

A man and a woman are kayaking on a calm lake. The man, on the left, has a beard and is wearing sunglasses and a blue life vest. The woman, on the right, has long blonde hair and is also wearing sunglasses and a blue life vest. They are both smiling and holding orange paddles. The kayak is green and has a white label that reads "#GREENKAYAK". A green trash can is mounted on the kayak with a white label that reads "Skötsel av vatten och skräp i vatten". The background shows a lush green shoreline with trees.

TILLSAMMANS MOT EN BÄTTRE FRAMTID

EN SAMMANFATTNING
AV CARLSBERG SVERIGES
HÅLLBARHETSARBETE 2020-2021

TOGETHER
TOWARDS
ZERO

Carlsberg
Sverige

INNEHÅLLS- FÖRTECKNING

FÖRORD AV VD.....	3
OM FÖRETAGET	4
VÅRT SYFTE	5
TOGETHER TOWARDS ZERO	6
AGENDA 2030.....	7
NOLL KOLDIOXIDAVTRYCK.....	8
FÖRDELNINGEN AV RELATIVA KOLDIOXIDUTSLÄPP ÖVER VÄRDEKEDJAN.....	9
KLIMATSMARTA FÖRPACKNINGSLÖSNINGAR	10
OLIKA FÖRPACKNINGSTYPERS KLIMATPÅVERKAN.....	11
NOLL VATTENSPILL	12
NOLL OANSVARIG KONSUMTION	13
NOLL OLYCKSKULTUR.....	14
RAMVERK, CERTIFIERINGAR OCH SAMARBETEN	15
SLUTORD AV HÅLLBARHETSCHEF.....	16

HÅLLBARA AFFÄRSBESLUT ÄR VÄGEN FRAMÅT



2020 var inte ett vanligt år. Redan i mars drabbades vi av Coronapandemin, som vi fortfarande befinner oss i. Den har haft stor påverkan på oss, både som individer, men också som företag och samhälle. Många av oss har arbetat hemifrån (mer eller mindre) i över ett år nu och i takt med att vaccineringsarna genomförs väntar vi på att gå tillbaka till en mer normal arbetssituation, men givetvis kommer det inte se ut exakt som det gjorde innan mars 2020.

Carlsberg Sverige har en stor andel medarbetare som inte har möjlighet att göra sitt arbete hemifrån. Det är medarbetare som arbetar i processen, i produktionen, på lagret, med att kvalitetssäkra våra produkter, och ute på fältet hos våra kunder. De har alla varit nyckelpersoner i att hålla Carlsberg Sveriges verksamhet igång under pandemin och vi har genomfört ett flertal initiativ för att säkerställa en trygg och säker arbetsplats för dem.

När vi nu ser ljuset i tunneln kan vi konstatera att de åtgärder vi satt in har haft en positiv effekt. Vi har haft en relativt låg smittspridning inom företaget och jag vill tacka alla medarbetare för deras tålamod och efterlevnad av de restriktioner och insatser vi infört, och även för deras positiva anda att fortsätta driva verksamheten framåt under denna annorlunda tid.

Utifrån ett hållbarhetsperspektiv har det varit ännu ett intensivt år. Vi har utöver arbetet med att säkra våra medarbetares hälsa och välmående, fortsatt att leverera på de fyra ambitionsområdena inom hållbarhetsprogrammet Together Towards Zero; Noll koldioxidavtryck, Noll Vattenspill, Noll Oansvarig konsumtion och Noll Olyckskultur.

Förpackningar står för ca 60 % av den svenska verksamhetens koldioxidavtryck och vi arbetar med att konvertera mot en mer hållbar förpackningsportfölj. Vid årsskiftet lanserade vi ett Plastlöfte där vår ambition är att minska användningen av ny fossil plast i våra förpackningar. Vi genomför flera förändringar i vår bryggeriverksamhet för att minska energi- och vattenanvändningen. På transportsidan har vi intressanta initiativ för att minska klimatavtrycket och gå mot en mer fossilfri transportkedja.

Vår ambition att agera som ett ansvarsfullt bryggeri är fortsatt hög, vi utbildar årligen våra medarbetare kring ansvarsfull marknadsföring och utökar den ansvarsfulla märkningen av våra produkter. Vi är stolta och glada över att fira ett tio-årigt samarbete med stiftelsen nattvandring.nu, en organisation som gör skillnad och hjälper ungdomar, över hela landet. Och sist men inte

minst, vi fortsätter att driva och utveckla den alkoholfria kategorin.

Jag är också glad över att vi fortsätter de konstruktiva samarbeten vi har tillsammans med kunder, branschkollegor, leverantörer och partners, för att med gemensamma krafter leverera på de höga ambitioner vi har inom hållbarhetsområdet. Klimatfrågan har inte tappat fart under Coronapandemin, snarare har frågan flyttats fram ytterligare på dagordningen. De affärsbeslut vi fattar på Carlsberg, men också gemensamt inom branschen, måste vara hållbara, inte bara ekonomiskt utan även socialt och miljömässigt.

