



ARVID NORDQUIST

HÅLLBARHETSRAPPORT
2021





Hållbarhets- rapport 2021

Vårt hållbarhetsarbete täcker socialt, miljömässigt och ekonomiskt ansvar genom hela vår värdekedja med fokus på klimat och efterlevnad av de mänskliga rättigheterna i allt vi gör.

Vi rapporterar frivilligt vårt klimatarbete till CDP.



Innehållsförteckning

4	DET HÄR ÄR ARVID NORDQUIST
6	REFLEKTIONER FRÅN VD
8	HIGHLIGHTS 2021
10	HÅLLBARHET I NORDEN
12	EXEMPEL PÅ HÅLLBARHETSARBETE I VÅR PORTFÖLJ
18	HÅLLBARHET ÄR INTEGRERAT I VÅRT ARBETE
21	VÅR HÅLLBARHETSSTRATEGI
26	RESULTATUPPFÖLJNING
31	VÅRA KLIMATKOMPENSATIONSPROJEKT
33	CERTIFIERINGSGUIDE

Det här är Arvid Nordquist

I över 136 år har Arvid Nordquist försett marknaden med god mat och dryck från välkända varumärken. I dag finns vi i hela Norden, vårt fokus är att etablera nya varumärken och fortsätta att förädla starka varumärken på vår marknad.

Vi är ett familjeföretag i tredje generationen med ett aktivt ägar- skap. Vi representerar ett 40-tal olika varumärken med producenter från olika delar av världen. Vårt sortiment innehåller varumärken som vi äger, utvecklar och producerar själva, så som vårt eget rostade kaffe, och internationella varumärken som vi representerar i Norden. Några av dessa är ikoniska klassiker och många är också familjeföretag – precis som vi.

Vi tar hand om hela värdekedjan, med logistiken från producenter- nas lager till våra lager i Norden och vidare till kund, försäljning och marknadsföring, produktadministration, kund- och konsument- service samt order och fakturering.

Vår verksamhet är organiserad utifrån säljkanalerna Dagligvaru- handeln och det som vi kallar för Out of Home där den senare i sin tur är uppdelad i Restaurang, Vending, Office Supply, Travel Retail och Industri. Arvid Nordquist täcker samtliga kanaler på de mark- nader där vi verkar. Vi har fyra produktområden; Arvid Nordquist Kaffe, Livsmedel, Vin & Öl samt Non Food produkter.



Antal
medarbetare

294

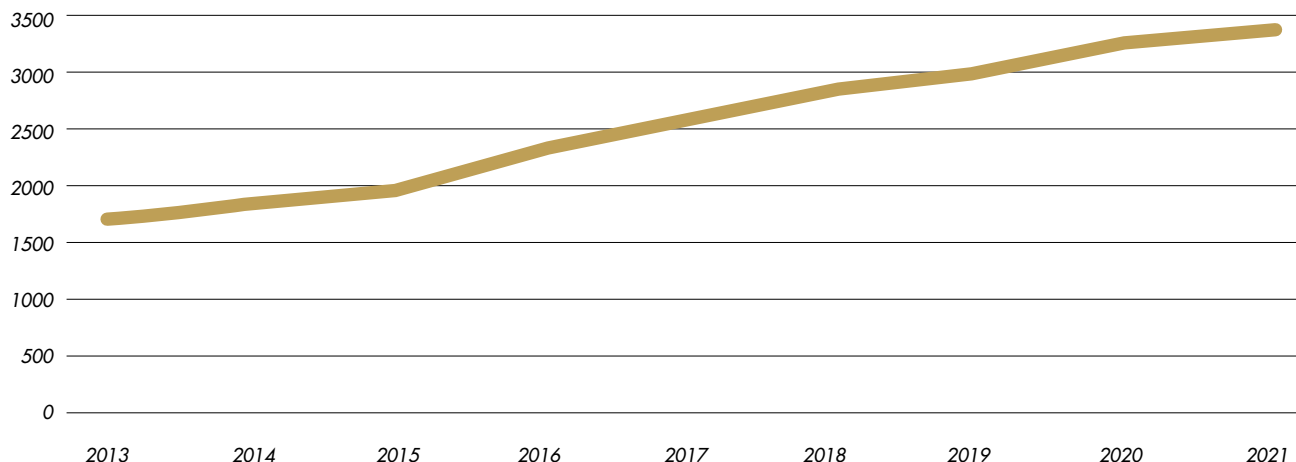
Kontor

Solna, Sverige, Huvudkontor
Helsingfors, Sälj & Marknadsorganisation
Oslo, Sälj & Marknadsorganisation
Köpenhamn, Sälj & Marknadsorganisation

Omsättning

3 350 Milj.

Milj. SEK TILLVÄXT ARVID NORDQUIST OMSÄTTNING







Reflektioner från VD

Hållbarhet handlar för oss om att ta ansvar för de produkter och tjänster vi erbjuder våra kunder. Det är ett ansvar som inbegriper att vara pålitlig, trovärdig och att alltid göra vårt yttersta för att vara en god medborgare. Bolagets värderingar är en summering av våra medarbetares värderingar, som genereras av den företagskultur vi värnar om och som ytterst är ett resultat av den vilja som ägare, styrelse och ledningsgrupp strävar efter att implementera.

För oss på Arvid Nordquist är hållbarhet inte ett begrepp för att vinna kortsiktiga marknadsfördelar – det är en livsstil, som handlar om hur vi förhåller oss till vår omvärld och till varandra för att bidra till en bättre värld. Vi måste hela tiden fundera över om det vi gör idag kan göras på ett bättre sätt imorgon. Vår omvärld förändras ständigt och detta ställer krav på ett dynamiskt hållbarhetsarbete, en förmåga att anpassa oss efter nya förutsättningar.

Våra kunder och leverantörer ställer höga krav på ansvarsfullt företagande och vi som bolag måste förstå våra kunder, konsumenter och leverantörer för att motsvara deras förväntningar på oss. Ett företag är aldrig bättre än dess medarbetare varför det är av största vikt att alltid fokusera på medarbetarnas förmåga och vilja att utveckla hållbarhetsarbetet och leva upp till bolagets värderingar.

Med vänlig hälsning,

Anders Nordquist
Verkställande Direktör
Arvid Nordquist HAB



”

För oss på Arvid Nordquist är
hållbarhet inte ett begrepp för att
vinna kortsiktiga marknadsfördelar
– det är en livsstil

”

Total

66,4 %

av vår omsättning kommer från hållbarhetscertifierade produkter

98,3 %

frisknärvaro

73

Barometerindex
(Medarbetarnöjdhet)

Vin & Öl



Fairtrade lansering:
**KWV Cathedral Cellar
Sauvignon Blanc**



7 st

nya ekolanseringar inom produktområde Vin & Öl, däribland:

**Chateau Brande,
Artesano de Argentio,
Cassagens de la Nerthe
& Susurro**



7 st

lanseringar i klimatsmarta förpackningar i produktområde Vin & Öl, däribland:

**Susurro Sauvignon Blanc,
Oddbird wine & Oddbird ale**



Kaffe

90 %

växtbaserad förpackning för Arvid Nordquist Kaffe

100 %

av kaffebönorna är certifierade av Fairtrade eller Rainforest Alliance, varav 17 % är ekologiskt odlade.



Bäst rankad bland kaffemärkena, i Sustainable Brand Index undersökningen om varumärken som upplevs bäst på hållbarhet.

Minskad plastanvändning för kaffe med **3,5 ton** per år.

Kompenserat för

94 577 ton CO₂e

i bland annat CommuniTree i Nicaragua.

Vi har med inköp av drygt 3200 ton Fairtradecertifierat och ekologiskt kaffe bidragit med drygt

35 milj. kr

i premier till kooperativ och småskaliga kaffeodlare.

Samarbete med **Farm Trace** och **Rainforest alliance** med syftet att kaffeodlare ska få betalt för klimatutsläppsreducerande insatser i sitt jordbruk.

Arvid Nordquist te;
nytt sortiment som är både ekologiskt och klimatkompenserat



Palmoiljefritt

Skippy jordnötssmör är nu palmölfritt.

RSPO

All palmolja i våra produkter är RSPO certifierad.

HiPP's ekologiska barnmatsburkar är nu också klimatpositiva.

47 %

av vår omsättning i Livsportföljen har Science Based Targets.

53 %

av omsättningen i vår livsmedelsportfölj är från producenter som har mål att minska sina klimatutsläpp.

99 %

Samtliga flaskor för A+ flytande tvättmedel har bytts ut till 99 % återvunnet material.

35 %

SC Johnsons flaskprodukter har minst 35 % återvunnen plast i förpackningarna.

87,2 %

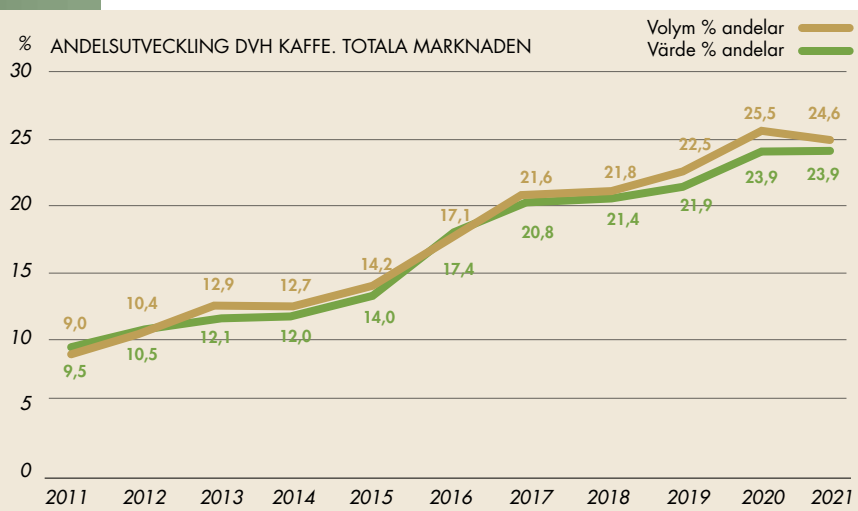
av vårt förpackningsmaterial är återvinningsbart (baserat på vikt).



