



RETURPACK

HÅLLBARHETSREDOVISNING 2017

RETURPACK SVENSKA AB



OM REDOVISNINGEN

Returpack Svenska AB:s hållbarhetsredovisning omfattar verksamhetsåret 1 januari 2017 – 31 december 2017 och är upprättad enligt Global Reporting Initiatives (GRI) Standarder med tillämpningsnivå Core. Redovisningen är till för alla som är intresserade av Returpacks hållbarhetsarbete. Ingen extern granskning har gjorts av redovisningen.

Returpack Svenska AB:s fokusområden för hållbarhet ligger till grund för redovisningen. Dessa är: återvinning, klimat & miljö, affärsrelationer, medarbetare och samhälle. Det här är vår första hållbarhetsredovisning. I redovisningen berättar vi om vårt hållbarhetsarbete, hur långt vi kommit och om våra planer framåt. Mål och utfall för områdena redovisas i tabeller eller i löpande i text.

Kontaktperson för redovisningen är **Annelie Niva**, hållbarhetsstrateg, Returpack Svenska AB, telefon: **011-19 19 60**.

HÅLLBARHETSREDOVISNING 2017

> VD-ORD	SID 4
> KORT OM RETURPACK	SID 5
> RETURPACKS VERKSAMHET	SID 6
> RETURPACKS HÅLLBARHETSARBETE	SID 11
1. ÅTERVINNING	SID 17
2. KLIMAT & MILJÖ	SID 23
3. AFFÄRSRELATIONER	SID 31
4. MEDARBETARE	SID 39
5. SAMHÄLLE	SID 43
> KOMPLETTERANDE INFORMATION	SID 48
> OM REDOVISNINGEN	SID 50
> GRI-INDEX	SID 52

VD-ORD

Ett hållbart pantsystem

Under drygt 30 år har vi på Returpack inspirerat människor att panta mera. Sedan vi startade vår verksamhet har vi samlat in över 35 miljarder burkar och flaskor. För 2017 nådde vi återigen nytt pantrekord.

Vår strävan har alltid varit att tillvarata burkarna och flaskorna på ett så resurseffektivt och hållbart sätt som möjligt, och vi har idag utvecklats till ett effektivt materialåtervinningsföretag. Under 2017 investerade vi även i en egen förädlingsanläggning av korkmaterial, som ett led i att ytterligare öka materialåtervinningen. Med våra processer säkerställer vi att alla de förpackningar som vi samlar in materialåtervinnas och används vid tillverkningen av nya burkar och flaskor i enlighet med målsättningarna för en cirkulär ekonomi.

Vår verksamhet är logistikintensiv, och vi arbetar hårt för att minska vårt klimatavtryck. Vi har sett över drivmedel, fordonstyper, motorer, ruttplanering och möjligheter till återfrakt, samt ställt krav på arbetsvillkor och återrapportering av uppnådda resultat. I juni 2017 nådde vi en viktig milstolpe, då övergick alla transporter i vårt största insamlingsflöde till fossilfritt drivmedel.

På Returpack tror vi på pantsystem som ett effektivt och hållbart sätt att öka insamlingen av förpackningar och minska användandet av jordens ändliga resurser. För att göra det möjligt för fler produkter att ingå i pantsystemet, än vad som uttryckligen omfattas av den svenska pantlagstiftningen, har vi öppnat upp vårt system för frivillig anslutning. Hösten 2015 möjliggjorde vi anslutning av saftprodukter och i september 2017 beslutade vi om frivillig anslutning av juiceprodukter från och med januari 2018.

Vår verksamhet växer stadigt. Hos oss möts en mångfald av människor och kompetenser; logistik, IT-utvecklare, operatörer, marknadsförare, tekniker, kundservice och ekonomer för att nämna några. Vår medarbetarundersökning visade i 2017 års upplaga att merparten av de anställda är nöjda med sin arbetssituation och med Returpack som arbetsgivare.