Vi fortsätter vår strävan mot en mer hållbar framtid. Och jag hoppas att du vill följa med oss på den resan.

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, läsk, cider, vatten och blanddryck. Några av våra välkända och folkkära varumärken är Carlsberg, Falcon, Eriksberg, Ramlösa, Pepsi och Somersby.

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

Carlsberg Sverige bildades 2001 och firar 20 år under 2021. Men stommen bestående av Pripps Bryggeri, Bryggeriet Falken, Ramlösa Hälso-brunn 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 försäljning på över 150 marknader, 40 000 medarbetare och som brygger över 11 miljarder liter öl per år (2020).

Carlsberg Sverige har ca 740 medarbetare. 490 arbetar inom det svenska Supply Chain-bolaget, med bland annat produktion och lagerverksamhet i Falkenberg, där vi tillverkar öl, läsk, cider och blanddryck, och i Ramlösa där vi tappat mineralvatten. 250 arbetar inom det kommersiella bolaget med sälj, marknad, supportfunktioner och Teknik & Service. Huvudkontoret ligger i Solna. (Siffror från dec 2020)

Försäljningsvolymen i Sverige 2020 var 395 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 740
medarbetare

395
miljoner liter
försäljningsvolym 2020



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

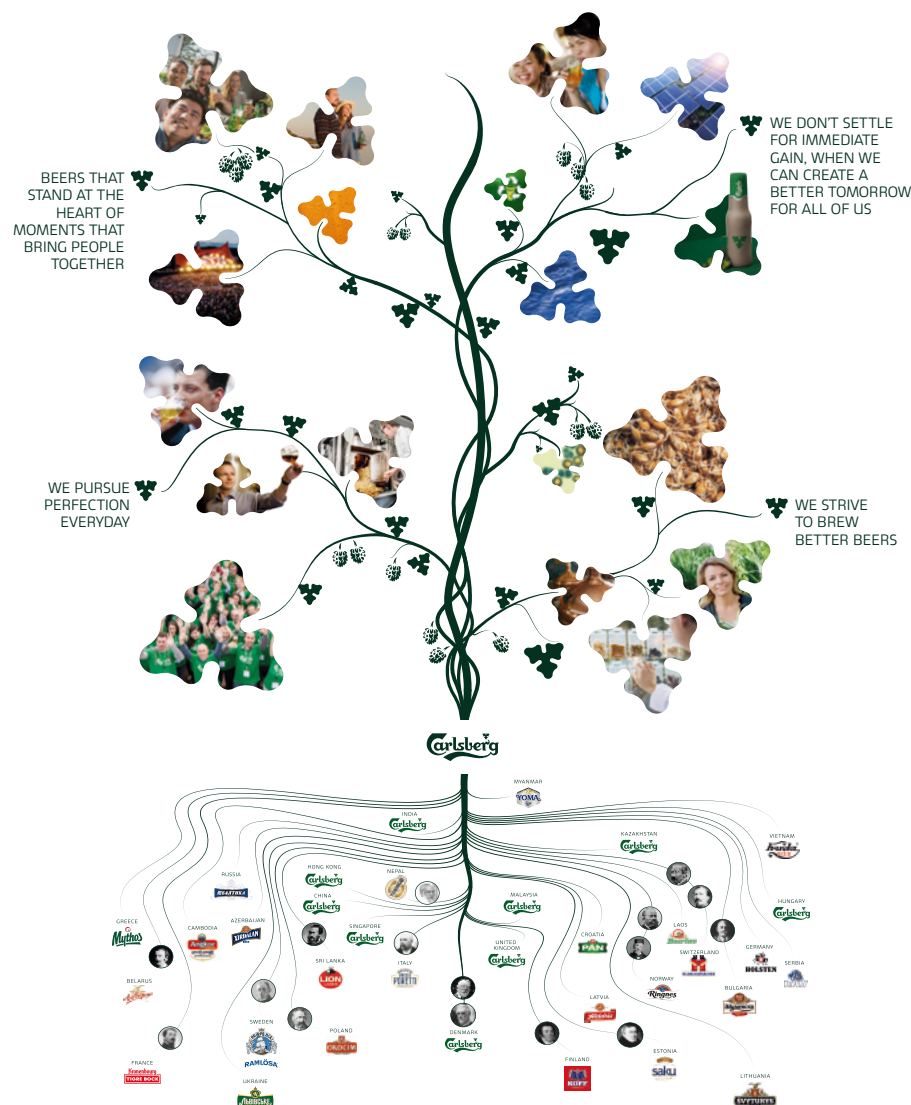


BREWING FOR A BETTER TODAY AND TOMORROW

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



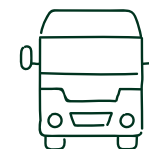
UPPHANDLING

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 ca 395 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.



