en hållbar försörjning av sötvatten för att minska vattenbrist.



\* **6.5** Senast 2030 genomföra en integrerad förvaltning av vattenresurser på alla nivåer.



**3.5** Stärka insatserna för att förebygga och behandla missbruk av olika former, inklusive skadligt alkoholmissbruk.



\* **3.6** Till 2020 halvera antalet dödsfall och skador i vägtrafikolyckor.



**8.8** Skydda arbetstagarnas rättigheter och främja en trygg och säker arbetsmiljö för alla arbetstagare.



## NOLL KOLDIOXID- AVTRYCK

### 2030 GLOBALA MÅL

# 0%

**KOLDIOXIDUTSLÄPP PÅ  
SAMTLIGA BRYGGERIER**

# 30%

**MINSKNING AV  
KOLDIOXIDAVTRYCKET  
ÖVER HELA VÄRDEKEDJAN**

### 2022 GLOBALA MÅL

# 50%

**MINSKNING AV  
KOLDIOXIDUTSLÄPPEN PÅ  
SAMTLIGA BRYGGERIER**

# 100%

**FÖRNYBAR  
ENERGI PÅ SAMTLIGA  
BRYGGERIER**

# 15%

**MINSKNING AV  
KOLDIOXIDAVTRYCKET  
ÖVER HELA VÄRDEKEDJAN**

# 100%

**KYLAR MED LÅG  
KLIMATPÅVERKAN**

**PARTNERSKAP MED 30 LEVERANTÖRER FÖR ATT  
GEMENSAMT MINSKA KOLDIOXIDFOTAVTRYCKET**



## NOLL KOLDIOXIDAVTRYCK

# DET HÄR ÄR VÅR AMBITION

Klimatförändringarna är en av de svåraste globala utmaningarna vi har idag. Parisavtalet (COP15) visar tydligt att näringslivet har en stor roll att spela för att dessa klimatutmaningar ska kunna mötas. Vår ambition för NOLL Koldioxidavtryck ligger i linje med Parisavtalets mer ambitiösa klimatmål, att stoppa den globala uppvärmningen till 1,5 °C. Det ligger även i linje med de globala målen.

