

TOGETHER  
TOWARDS  
ZERO



TILLSAMMANS  
MOT EN  
BÄTTRE  
FRAMTID

EN PRESENTATION AV CARLSBERG  
SVERIGES HÅLLBARHETSARBETE  
2019

# INNEHÅLLS- FÖRTECKNING

Förord av VD .....	4-5
Om företaget .....	6-7
Brewing for a Better Today and Tomorrow.....	8-9
Together Towards ZERO.....	10-11
Agenda 2030 .....	12-13
Noll Koldioxidavtryck .....	14-17
Noll Vattenspill.....	18-19
Noll Oansvarig konsumtion.....	20-21
Noll Olyckskultur.....	22-23
Vårt hållbarhetsarbete, certifieringar och samarbeten.....	24-25



FÖRORD AV VD

# PÅ VÄG MOT NOLL

2018 var ett bra år för Carlsberg Sverige. Vi nådde ett starkt finansiellt resultat, samtidigt som vi förbättrade oss på många andra viktiga områden. Inte minst inom hållbarhet, där vi gjorde framsteg inom Carlsberg-koncernens gemensamma hållbarhetsprogram, Together Towards ZERO.

Jag är övertygad om att vi som företag har ett ansvar för att vi ska nå en hållbar framtid. Klimatforskare varnar för att vi måste agera nu, planeten blir allt varmare och vattenresurserna minskar. Att hantera klimatförändringarna är avgörande. Därför är Carlsbergs globala utsläppsmål i linje med den mer ambitiösa nivån i Parisavtalet.

Redan hösten 2017 blev Carlsberg Sverige som första bryggeri inom Carlsberg-koncernen koldioxidneutralt från energiförsörjningen. Fokus framåt är att fortsätta arbeta med energi- och vatteneffektiviseringar i egen produktion, samt att arbeta mot en mer fossilfri värdekedja. Förpackningar står för största delen (44 %) av vårt koldioxidavtryck, därför fokuserar vi på att göra våra förpackningar mer klimatsmarta.

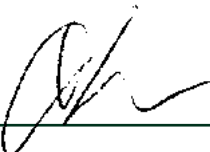
2017 gick vi samman med våra bransch-kollegor i ett gemensamt åtagande för klimatet; Dryckesbranschens Klimatinitiativ. 2018 gick vi med i Regeringsinitiativet Fossilfritt Sverige. Vi har även formulerat ett Hållbarhetsmanifest med våra kollegor i Livsmedelsindustrin. Det här är breda och positiva sammanhang där vi tillsammans kommer längre än vad vi skulle göra var och en för sig.

Ett annat fokusområde är ansvarsfull konsumtion, där vi vill vara en positiv kraft och motverka konsumtionen och öka kunskapen kring alkohol och dess biverkningar hos minderåriga, samt bidra till att fler avstår alkohol i trafiken.

Och slutligen fokuserar vi på Hälsa och säkerhet, där vi har en nollvision för olyckor. Vi har ett särskilt ansvar för att alla medarbetare och inhyrd personal, ska ha en säker arbetsplats. Inget jobb är så viktigt att säkerheten kan äventyras. Alla ska komma hem från jobbet, lika hela och friska som när de gick dit.

Vi har påbörjat resan mot Noll, att skapa ett bättre och mer robust företag i harmoni med samhället, men vi har lång väg kvar att gå. För att vi ska nå de mål vi har satt till 2030 måste vi investera och satsa på innovationer och finna kraften i samarbeten. Jag är övertygad om att det här är rätt sak att göra, både för att vi ska trivas och för att vi ska bidra till ett bättre samhälle.

Jag ser fram emot många nya spännande samarbeten under året, hör gärna av dig om du har konstruktiva och spännande inspel. Tillsammans kan vi forma en lönsam affär, och en bättre framtid.



