

A close-up photograph of green hops and leaves, which are ingredients used in beer. The hops are in sharp focus on the right side, while the leaves are slightly blurred in the background.

TILLSAMMANS MOT EN BÄTTRE FRAMTID

EN SAMMANFATTNING
AV CARLSBERG SVERIGES
HÅLLBARHETSARBETE 2019-2020

TOGETHER
TOWARDS 
ZERO

INNEHÅLLS- FÖRTECKNING

Förord av VD.....	3
Om företaget	4
Vårt syfte.....	5
Together Towards ZERO	6
Agenda 2030	7
Noll Koldioxidavtryck.....	8
Klimatsmarta förpackningslösningar.....	9
Olika förpackningstypers klimatpåverkan	10
Noll Vattenspill	11
Noll Oansvarig konsumtion	12
Noll Olyckskultur	13
Vårt hållbarhetsarbete, certifieringar och samarbeten.....	14
Slutord av hållbarhetschef	15



RESAN MOT EN MER HÅLLBAR FRAMTID FORTSÄTTER

Carlsberg-koncernen har ett globalt hållbarhetsprogram, Together Towards Zero, där hållbarhetsarbetet fokuseras till fyra områden; Noll Koldioxidutsläpp, Noll Vattenspill, Noll Oansvarig konsumtion och Noll Olyckskultur. Det är fyra områden där det råder omfattande globala utmaningar, och där vi på Carlsberg har möjlighet att påverka och kan göra skillnad. För respektive område har vi satt ambitiösa mål som vi ska nå 2022 och 2030.

Under 2019 lanserade Carlsberg Sverige flera hållbarhetsinitiativ. Vi fortsatte konverteringen av förpackningsportföljen till att innehålla en allt större andel återvunnen plast, för att på så sätt minska klimatavtrycket. Vi installerade ett kyltorn på bryggeriet i Falkenberg där vi recirkulerar kylvatten och därigenom sparar stora mängder vatten (och energi) varje dag. Vi lanserade flera alkoholfria öl och är fortsatt marknadsledande inom kategorin. Alla konsumenterna ska ha valmöjligheten till attraktiva alkoholfria alternativ. Vi genomförde flera utbildningsinsatser och förbättringar inom hälsa och säkerhet för att säkerställa våra medarbetares hälsa och välbefinnande.

Jag är övertygad om att vi som företag har ett särskilt ansvar att agera hållbart. Tillsammans med våra kunder, konsumenter, samarbetspartners, branschkollegor och leverantörer har vi möjlighet att komma ännu lite längre genom fruktbara och positiva samarbeten där vi tillsammans gör större skillnad än vad vi skulle göra var och en för sig.

NYA KRAFTTAG

När vi sammanställer denna folder befinner vi oss i den världsomspännande Coronapandemin, som har stor påverkan på oss, som enskilda individer, men också som företag, samhällen och nationer.

Hållbarhetsfrågan är fortsatt viktig och vi fortsätter att arbeta med ständiga förbättringar i vår verksamhet, samtidigt som vi arbetar med nödvändiga förberedelser för att, när krisen är över, med nya krafttag fortsätta att leverera på vår ambitiösa hållbarhetsagenda.

Med det vill jag hälsa alla som vill göra oss sällskap välkomna på resan mot en mer hållbar framtid.



PETER HAMMARSTEDT,
VD CARLSBERG SVERIGE

SVERIGES LEDANDE DRYCKESFÖRETAG

Carlsberg Sverige är, med fler än 50 starka varumärken, Sveriges ledande dryckesföretag. Vi utvecklar, tillverkar, distribuerar, marknadsför och säljer öl, cider, läsk och mineralvatten. Några av våra välkända och folkära varumärken är Falcon, Carlsberg, Eriksberg, Ramlösa, Somersby och Pepsi.

Genom att vara innovativa driver vi utvecklingen av svensk dryckeskultur, samtidigt som vi värnar om tradition, hantverk, hög kvalitet och hållbarhet.

OM CARLSBERG SVERIGE

Carlsberg Sverige bildades 2001. Men stommen bestående av Pripps, Bryggeriet Falken, Ramlösa Hålsobrunn 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 11 miljarder liter öl per år (2019).