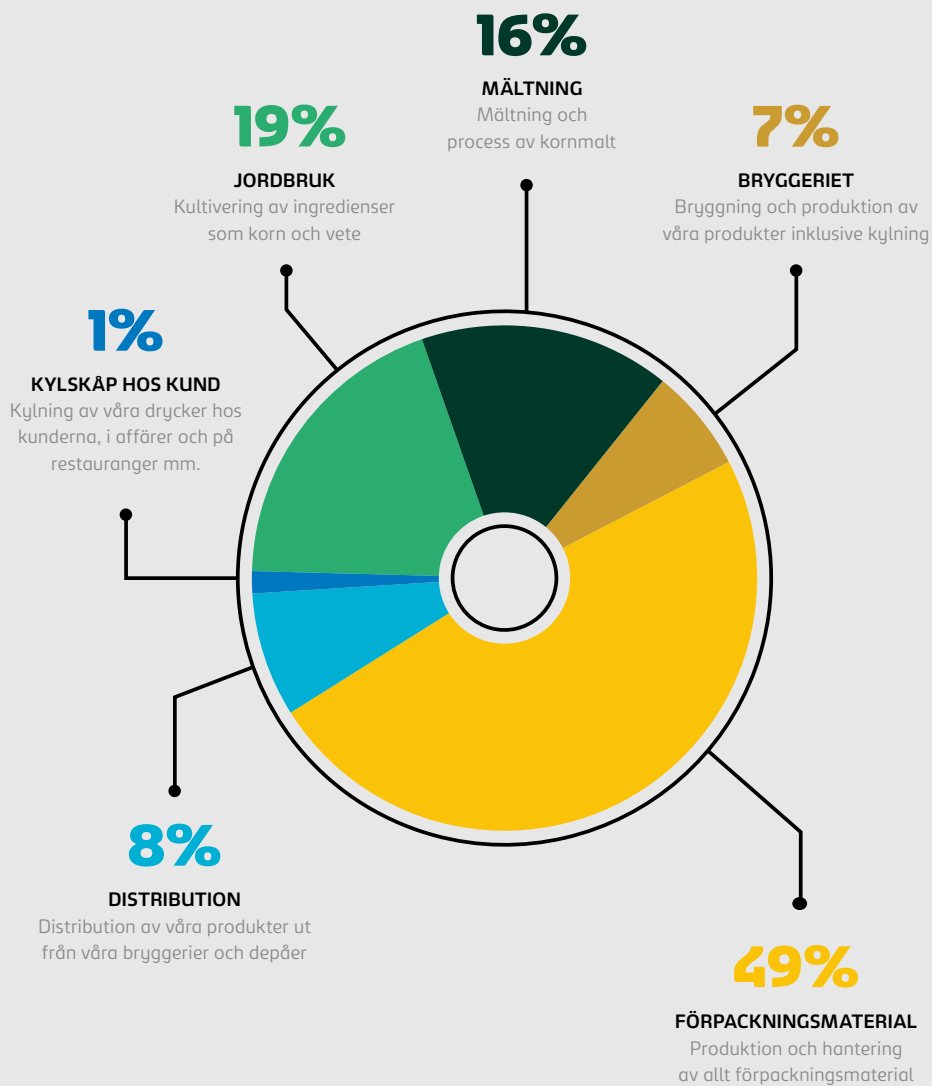
## DET HÄR GÖR VI PÅ CARLSBERG SVERIGE

- Vi har länge arbetat med resurs-  
effektivisering i vår egen verksamhet.  
Mellan 2010-2017 har vi minskat vårt  
koldioxidavtryck med 32,5% i produktionen  
i Falkenberg och Ramlösa.
- Hösten 2017 blev bryggeriet i Falkenberg  
det första bryggeriet i Carlsberg-koncernen,  
och det första stora bryggeriet i Sverige,  
som drivs med noll koldioxidutsläpp från  
energianvändningen. Genom att öka  
användningen av biogas är bryggeriet nu  
till 100 procent drivet av biogas och grön el.
- Vi kör med Eco-Driving för alla yrkes-  
chaufförer och hög fyllnadsgrad i våra  
lastbilar, vilket minskar använd liter driv-  
medel per liter dryck och därmed minskar  
klimatpåverkan. Vi använder tågtransport  
där det är möjligt.
- Vi använder sedan flera år 100%  
förnyelsebar elektricitet i produktionen.

**FRAMÅT FORTSÄTTER VI** att arbeta för smarta energibesparingar i den egna produktionen. Samt att tillsammans med partners och leverantörer säkerställa att klimatpåverkan minskar över värdekedjan, med särskilt fokus på förpackningar. Vi är aktiva medlemmar i Dryckesbranschens Klimatinitiativ, där Sveriges Bryggerier, SVL och Systembolaget gått samman för att göra skillnad för klimatet.



# FÖRDELNINGEN AV VÅRT TOTALA KLIMATAVTRYCK FÖRDELAT ÖVER VÄRDEKEDJAN



Siffrorna avser Carlsberg Sverige och startåret för mätningarna är 2015\*

Carlsberg Sveriges "Beer in hand" fotavtryck, dvs för hela värdekedjan, för 2015 som är startåret för Together Towards ZERO. Totalt 111 000 ton CO<sub>2</sub>e.

Kultiveringen av jordbruksprodukter utgör nästan 1/5 del av vårt klimatavtryck och här vill vi tillsammans med våra leverantörer titta på lösningar för ett mer miljösmart jordbruk.



Mältningen och processen av kornmalt är en process som kräver mycket värme och därav drar mycket energi.



Förpackningsmaterialet utgör nästan hälften av vårt klimatavtryck och är därför ett av våra fokusområden när vi tittar på hur vi kan minska vårt totala klimatavtryck.



För att kunna erbjuda kyla har våra kunder kylskåp i sina affärer och på sina restauranger. Vi väljer och erbjuder kylar med låg klimatpåverkan.

## NOLL KOLDIOXIDAVTRYCK

# INNOVATIVA FÖRPACKNINGS- LÖSNINGAR

Förpackningar utgör cirka hälften av vårt koldioxidavtryck i Sverige och är därför ett viktigt fokusområde för oss. Detta i kombination med att dagens konsumenter är mer miljömedvetna än någonsin och hela samhället strävar mot en mer hållbar utveckling ställer höga krav på vår, och andra företags, produktutveckling.