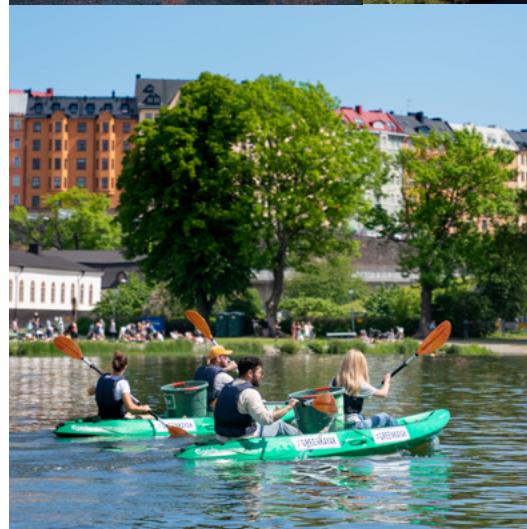
**NOLL
OANSVARIG
KONSUMTION**

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 KOLDIOXIDÅTRYCK

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 KOLDIOXIDAVTRYCK

DET HÄR GÖR VI PÅ CARLSBERG SVERIGE

Carlsberg Sverige var det första bryggeriet inom Carlsberg-koncernen, och det första stora bryggeriet i Sverige, som nådde en koldioxidneutral produktion utifrån energiförsörjningen. Genom att använda enbart förnybar energi (grön el samt egenproducerad och köpt biogas) är alla drycker klimatneutralt producerade utifrån energiförsörjningen sedan 2017. Det gäller både bryggeriet i Falkenberg och vattenfabriken i Ramlösa. (Förpackningarna innefattas ej)

2020 minskades elanvändning med 5 % vs. 2019 och användningen av värmeenergi minskades med 20 % vs. 2019. Detta påverkar ej koldioxidavtrycket, då enbart certifierad el och biogas används, men ger energieffektiviseringar. Andelen egenproducerad biogas ökade med 1,5 % vs. 2019.

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 för effektivare transporter med ökad fyllnadsgrad och optimerade rutter. Det minskar mängden drivmedel per liter dryck och därmed minskar klimatpåverkan. Vi använder tågtransport där det är möjligt. Under 2020 har vi infört flera optimerade rutter tillsammans med kunder, där vi ritat om kartan tillsammans och på så sätt kan minska många mil med tung

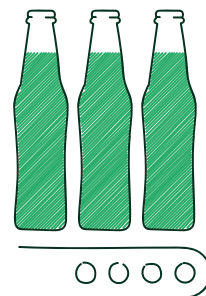
lastbil på vägarna, vilket i sin tur minskar koldioxidutsläppen.

Sedan våren 2021 är numera Carlsberg Sveriges fjärrtransportsträcka mellan Falkenberg och Umeå fossilfri. Sandahls som kör åt Carlsberg Sverige mellan Falkenberg och Göteborg har satt in en biogasbil på sträckan. Och sträckan mellan Göteborg och Umeå körs sedan tidigare med eldrivna tåg. Att ha hela sträckan fossilfri kommer hjälpa Carlsberg Sverige att minska koldioxidutsläppen med cirka 170 ton CO₂e per år, vilket motsvarar att ta bort ca 65 bensindrivna personbilar från vägarna i ett år.

Hösten 2020 invigdes Carlsberg Sveriges nya externlager som ligger i nära anslutning till bryggeriet i Falkenberg. Lagret, som omfattar 20 000 kvadratmeter, kommer att minska transporterna med 15 000 mil per år. Satsningen kommer även skapa högre flexibilitet och bättre service till kunderna samt stärka Carlsberg Sveriges långsiktiga konkurrenskraft och fortsatta tillväxt.

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 bransch-samarbeten, som Dryckesbranschens Klimatinitiativ, där Sveriges Bryggerier, SVL och Systembolaget gått samman för att göra skillnad för klimatet, samt Livsmedelsföretagens Hållbarhetsmanifest, DLFs Färdplan och Fossilfritt Sverige.



Carlsberg Sverige lanserade ett plastlöfte 2021 med mål att minska mängden ny fossil plast, öka andelen återvunnet material och andelen återvunna förpackningar



NOLL KOLDIOXIDAVTRYCK

8

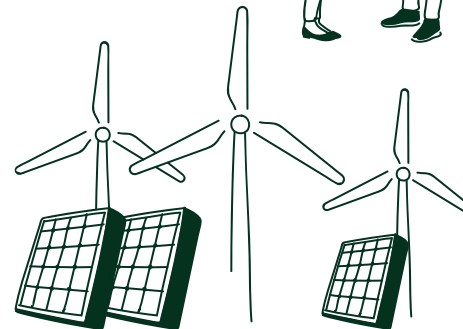
-19 %

Minskat koldioxidavtryck över värdekedjan sedan 2015



100 %

Förnybar energi på bryggeriet i Falkenberg och på vattenfabriken i Ramlösa (enbart grön el och biogas)

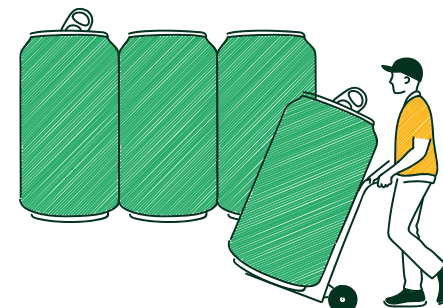


1,5 %

Ökad andel egenproducerad biogas med 1,5 % vs. 2019



Carlsberg Sverige först inom Carlsberg-koncernen med klimatneutralt producerade drycker utifrån energiförsörjningen (2017)



-180 ton CO₂e

Nytt externlager nära bryggeriet i Falkenberg. Minskar transporterna med 15 000 mil/år. Vilket motsvarar 180 ton i minskade koldioxidutsläpp.