Carlsberg Sverige har idag ca 850 medarbetare. 550 arbetar med produktion i Falkenberg, där vi tillverkar öl, läsk, cider och blanddryck, och i Ramlösa där vi tappat mineralvatten. Övriga 300 arbetar med sälj, marknad och supportfunktioner, Teknik & Service och distribution runt om i landet. Huvudkontoret ligger i Solna.

Försäljningsvolymen i Sverige 2019 var 430 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 och har ett extra fokus på hållbarhet.



ca 850
medarbetare.



430
miljoner liter
försäljningsvolym 2019

50
varumärken
Tillverkar öl, läsk, cider,
vatten och blanddryck



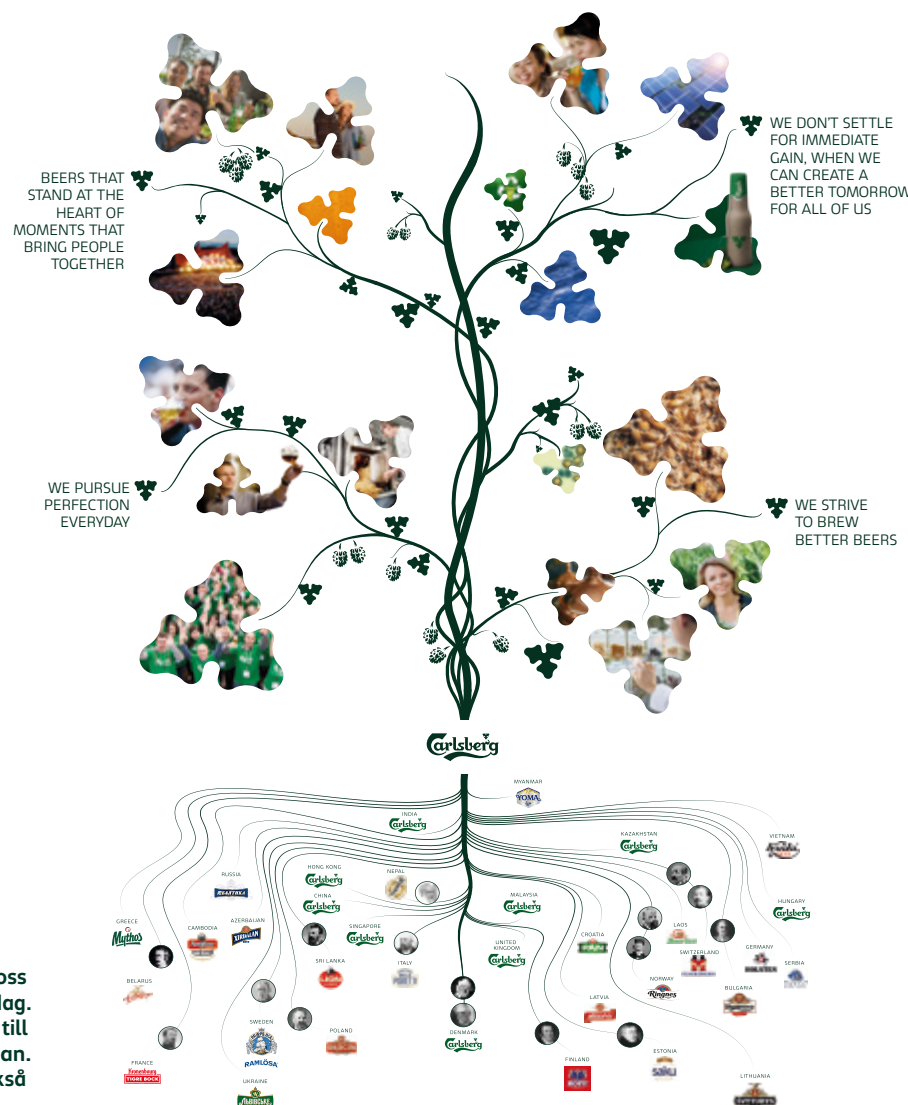
Carlsberg Sveriges bryggeri i Falkenberg.

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



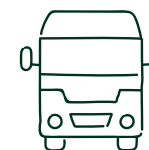
UPPHANDLING

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 430 miljoner liter dryck. Vi vill ge våra konsumenter bättre upplevelser med våra drycker varje gång.

TOGETHER TOWARDS ZERO

Together Towards ZERO grundar sig i konsumenters ökade efterfrågan på hållbara produkter, i en tid av globala utmaningar som klimtförändringar, 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.