Under 2017 införde vi en intern uppförandekod, upprättade en policy mot otillåten påverkan samt implementerade en visselblåsartjänst.

Vårt samhällsengagemang är en viktig del av vårt hållbarhetsarbete. Genom att vara huvudsponsor till Svensk Innebandy uppmuntrar vi till motion, föreningsaktivitet och inkludering. Vi är en av stiftarna av Håll Sverige Rent och vi samarbetar även med organisationen Städa Sverige. Genom vårt föreningskoncept ger vi stöd till barn och ungdomar och deras föreningar när de deltar i insamling av burkar och flaskor.

Men det är inte Returpack ensamma som utgör pantsystemet. Det är producenterna och importörerna som säkerställer att deras produkter ingår i pantsystemet. Det är butikerna som via sina pantmottagningar möjliggör för en enkel och effektiv pantning över hela landet. Det är caféer och restauranger, bensinstationer, semesteranläggningar, flygplatser, festivaler och andra evenemang som alla ytterligare bidrar till att öka tillgängligheten och att göra det lätt att panta. Det är bland andra föreningar och organisationer som på olika sätt samlar in burkar och flaskor. Det är våra transportörer och samarbetspartners som ser till att de insamlade förpackningarna kommer till oss och vår anläggning. Det är våra materialköpare som säkerställer att burkarna och flaskorna materialåtervinnas och kan bli till nya burkar och flaskor, en del av kretsloppet och en cirkulär ekonomi.

Men framför allt är det alla som pantar, och därigenom visar förtroende för pantsystemet, som är med och skapar en hållbar framtid. Det är tack vare alla er vi kan uppnå vår vision om att bidra till ett hållbart samhälle genom världens bästa pantsystem.

Bengt Lagerman
VD Returpack

HÅLLBARHETSÅRET I KORTHET

85%

DEN TOTALA ÅTERVINNINGEN ÖKAR, OCH LIGGER NU PÅ 85 PROCENT



TRANSPORTUTMANINGEN ANTAS. FOSSILFRIA TRANSPORTER SENAST 2025



STYRELSEN FATTAR BESLUT OM FRIVILLIG ANSLUTNING AV JUICE



NY KORKANLÄGGNING TAS I DRIFT



LANSERING AV UPPFÖRANDEKODER OCH VISSSELBLÅSARSYSTEM

KORT OM RETURPACK

Returpack Svenska AB ägs av Sveriges Bryggerier AB, Svensk Dagligvaruhandel Ekonomisk Förening samt Livsmedelshandlareförbundet SSLF AB. Bolaget är moderbolag till de två dotterbolagen Returpack-Pet Svenska AB och Returpack-Burk Svenska AB. Den här redovisningen avser koncernen Returpack Svenska AB som vi fortsättningsvis benämner Returpack.

Returpacks uppdrag är att driva, utveckla och informera om pantsystemet för att nå ökad återvinning, på ett sätt som är effektivt avseende både kostnad och miljö. Vi samordnar återtagningen av pantförpackningar, säkerställer materialåtervinning samt administrerar pant, avgifter och ersättningar. Genom vårt arbete får vi helt enkelt pantsystemet att fungera i alla led.

Returpacks anläggning består av kontor och fabrik som finns i Norrköping. För verksamhetsåret 2017 hade Returpack en nettoomsättning på 2,7 miljarder SEK och vid utgången av året uppgick antalet anställda till 65. Bolaget hade en balansomslutning på 1 009 miljoner SEK varav 508 miljoner SEK i eget kapital.