Highlights 2021

För att nå goda resultat krävs samarbete i hela verksamheten. Det gäller det mesta men i synnerhet arbetet med hållbarhet. Det avgörande för att vi ska nå våra hållbarhetsmål och verka enligt våra värderingar är att vi integrerar hållbarhetsarbetet i alla processer och i alla aspekter av verksamheten. I år har vi arbetat fram nya långsiktiga och ambitiösa mål under en serie workshopar mitt under pandemin. Det har inte varit idealiska förhållanden men det digitala mötesupplägget har gjort det möjligt för alla att kunna delta under samma förutsättningar. Jag är särskilt stolt över vårt mål att fortsätta arbeta för en ännu högre andel hållbarhetscertifierade produkter. Det målet levererar på många av de hållbarhetsutmaningar som finns i vår bransch. Större delen av vår verksamhet är redan fossilfri men målet på 100 procent fossilfri egen verksamhet blir också en milstolpe att fira 2025, för visst ska vi klara det!

Erica Bertilsson,
Hållbarhetsdirektör Arvid Nordquist



Hållbarhet i Norden

Norden ligger långt fram i hållbarhetsarbetet. I Global Sustainability Index som sammanställs av organisationen Earth.org rankas Sverige på första plats, Danmark som nummer två och Norge och Finland på plats sju respektive nio. Sverige, Norge och Finland har deklarerat att de ska nå klimatneutralitet innan 2050.

I FN:s Human Development Index, som används för att jämföra välståndet i olika länder, rankas Norge på första plats, Sverige på sjunde plats och Danmark och Finland på tionde respektive elfte plats. Inom många hållbarhetsområden ligger Norden tydligt i framkant. Det speglar också den publika debatten och det intresse som finns för hållbarhetsfrågor hos den nordiska allmänheten, i synnerhet gällande klimat- och plastfrågan samt djurrättsperspektivet. Nu ses även ett ökat engagemang kring biologisk mångfald och jordhälsa.

”56-69 % av konsumenterna diskuterar regelbundet hållbarhetsfrågor med familj och vänner”, Sustainable Brand Index 2021.

Under året beslutade Norges riksdag om ny lag, den så kallade Åpenhetloven, som ställer krav på att öppet redovisa risker och åtgärder gällande mänskliga rättigheter i produkters värdekedjor. Lagen träder i kraft 2022. Inget liknande förslag ligger ännu på bordet hos övriga nordiska regeringar. Under året har Systembolaget i Sverige genomfört en Human Rights Assessment inom italiensk vinproduktion. Systembolaget letar också efter ytterligare verktyg för att blottlägga risker och genomföra åtgärder för att människor inte ska fara illa i produktionen av produkter i deras sortiment.

Såväl Coop Sverige, Kesko Finland, Apotea som ICA Sverige har antingen gjort ett åtagande till Science Based Targets initiative eller har redan godkända SBTi mål. Flera andra kunder har också tydliga och ambitiösa mål att minska klimatutsläppen kopplade till exempelvis redovisning till CDP. Kundernas ambition att minska klimatutsläppen i linje med Parisavtalet omfattar också sortimentet. Under året lanserade Coop Sverige en hållbarhetsdeklaration kopplad till produkterna i sortimentet. Deklarationen visas digitalt i företagets webshop men också genom en QR-kod på hyllkants-etiketter. Genom att skanna den kan konsumenterna se information om olika hållbarhetsaspekter för den specifika varan. Svenska Systembolaget har gått från att fokusera på ekologiska och etiska certifieringar till att ta ett helhetsgrepp på hållbarhet. Under 2022 kommer de lansera ”Hållbara val” som omfattar produkter som är hållbarhetscertifierade och som erbjuds i klimatsmart förpackning samt med spårbarhet hela vägen tillbaka till odlarna. Det kommer vara viktiga parametrar att hantera för alla leverantörer på den nordiska alkoholmarknaden framöver, i synnerhet på den svenska. Livsmedelsindustrins branschorganisationer i Sverige

”

Sverige, Norge och Finland har deklarerat att de ska nå klimatneutralitet innan 2050

”

startade 2021 ett gemensamt initiativ för att komma överens om hur hållbarhetsinformation gällande produkter bör presenteras och hanteras för att underlätta både för leverantör och konsument. Än så länge har branschen kommit långt i att enas i hur klimatberäkningar på produkter bör genomföras. Vår branschorganisation för hygienprodukter har under året genomfört en kartläggning på hållbarhetscertifieringar inom det kemtekniska området i syfte att uppvakta handeln för att få dem att acceptera fler certifieringar än Svanen och Bra miljöval. Under 2020 var hela 28,3 procent av Axfood-koncernens försäljning hållbarhetsmärkta varor och alla lanseringar i Norge under samma år hade hållbarhetskoppling. Handelns ambitioner återspeglas i de förväntningar och krav som finns på oss leverantörer.

”alla lanseringar i Norge under 2020 hade hållbarhetskoppling”

Även allt fler konsumenter bryr sig om vad maten innehåller och hur den produceras. Enligt Sustainable Brand Index är konsumentgruppen ”Smart Sustainable” den som växer snabbast i alla nordiska länder. Den här gruppen är nyfiken och intresserad, men alltid med ett ”vad vinner jag på det”-perspektiv. Klimatfrågan står högt på agendan, men även kvalitet, service och välmående är viktiga prioriteringar. Ungefär 25 procent av konsumenterna på den nordiska marknaden tillhör konsumentgruppen ”Smart Sustainable” och runt 9 procent tillhör gruppen Dedikerade hållbarhetskonsumenter. Sammanlagt visar det att ungefär 35 procent av alla konsumenter söker hållbara val.

”Ungefär 25 procent av konsumenterna på den nordiska marknaden tillhör konsumentgruppen ”Smart Sustainable”

Livsmedelsbranschen har också tagit ett stort ansvar för att vägleda konsumenterna för mer hållbara val, val som är bättre för både hälsa och miljö. Den nordiska nyckelhälsmärkningen, som kräver att

producenter följer delade nordiska näringsrekommendationer och restriktioner för salt, socker och fett, bärs av mer än 4 000 produkter idag. En tredjedel av de nordiska konsumenterna uttrycker ett växande intresse för växtbaserade proteiner och en av fem personer kan tänka sig att ta bort animaliskt protein helt och hållet från sin kost. Norska myndigheter har infört ett nationellt mål om att öka andelen grönsaker och fisk med 20 procent till 2030. Danmarks livsmedelsministerium har infört nya kostrekommendationer som innefattar minskning av köttkonsumtionen från 500 gram till 350 gram per person och vecka. Det blir också allt vanligare att maten på restauranger har tydliga hållbarhets- och ursprungsmärkningar. Dessutom driver handeln i samtliga nordiska länder på för en ökad andel lokalproducerad mat, även det drivet från politiskt håll.

“Det blir också allt vanligare att maten på restauranger har tydliga hållbarhets- och ursprungsmärkningar.”

Sist men inte minst har strävan efter att etablera fler cirkulära industrier vunnit mark bland de nordiska länderna, där i synnerhet design av återvinningsbara förpackningar är centralt. Samtliga nordiska länder har redan i dag hög andel återvinning av förpackningsmaterial av glas, metall och papper. Länderna har väl fungerande insamlingsystem och det som inte kan materialåtervinnas går till förbränning och används till uppvärmning i fjärrvärmesät. Dessvärre släpar återvinningsgraden av plast efter. Det beror både på lägre sorteringsvilja hos konsumenter och på att all plast inte går att återvinna. Samtliga nordiska länder arbetar med att förbättra återvinningssystemen, bland annat med information till producenter om återvinningsbara plaster och ökat rapporteringskrav. Producenten är ansvarig för att finansiera omhändertagandet av förpackningsavfallet, att informera konsumenterna samt att minska nedskräpningen. Det innebär både ökade förpackningsavgifter och ökad administration men bidrar också till ökad cirkularitet, förbättrad samhällsmiljö och minskade utsläpp av växthusgaser. Förpackningsdirektivet är lika inom hela EU, men varje land har egna system för att uppfylla EU-direktivet. Som ett svar på EU:s Plaststrategi lanserade den svenska branschorganisationen för dagligvaruleverantörer, DLF, Plastinitiativet. Målet är att till 2025 ska alla plastförpackningar som släpps på marknaden av DLF:s medlemmar vara fullt återvinningsbara. Samma förväntningar finns på branschen i Norge, Finland och Danmark.

“Samtliga nordiska länder arbetar med att förbättra återvinningssystemen”

Det finns således en press i den nordiska marknaden på alla aktörer både att bli och att uppfattas som mer hållbara. Samtidigt finns också en bred debatt i samhället om hur företag malar upp sin hållbarhetsbild. Det är en växande andel klagomål om vilseledande hållbarhetskommunikation och reklam och fler prövas nu också rättsligt. Många väntar på nya EU-regler kring gröna påståenden och hur de kommer påverka nationella riktlinjer.



Exempel på hållbarhetsarbete
i vår portfölj



O⁰BIRD

LIBERATED FROM ALCOHOL

Oddbird – liberated from alcohol

Oddbird är en svensk tillverkare av premiumdrycker som bland annat utvecklar och producerar kvalitetsviner helt utan alkohol och andra tillsatser, som tex e-ämnen och druvmust. Vinet tillverkas på traditionellt sätt och befrias sedan varsamt från alkohol med en patenterad metod som bevarar vinets ursprungliga karaktär. Arvid Nordquist har haft hand om försäljningen av Oddbird på den svenska marknaden sedan 2013.