**NOLL
KOLDIOXID-
AVTRYCK**

Minska klimatpåverkan genom noll koldioxidavtryck i egen produktion samt att minska med 30 procent över hela värdekedjan till år 2030. Globalt ska vi 2022 ha 100 procent 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 procent 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.



GLOBALA MÅLEN för hållbar utveckling

LÄS MER OM DE GLOBALA MÅLEN PÅ
www.regeringen.se



NOLL KOLDIOXIDAVTRYCK

7.2 Till 2030 väsentligen öka andelen förnybar energi i den globala energimixen.

7.3 Till 2030 fördubbla den globala förbättringstakten vad gäller energi-effektivitet.

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.

NOLL VATTENSPILL

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.

NOLL OANSVARIG KONSUMTION

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.

NOLL OLYCKSKULTUR

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

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.



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

30
PARTNERSKAP FÖR ATT
GEMENSAMT MINSKA
KOLDIOXIDFOTAVTRYCKET

15 %
MINSKNING AV
KOLDIOXIDAVTRYCKET
ÖVER HELA VÄRDEKEDJAN

100 %
KYLAR MED LÅG
KLIMATPÅVERKAN

DET HÄR GÖR VI PÅ CARLSBERG SVERIGE

Vi har länge arbetat med resurseffektivisering i vår svenska verksamhet. Mellan 2010-2017 minskade vi vårt koldioxidavtryck med 32,5 procent i produktionen i Falkenberg och Ramlösa. 2017 blev Carlsberg Sverige, som första bryggeri i Carlsberg-koncernen, koldioxidneutralt från energiförsörjningen. Vi drivs sedan dess med noll koldioxidutsläpp. Det görs genom att vi endast använder 100 procent förnybar elektricitet och biogas i produktionen.

Från och med 2020 uppfyller samtliga nya kylskåp de höga klimatkrav vi ställer. Vi fasar in kylskåpen hos våra kunder i takt med att de gamla behöver bytas ut, detta för att belasta miljön så lite som möjligt. På sikt kommer vi därmed ha enbart 100 procent klimatsmarta kylskåp hos kund.

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.

I början av 2020 gick startskottet för en ny optimerad rutt av delar av Ramlösa-sortimentet till Coop. En förändring där Coop hämtar de fyra största Ramlösa-artiklarna direkt från Ramlösa istället för i Falkenberg. Förändringen ger en årlig minskning med 2 700 mil tung lastbilstrafik på vägarna, vilket i sin tur minskar koldioxidutsläppen med 35 ton per år.

NYTT EXTERNLAGER

Ett nytt externlager på 20 000 kvm håller på att etableras i nära anslutning till bryggeriet i Falkenberg. Det kommer att bidra till ökad hållbarhet genom att över 15 000 mil tung lastbilstrafik

försviner från E6:an. Inflyttningen är planerad till januari 2021.

FÖRPACKNINGSFOKUS

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.

SAMARBETEN VÄGEN FRAMÅT

Vi är aktiva medlemmar i olika bransch-samarbeten, som Dryckesbranschens Klimatinitiativ, där Sveriges Bryggerier, SVL och Systembolaget gått samman för att göra skillnad för klimatet, samt Livsmedelsföretagens Hållbarhetsmanifest och Fossilfritt Sverige.

Alla våra produkter är klimatneutralt producerade eftersom vi endast använder grön el och biogas.

KLIMATSMARTA FÖRPACKNINGSLÖSNINGAR

Förpackningarna står för 44 procent 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 förpackningsexperter och vill engagera konsumenterna med mer hållbara förpackningsinnovationer.

Carlsberg Sverige konverterar plasten runt multipacken till 100 procent återvunnet material.



The Paper Bottle är världens första pappersflaska för öl.

ÅTERVUNNEN PLAST I PET

Vi arbetar med att öka andelen återvunnen plast i samtliga våra PET. Ambitionen är att konvertera PET-portföljen till minst 50 procent rPET. För att därefter öka andelen för utvalda varumärken.

ÅTERVUNNEN PLAST I PLASTSVEP

Carlsberg Sverige var först med att använda 100 procent återvunnen plast runt multipacken vilket minskar dess klimatpåverkan med över 50 procent. Carlsberg-varumärket var först ut 2018. Våren 2020 konverterades även plast-svepen för Falcons multipack. Därmed är 55 procent av ölvolymer i multipack i 100 procent återvunnet plasticsvep. Det minskar klimatpåverkan med över 90 ton koldioxid per år. Vi fortsätter med resten av ölportföljen, därefter läsk och vatten.