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

FÖRDELNINGEN AV RELATIVA KOLDIOXID-UTSLÄPP ÖVER VÄRDEKEDJAN

När vi tittar på koldioxidavtrycket över hela värdekedjan ser vi att den största bidragaren kommer från förpackningar, hela 59 %. Fördelningen ser någorlunda lika ut över hela Carlsberg-koncernen även om andelen skiljer sig åt från olika marknader. Att aktivt arbeta mot en mer hållbar förpackningsportfölj är därför något som är centralt både på Carlsberg Sverige och på koncernnivå.

UTSLÄPPSUTVECKLING 2015-2019

Carlsberg Sverige har minskat det relativa koldioxidavtrycket med 19 procent över värdekedjan mellan 2015 och 2019.* Det har vi gjort genom att förbättra förpackningars hållbarhet, köra mer effektiva transporter och genom att använda enbart förnybar energi i produktionen. Målet är att vi ska minska koldioxidavtrycket med 15 procent till 2022 och med 30 procent till 2030. Klimatmålen är certifierade av Science Based Targets Initiative. När vi levererar på dem bidrar vi till det lägre temperaturmålet, 1,5 grader, i Paris-avtalet.



% av total
utsläpp från
beer-in-hand
2019

26 %

2 %

59 %

13 %

0 %

Förändringar i
CO₂-intensitet
vs 2015 (basår)

↓ **-7 %**

↓ **-83 %**

↓ **-17 %**

↓ **-10 %** ↓ **-20 %**



2015
34.6
kg CO₂e/HL

19 %
↓

2019
28.0
kg CO₂e/HL

Koldioxidberäkning genomförd
2016 (för 2015) och 2020 (för 2019)
av Carbon Trust.

*Carlsberg Sveriges "Beer in hand" fotavtryck,
dvs för hela värdekedjan, för 2015, som är
basåret för Together Towards Zero, samt 2019.



SCIENCE
BASED
TARGETS

DRIVING AMBITIOUS CORPORATE CLIMATE ACTION

100 % återvunnen plast i multipacksvep 2022, ett av målen i Carlsberg Sveriges plastlöfte.



KLIMATSMARTA FÖRPACKNINGSLÖSNINGAR

Förpackningarna står för 59 procent av Carlsberg Sveriges 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.

NYTT PLASTLÖFTE

För att snabba på arbetet mot en mer klimatsmart förpackningsportfölj lanserade Carlsberg Sverige ett nytt Plastlöfte i början av 2021, med tydliga mål för att minska plastanvändningen och nedskräpningen av plast i naturen. I ett första steg ska Carlsberg Sverige minska företagets klimatpåverkan med upp till 60 procent per förpackningsslag som omfattas av plastlöftet.

Plastlöftet lyder: Vi vill minska den totala mängden ny fossil plast och ha noll plastspill. Plasten vi sätter på marknaden ska samlas in, återvinnas och kunna återvinnas igen, med optimala cirkulära plastflöden.

De första stegen i Carlsberg Sveriges plastlöfte innebär:

- Minst 50 % återvunnen plast i PET-portföljen och 100 % återvunnen plast i multipacksvep - 2022
- 100 % återvinningsbara plastförpackningar - 2025
- Bidra till att nå den 90 % återvinningsgraden för PET (och burk) inom retursystemet - 2025

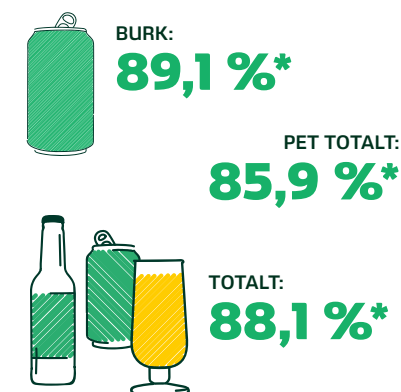
Ett arbete pågår med att kartlägga all plast som används i verksamheten. På primär- och sekundärförpackningar ska andelen återvunnet material öka, på sikt upp till 80-100 procent. Företaget tittar också på förnybara lösningar för att ersätta den fossila plasten.

Den långsiktiga visionen är att företaget ska ha noll plastspill och ett cirkulärt system för plasthantering, samt maximal insamling av alla förpackningar 2030.