Vinhusets vision är att göra alkoholbefriade viner mer tillgängliga och att genom hög kvalitet vända upp och ned på gamla föreställningar och normer om alkoholfritt vin. Visionen av före detta familjeterapeut och grundaren av Oddbird Moa Gürbüz är att det skall bli en självklarhet att ställa frågan om du vill ha ditt vin med eller utan alkohol på samma sätt som man frågar om man vill ha mjölk till kaffet. Oddbird arbetar med design, hantverk och nudging för att göra det lätt och attraktivt att göra ett hållbart val. Företaget har fått flera utmärkelser för sitt arbete, bland annat en utmärkelse ifrån IQ för sitt samarbete med Porsche, från IOGT som årets alkohollösningsbrytare samt från Entrepreneur of the year av EY.

Utöver att arbeta med hälsa och välmående arbetar Oddbird också med att ställa om till mer klimatsmarta lösningar och att minska sitt klimatavtryck. Företaget har genomfört en livscykelanalys för att beräkna både företagets och produkternas CO₂ avtryck – hela vägen från frö till glas. Analysen har givit Oddbird både ett socialt och ett miljömässigt årligt bokslut.

Oddbirds målsättningar:



Klimatförändringar, vattentillgång och degraderad jord är de stora utmaningarna för hela vinindustrin. Att ställa om till mer hållbar odling, vinifiering, förpackning och transport är därför centrala åtgärder. Inom kort kommer Oddbird ställa om till 100 procent ekologiskt certifierade viner med tuffa krav gällande bekämpningsmedel, gödsling och bevattning. En utmaning i omställningsarbetet är att vin ofta kommer i en glasflaska vars tillverkning kräver hög energiåtgång och är tung och skrymmande att frakta. Detta gäller i synnerhet i det mousserande segmentet som är det volymmässigt största för Oddbird.

”Inom kort kommer Oddbird ställa om till 100 procent ekologiskt certifierade viner”

”Konsumenten förväntar sig enligt tradition en viss känsla från flaska och servering. Inställningen till, och definitionen av, lyx måste förändras för att branschen ska kunna introducera mer klimatsmarta alternativ än glasflaska,” säger Ylva Nestmark, Hållbarhetsansvarig på Oddbird.

På kort sikt ställer Oddbird om sitt mousserande sortiment till flaskor av glas skapade med förnybar energi. Företaget har också



En återvinningsbar slim can har i snitt en tredjedel av CO₂ utsläppet per liter jämfört med en traditionell glasflaska. Detta är ett viktigt steg för Oddbird för att skapa produkter som är både socialt- och miljömässigt hållbara.

lanserat vin i återvinningsbar aluminiumburk och snart kommer vin i flaska tillverkad av papper.

Oddbird expanderar nu även i fler kategorier och lanserar bland annat en alkoholbefriad gin 2022, med ett nytt system som bryter normen hur man paketerar och transporterar sprit.

”Vi arbetar med innovation konstant för att hitta nytänkande hållbara lösningar. Vår största skillnad har vi ändå gjort genom att hitta tillbaka till det traditionella – till tiden före besprutning, konstgödsel och konstbevattning. Det handlar om vårt low-intervention vin som är vår mest klimatsmarta produkt hittills, där odling och vinifiering har ett avtryck som motsvarar en sjättedel av ett vanligt vin. Vingården använder bara naturligt regnvatten och naturliga vattenkällor, överskott från odling används till gödsling, och druvresterna återvinns till annan produktion. Vingård och druvor är 100 procent ekologiskt certifierade och skördas för hand och vinet är spontanjäst utan tillsatser,” Ylva Nestmark, Hållbarhetsansvarig, Oddbird.





Fresh Del Monte

Fresh Del Monte är en av världens ledande vertikalt integrerade producenter, distributörer och marknadsförare av färskskurna frukter och grönsaker. Företagets produkter inkluderar beredda frukter och grönsaker, juicer, drycker, snacks och desserter och säljs i mer än 90 länder runt om i världen.

Fresh Del Monte har 37 600 medlemmar och medarbetare, 25 olika fabriker och 41 620 hektar odlingsmark för primärproduktion, varav nästan 60 procent ägs av företaget. Resterande andel utgörs av ungefär 6 600 småjordbrukare. Arvid Nordquist har tagit hand om Fresh Del Montes försäljning och marknadsföring i Norden sedan 1994.

Hela Fresh Del Montes verksamhet är beroende av jordens hälsa, förekomst av pollinatörer, tillgång på rent vatten, och av att människor i värdekedjan och lokalsamhället har ett bra liv. Hållbarhet är därför helt integrerat i företagets affärsstrategi och fyra grundpelare styr arbetet.

”Hållbarhet är därför helt integrerat i företagets affärsstrategi.”

Grundpelare:



Skydda vår gemensamma planet

Skydda och främja planetens hälsa, vilda djur och naturresurser.



Leva efter våra värderingar

Sträva efter integritet, rättvisa och välbefinnande i hela vår verksamhet och vår leveranskedja för att uppfylla vårt uppdrag.



Tillhandahålla hälsosamma val

Uppmuntra en hälsosam livsstil genom att tillhandahålla färsk och hälsosam mat till våra konsumenterna.



Växa med våra samhällen

Säkerställa livskraftiga samhällen som vi verkar i och främja tillväxt inom vart och ett av dem.

Några av Fresh Del Montes målsättningar för att leverera på företagets hållbarhetsambition:

MÅL	ÅR	STATUS (2020)
100 % av den globala produktvolymen ska vara hållbart odlad och tredjepartsverifierad.	2025	77 %
Stöd 300 lokala hållbarhetsprogram som skapar mätbar och varaktig förändring	2025	366 program
Minska utsläpp av växthusgaser i linje med initiativet Science Based Targets: <ul style="list-style-type: none"> Minska Scope 1 + 2-utsläpp med 27,5 % jämfört med 2019 års nivåer. Minska Scope 3-utsläpp med 12,3 % jämfört med 2020 års nivåer. 	2030	Nytt mål 2021
Plantera och/eller donera 2 500 000 träd	2025	1 025 000
Minst 10 % förbättring av vattenanvändning (kg produkt/hektar odlad/mm vatten) i egen jordbruksverksamhet jämfört med 2020.	2030	Nytt mål 2021
Minst 80 % av associerade odlare implementerar metoder för effektiv vattenanvändning i sin verksamhet.	2030	Nytt mål 2021
Minska miljöpåverkan från förpackningsmaterial genom att öka användningen av återvunnet innehåll, öka användningen av återanvändbara behållare och fortsatt optimering av design: <ul style="list-style-type: none"> Dubbla mängden återvunnet innehåll i sekundärförpackningar Minska användningen av jungfrulig plast med 25 %, med flera. 	2025-2027	Nytt mål 2021
Minska matsvinn med 50 % jämfört med 2020 års nivå.	2030	Nytt mål 2021

Fresh Del Monte antog Science Based Targets (SBTi) 2020. Företagets utsläppsminskningmål godkändes av SBTi hösten 2021 och överensstämmer med de nivåer som krävs för att uppfylla målen i Parisavtalet. Cirka 14 procent av företagets globala energibehov tillgodoses i dag av förnybara energikällor. Fresh Del Monte investerar i en hel rad förnybara energikällor i sin strävan att byta till vind- och solkraft och biobränslen.

”Cirka 14 procent av företagets globala energibehov tillgodoses i dag av förnybara energikällor”

Fresh Del Monte strävar efter att driva ett holistiskt hållbarhetsprogram som skapar motståndskraftiga och multifunktionella landskap, med regenerativa jordbruksmetoder som inkluderar förbättrad jordhälsa, kollagring, biologisk mångfald, ekosystemhälsa, vattenresurser och kvalitet. Idag är 28 procent av den jordbruksmark som Fresh Del Monte äger avsatt för biologisk mångfald. Att sätta av mark för bevarande och naturbaserade lösningar är en del av Fresh Del Montes jordbrukspolicy. I arbetet med att skapa ett regenerativt jordbruk samarbetar Fresh Del Monte med tredjepart organisationer som t.ex GLOBAL G.A.P., SCS Global Services, och Rainforest Alliance, som bidrar med kunskap och erfarenheter. Samarbetet omfattar såväl den egna jordbruksverksamheten som tredjepartsodlarna. 95 procent av Fresh Del Montes ananasodlare

har samarbetat med företaget i mer än 25 år. Som ett minimum måste alla associerade odlare uppfylla standarden Global Good Agricultural Practices (GLOBAL G.A.P.). Företaget uppmanar också associerade odlare att genomföra riskbedömning av social praxis (GRASP) för att bedöma arbetarnas hälsa, säkerhet och välfärd, samt ett certifiera sig i enlighet med Rainforest Alliance eller SCS Global Services. Nästan 100 procent av Fresh Del Montes totala volym som säljs i Nordamerika och Europa är certifierad som hållbar av en av dessa tredjepartsstandarder. Under 2021 lanserade också Fresh Del Monte ett treårigt program tillsammans med den tyska organisationen GIZ (Deutsche Gesellschaft für Internationale Zusammenarbeit GmbH) i Costa Rica och Guatemala i syfte att främja ekosystemtjänster, förbättra motståndskraften mot klimatförändringar och stödja lokalsamhällen, inte minst för att återhämta sig efter covid-19-krisen.

”Vår vision för alla anställdas välbefinnande fokuserar på tre kärnelement: vi respekterar och skyddar mänskliga rättigheter för alla anställda och för de samhällen vi verkar i, vi säkerställer att vår arbetsmiljö har en positiv inverkan på våra anställdas välbefinnande och hälsa; och vi är fast beslutna att skapa en inkluderande, hållbar och stärkande arbetsplats där alla anställda kan vara sig själva varje dag och nå sin fulla potential.” Tarek Betti, Chief Human Resources Officer, Fresh Del Monte.