THE PAPER BOTTLE

Världens första pappersflaska för öl som har lägre koldioxidavtryck än PET och burk och där Carlsberg har deltagit i utvecklingsarbetet sedan starten 2015. Den är fullt återvinningsbar och består av hållbara träfiber med en tunn inre barriär av 100 procent återvunnen plast, eller 100 procent biobaserad plast. The Paper Bottle kommer att testlanseras på utvalda marknader under de kommande åren. Utvecklingsarbetet drivs inom PABOCO, the Paper Bottle Company, ett joint venture mellan Billerud Korsnäs & Alpla.

KLIMATSMARTA ÖLGLAS

Från och med 2020 är alla plastglas som säljs till festivaler, hotell, arenor och restauranger gjorda av 100 procent återvunnen plast.

MILJÖANPASSAD FÄRG

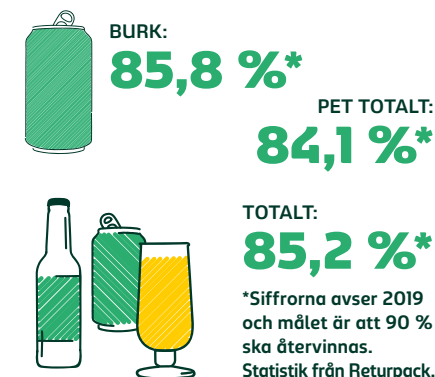
Den gröna tryckfärgen som används till etiketterna och kartongerna för Carlsberg-varumärket är Cradle-to-Cradle™ certifierad, dvs färgen är miljöcertifierad och framtagen av förnybar energi.

NYTT PLASTLÖFTE

Vi ser över vår plaststrategi. Det långsiktiga målet är att minska mängden plast totalt sett. Här har vi flera projekt på gång inte bara för våra förpackningar utan också i produktionen och på lagret. Vi har minskat mängden plasticsvep med över 70 procent de senaste åren på lagret i Falkenberg. Den plast vi använder i våra förpackningar ska i allt högre grad innehålla återvunnet material, men också gå att materialåtervinna. Vi vill helt enkelt ha de optimala cirkulära förpackningarna.

*Carlsberg Sveriges "Beer in hand" fotavtryck, dvs för hela värdekedjan, för 2015 som är startåret för Together Towards ZERO.