RETURPACK I SIFFROR 2017



1 ANLÄGGNING



65 ANSTÄLLDA



4 172 ANSLUTNA ARTIKLAR



12 000 BUTIKER OCH ANDRA INSAMLARE SOM SKICKAR IN PANT



1,85 MILJARDER INSAMLADE FÖRPACKNINGAR



2,7 MILJARDER I OMSÄTTNING



HISTORIK

Sverige har länge varit ett föregångsland för återvinning. Redan 1984 startade AB Svenska Returpack pantsystemet för aluminiumburkar. Tio år senare startade insamlingen av PET-flaskor i systerbolaget Returpack-Pet. De insamlade pantförpackningarna balades på bryggeriernas depåer innan de skickades vidare för materialåtervinning. 2003 togs fabriken i Norrköping i drift vilket innebar att en fabrik hanterade alla insamlade förpackningar, med förbättrad materialkvalitet som största effekt.



Vissa känner oss som Returpack, andra som Pantamera. Varumärket Pantamera drivs av Returpack för att öka återvinningen av pantförpackningar. Pantamera används av Returpack för att kommunicera med konsumenterna både i reklamkampanjer och i övriga aktiviteter. I våra avtal och i kommunikation med samarbetspartners och andra vi har affärsrelationer med heter vi Returpack.

Returpacks VERKSAMHET

Från början var pantsystemets främsta syfte att minska nedskräpningen. Idag har det utvecklats till ett hållbarhetsystem som i samverkan med andra aktörer i kretsloppet säkerställer att förpackningarna materialåtervinns och kan bli till nya burkar och flaskor. Returpacks och pantsystemets roll inom den cirkulära ekonomin är tydlig. Vi ställer krav på att förpackningarna designas för att återvinnas, samlar in förpackningarna, sorterar i materialflöden och säljer vidare för framställning av ny råvara.



FÖRORDNINGEN OM RETURSYSTEM

Returpacks verksamhet regleras av SFS 2005:220 (förordning om retursystem för plastflaskor och metallburkar). Vi är för närvarande det enda godkända retursystemet och har Jordbruksverket som ansvarig tillsynsmyndighet.

FÖRORDNINGEN SÄGER:

- › Den som yrkesmässigt tappat konsumtionsfärdig dryck i plastflaska eller metallburk eller yrkesmässigt till Sverige för in konsumtionsfärdig dryck i plastflaska eller metallburk skall se till att flaskan och burken ingår i ett godkänt retursystem.
- › Undantaget är dryck som huvudsakligen består av mejeriprodukter eller grönsaks-, frukt- eller bärjuice.
- › Flaskorna och burkarna ska vara tydligt märkta med vilket pantsystem produkten ingår i samt med pantbelopp.

PANTBELOPP OCH FÖRPACKNINGAR



Panten på metallburkar och små plastflaskor är en 1 krona och på stora plastflaskor 2 kronor.



Förpackningar i Returpacks system ska vara märkta med särskilda pantsymboler. Pantsymbolen talar om att de tillhör Returpacks system och vilket pantbelopp som gäller.



De plastflaskor som ingår i pantsystemet idag är endast PET-flaskor. Korkarna är alltid av HDPE (polyeten med hög densitet) eller PP (polypropen). Storlek: 19 cl - 300 cl.



Metallburkarna i pantsystemet är nästan uteslutande av aluminium. Burkar av stål förekommer men i mycket liten utsträckning. Storlek: 15 cl - 95 cl.



Storlek och form på flaskorna varierar men gemensamt för alla är att de kan tas emot av en pantautomat.



FLER PRODUKTER I PANTSYSTEMET

Hösten 2015 öppnades pantsystemet upp för frivillig anslutning av dryckesförpackningar för saft. Frivillig anslutning innebär att förpackningar som inte omfattas av förordningen om retursystem tillåts anslutas till pantsystemet. Från och med januari 2018 breddades pantsystemet ytterligare genom att juiceprodukter som är undantagna från förordningen om retursystem på frivillig bas kan anslutas till pantsystemet. Frivilligt anslutna förpackningar regleras av SFS 2014:1073 (förordning om producentansvar för förpackningar).

De svenska ÅTERVINNINGSMÅLEN

Returpack förhåller sig till det nationella återvinningsmålet som är satt till 90 procent. För de frivilligt anslutna förpackningarna är målet för närvarande 30 procent men höjs till 50 procent år 2020. Naturvårdsverket är den myndighet som ansvarar för den nationella återvinningsstatistiken.