För att verifiera efterlevnaden genomför Del Monte riskanalyser för mänskliga rättigheter (HRIA) i sin egen verksamhet och stickprovskontroller av tredjepartsleverantörer varje kvartal. Under 2020 genomförde Fresh Del Monte 65 HRIAs och har inte haft några incidenter av brott mot mänskliga rättigheter under den perioden. Fresh Del Monte bedriver också egna vårdcentraler i regioner där tillgången till sjukvård är begränsad. Under 2020 genomfördes en satsning i Kenya på att främja kvinnors hälsa och välmående samt att tillhandahålla utbildning för att förebygga sexuella trakasserier och könsrelaterat våld. Företaget ska också under kommande år engagera manliga anställda att ta ställning för att förändra sociala normer, beteenden och könsstereotyper som vidmakthåller diskriminering och ojämlikhet.

”Fresh Del Monte bedriver också egna vårdcentraler i regioner där tillgången till sjukvård är begränsad”

Med allt det som Fresh Del Monte gör för att främja en hållbar verksamhet – vad är den största hållbarhetsutmaningen?

”Alla aktörer måste samverka för att uppnå hållbarhet inom livsmedelsindustrin, och speciellt inom våra kategorier. För att förändra industrin är det grundläggande att kunder, återförsäljare och konsumenter belönar de insatser som odlare och tillverkare genomför. Det kan man göra genom att kommunicera fördelarna med programmen och integrera den kostnadspåverkan de har på produkterna. Tyvärr uppmantras och främjas inte hållbarhetsarbetet alltid fullt ut längs värdekedjan. Det är den största utmaningen. Vi kommer att fortsätta öka våra ansträngningar med att lyfta fram det vi gör på ett mer förståeligt och synligt sätt.” Hans Sauter, Chief Sustainability Officer and SVP of Research & Development at Fresh Del Monte.





SC Johnson

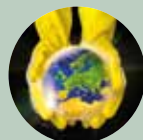
SC Johnson är ett familjeföretag i femte generationen med många kända varumärken i sin portfölj – Duck, Mr Muscle, Glade, Raid med flera. Arvid Nordquist fick förmånen att ta hand om SC Johnsons produkter på den nordiska marknaden år 2018.

Hållbarhetsutmaningarna inom kategorin rengöring och insektsmedel är många. SC Johnson fokuserar på att minska företagets koldioxidutsläpp, energiförbrukning och avfall, påskynda övergången till en cirkulär ekonomi samt att hjälpa till att driva hållbarhetsinsatser som ger varaktig förändring. Företaget har definierat sju strategiska områden i hållbarhetsarbetet:



Plast och kemi

Prioriterade områden med betydande behov av global utveckling och områden där SC Johnsons kan sätta tonen också utanför sin bransch i kraft av sitt ledarskap inom området.



CO₂-utsläpp

SC Johnson vill fortsätta föregå med gott exempel och strävar efter att leverera utöver branschstandard inom detta viktiga hållbarhetsområde.



Transparens

Redan 2009 lanserade SC Johnson "What's inside SC Johnson" en webbaserad tjänst som visar hela innehållet i alla SC Johnson produkter. Företaget vill fortsätta att pressa branschen framåt och sätta tonen vad gäller transparens och säkerhet när det gäller ingrediensval.



Avfall och Avskogning

SC Johnson vill fortsätta föregå med gott exempel och strävar efter att leverera utöver branschstandard inom detta viktiga hållbarhetsområde.



Ansvarsfulla inköp

SC Johnsons globala leveranskedja består av 33 egna produktionsanläggningar och över 300 tredjepartsanläggningar. Insatsvarorna kommer från mer än 2 000 leverantörer runt om i världen. SC Johnsons uppförandekod för leverantörer specificerar krav på leverantörer inom fyra nyckelområden: Mänskliga rättigheter och arbete; Säkerhet, Hälsa och miljö; Hållbarhet och affärsetik. SC Johnson är medlem i SEDEX (Supplier Ethical Data Exchange) och genomför tredjepartsrevisioner både i eget tillverkningsled och hos tredjepartsleverantörer.



Socialt

Sedan 1937 har SC Johnson varje år donerat 5 procent av vinsten före skatt till välgörenhetsorganisationer. Under räkenskapsåret 2020 resulterade det i donationer till över 650 ideella organisationer. En av dessa var Stockholms Stadsmission.

Kärnområdena för donationer är:

- Sociala initiativ som stöder förebyggande och utrotning av vektorburna sjukdomar
- Program som ökar läskunnighet eller program som fokuserar på naturvetenskap, teknik och matematik
- Program som hjälper till att minska eller eliminera fattigdom
- Program som minskar eller eliminerar plastavfall, främjar och främjar återvinning och förbättrar miljön

**Luciana Abreu, Group General manager
Northern Europe SC Johnson:**

“Vi har gjort stora framsteg inom alla våra målområden. Vi har minskat utsläppen av växthusgaser från tillverkningen med 68 procent sedan basåret 2000, globalt kommer 35 procent av SC Johnsons energi från förnybara källor. Till 2025 siktar vi på att ha minskat våra växthusgasutsläpp från tillverkning med 90 procent. För att nå målet installerade vi redan 2009 vårt första företagsägda vindkraftverk i vår produktionsanläggning Europlant i Nederländerna. Turbinen genererar 55 procent av anläggningens energi; resten kommer från inköp av vindkraft. Vår tillverkningsanläggning i Polen har köpt vindkraft sedan 2016 och var vår andra anläggning som drivs med 100 procent vindkraft. Utöver att minska vårt klimatavtryck arbetar vi för att använda återvunnen plast i våra förpackningar och med att göra återvinning enklare och bekvämare i samhällen runt om i världen. I dag är 65 procent av våra förpackningar återvinningsbara eller återanvändningsbara. Målet är 100 procent till 2025. SC Johnson finansierar forskning om mikroplaster och driver framsteg inom plastfilmsåtervinning. Vi försöker föregå med gott exempel. På våra egna anläggningar runt om i världen är vi på väg att nå noll avfall till deponi till 2025, i Europa uppnådde vi det målet redan 2019.”

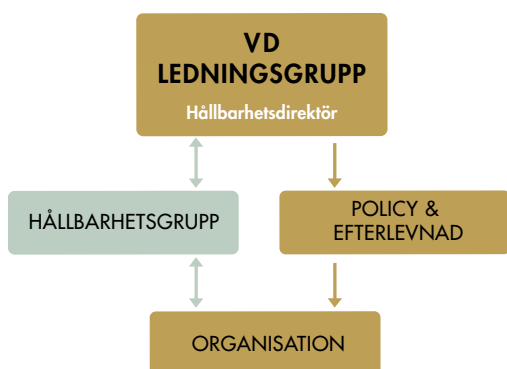


Hållbarhet är integrerat i vårt arbete

Vår vision och våra värderingar är basen för hur vi bedriver vår verksamhet. Arvid Nordquist verkar för att integrera hållbarhetsarbetet i hela företaget och i relevanta beslut och processer. Hållbarhet ska vara en del av arbetet i hela företaget och vi ser att alla medarbetare kan bidra oavsett vilken funktion denna har.

Styrning

Arvid Nordquist är ett familjeföretag med en extern styrelse där fyra av sex medlemmar inte tillhör familjen Nordquist, däribland styrelsens ordförande.



Hållbarhetsdirektören i Arvid Nordquist är medlem i företagets ledningsgrupp. Vi har en hållbarhetsgrupp med representanter från alla avdelningar på företaget och från alla länder där vi har verksamhet. Gruppens uppgift är att säkra och utveckla hållbarhetsarbetet och att arbeta fram mål och strategi för hållbarhetsarbetet som sedan beslutas i företagsledningen.

Till stöd finns tydliga mål och vem som ansvarar för dessa, vår Code of Conduct med utgångspunkt i Amfori - Business Social Compliance Initiativ som vägleder oss i vårt uppförande och i de förväntningar och krav vi har på vår leverantörskedja samt ett antal ytterligare policys med bäring på hållbarhet. Vi har ett affärssystem med hållbarhetsdata som är under ytterligare utbyggnad 2021-2022. Arvid Nordquist är miljöcertifierade enligt ISO 14001, vilket innebär att vårt hållbarhetsarbete granskas av en extern revisor. Att vi har varit miljöcertifierade i arton år innebär att vi har kommit långt i arbetet med ständiga förbättringar och internrevisioner och har ett väl fungerande miljöledningssystem. Vidare är företagets kaffeproduktion certifierat i enlighet med FSSC 22 000 och vår verksamhet för livsmedel och alkoholhaltiga drycker är IP-Livsmedelscertifierat.

VISION

” Vi är den bästa partnern – våra kunder känner sig inspirerade i mötet med oss. Vi levererar starka varumärken med enastående kvalitet, service och värde med hänsyn till människa och miljö. ”

Arvid Nordquist är miljöcertifierade enligt ISO 14001.

Arvid Nordquists kaffeproduktion är certifierat i enlighet med FSSC 22 000.

Arvid Nordquists verksamhet för livsmedel och alkoholhaltiga drycker är IP-Livsmedelscertifierat.