PETER HAMMARSTEDT,  
VD CARLSBERG SVERIGE



## OM FÖRETAGET

# SVERIGES LEDANDE BRYGGERI

Carlsberg Sverige erbjuder ett brett urval av drycker. Framgångarna är en kombination av starka lokala och internationella varumärken, bryggartradition och en hög kompetens som sträcker sig 350 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. Men stommen bestående av Pripps, Bryggeriet Falken, Ramlösa Hälsobrunn och självklart Carlsberg, har 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 12 miljarder liter öl per år (2018).

Carlsberg Sverige har idag ca 900 medarbetare. 550 arbetar med produktion i Falkenberg och Ramlösa. Övriga 350 arbetar med sälj, marknad och supportfunktioner, Teknik & Service och distribution runt om i landet. Huvudkontoret ligger i Solna.

Försäljningsvolymen i Sverige 2018 var 434 miljoner liter.

Vi har 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 globalt hållbarhetsprogram, Together Towards ZERO, har vi extra fokus på att accelerera inom hållbarhetsområdet.

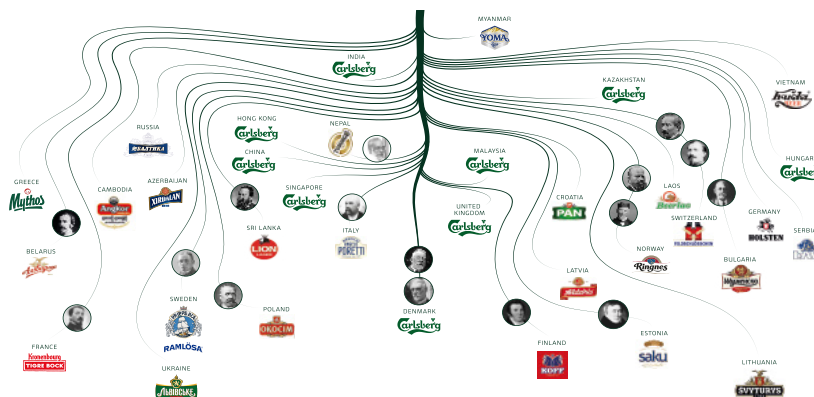


# BREWING FOR A BETTER TODAY AND TOMORROW

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.”*



## VÅR AFFÄRSMODELL



### Upphandling

Global upphandling hanteras av en central inköpsfunktion.



### Bryggning 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.

## HÅLLBARHETSPROGRAM

# TOGETHER TOWARDS ZERO

Together Towards ZERO 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 för att bidra till ett bättre samhälle. Vi har fyra ambitioner med globala mål för hela koncernen, till 2022 och 2030.



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.



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.



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



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





# GLOBALA MÅLEN för hållbar utveckling

## 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.



## 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

**30** PARTNERSKAP FÖR ATT GEMENSAMT MINSKA KOLDIOXIDFOTAVTRYCKET

## DET HÄR GÖR VI PÅ CARLSBERG SVERIGE

Klimatförändringarna är en av de svåraste globala utmaningarna vi har idag. Parisavtalet 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 utvecklingsmålen.

Vi har länge arbetat med resurseffektivisering i vår svenska verksamhet. Mellan 2010-2018 har vi minskat vårt koldioxidavtryck med 32,5 % i produktionen i Falkenberg och Ramlösa.

- Vi använder sedan flera år 100 % förnyelsebar elektricitet i produktionen.
- 2017 blev bryggeriet i Falkenberg det första bryggeriet i Carlsberg-koncernen som drivs med noll koldioxidutsläpp. Genom att öka användningen av biogas är bryggeriet till 100 procent drivet av biogas och grön el.

- Vi arbetar dagligen med högsta möjliga fyllnadsgrad i all transport och distribution, vilket minskar mängden drivmedel per liter dryck och därmed minskad klimatpåverkan. Vi använder tågtransport där det är möjligt.

Fokus framåt är 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 olika branschsamarbeten, som t ex Dryckesbranschens Klimatinitiativ, där Sveriges Bryggerier, SVL och Systembolaget gått samman för att göra skillnad för klimatet. Hösten 2018 gick vi, som första bryggeri, med i Fossilfritt Sverige.