ÅTERVINNINGSMÅL

90%

NATIONELLT

ÅTERVINNINGSMÅL

30%

FRIVILLIGT ANSLUTNA FÖRPACKNINGAR

ARTIKLAR I PANTSYSTEMET

BURK OCH PET 4 092

FRIVILLIGT ANSLUTNA 80

TOTALT 4 172

RETURPACKS VISION, AFFÄRSIDÉ, ÖVERGRIPANDE MÅL OCH STRATEGIER

ARBETET PÅ RETURPACK HAR TVÅ ÖVERGRIPANDE MÅL:

- › Ökad återvinning för att uppnå målet 90 procent återvinning.
- › Uppnå en lönsamhetsmarginal över tid på minimum 1,5 procent för att säkerställa långsiktig finansiell stabilitet.

2017 uppnådde Returpack en återvinningsgrad på 85 procent och en vinstmarginal på 3,8 procent.

VÅRA MÅL SKA UPPNÅS GENOM TRE ÖVERGRIPANDE STRATEGIER:

- › *Utveckla pantsystemet* - Vi ska underlätta för konsumenter att lämna tillbaka sina pantförpackningar genom att förbättra befintliga och utveckla nya alternativ för insamling. Den positiva bilden av pantsystemet ska stärkas genom att vi är lyhörda för intressenternas behov och förväntningar.
- › *Optimera interna och externa processer* - Vi ska ständigt förbättra våra processer och arbetssätt samtidigt som vi med en effektiv styrning och kontroll ska säkerställa att pantsystemet bedrivs på ett kostnadseffektivt och ansvarsfullt sätt.
- › *Bedriva verksamhet på ett hållbart sätt* - Hållbarhet ska genomsyra allt vi gör. Med vår tredje strategi, att bedriva verksamheten på ett hållbart sätt, lägger vi särskild tyngd på att minska vår miljöpåverkan samt vara en attraktiv arbetsplats och en god samhällsaktör.

VISION

VI BIDRAR TILL ETT HÅLLBART SAMHÄLLE GENOM VÄRLDENS BÄSTA PANTSYSTEM

AFFÄRSIDÉ

ATT DRIVA ETT RETURSYSTEM MED PANT FÖR ÅTERVINNING AV DRYCKESFÖRPACKNINGAR AV PLAST OCH METALL I SVERIGE

Våra värderingar guidar oss i allt vi gör - i våra beslut och hur vi ska agera.

ANSVARSTAGANDE

Vi arbetar långsiktigt och tar ett helhetsansvar mellan medarbetare, mellan oss och våra intressenter och för samhällsfrågor. Vi är involverade och eftersträvar att göra vårt jobb både enkelt och långsiktigt hållbart.

NYSKAPANDE

Vi är nyfikna och har förmågan att vilja utvecklas och förbättra oss och det samhälle vi verkar i. Vi vågar tänka nytt och vågar, välkomnar och efterfrågar idéer och nya lösningar. Vi antar utmaningar, gillar att lära nytt och genomför förbättringar där alla drar åt samma håll.

SAMARBETE

Vår kultur bygger på tillit, respekt och engagemang. Vi hjälper varandra och är tydliga med förväntningar och feedback. Vi har en stark teamkänsla där det är naturligt att hjälpas åt, vi har en tydlig kommunikation, vi lyssnar, vågar fråga och tänker annorlunda för att jobba mot gemensamma mål.

AFFÄRSMODELL

Vår affärsmodell bygger på vår affärsidé och tre huvudprocesser som följer förpackningens väg i kretsloppet.

PANTEN SOM INCITAMENT

Genom att systemet är uppbyggt kring erläggande av pant vid inköp och återbetalning av pant vid återlämning, skapas ett ekonomiskt incitament för alla deltagare i systemet att säkerställa återlämningen av och kretsloppet för förpackningarna.