Intressentanalys

Vår verksamhet bygger på att tillfredsställa våra kunders behov av livsmedel och hushållsnära produkter av hög kvalitet och samtidigt verka för att detta inte påverkar kommande generationer negativt. Vi har därför en rad intressenter att lyssna på och ta hänsyn till: våra odlare och deras anställda, våra kunder och konsumenter, våra varumärkesägare och övriga leverantörer, icke-statliga organisationer med bäring på vår verksamhet, myndigheter och våra ägare och medarbetare. Vi har en öppen dialog med våra intressenter och håller oss informerade genom nära kund- och leverantörskontakt samt genom aktivt deltagande i branschorganisationer. Våra partners internationellt i kaffeverlden är också en viktig källa för att hålla oss uppdaterade. Arvid Nordquist sitter med i hållbarhetsgrupperna för branschföretagen DLF (Dagligvaruleverantörernas förbund), Livsmedelsföretagen, SVL (Sprit och Vinleverantörernas förening) och ICC (International Chamber of Commerce). Arvid Nordquist är också representerat i DLF Sveriges logistikkommitté, som bland annat står bakom Fossilfritt Sveriges transportutmaning med vässat mål till 2025. Våra intressenter har en rad förväntningar och krav på oss att verka för ett mer hållbart samhälle och ta ansvar i vår värdekedja. Utifrån de kontakter vi har med våra intressenter har vi identifierat vilka områden som är viktigast för de olika grupperna. I bilden till höger har vi illustrerat detta genom att ange vilka av de globala målen som kan kopplas till de olika gruppernas prioriteringar:

Hållbarhetsrisker i vår värdekedja

Vi verkar på en global marknad. Vi handlar med aktörer från många av världens länder och är beroende av råvaror från ännu fler. Vi har ansvar att arbeta för att minimera de negativa effekterna av vår verksamhet i hela vår värdekedja, något som samtidigt minskar våra affärsrisker. Arbetet börjar med att kartlägga den påverkan och de risker som finns i hela kedjan, sätta mål och identifiera aktiviteter för den mest väsentliga påverkan och riskerna och därefter implementera detta i hela organisationen.

Kunder



Konsumenter



Leverantörer



Producenter/Odlare



Medarbetare



Ägare



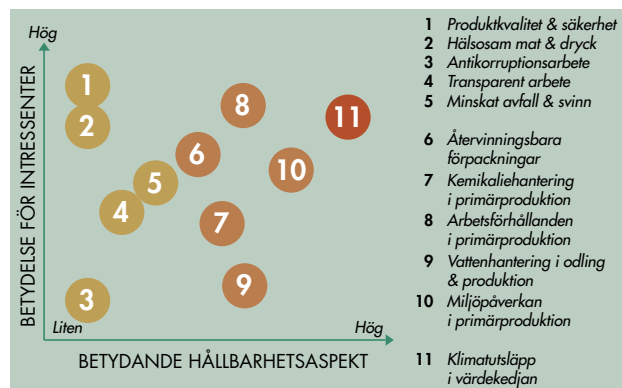
JORDBRUK & RÅVAROR	PRODUKTION & INDUSTRI	INTRANSPORTER	FÖRPACKNING	DISTRIBUTION	FÖRSÄLNING & MARKNADS-FÖRING	ANVÄNDNING	AVFALL
CO ₂ -utsläpp Kvalitet Kemikalieanvändning Vattenhantering Biologisk mångfald Avskogning Avfall & Föreningar Arbetsvillkor/ tvångsarbete/ barnarbete Mutor & Korruption	Livsmedelssäkerhet Produktkvalitet Transparens CO ₂ -utsläpp Kemikalier Vattenförbrukning Arbetsvillkor Avfall & Föreningar Energianvändning Produktionsmetoder Kontroll i leverantörskedjan Miljöolyckor Svinn Mutor & Korruption	CO ₂ & NOx-utsläpp Arbetsvillkor Trafiksäkerhet Spill & Svinn Kontroll i leverantörskedjan Mutor & Korruption	CO ₂ -utsläpp Cirkularitet Yt- & Transport-effektivitet Inkurans & Svinn Arbetsvillkor Kontroll i leverantörskedjan	CO ₂ & NOx-utsläpp Arbetsvillkor Trafiksäkerhet Spill & Svinn Kontroll i leverantörskedjan	Livsmedelssäkerhet Produktkvalitet Transparens CO ₂ -utsläpp Mutor & Gåvor Arbetsvillkor Hälsa & arbetsvillkor Trafiksäkerhet Marknadsföring	Märkning Förvaring Kvalitetskontroll Resurseffektivitet Kemikalier Nedskräpning Märkning Materialval Insamling	CO ₂ -utsläpp Nedskräpning Kemikalier Föreningar Resursnyttjande

Väsentlighetsanalys

Vår väsentlighetsanalys hjälper oss att navigera bland olika intressenters förväntningar och våra risker och möjligheter. Den ger insikt vilka frågor som är väsentliga och vad som är betydande hållbarhetsaspekter för Arvid Nordquist. Analysen ligger till grund för vårt strategiska hållbarhetsarbete. De risker som ligger högt upp till höger i diagrammet är betydande både för intressenter och ur hållbarhetssynpunkt. Klimatrisker i värdekedjan är den aspekt som hamnar allra högst i vår analys, tätt följt av arbetsförhållanden och miljöpåverkan i primärproduktionen. Vi hanterar förstås även övriga aspekter och risker, men på andra sätt än de som identifierats som mest väsentliga.

Vårt arbete för att bidra till de globala målen

Vår verksamhet är beroende av fungerande ekosystem samtidigt som vi har stor påverkan på denna. Produktionen av vårt sortiment, och då i synnerhet jordbruket, är det området som bär våra största hållbarhetsutmaningar. Nästan 80 procent av vår omsättning utgörs av produkter från jordbruket, som också är en arbetskraftsintensiv industri. Vi är beroende av ett livskraftigt jordbruk och en produktion med trygga och säkra arbetsmiljöer där arbetstagarnas rättigheter skyddas och där människor vill arbeta. 70 procent av världens kaffe odlas på små familj jordbruk där kvinnor gör en stor del av arbetet men sällan har tillgång till de resurser som behövs för att utveckla verksamheten. Så ser det ut inom mycket av jordbruket i utvecklingsländer.



Vi bidrar till ekonomisk tillväxt och utjämning och bättre miljömässiga förutsättningar när vi verkar för långsiktigt sunda affärer. Det gör vi genom att följa upp och säkra efterlevnad av FN:s mänskliga rättigheter och ILO:s kärnkonventioner i vår värdekedja, efterfråga hållbart producerade varor och klimatanpassade tjänster. Dessutom bidrar vi till livsmedelsförsörjningen och tillgången till bra och hälsosamma produkter. Vår verksamhet omfattar därför större delen av det som de globala hållbarhetsmålen adresserar.

Väsentlighetsanalysen hjälper oss dock att definiera vilka av de 17 globala hållbarhetsmålen som är mest centrala för Arvid Nordquist:



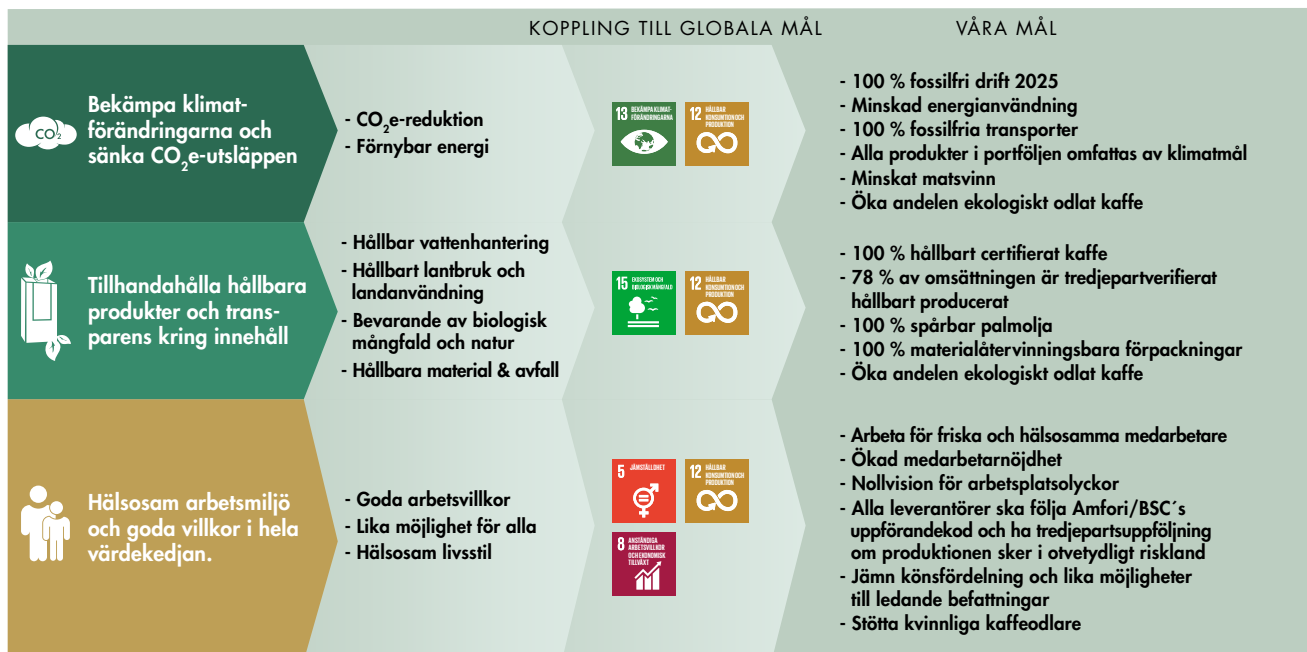
Hållbarhetsmål 2 (Ingen hunger) ser vi som en del av anständiga arbetsvillkor och ekonomisk tillväxt. Vattenfrågan är naturligtvis central för livsmedelsföretag och vi ser hållbar vatten- och kemikalieanvändning som en del av mål 12 (Hållbar produktion och konsumtion).

Vår hållbarhetsstrategi

Arvid Nordquist arbetar för en övergång till mer hållbara och cirkulära livsmedelssystem som väger in alla aspekter av hållbarhet; miljö, klimat, mänskliga rättigheter och goda arbetsvillkor, hälsa och konkurrenskraft. Vi står bakom Livsmedelsföretagens hållbarhetsmanifest med fem åtaganden om en fossilfri industri, minskat matsvinn, hållbarare förpackningar, minskad vattenanvändning samt uppförandekod i leverantörsled där alla delar bidrar till en hållbar omställning. Vår hållbarhetsstrategi med tillhörande hållbarhetsmål omfattar tre grundläggande områden som du ser nederst på sidan.