Globalt samarbetar vi i partnerskap med flera leverantörer inom ramen för Carlsberg Circular Community, med syfte att ta ansvar för att använda naturresurserna mer effektivt. Hur kan vi minska mängden förpackningsmaterial, öka andelen förpackningar som kan återanvändas, öka återvinningsgraden och hur kan våra förpackningar få nytt liv? Vi vill engagera konsumenter med mer hållbara förpackningsinnovationer, här är en av dem:

## THE GREEN FIBER BOTTLE

Det här är världens första biobaserade ölfaska. Det är en kartongbaserad förpackning gjord på förnyelsebara råvaror från hållbara skogsbruk, där lika många träd återplanteras som används. Flaskan är naturligt nedbrytbar. Men, ska givetvis in i ett återvinningssystem. Liknande det vi har idag för våra vanligaste förpackningstyper. The Green Fiber Bottle ska testlanseras i Europa under 2018-2019.



## DRAUGHTMASTER

Ett nytt innovativt fatölssystem. Med smidiga 20-liters PET-behållare ersätter vi de gamla stålfaten. Fördelarna är många; hållbarheten på ölen ökar från 4-5 dagar till en månad. Faten är lätta och bidrar till en säkrare arbetsmiljö för restaurangpersonalen. Ingen kolsyra tillsätts i fatet, det du får i glaset är en färskpressad öl av högsta kvalitet. När ett fat är tomt komprimeras det och blir inte större än en 2-liters mjölkförpackning. Eftersom de inte diskas minskar vattenanvändningen i hanteringen.

En Livscykelanalys visar att klimatpåverkan för DraughtMaster är något bättre än för stålfat. Stålfaten transporteras fram och tillbaka mellan bryggeriet och kunderna, men med en effektiv distribution och lång livslängd på stålfat blir klimatavtrycket i princip detsamma. Jämfört med burk och engångsglasflaskor har DraughtMaster en avsevärt lägre klimatpåverkan. Nu undersöks möjligheter till materialåtervinning eller upcycling, i linje med den cirkulära ekonomin.



Nya smidiga DraughtMaster förlänger fatölens hållbarhet upp till en månad.

## SVENSKARNA ÄR BRA PÅ ÅTERVINNING

BURK: **85,7%\***  PET TOTALT: **84,1%**  TOTALT: **85%\***

\*SIFFRORNA AVSER 2017 OCH MÅLET ÄR ATT 90% SKA ÅTERVINNAS. UPPGIFTER FRÅN RETURPACK.

# FÖRSTA KOLDIOXID-NEUTRALA BRYGGERIET

Hösten 2017 blev vårt bryggeri i Falkenberg, tillsammans med vår vattenanläggning i Ramlösa, det första bryggeriet i Carlsberg-koncernen och det första stora bryggeriet i Sverige, som drivs med noll koldioxidutsläpp från energiförbrukningen. Genom att öka användningen av biogas är bryggeriet nu till 100 procent drivet av biogas och grön el (från förnybara källor).

Bryggeriet har under många år använt grön el. Fram tills hösten 2017 var 26 procent biogas som genererats från bryggeriets eget spillvatten. Resterande 74 procent har varit naturgas som, i samarbete med gasleverantören Ørsted AB, konverterats till biogas. Från 2012 till 2015 har andelen av energin från biogas som framställts från det egna spillvattnet ökat från 3 till 26 procent. Parallellt har även så kallade "ängfällor" setts över och onödiga förluster av energi har reducerats kraftigt.



# VARJE DROPPE RÄKNAS

Vi är stolta medlemmar av Dryckesbranschens Klimatinitiativ. Ett samarbete mellan Sveriges Bryggerier, SVL (Sprit & Vinleverantörsföreningen) och Systembolaget, där alla parter samverkar för att skapa en mer hållbar dryckesbransch.

I november 2017 skrev de tre parterna under en gemensam Viljeyttring med avsikt att minska branschens klimatavtryck i linje med de globala hållbarhetsmålen i Agenda 2030. En framgångsfaktor i arbetet är att alla företag, stora som små, ska kunna vara med och göra skillnad utifrån sina förutsättningar.

Mikael Hellberg, ordförande Sveriges Bryggerier, Magdalena Gerger, vd Systembolaget och Carl Johan Swaton, vice ordförande SVL.



2018 startade Carlsberg Group ett initiativ för unga klimatforskare, Carlsberg Young Scientists Community. Under ledning av Carlsbergs Forskningslaboratorium i Köpenhamn ska dessa unga forskare undersöka hur vi kan lösa globala miljöutmaningar inom områdena klimat, vatten och hållbart bryggande.