SVENSKARNA ÄR BRA PÅ ATT PANTA

Svenskarna pantade sammanlagt över 2,2 miljarder burkar och PET-flaskor 2020, vilket motsvarar 214 förpackningar per person. Pantningsgraden ligger på 88,1 procent (målet är 90 %), varav burk: 89,1% och PET totalt: 85,9%

**Carlsberg Sveriges "Beer in hand" fotavtryck, dvs för hela värdekedjan, 2019)*



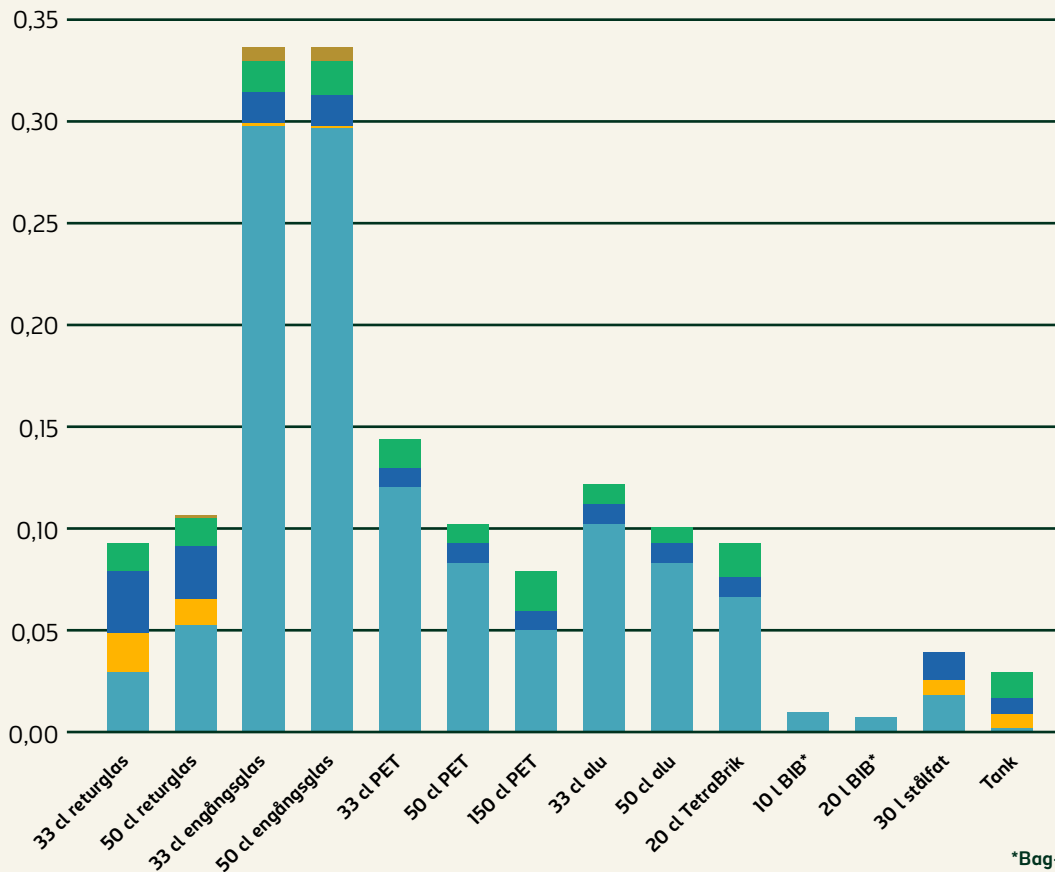
**Siffrorna avser 2020 och avser den totala återvinningen inklusive frivilligt anslutna produkter. Exklusive de frivilligt anslutna produkterna är pantningsgraden 88,6 %. Statistik från Returpack.*