**NOLL  
KOLDIOXID-  
AVTRYCK**



# KLIMATSMARTA FÖRPACKNINGS-LÖSNINGAR

Förpackningarna står för 44 % av vårt koldioxidavtryck. Detta i kombination med att dagens konsumenter blir allt mer medvetna, debatten kring plast engagerar, samt att hela samhället strävar efter en mer hållbar utveckling ställer höga krav på oss. För att nå vårt klimatmål över värdekedjan arbetar vi fokuserat med förbättringar inom förpackningsområdet.

Vi tittar på hur vi kan minska mängden förpackningsmaterial, öka andelen återvunnet material i våra förpackningar, öka materialåtervinningsgraden samt även hur våra förpackningar kan få ett nytt liv. Vi arbetar i partnerskap med förpackningsexperten och vill engagera konsumenterna med mer hållbara förpackningsinnovationer, här är några av dem:

## SNAP PACK

Hösten 2018 gjorde Carlsberg-varumärket sin mest klimatsmarta lansering någonsin. Med Snap Pack ersätts plasten runt multipacks med limpunkter. Carlsberg är först i världen med denna teknik som minskar plastavfallet med 50-75 %. När alla multipacks är konverterade globalt sparas 1 200 ton plast/år – vilket motsvarar 60 miljoner plastpåsar.\*

## ÅTERVUNNEN PLAST I SHRINK

Carlsberg Sverige var först ut med att använda 100 procent återvunnen plast runt 6-packen för Carlsberg-varumärket. Detta minskar dess koldioxidpåverkan med upp till 60 procent.

## MILJÖANPASSAD FÄRG

Tryckfärgen som används till etiketterna och kartongerna för Carlsberg-varumärket är Cradle-to-Cradle™ certifierad, dvs färgen är miljöcertifierad och framtagen av förnybar energi.

## ÅTERVUNNEN PLAST I PET

Vi arbetar med att öka andelen återvunnen plast i samtliga våra PET. Ambitionen är minst 50 % rPET i alla PET-flaskor under 2020.

## DRAUGHTMASTER

Vårt nya revolutionerande fatölssystem, med många fördelar; längre hållbarhet, lättare fat mm. Insamling av tomma fat hos kunderna inleddes 2019 inför kommande Uppcycling/Recycling.

## SUGRÖR

Fokus med leverantör att hitta en ny hållbar (fiberbaserad) lösning för sugrör till Tetra Brik-förpackningar (Festis).

## BIOBASERADE ÖLGLAS

Sommaren 2019 tog vi tillsammans med Sweden Rock Festival fram speciella biobaserade ölglas, gjorda av majsstärkelse, till festivalen, vilket minskar klimatpåverkan.



## SVENSKARNA ÄR BRA PÅ ÅTERVINNING

**BURK: 85,6 %\***  **PET TOTALT: 83,3 %**  **TOTALT: 84,8 %\***

\*SIFFRORNA AVSER 2018 OCH MÅLET ÄR ATT 90 % SKA ÅTERVINNAS. STATISTIK FRÅN RETURPACK.

Vi ser över vår plaststrategi. Det långsiktiga målet är att gå mot en mer fossilfri förpackningsportfölj. Och där plast används ska den vara återvunnen och även gå att materialåtervinna efteråt. Helt enkelt att arbeta mer cirkulärt.

\*Ännu ej lanserat på den svenska marknaden.

## 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**

## DET HÄR GÖR VI PÅ CARLSBERG SVERIGE

Vår affär är beroende av tillgången till rent vatten. Utan vatten ingen öl. Öl består till största del av vatten, och vår öl görs av bland annat humle och malt som kräver vatten under produktionen. Vattenbrist råder på flera ställen i världen. Även i Sverige måste vi vara aktsamma på våra vattenresurser, särskilt under varma somrar med liten eller ingen nederbörd.

Vi vill vara med och bidra till att säkra tillgången till rent vatten och bli bättre på att resurshålla med vatten. Globalt ska vi halvera vår vattenanvändning i alla bryggerier, från 3,4 liter vatten per färdig liter produkt (2015) till 1,7 liter vatten per färdig liter produkt (2030). Vi har låg vattenanvändning i vår svenska produktion. Sedan 2010 har andelen vatten minskat från redan låga nivåer. Med 7 % i Falkenberg och med 16 % i Ramlösa.