01 ANSLUTA

Returpack tillhandahåller ett pantsystem för de dryckesförpackningar som ingår i förordningen om retursystem eller som på frivillig bas ingår i pantsystemet. Producenten ingår avtal med Returpack för att sedan ansluta sina förpackningar till pantsystemet. För varje såld förpackning betalar producenten in pant samt avgifter för administration och sortering till Returpack.

02 SAMLA IN

Returpack upprättar en insamlingsstruktur med pantmottagare där konsumenterna kan återlämna sina förpackningar och få den erlagda panten återbetald. Med hjälp av transportörer säkerställer Returpack att förpackningarna samlas in från pantmottagarna samtidigt som Returpack ersätter pantmottagarna för utlagd pant och kostnader för hantering.

03 FÖRÄDLA OCH SÄLJA VIDARE

Returpack förädlar förpackningar genom att i egen regi sortera och pressa samman materialet till balar för att sedan sälja vidare till materialköpare för materialåtervinning.



HUR FUNGERAR VÅR EKONOMI?

INTÄKTER:

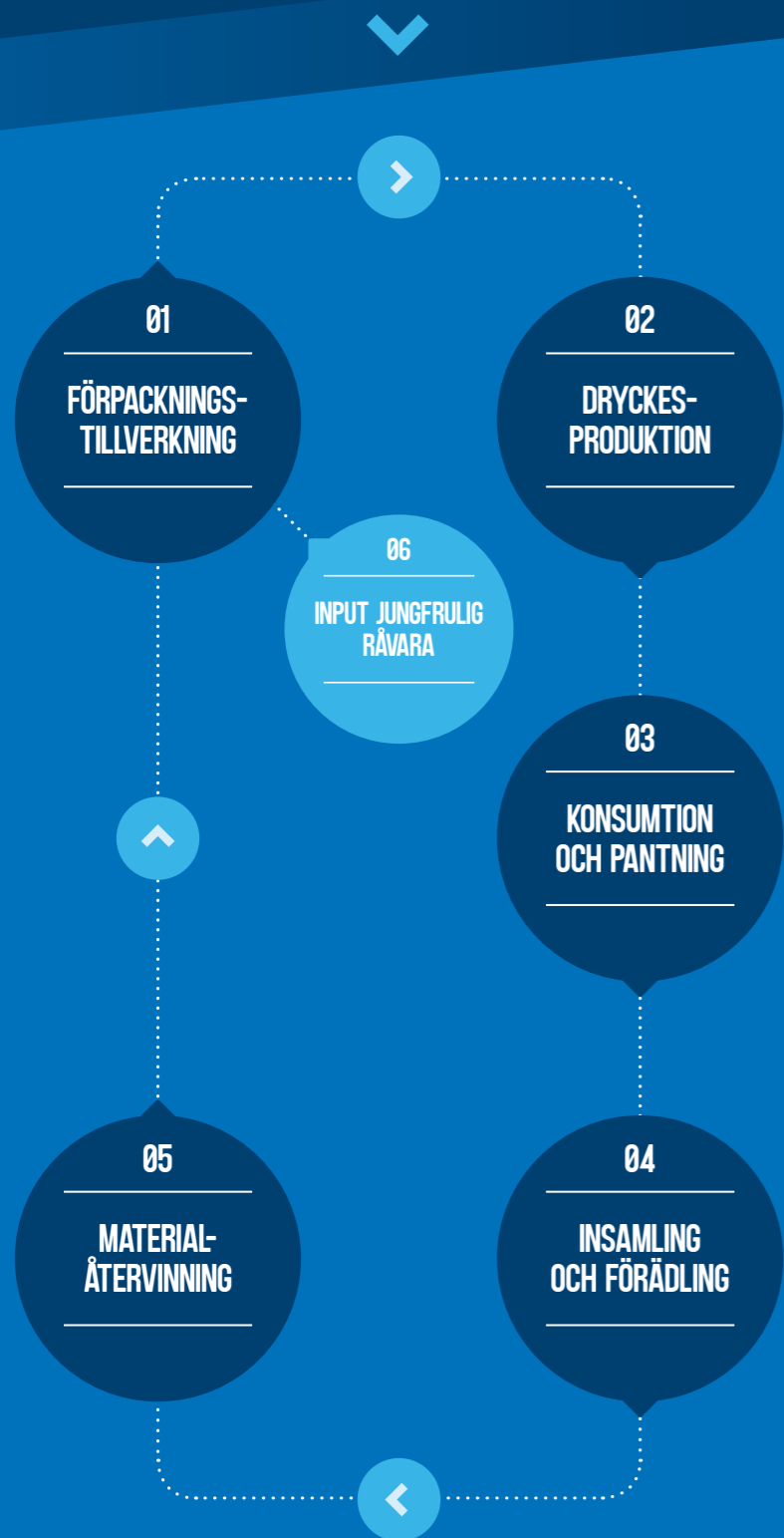
- › Försäljning av återvunnet material
- › Administrativa avgifter från producenter och importörer