OLIKA FÖRPACKNINGARS KLIMATPÅVERKAN

KLIMATAVTRYCK PER LITER DRYCK 2018

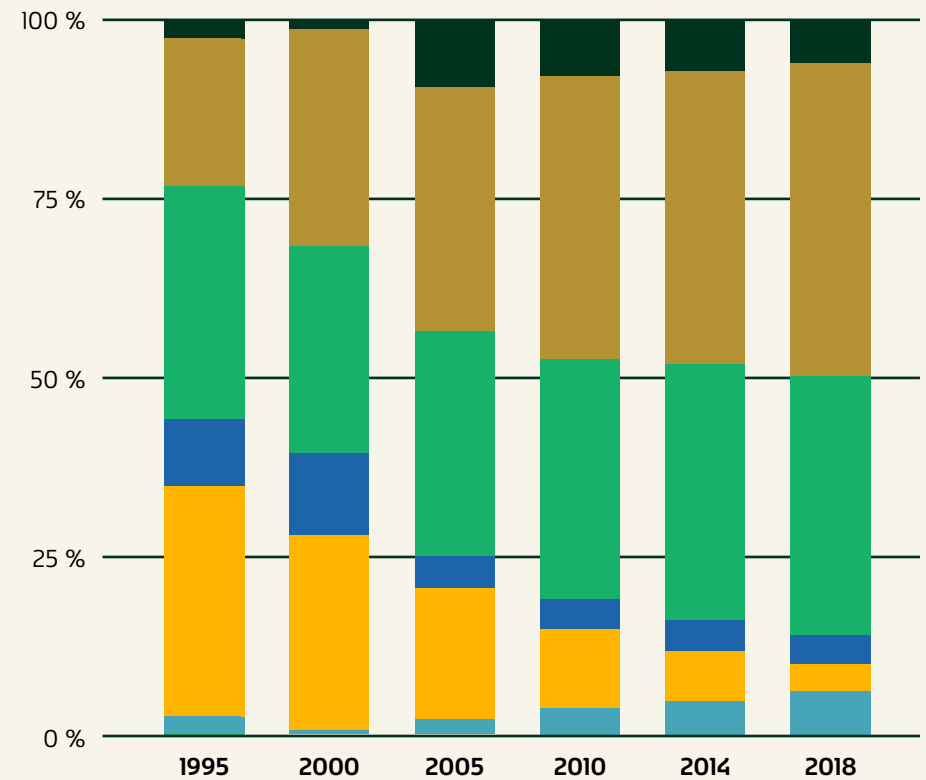
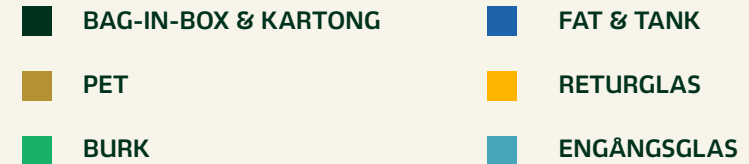


KG CO2E/ LITER DRYCK



*Bag-in-Box

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.

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.

MINSKAT FRÅN LÅGA NIVÅER

2020 var vatteneffektivitet 2,22 hl/hl för den svenska verksamheten. Det är en minskning med 15 % jämfört med 2019 (2,59 hl/hl). Målet är att komma ner till en effektivitet på 2,17 hl/hl i snitt i Sverige under 2021.

Under året har Carlsberg Sverige bland annat arbetat med att optimera förpackningsprocessen, minskat mängden vatten i flasktvätten, optimerat vattenkonsumtionen för tunnelpastörer och ökat användningen av ångkondensat.

OPTIMERAD FÖRPACKNINGS- PROCESS

Under 2020 genomfördes flera förbättringar för att minska vattenspill. Förpackningsprocessen optimerades, så det går åt mindre vatten i flasktvätt och i

tunnelpastör och användning av egen biogas ökade med 1,5 procent genom ökad återanvändning av processvatten.

KYLTORN SPARAR VATTEN

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

RAMLÖSA VATTENFOND

Ramlösa Vattenfond är ett viktigt initiativ där vi stöttar Röda Korsets vattenprojekt i utsatta områden, som exempelvis Elfenbenskusten, Bangladesh och Jemen. Vi har samarbetat sedan 2011 och firar ett tioårigt partnerskap 2021. Vi skänker motsvarande en liter rent vatten för varje liter Ramlösa vi säljer. Hittills har vi skänkt (motsvarande) över 700 miljoner liter rent vatten till behövande. (dec 2020)

RAMLÖSA – SVERIGES MEST HÅLLBARA DRYCKESVARUMÄRKE

Ramlösa har röstats fram som Sveriges mest hållbara dryckesvarumärke i Sustainable Brand Index 2021 – Nordens största oberoende hållbarhetsranking. Över 23 000 respondenter deltog i studien där Ramlösa blev branschvinnare.

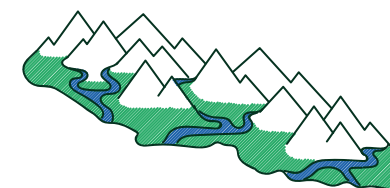
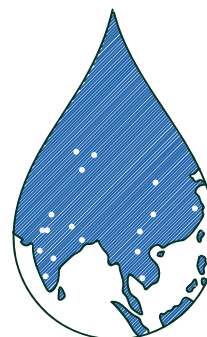
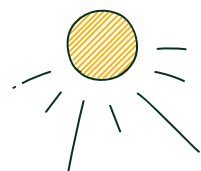
-15 %

Vatteneffektivitet 2020 var 2,22 hl/hl på Carlsberg Sverige. En minskning med 15 % vs 2019 (2,59 hl/hl).



Vattenbesparande aktiviteter 2020

- Optimerad förpackningsprocess
- Minskad mängd vatten i flasktvätt
- Optimering av vattenkonsumtion för tunnelpastörer
- Ökad användning av ångkondensat



700 miljoner liter

10-årigt samarbete med Svenska Röda Korset – Ramlösa Vattenfond har bidragit med motsvarande över 700 miljoner liter rent vatten till behövande i Asien och Afrika

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



NOLL OANSVARIG 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 vilka varor 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 ALKOHOLFRI

Vi ska ha 100 procent ansvarsfull märkning på våra alkoholhaltiga produkter. Konsumenten ska ha 100 procent valmöjlighet av alkoholfria alternativ. Vi utökar ständigt vårt utbud med alkoholfria produkter och leder den alkoholfria ölkategorin. 2020 var vi marknadsledare på alkoholfritt, vår produktportfölj innehöll 18 olika typer av alkoholfri öl, cider och blanddryck. Under 2020 lanserade vi en alkoholfri nyhet, Falcon 0,0 % - en alkoholfri lager. Sedan 2005 har vi en informationstext om ansvarsfull konsumtion på merparten (98 procent) av våra ölprodukter med över 2,8 procents alkoholhalt.