2018 gick det åt 2,7 liter vatten per liter färdig producerad produkt i Falkenberg (där det tillverkas öl, läsk, cider och andra drycker) och 1,6 liter vatten per färdig liter naturligt mineralvatten i Ramlösa.

Ramlösa Vattenfond är ett viktigt initiativ där vi stöttar Röda Korsets vattenprojekt i utsatta områden, som t ex Afrika och Bangladesh. Vi har samarbetat sedan 2011 och vi skänker motsvarande en liter rent vatten för varje liter Ramlösa vi säljer. Hittills har vi skänkt (motsvarande) över 600 miljoner liter rent vatten (maj 2019).

PU:REST är Sveriges första klimatsmarta öl bryggd på renat avloppsvatten. Ett innovativt samarbete mellan IVL Svenska Miljöinstitutet, Nya Carnegiebryggeriet och Carlsberg Sverige, där ny teknik visar hur vi med gemensamma krafter kan bidra till en mer hållbar vattenanvändning.

Fokus framåt är att fortsätta använda vatten så effektivt vi kan i egen produktion och att arbeta i partnerskap, lokalt och globalt.



**NOLL  
VATTEN-  
SPILL**



## 2030 GLOBALA MÅL

**100 %** AV ALLA MARKNADSBOLAG FÖRBÄTTRAR SIG INOM ANSVARSFULL KONSUMTION ÅR FÖR ÅR

## DET HÄR GÖR VI PÅ CARLSBERG SVERIGE

Öl är vår passion. Och det är just med stolthet och passion som vi vill bidra till en hållbar dryckeskultur. Våra drycker ska avnjutas ansvarsfullt. I de flesta situationer konsumeras våra drycker just så, samtidigt är vi 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 vi arbetar aktivt tillsammans med kunder och samarbetspartners för att nå framgång. Genom våra varumärken, aktiviteter och kampanjer kan vi bidra till en mer hållbar dryckeskultur. Vi ska ha 100 % ansvarsfull märkning på våra alkoholhaltiga produkter och konsumenten ska ha 100 % valmöjlighet av alkoholfria alternativ.

- Vi utökar ständigt vårt utbud med alkoholfria produkter och leder den alkoholfria ölkategorin med en marknadsandel på över 50 procent. Idag har vi 14 olika typer av alkoholfri öl, cider och blanddryck.
- Under 2018 lanserade vi för första gången alkoholfri öl på fat, Carlsberg Alcohol Free.
- Sedan 2007 har vi en informationstext om ansvarsfull konsumtion på merparten

## 2022 GLOBALA MÅL

- 100 %** INFORMATION OM ANSVARSFULL KONSUMTION PÅ FÖRPACKNINGAR OCH GENOM VARUMÄRKESAKTIVERING
- 100 %** AV ALLA MARKNADSBOLAG ARBETAR I PARTNERSKAP FÖR ATT STÖDJA ANSVARSFULL KONSUMTION
- 100 %** TILLGÄNGLIGHET AV ALKOHOLFRI ÖL

(98 %) av våra ölprodukter med över 2,8 procents alkoholhalt.

- Vi har sedan 2010 haft ett nära samarbete med Nattvandring.nu. En politiskt och religiöst obunden stiftelse som arbetar för att skapa en tryggare närmiljö för ungdomar.
- Varje september uppmärksammar vi Global Beer Responsibility Day.
- Vi håller årligen i utbildningstillfällen kring ansvarsfull marknadskommunikation för egen personal och byråer. Utbildningarna hålls i egen regi och tillsammans med AGM (Alkoholgranskningsmannen).
- Vi har sedan 2009 alkoholås på samtliga våra tjänstefordon.

Fokus framåt är satt till två områden; Vara en positiv kraft och motverka konsumtion /öka kunskapen kring alkohol hos minderåriga och bidra till att fler avstår alkohol i trafiken. Med goda alkoholfria alternativ och en engagerande kommunikation når vi fram till mottagarna och kan göra skillnad.