Antikorruption

Korruption och oetiska affärsmetoder är ett direkt hinder mot rättvisa och hållbara affärer. Vi är medvetna om att det finns risk för korruption i vår bransch, i inköp och försäljning såväl som längre ned i värdekedjan. Vi hanterar dessa risker på liknande sätt som med övriga risker i leverantörsled; Amfori BSCI:s uppförandekod samt flertalet hållbarhetscertifieringar har tydliga skrivningar kring korruption och mutor och vi gör omfattande leverantörskontroller och bevakar alla varuinköp. Vi anser att vi på det sättet minskar, om än inte eliminerar, risken för korruption väsentligt. De risker som kan finnas internt eller närmare vår egen organisation omfattas av vår Antikorruptionspolicy som vi har uppdaterat i enlighet med riktlinjerna i "Kod mot Korruption i Näringslivet" publicerad av Institutet Mot Mutor, IMM, 10 Juni 2020. Vi har genomfört riskanalys och utbildning.



Vårt hållbarhetsarbete sträcker sig hela vägen tillbaka till när företaget grundades och inriktningen över tid speglar samhällets utveckling; från förra sekelskiftets fokus på arbetaren till att växa sig allt längre från bolaget, omfatta hela värdekedjan och numera även vår planet.

Under 2000-talet har hållbarhetsarbetet i Arvid Nordquist utvecklats till ett av våra fundament i vår affärsstrategi:

2003

ISO 14001
certifierad

2009

Förnybar
el & energi

2010

ISO 22 000
certifierad

2011

Strategi för att reducera
klimatutsläppen
för Arvid Nordquists
kaffe

2014

Allt kaffe är
100 % hållbart
certifierat

Strategi för att
öka andelen
hållbarhetscertifierad
volym i hela
Arvid Nordquists
portfölj



2022-2025

Vägen utstakad till
100 % fossilfri
egen verksamhet

2021

FSSC 22000
certifierad

IP Livsmedel
certifierad

2019

50 % fossilfria
transporter
till kund

2017

Fossilfritt rosteri

Resultatuppföljning

Under året har Arvid Nordquist fastställt nya långsiktiga hållbarhetsmål för sin verksamhet. De bygger på tidigare långsiktiga mål men har vässats ytterligare för att vi i framtiden ska kunna uppnå vår vision för hållbarhetsarbetet – att vi ska ha en verksamhet utan någon negativ påverkan på människa och miljö.

✓ PRODUKT

Tillbakablick

Vi har minskat CO₂e-utsläppen kopplat till El/Energi och Egna transporter med 90 % sedan 2014. Samtidigt har vi ökad vår sålda volym med drygt 80 %.

2014 ställde vi om till 100 % hållbart certifierat kaffe.

Fossilfritt rosteri 2017.

80 % fossilfria transporter.

90 % förnybart laminat och halverade CO₂e-utsläpp kopplade till laminatet.

17 % av vår kaffevolym är ekologiskt odlad och vi är marknadsledare i det segmentet på dagligvaruhandeln i Sverige.

Vår kaffevarksamhet har varit klimatneutral från odling till butik i tio år genom vår satsning på att klimatkompensera för de utsläpp som vi ännu inte reducerat.

Framåtblick

Vi vill ytterligare adressera odlingen och minska utsläppen där. Vi kommer arbeta fokuserat tillsammans med våra partners, tiden är nu mogen för att kunna åstadkomma mätbara resultat.

I närtid kommer vi ha en lösning på en helt återvinningsbar förpackning.

Vi behöver också arbeta för att konsumenten ska förstå fördelen med hållbart odlat kaffe.

✓ PLANET

Tillbakablick

66 % av vår omsättning är hållbarhetscertifierad.

72 % av vår omsättning är från producenter som har klimatmål och till och med Science Based Targets.

84 % av materialet i våra produktförpackningar är återvinningsbart och det pågår en stor omställning till mer resurs-effektiv plastanvändning.

Framåtblick

Målet är att 2025 ska 84 % av vår omsättning baseras på produkter med tredjeparts-verifierad hållbar produktion. Det är ytterligare ett steg mot målet att alla våra produkter ska kunna uppvisa extern verifikation på att hänsyn är tagen till människa och miljö och till planetens förmåga att återhämta sig.

✓ PARTNER

Tillbakablick

Våra varumärkesägare och våra leverantörer har, precis som vi, fokus på att minska sitt fotavtryck på miljö och människa. Många av våra varumärkesägare är internationella aktörer som kan visa och som visar vägen för ett förändrat globalt livsmedels-system.

60 % av vår omsättning är från producenter som är medlemmar i SEDEX och genomför omfattande tredjepartskontroller i sin värdekedja.

84 % av vår omsättning av alkoholhaltiga drycker är kartlagda ner till odlarnivå med goda resultat gällande hänsyn tagen till människa och miljö.

81,5 % av våra transporter är fossilfria. 91 % av våra intransporter sker med båt och spårbunden trafik.

Framåtblick

Tillsammans med våra partners vill vi tydliggöra hållbarhetsarbetet i hela vår värdekedja.

Vi vill hitta fler kommersiellt gångbara och hållbarhets-certifierade produkter som bidrar till en mer hälsosam planet och livsstil.

Vi vill uppnå 100 % fossilfria transporter och minska CO₂e-utsläppen från intransporter med minst 10 %.

✓ MÄNNISKAN

Tillbakablick

Arvid Nordquist index för medarbetarnöjdhet ligger på 73, vilket är mycket hög medarbetarnöjdhet i jämförelse med undersökningsföretagets index. Frisknärvaron ligger på 98,3 %.

Vi har inte haft någon allvarlig arbetsplatsolycka även om inte nollvisionen för olyckor har uppnåtts.

Vi har börjat utveckla en AN Akademi för kompetensutveckling. Vi uppmuntrar träning och hälsa genom friskvårdsbidrag och aktiviteter arrangerade av vår idrottsförening samt regelbundna skyddsronder.

98 % av vår omsättning följer Amfori-BSCI:s eller SEDEX Code of Conduct, och endast 1,7 % av vår omsättning utgörs av produktion i riskland utan tredjepartsuppföljning. Arbetet med riskkartläggning gällande brott mot mänskliga rättigheter har stärkts.

Framåtblick






Vi vill uppnå 99 % frisknärvaro och index 75 i medarbetarnöjdhet vilket är ett resultat i toppklass.

Vi strävar efter att ha branschens mest kompetenta medarbetare där alla bidrar till vår målfyllelse och uppmuntras till att ta initiativ och till utveckling.

Vår vision är att det inte ska finnas någon risk för brott mot mänskliga rättigheter i vår värdekedja och att alla har trygga, säkra arbetsförhållanden och en lön som går att leva på.


























































Resultattabell

Hållbar Miljö & Arbetsvillkor

	MÅL	GLOBALA MÅL	MÅL	UPPFÖLJNING 2021	KOMMENTAR
Anställda	Frisknärvaro		99 %	98,3 %	
	Barometer index		75	73	
	Arbetsplatsolyckor		0	7	Inga allvarliga olyckor
	Jämställdhet		50 %/50 %	47 %/33 %	Bolaget totalt och chefer
Mänskliga rättigheter	All produktion i otvetydigt riskland ska ha tredjepartsuppföljning av ILO's kärnkonventioner och MR		100 %	1,7 % av vår omsättning utgörs av produktion i riskland utan tredjepartskontroll	Det är produktion i USA, Jordanien, Kina, Turkiet, Indien, Argentina, Chile och Libanon.
Kännedom	Arvid Nordquist ska associeras som bra på hållbarhet av våra kunder i samtliga Nordiska länder	 	DVH SE No 1 OOH SE No 6 DVH FI Top 15	DVH SE No 1 OOH SE 6 DVH FI No 23	Mäts i NKI-undersökningarna

98 % av vår nettoomsättning har signerat Code of Conduct eller är medlem i SEDEX, BSCI

Hållbart Sortiment

Livs	 Materialåtervinningsbart förpackningsmaterial	 	100 %	92 %	Baserat på kg förpackningsmaterial
	 Spårbar palmolja	  	100 %	39 %	Baserat på omsättningen på produkterna som innehåller palmolja
	 Klimatmål eller mål för minskade CO ₂ e-utsläpp och rapportera om dem		100 %	53 %	Andel av totalt antal huvudmän
Vin	 Certifierad omsättning	   	65 %	53 %	Baserat på omsättning
	 Materialåtervinningsbart förpackningsmaterial	 	100 %	91 %	Baserat på kg förpackningsmaterial
	 Klimatmål eller mål för minskade CO ₂ e-utsläpp och rapportera om dem		100 %	under utredning	Andel av antal huvudmän
	 Certifierad omsättning	   	80 %	53 %	Baserat på omsättning
	 Materialåtervinningsbart förpackningsmaterial	 	100 %	83 %	Baserat på kg förpackningsmaterial
Non Food	 Återvunnen plast i förpackningarna	 	75 %	41 %	Andel återvunnen plast av totalt använd plast mätt i kg
	 Spårbar palmolja	  	100 %	5 %	Baserat på omsättningen på produkterna som innehåller palmolja
	 Klimatmål eller mål för minskade CO ₂ e-utsläpp och rapportera om dem		100 %	50 %	Andel av totalt antal huvudmän
	 Certifierad omsättning	   	65 %	48,4 %	Baserat på omsättning
	 Hållbarhetscertifierad volym	   	100 %	100 %	
Kaffe	Biobaserad förpackning	 	100 %	90 %	Baserat på kg förpackningsmaterial, massbalans
	Andel ekologisk OOH volym	  	50 %	37 %	Baserat på volym
	Ekosegmentet DVH SE	  	Högre tillväxt än kategorin	+ 6,8 %	Baserat på volymomsättning
	 Materialåtervinningsbart förpackningsmaterial	 	100 %	42 %	Baserat på kg förpackningsmaterial

Ovan resultat för Livs baseras på de helt ekologiska varumärkena HiPP barnmat samt ekologiska artiklar inom sortimenten för Kikkoman, Dr Schär, SunMaid och Dream. Därutöver finns Del Montes artiklar med tredjepartsverifierade hållbara jordbrukssystem som till exempel Sustainably Grown certification och SMETA 4-pillar certifiering. Dessutom ingår Kikkomans råvaruproduktion i Brasilien som är Proterra certifierad. Även Kellogg finns med, som har ett omfattande hållbarhetsarbete inom jordbruket innehållande krav om konserverande jordbearbetning, marktäckning, hållbar vattenhantering, minskad användning av kemikalier och skydd kring särskilt skyddsvärda skogar. Deras program är tredjepartsverifierat.