SVENSKARNA ÄR BRA PÅ ÅTERVINNING



OLIKA FÖRPACKNINGARS KLIMATPÅVERKAN

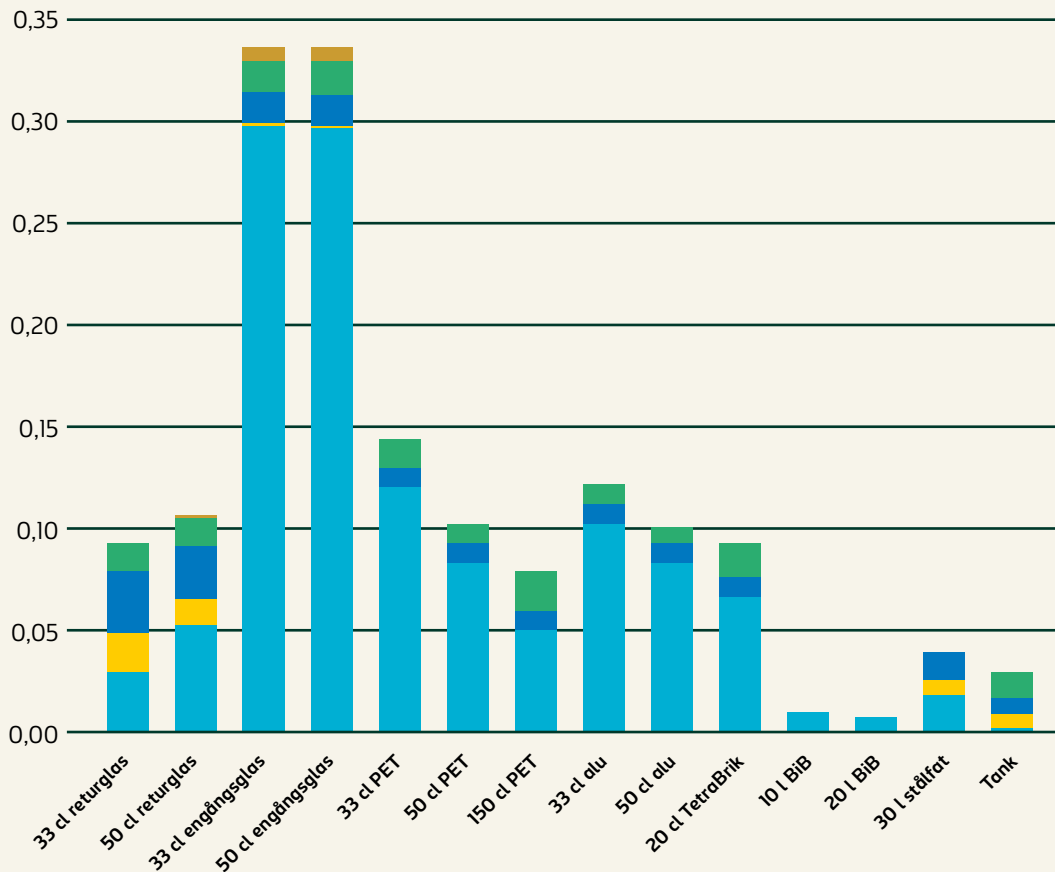
NOLL KOLDIOXIDAVTRYCK

10

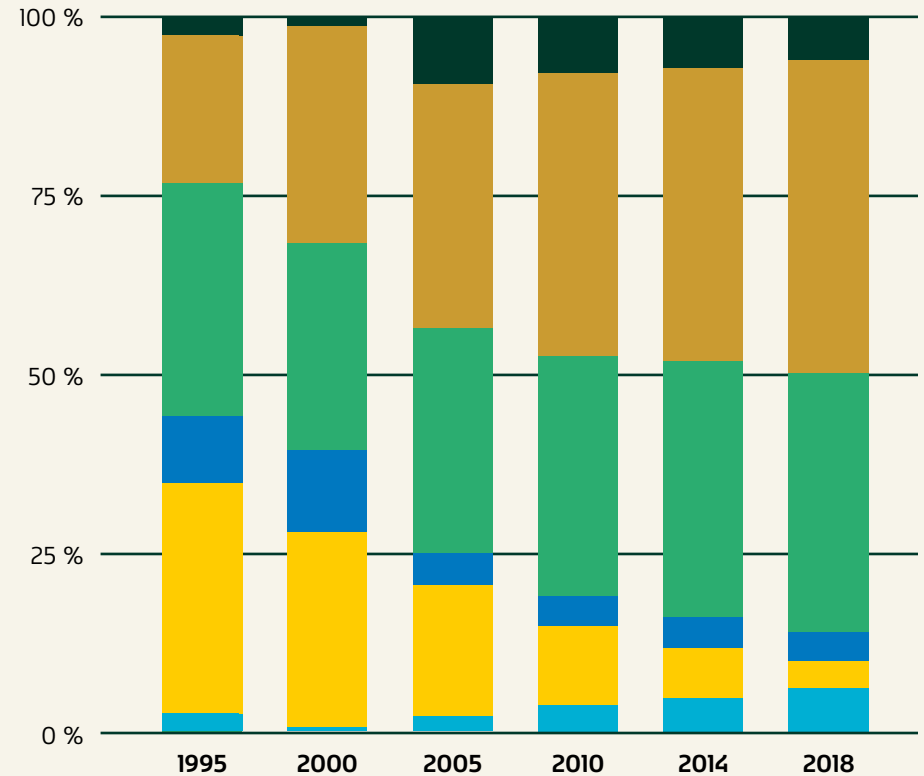
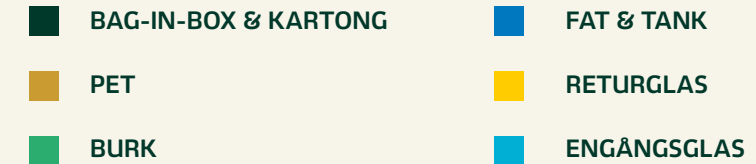
KLIMATAVTRYCK PER LITER DRYCK 2018



KG CO2E/ LITER DRYCK



FÖRPACKNINGSMIX 1995-2018



Livscykelanalys gjord av Rise på uppdrag av Sveriges Bryggerier hösten 2019, avseende år 2018. Studien visar ett snitt av svenska bryggeribranschens vanligaste förpackningstypers klimatpåverkan.