**NOLL  
OANSVARIG  
KONSUMTION**

## 2030 GLOBALA MÅL

**0 % OLYCKOR****DET HÄR GÖR VI PÅ CARLSBERG SVERIGE**

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 ambition 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.

- Vi arbetar med kommunikation, tydliga processer, verktyg, ledarskap och beteendeförändring för att etablera en kultur kring Noll olyckor på Carlsberg Sverige.
- På Carlsberg Sverige reducerades antalet olyckor som leder till sjukskrivning med minst en dag (Lost Time Accident - LTA), med hela 29 % under 2018 (jämfört med 2017).

## 2022 GLOBALA MÅL

**MINSKNING AV ANTALET OLYCKOR ÅR FÖR ÅR**

- Det skedde 4 st LTAs 2018 jmf med 14 LTAs under 2017 (26 st under 2016). Det är en bra förbättring, men arbetet fortsätter för att Nollvisionen ska nås.
- Under 2018 har vi haft en kampanj kring Life Saving Rules globalt och vi har etablerat en Hälsa & Säkerhetsgrupp inom vår kommersiella del av företaget.
- Under våren 2019 har alla våra medarbetare med tjänstebil fått särskild utbildning i vad de ska tänka på innan de sätter sig i bilen, under resan och vad de ska tänka på hos kunden.
- Alla medarbetare med tjänstebil har också fått ett nytt säkerhetspaket som de ska ha lätt åtkomligt i bilen.

Fokus framåt är att fortsätta det systematiska arbetet och sträva efter att vi ska nå nollvisionen för olyckor.



**NOLL  
OLYCKS-  
KULTUR**

## VÅRT HÅLLBARHETSARBETE

# RAMVERK, CERTIFIERINGAR OCH ORGANISATION



Carlsberg Sverige har ett tvärfunktionellt hållbarhetsteam med ca 20 representanter från hela företaget som driver hållbarhetsarbetet framåt. De arbetar främst i projektform för att nå resultat. Teamet har kontinuerlig kontakt och ses ett par gånger per år för att följa upp att de ligger i linje med de mål och KPI:er som är uppsatta. Strategin är i linje med det globala hållbarhetsprogrammet och planen för året sätts tillsammans med företagsledningen. Det svenska teamet rapporterar in uppgifter i Carlsberg-koncernens hållbarhetsplattform (Enablon) som resulterar i den globala hållbarhetsredovisningen. Du hittar mer information på plattformen okorkat.se. Där finns även miljörapporterna för Falkenberg och Ramlösa.

Carlsberg Group skrev under FN:s Global Compact 2008, vilket innebär att företaget förbundit sig 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 verksamheten.

Carlsberg Sverige är både miljö- och kvalitetscertifierade enligt ISO sedan 1999 (ISO14001) respektive 1996 (ISO9001) och följer dess ledningssystem. Vintern 2018 blev företaget livsmedelscertifierat enligt FSSC 22000. Detta innebär att Carlsberg Sverige 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. Företaget arbetar med att certifiera sig enligt ISO 45001, en ny standard för arbetsmiljö.



## 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/PantaMera](#)
- ▼ [Sveriges Bryggerier](#)
- ▼ [Dryckesbranschens Klimatinitiativ](#)
- ▼ [Fossilfritt Sverige](#)
- ▼ [Alkoholgranskningsmannen \(AGM\)](#)
- ▼ [Sustainable Brand Index](#)
- ▼ [Carbon Trust](#)
- ▼ [Svenska Röda Korset](#)
- ▼ [Prata om Alkohol](#)
- ▼ [IQ](#)
- ▼ [IVL Svenska Miljöinstitutet](#)
- ▼ [Livsmedelsföretagen](#)
- ▼ [DLF](#)

Klicka på namnen för mer information.

## LÄR KÄNNA OSS BÄTTRE:



@carlsbergsverige



@CarlsbergSWE



### HÅLLBARHETSPLATTFORM:

[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)

**Carlsberg**  
Sverige