När det gäller vin baseras resultatuppföljningen på en rad olika hållbarhetscertifieringar i portföljen där alla har olika styrkor i förhållande till varandra, bland andra EU-ekologiskt, WIETA, Integrity & Sustainability, Haute Valleur Environmentale, Fairtrade, Sustainable Winegrowers.

Tabellresultatet för Non Food visar andelen av nettoförsäljningen som är certifierad av Svanen eller Bra Miljöval. Samtliga varumärkesägare i vårt sortiment, Bluesun, SC Johnson och Unilever har stort fokus på såväl plastfrågan som gröna kemikalier och ett omfattande hållbarhetsarbete som även omfattar produkter som inte bär en hållbarhetscertifiering. Detta är dock inte medräknat i resultatuppföljningen ovan.

För Arvid Nordquist kaffe köper vi in uteslutande hållbart certifierade kaffeböner sedan 2014. För att ytterligare minska vårt miljöfotavtryck arbetar vi med omställning till ökad ekologiskt odlad andel av vår försäljning. Under året gick vi över till en förpackning som är till 90 procent växtbaserad genom en massbalanslösning baserad på finsk tallolja. Det minskade klimatutsläppen från förpackningarna med ytterligare sex procentenheter. Under året har vi också startat ett gemensamt projekt med vår handelspartner Ecom, Rainforest Alliance och företaget Farm Trace som har tagit fram ett verktyg för att underlätta insamling av odlardata, mäta kolinlagring, bidra till verksamhetsutveckling för odlaren och ökade intjäningsmöjligheter. Projektet har som mål att underlätta för odlare att få betalt för klimatutsläppsreducerande insatser i sitt jordbruk samtidigt som köparen av kaffet får verifierad klimatutsläppsminskning. Fler liknande projekt startas upp i kaffeodling vilket ökar förutsättningen för omställning till klimatsmart kaffeproduktion.

Hållbar drift

Hållbar drift handlar för oss om att minska koldioxidutsläppen i hela värdekedjan, med fokus på vårt rosteri och vår egen verksamhet, på intransporter och egen distribution samt effektiv resurs- och energianvändning.

Redovisning av klimatutsläpp i värdekedjan

Vi redovisar våra klimatutsläpp uppdelat i Scope 1, 2 och 3 baserat på Green House Gas protocols redovisningsprinciper. Scope 3 har vi delat upp i två grupper, grupp a) som vi har verkliga data till och som vi kan påverka och grupp b) som huvudsakligen är baserad på schabloner och därför inte möjligt att målstyra. Klimatutsläppen redovisas också i ett externt digitalt verktyg som är anpassat till GRI:s redovisningsprinciper. Arvid Nordquist rapporterar också till CDP.



53 procent av omsättningen i vår livsmedelsportfölj är från producenter som har satt mål för minskade klimatutsläpp. Kelloggs och Pringles, Fresh Delmonte, Nisson och Asahi, som äger portföljvarumärkena Fullers och Peroni, har klimatmål godkända av Science Based Target Initiative (SBTi). Kikkoman och Hormel Food (Skippy) är anslutna till SBTi och väntar på att få sina mål godkända. Också Arvid Nordquist handelspartner för kaffe, Ecom, är anslutna till SBTi. Samtliga varumärkesägare inom produktområdet Non Food har klimatmål.

Samtliga kvarstående utsläpp från Arvid Nordquist Kaffe och Te balanseras genom klimatkompensationsprojekt i kaffeodlande länder. Vi har under året kompenserat för 94 577 ton CO₂e i projekten på sid 31.

Hållbar drift

MÅL	GLOBALA MÅL	MÅL	UPPFÖLJNING 2021	KOMMENTAR
Minskad energianvändning per rostat kg kaffe		-20 %	Ingen minskning	Basår 2020
Eget transportflöde utan fossilt bränsle		100 %	81,5 %	
Minskade CO ₂ e emissioner från intransporter		-10 %	Ingen minskning	
Minskat matsvinn		-50 %	-7,5 %	Basår 2020, enhet kg
Tjänste- & Förmånsbilar med el eller förnybart bränsle		100 %	45 %	Basår 2020
Minskade CO ₂ e emissioner från Tjänsteresor		-15 %	Relevant att börja mäta efter pandemi	Basår 2019

Fördelat enligt Scope

	TOT TON CO ₂ e	KPI CO ₂ e	KOMMENTAR
Totalt	228 783	2,98 kg / kg såld vara	
Scope 1			
Rosteri:	2,01	0,1g / kg kaffe	100 % biogas.
Tjänstebilar:	392	117 g / 1000 SEK netto omsättning	45 % elhybrider, +13 %-enheter mot föregående år.
Köldmedia:	0		Inga förluster.
Biogas lastbil:	2,2	0,12 g / kg kaffe	100 % biogas för all egen distribution.
Scope 2			
El:	0,551	0,01 g / kg kaffe	Bra Miljöval: Produktionen av el, fjärrvärme och fjärrkyla har skett i enlighet med Naturskyddsföreningens kriterier.
Fjärrvärme & Fjärrkyla:	2,32		
Scope 3A			
Tjänsteresor:	51	15,2 g / 1000 SEK netto omsättning	Få resor pga pandemin.
Intransporter:	18 760	190 g / fraktat kg	91 % av våra intransporter sker med båt och tåg.
Förpackning:	23 196	302 g / kg produkt	Baserat på vikt är 87,2 % av förpackningsmaterialet är återvinningsbart, +2,2 %-enheter mot föregående år.
Distribution:	912	11,9 g / fraktat kg	81,5 % av våra egna transporter sker med förnyelsebart bränsle.
Uppströms emissioner för El och Energi i Scope 1 och 2:	256		
Scope 3B			
Bearbetning/ produktion och råvara:	185 211		Beräkning baserad på i huvudsak schablonvärden. Vi styr mot hållbarhetscertifierad odling och produktion.



Våra klimatkompensationsprojekt

CommuniTree, Nicaragua – Plan Vivo

Nicaragua är ett av de fattigaste länderna i Latinamerika och ett av de länder som vi köper mycket kaffe från sedan lång tid tillbaka. Trädplanteringsprojektet heter CommuniTree, drivs av den kanadensiska icke-vinstdrivande organisationen Taking Root och är utvecklat i enlighet med standarden Plan Vivo samt tredjepart-verifierat av Rainforest Alliance. Vi har varit partner till projektet sedan det startade för mer än tio år sedan. I dag deltar över 800 småbrukare i trädplanteringsprojektet.



Ethiotree, Etiopien, Plan Vivo

Vårt klimatkompensationsprojekt i Etiopien ligger i Tigrayregionen där det i dag är en pågående konflikt. Det har varit svårt med insyn i projektet sedan kriget startade men så sent som i oktober 2021 fick vi information att skogsvårdsprojektet fortsatt sköts enligt plan av deltagande samhällen. Bara ett område, Afedama, har inte kunnat utfärda nya certifikat under 2021 eftersom det ligger mitt i området för stridande parter. Befolkningen lider av situationen då vägar blockeras för transporter och kontrolleras av den etiopiska armén. Hungersnöd sprider sig i regionen. Delar av projektteamet bakom Ethiotree finns i Belgien och de har möjliggjort att intäkten från försäljningen av Plan Vivo certifikat tillhörande projektet, ett års skogsförvaltning som genererat ca 50 000 EUR, har kunnat användas av de deltagande samhällena för att köpa mat. Teamet har också samlat in ytterligare medel för att stötta Afedama och det lokala sjukhuset. Ethiotrees projektkoordinatorer på plats har, genom sina nätverk och flera förhandlingar, varit nyckelaktörer i genomförandet av operationen. Plan Vivo är inte skapat för att bistå vid konflikter men är designat för att stödja samhällen i den sociala- och miljömässiga utvecklingen. Enligt Ethiotree har Arvid Nordquist och andra köpare av certifikat i Ethiotree gjort det möjligt att lindra situationen och en fortsatt försäljning av skogsvårdscertifikat kommer kunna bidra till återuppbyggnad när ett fredsavtal nås, även om situationen ser svår ut nu.



Madre De Dios – Peru

Vårt projekt Madre de Dios kombinerar möjligheten för oss att verka i ett viktigt kaffeland och att kunna bidra till ursprungsbefolkningen och skogsbevarande i Amazonasregionen. Madre de Dios projektet ligger i norra Peru och är ett miljöprogram som syftar till att stödja urbefolkningen och landsbygdssamhällen och samtidigt minska avskogningen. Verksamheten omfattar olika aktiviteter med syfte att erbjuda olika inkomstmöjligheter som inte medför att avskogningen i Amazonas ökar. Projektet är certifierat enligt Verified Carbon Standard (VCS) och Climate Community and Biodiversity (CCB).