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

DET HÄR GÖR VI PÅ CARLSBERG SVERIGE

Öl består till över 90 procent av vatten och ölbryggning är en vattenintensiv process, så för oss är det viktigt att använda vatten effektivt och cirkulärt. 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.

Carlsberg-koncernen har ett globalt mål att minska vattenanvändningen med 50 procent fram till 2030. I Sverige arbetar Carlsberg konsekvent med att minska vattenanvändningen.

MINSKAT FRÅN LÅGA NIVÅER

Sedan 2010 har vattenanvändningen minskat från redan låga nivåer med 7 procent i Falkenberg och med 16 procent i Ramlösa. 2019 gick det åt 2,8 liter vatten/liter färdig dryck i Falkenberg (öl, läsk, cider och andra drycker) och 1,56 liter/liter färdigt mineralvatten i Ramlösa. Målet är att nå ner till 2,12 l./l. i snitt i Sverige till 2022.

OPTIMERAD FÖRPACKNINGSPROCESS

Under 2019 genomfördes flera förbättringar för att minska vattenspillet. Förpackningsprocessen optimerades, så det går åt mindre vatten i flasktvätt och i tunnelpastör och användning av egen biogas ökade med 1 procent genom ökad återanvändning av processvatten.

KYLTORN SPARAR VATTEN

I november 2019 installerades ett kyltorn för kylning av luftkompressorerna. Genom att recirkulera kylvattnet genom kyltornet sparar vi stora mängder vatten varje dag, ca 100 m³, vilket motsvarar 0,1 l/l per år.

RAMLÖSA VATTENFOND

Ramlösa Vattenfond är ett viktigt initiativ där vi stöttar Röda Korsets vattenprojekt i utsatta områden, som till exempel Afrika och Asien. 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 630 miljoner liter rent vatten till behövande (jan 2020).



Med stöd från Ramlösa Vattenfond kan Röda Korset driva livsviktiga vattenprojekt i utsatta områden i Afrika och Asien.

Utility manager Mikhail Zaripov framför
det nya kyltornet på bryggeriet i Falkenberg.



NOLL OANSVARIG KONSUMTION

2030 GLOBALA MÅL

100 %

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

2022 GLOBALA MÅL

100 %

INFORMATION OM ANSVARSFULL
KONSUMTION PÅ FÖRPACKNINGAR
OCH GENOM VARUMÄRKES-
AKTIVERING

100 %

TILLGÄNGLIGHET AV
ALKOHOLFRI ÖL

100 %

AV ALLA MARKNADSBOLAG
ARBETAR I PARTNERSKAP FÖR
ATT STÖDJA ANSVARSFULL
KONSUMTION

DET HÄR GÖR VI PÅ CARLSBERG SVERIGE

Öl är vår passion. Och det är 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.

MARKNADSLEDANDE PÅ ALKOHOLFRITT

Vi ska ha 100 procent ansvarsfull märkning på våra alkoholhaltiga produkter och konsumenten ska ha 100 procent valmöjlighet av alkoholfria alternativ.

Vi utökar ständigt vårt utbud med alkoholfria produkter och leder den alkoholfria ölkategorin med en marknadsandel på 50 procent. Idag har vi 15 olika typer av alkoholfri öl, cider och blanddryck.

Under 2019 lanserade vi vårt andra alkoholfria öl på fat, Brooklyn Special Effects, som därmed gjorde Carlsberg Alcohol Free sällskap.

Sedan 2005 har vi en informationstext om ansvarsfull konsumtion på merparten (98 procent) av våra ölprodukter med över 2,8 procents alkoholhalt.

2020 firar vi ett 10-årigt samarbete med stiftelsen nattvandring.nu. Det är en oberoende och obunden stiftelse som verkar för ett ökat vuxnenengagemang för barn och ungdomar samt stödja, främja och utveckla nattvandringen i landet. Idag finns det över 400 lokala nattvandrar-grupper. 2019 gjordes drygt 20 000 vandringar av över 50 000 engagerade vuxna.

Varje september uppmärksammar vi Global Beer Responsibility Day, 2019 gjorde vi det i samband med ölmässor där vi bjöd besökarna på vårt alkoholfria sortimentet.

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 kan vi göra skillnad.