## NOLL VATTEN- SPILL

### 2030 GLOBALA MÅL

**50%** MINSKNING AV  
VATTENANVÄNDNING PÅ  
SAMTLIGA BRYGGERIER

**PARTNERSKAP FÖR ATT SÄKRA  
VATTENHANTERING I HÖGRISKOMRÅDEN**

### 2022 GLOBALA MÅL

**25%** MINSKNING AV  
VATTENANVÄNDNING PÅ  
SAMTLIGA BRYGGERIER

**STRÄVA EFTER ATT GÅ LÄGRE ÄN 2,0 HL/HL  
PÅ ALLA HÖGRISKBRYGGERIER**

**PARTNERSKAP FÖR ATT SÄKRA  
VATTENHANTERING I HÖGRISKOMRÅDEN**

**6** RENT VATTEN OCH  
SANITET FÖR ALLA



## NOLL VATTENSPILL

# DET HÄR ÄR VÅR AMBITION

Vår affär är beroende av tillgången till rent vatten. Utan vatten ingen öl. Öl består till största delen av vatten, och vår öl görs av bland annat humle och malt som kräver vatten under produktion. Vattenbrist är ett allvarligt problem på flera ställen i världen.

Vi vill vara med och bidra till att säkra tillgången till vatten genom att minska vår vattenanvändning och bli bättre på att resurshålla med vatten. Vi ska halvera vår vattenanvändning i alla våra bryggerier, från dagens globala nivå på 3,4 liter vatten per färdig liter produkt, till 1,7 liter vatten per färdig liter produkt, till 2030.

## DET HÄR GÖR VI PÅ CARLSBERG SVERIGE

- Vi har låg vattenanvändning i vår svenska produktion. Sedan 2010 har andelen vatten minskat från redan låga nivåer per färdig liter producerad dryck, med 7% i Falkenberg (där vi tillverkar öl, läsk, cider och andra drycker) och med 16% i Ramlösa (där vi tappar Ramlösa mineralvatten). 2017 gick det åt 2,7 liter vatten per liter färdig produkt i Falkenberg och 1,6 liter vatten per färdig liter Ramlösa.
- Ramlösa Vattenfond är ett mycket viktigt initiativ där vi bidrar till att stötta Röda Korsets vattenprojekt i utsatta områden. Vi har sedan 2011 bidragit till säkrare vattentillgång i flera av deras vattenprojekt i Afrika. Vi skänker motsvarande en liter rent vatten för varje liter såld Ramlösa. Hittills har vi skänkt över 560 miljoner liter rent vatten (2018).
- Vi är beroende av våra vattenkällor i Sverige. PU:REST är Sveriges första öl bryggd på renat avloppsvatten. Ett innovativt samarbete mellan Nya Carnegiebryggeriet, IVL Svenska Miljöinstitutet och Carlsberg Sverige, där ny teknik visar hur vi med gemensamma krafter kan bidra till en mer hållbar vattenhantering.

**FRAMÅT KOMMER VI** fortsätta  
att arbeta med att hitta ytterligare  
smarta vattenbesparingar i den  
egna produktionen och arbeta  
i partnerskap.



## NOLL OANSVARIG KONSUMTION

### 2030 GLOBALA MÅL

# 100%

AV ALLA MARKNADS-  
BOLAG FÖRBÄTTRAR  
SIG INOM ANSVARSFULL  
KONSUMTION ÅR FÖR ÅR

### 2022 GLOBALA MÅL

# 100%

TILLGÄNGLIGHET  
AV ALKOHOLFRI ÖL

# 100%

INFORMATION OM  
ANSVARSFULL KONSUMTION PÅ  
FÖRPACKNINGAR OCH GENOM  
VARUMÄRKESAKTIVERING

# 100%

AV ALLA MARKNADSBOLAG  
ARBETAR I PARTNERSKAP  
FÖR ATT STÖDJA ANSVARS-  
FULL KONSUMTION

3 GOD HÄLSA OCH  
VÄLBEFINNANDE



## NOLL OANSVARIG KONSUMTION

# DET HÄR ÄR VÅR AMBITION

Öl är vår passion. Och det är just med stolthet och passion som vi vill bidra till en hållbar dryckeskultur. Vi värnar om att våra drycker ska avnjutas ansvarsfullt. I de flesta situationer konsumeras våra drycker just så, samtidigt är vi väl medvetna om att de inte är vilken vara som helst och kan orsaka skada om de missbrukas.