Certifieringsguide Non Food



	Svanen	EU-blomman	Bra Miljöval	UL	Blue Angel	AISE Charter for Sustainable Cleaning	Cradle-to-cradle
Syfte med certifiering	Miljöcertifiering	Miljöcertifiering	Miljöcertifiering	Miljöcertifiering	Miljöcertifiering	Miljöcertifiering	Miljöcertifiering
Kontrollsystem	Kontroll genomförs av Svanen	Kontroll genomförs av de nationella kontoren	Kontroll genomförs av Naturskyddsföreningen	Kontroll genomförs av UL	Kontroll genomförs av Blue Angel	3:e parts kontroll	3:e parts kontroll
Krav på hållbara förnybara råvaror	75	50	100	0	100	50	50
Produkt- och innehållskrav: Hälsa	67	67	67	58	67	0	33
Produkt- och innehållskrav: Miljö	67	67	100	33	100	33	33
Innehållskrav: Förbud och begränsningar	100	100	100	100	100	50	100
Förpackningskrav	94	75	75	38	75	75	50
Krav på företagsnivå: Miljö- och socialt ansvar	0	0	0	0	0	75	63

Varje certifieringsbetyg är en sammanslagning av de fyra olika produktcertifieringarna (tvättmedel, allrengöring, handdiskmedel, maskindiskmedel), och därmed ett slags medelvärde. För de flesta produktgrupper är poängen/kriterierna likadana, det kan skilja sig lite åt på förpackningskraven.

Krav: 0-10 Låga
 10-59 Medelhöga
 60-89 Höga
 90-100 Fullt täckande

Certifieringsguide Livs, Kaffe & Vin



	KRAV	Fairtrade	Rainforest Alliance	4C
Syfte med certifiering	Ekologisk certifiering	Etisk certifiering	Hållbarhetscertifiering	Hållbarhetscertifiering
Livsmedel	ja	ja	ja	nej
Kaffe	ja	ja	ja	ja
Vin	ja	ja	nej	nej
Kontrollsystem	3:e partscertifiering. Audit varje år. Oanmälda besök.	3:e partscertifiering 2 gångar på 3 år, check varje år mellan. Oannonserade besök.	3:e partscertifiering. Audit varje år. Oannonserade besök.	2:a parts Verifiering var 3:e år, självskattning varje år.
Mänskliga rättigheter	75	70	75	50
ILO kärn-konventioner	100	100	100	85
Jämställdhet	0	90	100	25
Hälsa & säkerhet	50	100	90	35
Lön (krav på minimilön och på strävan efter levnadslön)	50	100	100	20
Bidrar till ökade intäkter	Nej	Ja	Ja	Nej
Mark/jord	100	60	100	20
Biologisk mångfald	100	60	100	15
Avfall	100	53	70	30
Vatten	100	50	70	30
Energi	100	60	80	40
Klimat	80	80	100	0
Begränsningar av användning av konstgödsel	100	60	70	25
Begränsningar av användning av bekämpningsmedel	100	55	70	50
Kemikalierestriktioner i produkten	90	0	0	NA

Krav: Inga krav
1-34 Låga
35-60 Medelhöga
61-99 Höga
100 Fullt täckande

Löner: Inga krav
Krav på minimilön
Rekommendationer på levnadslön
Krav på levnadslön



SCS Sustainably Grown	Global GAP	Ekologiskt (EU-ekologiskt, USDA, Bio Siegel, Debio)	Soil Association	Demeter	Klimat-kompenserat genom Plan Vivo	Sustainable Wine South Africa odling	Sustainable Wine South Africa vinproduktion	Sustainable Winegrowing NZ odling	Sustainable Winegrowing NZ vinproduktion	High Environmental Value	Sustainable Viticulture Champagne	Fair for Life	MSC	ASC
Hållbarhetscertifiering	Hållbarhetscertifiering	Ekologisk certifiering	Ekologisk certifiering	Biodynamiskt	Klimat	Hållbarhetscertifiering	Hållbarhetscertifiering	Hållbarhetscertifiering	Hållbarhetscertifiering	Hållbarhetscertifiering	Hållbarhetscertifiering	Etisk certifiering	Hållbarhetscertifiering	Hållbarhetscertifiering
ja	ja	ja	ja	ja	ja	nej	nej	nej	nej	nej	nej	ja	ja	ja
ja	ja	ja	ja	ja	ja	nej	nej	nej	nej	nej	nej	ja	nej	nej
ja	ja	ja	ja	ja	ja	ja	ja	ja	ja	ja	ja	ja	nej	nej
3:e partscertifiering. Audit varje år. Oannonserade besök.	3:e partscertifiering. Audit varje år. Oannonserade besök	3:e partscertifiering. Audit varje år.	3:e partscertifiering. Audit varje år. Oannonserade besök.	3:e partscertifiering. Audit varje år. Ibland oannonserade besök.	Egen verifiering varje år.	Egenkontroll årligen, slumpvisa kontroller.	Kontroll årligen, slumpvisa kontroller.	2:a parts Verifiering. Audit var 3:e år, självskattning varje år.	2:a parts Verifiering. Audit var 3:e år, självskattning varje år.	3:e partscertifiering. Audit var 3:e år.	3:e parts certifiering. Inga krav på hur ofta kontrollerna ska göras.	3:e partscertifiering. Audit varje år.	3:e partscertifiering.	3:e partscertifiering.
75	30	0	100	0	0	50	70	70	0	0	0	0	0	0
100	20	0	100	0	0	0	100	100	0	0	0	0	0	100
50	20	0	50	0	0	50	0	0	0	0	0	0	0	50
100	100	0	70	0	0	0	100	100	50	50	0	0	0	50
75	20	0	100	0	0	100	100	50	50	0	0	50	0	50
Nej	Nej	Nej	Nej	Nej	Nej	Nej	Nej	Nej	Nej	Nej	Nej	Nej	Nej	Nej
75	100	100	100	100	0	100	50	100	100	50	50	30	NA	NA
15	75	100	100	100	100	100	0	50	50	80	30	50	100	
30	100	100	100	100	0	90	90	40	40	0	30	30	NA	75
30	100	100	100	100	0	100	90	90	90	75	30	50	NA	75
50	20	100	100	75	0	75	50	50	50	0	25	30	0	20
50	60	0	0	0	100	50	50	0	0	0	0	30	0	0
60	60	100	100	100	0	60	NA	25	NA	25	60	25	NA	NA
40	67	100	100	100	0	50	50	33	33	80	60	30	NA	NA
0	NA	0	0	100	NA	NA	75	NA	33	0	0	0	0	0

Indikatorer

LIVS, VIN & KAFFE

INDIKATOR	
Mänskliga rättigheter	Krav gällande boendestandard. Krav på möjlighet till vård. Skola för barn till anställda. Utbildning för anställda.
ILO kärnkonventioner	Krav på alla åtta kärnkonventioner
Jämställdhet	Krav på arb mot diskriminering. Kvinnor i ledande positioner. Krav på att sträva mot könsneutral arbetsplats. Krav gällande kvinnors hälsa/reproduktiv hälsa. Kvinnor har samma rätt till resurser som män.
Hälsa & säkerhet	Krav på säker arbetsmiljö. Krav på märkning och säkerhetsinformation på bekämpningsmedel. Tillgång till rent dricksvatten. Tillgång till rena toaletter. Tillgång till företagshälsovård. Utbildning i hälsa och säkerhet
Lön (krav på minimilön och på strävan efter levnadslön)	Krav på minimilön. Krav på strävan mot levnadslön.
Bidrar till ökade intäkter	Prispremie. Program/utbildning/stöd för bättre produktivitet.
Mark/jord	Krav på att motverka erosion. Krav på att bibehålla markens kvalitet.
Biologisk mångfald	Krav på att sätta av mark för bevarande av biologisk mångfald. Krav på att använda metoder som inte äventyrar biologisk mångfald. Förbud mot att omvandla områden med hög biologisk mångfald för produktion.
Avfall	Krav på att minska produktionen av farligt avfall. Krav på ett effektivt och säkert avfallssystem. Krav på att minimera föroreningar till luft, vatten och mark.
Vatten	Krav på att ha vattenbesparande åtgärder i vattenknappa områden. Krav på effektiv vattenanvändning. Krav på rening av avloppsvatten.
Energi	Beräkna och kartlägga energianvändning. Krav energieffektivisering. Krav på att fasa ut användning av fossila bränslen. Övergång mot förnybar el.
Klimat	Klimatfrågan tas upp i eget avsnitt som en kritisk faktor. Krav på mätning av CO ₂ e-utsläpp. Krav på åtgärder för att minska utsläppen och att dokumentera detta.
Begränsningar av användning av mineralgödsel	Förbud mot att använda mineralgödsel. Krav på strategi för minskad användning/optimering av mineralgödning. Krav på dokumentation av användning
Begränsningar av användning av bekämpningsmedel	Totalt förbud mot användning av bekämpningsmedel. Integrated Pest Management. Användning av begränsningslista.
Kemikalierestriktioner i produkten	Krav på tillsatser som inte får ingå i produkten.

NON FOOD

INDIKATOR	
Krav på hållbara förnybara råvaror	Policy och krav gällande innehåll av förnybara råvaror. Inklusive krav på certifierad palmolja eller palmoljederivat.
Produkt och innehållskrav: Hälsa	Krav gällande produktens klassificering.
Produkt och innehållskrav: Miljö	Ingrediensernas nedbrytbarhet, toxicitet och bioackumulerbarhet.
Innehållskrav: Förbud och begränsningar	Förbjudna ämnen.
Förpackningskrav	Design för återvinning och ökad cirkularitet, krav på hållbara och förnybara material, dosering och fyllnadsgrad.
Krav på företagsnivå: Miljö och socialt ansvar	Krav på miljöledningssystem, miljöpolicy, substitutionsarbete och leverantörsbedömning. Krav gällande socialt ansvar och arbetsmiljöledning.



ARVID NORDQUIST HAB

Box 1285

S-171 25 Solna, Sweden

Tel: +46 (0)8-799 18 00

E-post: info@arvidnordquist.se

www.arvidnordquist.se

 ARVID NORDQUIST