Nytt för 2020 är att vi även inför en ansvarsfull åldersmärkning på samtliga alkoholhaltiga produkter, men även på alkoholfri öl, cider och blanddryck. En märkning som fasas in senast 2024 för att vi ska undvika kassationer och produktspill.

2020 firar vi ett 10-årigt partnerskap med stiftelsen nattvandring.nu. Det är en oberoende och obunden stiftelse som verkar för ett ökat vuxenengagemang för barn och ungdomar samt stödjer, främjar och utvecklar nattvandringen i landet. 2020 fanns det över 440 lokala nattvandrargrupper, som gjorde över 20 000 vandringar och engagerade fler än 55 000 frivilliga vuxna.

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.



18

Vår produktportfölj innehöll 18 olika typer av alkoholfri öl, cider och blanddryck



7 %

2020 ökade försäljningen av alkoholfria brygger med Index 107 i Sverige. Carlsberg Sverige är stark marknadsledare.

100 %

Carlsberg har satt ett mål att senast 2024 märka alla alkoholhaltiga produkter, samt alkoholfria öl, cider och blanddryck, med en åldersmärkning, via vårt globala medlemskap i International Alliance for Responsible Drinking



100 %

Vi har sedan 2009 alkoholås på samtliga våra tjänstefordon

10 år

Vi firar ett 10-årigt samarbete med nattvandring.nu. De finns över hela landet och engagerar över 55 000 vuxna i ca 440 grupper.



98 %

Sedan 2005 har vi informationstext om ansvarsfull konsumtion på merparten (98 %) av våra alkoholhaltiga produkter

2030 GLOBALA MÅL

100 %

AV ALLA MARKNADS-
BOLAG FÖRBÄTTRAR
SIG INOM ANSVARS-
FULL KONSUMTION
ÅR FÖR ÅR

2022 GLOBALA MÅL

100 %

INFORMATION
OM ANSVARSFULL
KONSUMTION PÅ
FÖRPACKNINGAR OCH
GENOM VARUMÄRKES-
AKTIVERING

100 %

AV ALLA MARKNADS-
BOLAG ARBETAR I
PARTNERSKAP
FÖR ATT STÖDJA
ANSVARSFULL
KONSUMTION

100 %

TILLGÄNGLIGHET AV
ALKOHOLFRI ÖL

Hälsa och Säkerhet är ett viktigt område som är prioriterat över hela Carlsberg-koncernen, med målet att skapa en trygg, säker och trevlig arbetsplats.

DET HÄR GÖR VI PÅ CARLSBERG SVERIGE

Vi arbetar systematiskt med att ta bort potentiella risker från verksamheten genom att rapportera tillbud och riskobservationer, följa upp och åtgärda. Vår ambition är att vi ska nå noll olyckor, men det kräver att vi inte släpper fokus. Globalt har vi tittat främst 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. En del av arbetet är att tydliggöra rutiner, samt att rapportera tillbud och göra riskobservationer.

Viktiga fokusområden är våra livräddande regler relaterat till; trafik, bryt och lås, maskinsäkerhet, arbete på hög höjd samt inträde i slutna utrymmen. Vi har etablerat program för de områden där vi ser en tydlig potential att minska risker för olika yrkesgrupper. Några exempel är en ny tillståndprocess för högriskarbeten, introduktionsprogram för nyanställda och visstidsanställda för att säkerställa säkrast möjliga introduktion i företaget.

Kontinuerlig utveckling av medarbetarnas kompetens gällande riskidentifiering samt inställning och engagemang relaterad till säkerhet. Vi arbetar regelbundet med att utveckla vår säkerhetskultur med olika initiativ för att främja individens och arbetsgruppens utveckling.

2020 hade vi 4 olyckor som ledde till sjukskrivning. Det är en klar förbättring jämfört med 2019, då vi hade 10 st. Men, målet är NOLL olyckor så förbättringsarbetet fortsätter.

Den 3 januari 2021 nådde Ramlösa fyra olycksfria år. En bedrift som firades över Carlsberg-koncernen.

Under 2020 var givetvis en stor del av arbetet fokuserat på att hantera arbetsmiljön utifrån Coronapandemin för att skapa en så säker arbetsplats som möjligt utifrån våra medarbetares olika behov och arbetsuppgifter. Säljare har fri tillgång till handsprit och munskydd med sig i bilen. De medarbetare som har möjlighet att arbeta hemifrån rekommenderas att göra det. Medarbetare som måste vara på plats i t ex produktion eller på lager har tydliga riktlinjer för avstånd och antal personer på gemensam yta etc.