Det här är ett viktigt område för oss och här arbetar vi aktivt tillsammans med kunder och samarbetspartners för att nå framgång. Genom våra varumärken, aktiviteter och kampanjer kan vi bidra till en mer hållbar dryckeskultur. Detta ambitionsområde är formulerat något annorlunda än övriga NOLL-ambitioner. Här eftersträvar vi 100 procent tillgänglighet av ansvarsfull märkning på alla våra alkoholhaltiga produkter och digitalt, samtidigt som vi fortsätter att utveckla vår alkoholfria portfölj för att ge konsumenterna 100 procent valmöjlighet av alkoholfria alternativ.



## DET HÄR GÖR VI PÅ CARLSBERG SVERIGE

- Vi utökar ständigt vårt utbud med alkohol-fria produkter och leder den alkoholfria ölkategorin med en marknadsandel på över 50 procent.
- Vi har sedan 2009 alkohol på samtliga våra tjänstefordon.
- Sedan 2007 har vi en informationstext om ansvarsfull konsumtion på merparten (98%, 2017) av våra ölprodukter med över 2,8 procent alkohol som vi brygger i Falkenberg.
- Vi har sedan 2010 ett nära samarbete med Nattvandring.nu – ett samarbete som kommer att intensifieras under de kommande åren.
- Sverige är en av de Carlsberg-marknader som uppmärksammar Global Beer Responsibility Day varje september.
- Vi har flera utbildningstillfällen årligen kring ansvarsfull marknads kommunikation för relevanta medarbetare samt för våra byråer och kreatörer. Utbildningarna hålls i egen regi och tillsammans med AGM (Alkoholgranskningsmannen).
- På vårt huvudkontor i Solna firar vi Lillördag varje onsdag med alkoholfri öl till lunchen.
- Vi har etablerat ett AFB team (Alcohol Free Brews) som planerar och genomför breda kampanjer kring alkoholfritt.
- Vem Kör? är en kampanj kring att avstå alkohol i trafiken som vi genomför tillsammans med Harrys restauranger sedan 2011.
- Prata Om Alkohol startade 2006 med syfte att motverka att unga konsumerar alkohol. Metoden bygger på samtals-baserad undervisning med bl a gratis skolmaterial.
- Varje sommar åker vi med ett stort gäng kollegor ner till Almedalen för att möta konsumenter och visa upp vår alkoholfria portfölj, delta i debatter samt arrangera seminarier kring hållbarhet och ansvarsfull konsumtion.

**FOKUS FRAMÅT** är satt till två områden:

- Vara en positiv kraft och motverka konsumtion/öka kunskapen kring alkohol och dess biverkningar hos minderåriga, samt bidra till att fler avstår alkohol i trafiken.
- Med goda alkoholfria alternativ och en engagerande kommunikation när vi mottagarna och kan göra skillnad.



RabarBeer - en av våra många omtyckta alkoholfria öl-drinkar som vi serverar under Almedalsveckan.



NOLL OANSVARIG KONSUMTION

# NATTVANDRING FÖR ATT VI BRYR OSS

Nattvandring.nu är en politiskt och religiöst obunden stiftelse som arbetar för att skapa en tryggare närmiljö för ungdomar.

Carlsberg Sverige är ett partnerföretag till Nattvandring.nu och har sedan 2010 haft ett nära samarbete och sitter i stiftelsens styrelse. Idag har Nattvandring.nu cirka 350 aktiva vandringsgrupper (april 2018) runt om i landet och växer gärna mer med hjälp av engagerade vuxna.

Vi på Carlsberg Sverige försöker nattvandra så mycket det bara går. Att nattvandra är att bry sig. Ungdomar som vistas ute på helgkvällar och nätter behöver ofta ha fler vuxna omkring sig. Som nattvandrare kan du finnas där ungdomarna är, tillgängliga på gator och torg.