NOLL OLYCKS- KULTUR

2030 GLOBALA MÅL

0 %
OLYCKOR

2022 GLOBALA MÅL

**MINSKNING AV
ANTALET OLYCKOR
ÅR FÖR ÅR**



I Ramlösa arbetar man systematiskt tillsammans för att undvika 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.

AKTIVITETER FÖR ATT NÅ NOLLVISIONEN

Carlsberg Sverige hade 10 st olyckor som ledde till sjukskrivning 2019 (jämfört med 4 st 2018). Det visar att arbetet måste fortsätta för att nollvisionen ska nås.

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. Flera säkerhetsdagar har genomförts under 2019. Dedikerade dagar där kollegor tränar varandra inom olika områden inom säkerhet.

Arbetet med att få fler medarbetare att rapportera tillbud och riskobservationer i en Säkerhetsapp fortsätter.

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

Den 3 januari 2020 passerade vi tre år utan en olycka med sjukskrivning i Ramlösa.

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 levererar på uppsatta mål. 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.

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 kvalitets-certifierade 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.



DRYCKESBRANSCHENS
KLIMATINITIATIV

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.

[Alkoholgranskningsmannen \(AGM\)](#)

[Carbon Trust](#)

[DLF](#)

[Dryckesbranschens Klimatinitiativ](#)

[Fossilfritt Sverige](#)

[Green Kayaks](#)

[Håll Sverige Rent](#)

[IQ](#)

[IVL Svenska Miljöinstitutet](#)

[Livsmedelsföretagen](#)

[Nattvandring.nu](#)

[Prata om Alkohol](#)

[Returpack/PantaMera](#)

[Rise](#)

[Sustainable Brand Index](#)

[Svenska Röda Korset](#)

[Sveriges Bryggerier](#)

**KLICKA PÅ ORGANISATIONERNA
FÖR ATT LÄSA MER**



LÅNG TRADITION AV HÅLLBARHETSARBETE

Jag har arbetat på Carlsberg i nio år i olika roller inom kommunikation och hållbarhet. Tiden har gått fort, men också långsamt. När jag nu tittar tillbaka på vad vi som företag har åstadkommit under de senaste tio åren, inser jag att det är lika lång tid kvar till år 2030. Och genast känns det året ganska nära i tid.

Carlsberg har en lång tradition av att arbeta strategiskt med hållbarhet. Carlsbergs grundare J.C. Jacobsen, som startade Carlsberg i Köpenhamn 1847, hade en vision om att inte bara brygga den godaste ölen, utan att också ge tillbaka till samhället. Att han startade en stiftelse som en garanterad för bryggeriets fortlevnad är bara ett av många exempel. Carlsberg Stiftelsen är fortfarande majoritetsägare och skänker sin del av aktieutdelningen till forskning och utveckling, konst och musik.

10 ÅR GÅR FORT

Tillbaka till vad som hänt på Carlsberg Sverige de senaste tio åren. En hel del faktiskt, vi har genomfört flera små och stora förändringar, vad gäller t ex hållbara förpackningar, transporter och effektiviseringar vad gäller vatten och energiförsörjning. Vi var 2017 första stora bryggeriet i Sverige, tillika första bryggeriet i Carlsberg-familjen, att gå över till klimatneutral energiförsörjning i produktionen på bryggeriet i Falkenberg.

VI ÄR MÅNGA SOM VILL GÖRA SKILLNAD

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. Om vi ska hinna nå de hållbarhetsmål vi satt upp till 2030 måste vi öka takten ytterligare, tio år går som sagt fort.

Jag är stolt över viljan som finns att göra skillnad och styrkan i att vi är så många, både individer och företag, som tycker att hållbarhet är viktigt. Det gör att det ligger extra mycket kraft bakom beslut och initiativ.

Jag ser fram emot de kommande tio åren och de innovativa lösningar och hållbarhets-samarbeten vi kommer vara del av.



ANNA ANDERBERG,
HÅLLBARHETSCHEF
CARLSBERG SVERIGE

LÄR KÄNNA OSS BÄTTRE:



HÅLLBARHETSPLATTFORM:

okorkat.se



[@CarlsbergSWE](https://twitter.com/CarlsbergSWE)



[@carlsbergsverige](https://www.instagram.com/carlsbergsverige)



Vi gör en global hållbarhetsrapport för
hela Carlsberg-koncernen, den hittar du på:
carlsberggroup.com/sustainability

HÖR GÄRNA AV DIG:

csr@carlsberg.se