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

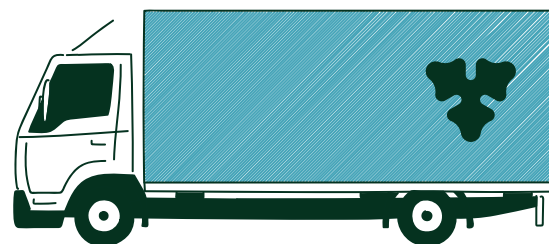
-60 %

Minskning i olycksfrekvens 4 LTAs* 2020 vs 10 LTAs* 2019



83,6 %

Överensstämmelse med våra program relaterade till Livräddande regler



4142

Genomförda säkerhetsvandringar



100 %

Av förarna i riskgrupp 1 och 2 genomförde trafiksäkerhetsutbildning online (medarbetare med tjänstebil).



5424

Tillbud och riskobservationer inrapporterade



Strikta åtgärder för att förhindra spridning av Covid-19 på arbetsplatsen, samt för att stärka medarbetarnas hälsa, välbefinnande och motståndskraft under pandemin

*LTA, Lost Time Accident, olycka som leder till sjukskrivning

2030 GLOBALA MÅL

0 %

OLYCKOR

2022 GLOBALA MÅL

MINSKNING AV ANTALET OLYCKOR ÅR FÖR ÅR



RAMVERK OCH CERTIFIERINGAR

Carlsberg Sverige har ett tvärfunktionellt hållbarhetsteam med ca 15 representanter från hela företaget som driver hållbarhetsarbetet framåt. De arbetar främst i projektform för att nå resultat. Teamet har kontinuerlig kontakt 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 kvalitetscertifierade enligt ISO sedan 1999 (ISO 14001) respektive 1996 (ISO 9001) 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 är certifierat enligt ISO 45 001 (arbetsmiljö) sedan 2020.



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](#)
[Förpacknings- och tidningsinsamlingen \(FTI\)](#)
[GreenKayak](#)
[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**

PLADDLING, PLAST OCH PERSONALVÅRD UNDER PANDEMIN



2020 har varit ett omtumlande år för de flesta av oss. Att från en dag till en annan lämna sin arbetsplats och försöka få någon slags struktur hemma, med två vuxna och två skolungdomar som ska ha möten, prov och lektioner samtidigt, varav en går i musikklass, har varit en utmaning. Minst sagt. Nu när det gått drygt ett år går det lättare. Det tar tid att lära sig nya vanor och anpassa sig efter en okänd karta.

Våren 2020 ställdes det mesta in. Jag är glad att vi hade en inplanerad aktivitet som faktiskt kunde genomföras, och som skulle visa sig bli en succé. Tillsammans med miljöorganisationen GreenKayak introducerade vi Pladdlingen i Sverige. Att pladdla betyder att du paddlar kajak och plockar upp skräp under turen, för renare vatten. Det var en Coronanpassad aktivitet som många ville testa. Vi hade 10 kajaker i Stockholm, Göteborg, Malmö och Jönköping. 1 800 provade på "pladdling" och tillsammans plockade de upp hela 3,4 ton plast och skräp från våra svenska vatten. I sommar kör vi igen och jag vill varmt rekommendera denna roliga och viktiga aktivitet, läs mer och boka en kajak [här](#).

På tal om plast så lanserade Carlsberg Sverige ett nytt Plastlöfte i början av 2021, med tydliga mål för minskad plastanvändning och nedskräpning av plast i naturen. Plast har bra egenskaper, men det är ett förpackningsmaterial som också måste användas effektivt.

Jag avslutar där jag började, med Coronapandemi. En tid då det kanske har varit extra viktigt att skapa en känsla av gemenskap och visa på hur vi alla bidrar till helheten, oavsett om vi står vid produktionslinjen, sitter i bilen på väg till en kund, eller sitter hemma vid köksbordet. På Carlsberg Sverige lanserade vi "Carlsberg Beat". Här samlar vi allt som ska främja en bättre hälsa och öka gemenskapen kollegor emellan. Konceptet innehåller allt från hållbarhetsföreläsningar med kunder, Cook-a-longs, Afterworks på givna teman, gemensamma lunchträningar, inspirationsföreläsningar kring hälsa, en hållbar kropp, stresshantering eller att leda på distans, veckovisa Corona-uppdateringar och stegtävlingar. Att vi som företag snabbt ställde om och skapade dessa engagerande aktiviteter har hjälpt oss att hålla fokus framåt och på det

som är viktigt. För min del är det att fortsätta driva på hållbarhetsagendan tillsammans med många engagerade, kunniga och intresserade kollegor, partners, kunder och leverantörer.

Under 2021 ser jag fram emot flera inspirerande sammanhang där hållbarhet får oss att samlas och bidra till en bättre framtid.

Anna Anderberg
Hållbarhetschef, Carlsberg Sverige