Nattvandring.nu skriver avtal med grupper och föreningar, som vill verka för nattvandring på lokal nivå, runt om i Sverige. Anmäl ditt intresse på [www.nattvandring.se](http://www.nattvandring.se)



## FULL AV SMAK FRI FRÅN ALKOHOL

2017 ökade försäljningen av alkoholfritt öl med över 30 procent och efterfrågan fortsätter att växa. Carlsberg Sverige har valt att presentera sitt alkoholfria utbud på ett nytt sätt, i form av en alkoholfri minibar som hade premiär sommaren 2017 då den turnerade runt i svenska sommarstäder och bjöd besökarna på alkoholfri öl.

Turnén startade i Visby under Almedalsveckan, korsade landet och åkte längs med västkusten ned till Ystad för att sedan vända upp till Öland och avslutas i Stockholm, med ett tiotal stop på vägen. Med den alkoholfria minibaren kan vi enkelt visa bredden på vårt utbud och få fler att få upp ögonen för smakrika alkoholfria alternativ.

Att erbjuda smakrika alkoholfria alternativ är en hörnsten inom arbetet med ansvarsfull konsumtion. På så sätt hjälper vi konsumenterna att göra smarta och medvetna val, enkelt.

Sommaren 2018 ger sig den alkoholfria minibaren ut på turné igen – denna gång i form av en ölbåt som ska tuffa runt i Stockholms skärgård.



2030 GLOBALA MÅL

# 0% OLYCKOR

2022 GLOBALA MÅL

# MINSKNING AV ANTALET OLYCKOR ÅR FÖR ÅR



## NOLL OLYCKSKULTUR

# DET HÄR ÄR VÅR AMBITION

Alla ska ha en säker arbetsplats och våra medarbetares hälsa och säkerhet kommer först. Vi accepterar inte arbetsrelaterade olyckor och har därför formulerat en nollvision.

Vi arbetar systematiskt med att ta bort potentiella risker från verksamheten genom att rapportera tillbud, följa upp och åtgärda. Vår tro är att vi ska nå Noll Olyckor, men det kräver att vi inte släpper fokus. Idag har vi globalt främst tittat på fysiska olyckor, men den psykosociala biten är minst lika viktig, och därmed en viktig del av arbetet.

## DET HÄR GÖR VI PÅ CARLSBERG SVERIGE

- Vi arbetar med kommunikation, tydliga processer, verktyg, ledarskap och beteendeförändring för att etablera en kultur kring Noll olyckor på Carlsberg Sverige.
- Under 2017 reducerades LTA's (Lost Time Accidents), dvs olyckor som leder till frånvaro minst en dag, med 46% jämfört med 2016.
- Det skedde 14 LTA's under 2017 (26 st under 2016). Det är en bra förbättring, men arbetet fortsätter för att Nollvisionen ska nås.
- De rapporterade olyckorna under 2017 skedde inom produktions- och logistikverksamheten.

**UNDER 2018** fortsätter vi arbetet mot en nollvision bland annat genom att etablera en Hälsa & Säkerhetsgrupp på det kommersiella bolag för att säkerställa att vi blir lika duktiga på att rapportera tillbud och faktiska arbetsskador över hela organisationen.





## VÅRT HÅLLBARHETSARBETE

# RAMVERK, CERTIFIERINGAR OCH ORGANISATION

För att effektivt kunna leda, följa upp och förbättra vårt hållbarhetsarbete arbetar vi strategiskt och fokuserat med hjälp av diverse ramverk.

Carlsberg Group skrev under **FN:s Global Compact 2008**, vilket innebär att vi därmed bundit oss att stödja, främja och följa FN Global Compacts riktlinjer för ett hållbart företagande. Vi utgår även från de globala målen och har mappat ut de som är viktigast för oss i vår verksamhet (läs mer på sid 12-13).

Vi är både **miljö- och kvalitetscertifierade enligt ISO** sedan 1999 (ISO14001) respektive 1996 (ISO9001) och följer dess ledningssystem.

Vintern 2018 blev vi **livsmedelscertifierade enligt FSSC 22000**. Detta innebär att vi uppfyller grundläggande standarder för livsmedels säkerhet, dvs att tillhandahålla säkra produkter till konsument och undvika skadlig hälsoeffekt vid, eller efter konsumtion. Eftersom livsmedels säkerhetsfaror kan uppstå i alla led i livsmedelskedjan så är styrning genom hela livsmedelskedjan nödvändig. Vi arbetar med att certifiera oss i enlighet med **ISO 45001, en ny standard för arbetsmiljö**.

## LEVA ENLIGT VÅR KOMPASS

Carlsbergs verksamhet bygger på värden som uppriktighet och integritet. Att leva enligt vår etiska kompass innebär att vi har hög integritet och vet hur vi förväntas bete oss gentemot kollegor, kunder, leverantörer, partners, aktieägare och i omvärlden i övrigt i olika situationer. Vi har en Uppförandekod som beskriver detta. Alla medarbetare ska med jämna mellanrum göra en e-learning för att säkerställa att alla Carlsbergare känner till Uppförandekoden.

## POLICYER & RIKTLINJER

Carlsberg Group har under 2017 sett över samtliga policyer och riktlinjer och säkerställt att alla bolag följer samma hållning. Policyerna har gjorts tillgängliga och, där det behövs, översatts till lokalt språk. Inom hållbarhetsområdet har vi flera policyer, bland annat Marknads-kommunikation, Miljö, Arbetskraft och mänskliga rättigheter, Ansvarfull konsumtion, Hälsa och Säkerhet och en Code of Conduct som våra leverantörer måste skriva under.

## TRIPLE A: ALLIANS, ANSVAR OCH AGERA

För att stärka en stark Carlsbergkultur rullade vi ut nya globala beteenden i samband med att strategin SAIL'22 presenterades 2016. Flera utbildningstillfällen har hållits utifrån vad de betyder och innebär för mig som medarbetare/chef.

## CARLSBERG SVERIGE SUPER ZERO HEROES

Carlsberg Sverige har ett 15 personer starkt tvärfunktionellt hållbarhets-team som driver arbetet med Together Towards ZERO och de fyra ambitionsområdena Noll Koldioxidavtryck, Noll Vattenspill, Noll Oansvarig konsumtion och Noll Olyckskultur framåt. Tillsammans med företagsledningen sätter detta team en plan för året, samt mer långsiktigt, för att säkerställa att vi som bolag når målen för 2022 och 2030. Teamet redovisar lokalt till företagsledningen och får hjälp och stöd om resurser saknas. Teamet redovisar även in KPI:er i Carlsberg-koncernens hållbarhetsplattform (Enablon), som sen redovisas i en årlig global hållbarhetsrapport. Vi gör ingen svensk hållbarhetsrapport, men du kan läsa mer på [www.okorkat.se](http://www.okorkat.se). Där hittar du utöver den globala rapporten även våra miljörapporter för Falkenberg och Ramlösa.

VÅRT HÅLLBARHETSARBETE

# SAMARBETEN

Det är i samarbete med andra som vi kan nå verklig framgång. Här är ett urval av några av de många samarbeten vi har och organisationer som vi gillar.

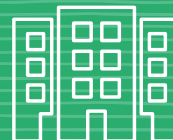
- Nattvandring.nu
- Returpack
- Sveriges Bryggerier
- Dryckesbranschens Klimatinitiativ
- Alkoholgranskningsmannen (AGM)
- Sustainable Brands
- Carbon Trust
- Svenska Röda Korset
- Prata om Alkohol
- IQ
- IVL Svenska Miljöinstitutet



# KORTA FAKTA OM CARLSBERG SVERIGE

BILDAT FEBRUARI

# 2001



HUVUDKONTOR  
I STOCKHOLM

TVÅ  
PRODUKTIONS-  
ENHETER:



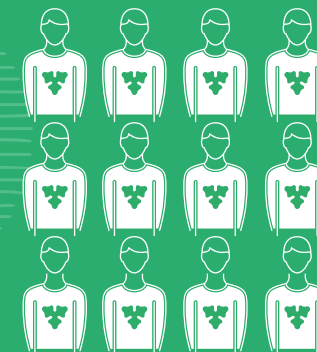
RAMLÖSA  
MINERALVATTEN  
FALKENBERG  
ÖL, LÄSK & CIDER

60 STARKA  
VARUMÄRKEN

400 UNIKA  
PRODUKTER

FÖRSÄLJNINGSVOLYM (2017):

408  
MILJ. LITER



CA 950  
MEDARBETARE



# 18

DISTRIBUTIONS-  
ORTER I LANDET

NETTOINTÄKT (2017):

3,55  
MILJARDER  
SEK



Gå in på [Okorkat.se](http://Okorkat.se) om du vill  
läsa mer om vårt hållbarhetsarbete.  
Kontakta oss gärna på [csr@carlsberg.se](mailto:csr@carlsberg.se)