KOSTNADER:

- › Hanteringsersättning till pantmottagare
- › Transportkostnader
- › Drift av verksamheten, marknadsföring och utveckling

VÄRDEKEDJA

För att få bäst effekt på vårt hållbarhetsarbete behöver vi hantera de områden där vår påverkan, direkt och indirekt, är som störst. Vi gör det genom samarbete med kunder, leverantörer och andra intressenter. I vår roll som pantsystem utövar vi inflytande såväl bakåt som framåt i vår värdekedja.



FAKTA VÄRDEKEDJAN

237 PRODUCENTER OCH IMPORTÖRER

4 172 ARTIKLAR I PANTSYSTEMET

(Varav 80 frivilligt anslutna)

CA **3 000** BUTIKER MED PANTAUTOMAT

CA **9 000** ÖVRIGA INSAMLARE
(T ex caféer, restauranger och föreningar)

CA **4 000** PANTAUTOMATER

25 PANTAMERA EXPRESS PÅ ÅTERVINNINGSCENTRALER

TRANSPORTLEVERANTÖRER
(Insamling av förpackningar, utfrakt av material)

1,85 MILJARDER FÖRPACKNINGAR IN TILL FABRIKEN

FÖRÄDLING HOS RETURPACK
(Sortering och balning)

37 000 TON
(Aluminium, klar PET & färgad PET till återvinning)

3 MATERIALKÖPARE
(Sverige, Frankrike, Tyskland)



Returpacks HÅLLBARHETSARBETE

Returpacks hållbarhetsarbete tar avstamp i visionen om att bidra till ett hållbart samhälle genom världens bästa pantsystem. En av våra övergripande strategier är att bedriva verksamhet på ett hållbart sätt vilket innebär att vi aktivt ska ta ansvar för medarbetare, miljö och samhälle. Det system vi driver och utvecklar ska hantera dagens och framtidens pantförpackningar utan att äventyra framtidens resurser.

INTRESSENTER OCH INTRESSENTDIALOG

Att ta intryck och lyssna på de vi möter och samarbetar med är avgörande för arbetet med att utveckla pantsystemet på ett ansvarsfullt sätt. En kontinuerlig dialog med våra intressenter är därför en naturlig del i det dagliga arbetet. Förutom samtal och möten är omvärldsbevakning och undersökningar viktiga verktyg för att fånga upp intressenternas förväntningar på oss.

De intressentgrupper som bedöms som mest prioriterade att samverka med på ett systematiskt sätt är de som i störst utsträckning påverkar eller påverkas av Returpacks verksamhet. Följande intressentgrupper har identifierats som mest prioriterade: myndigheter, ägare, producenter, konsumenter, pantmottagare, leverantörer, materialköpare och medarbetare.

Därutöver finns andra intressentgrupper som vi samverkar med såsom förpackningstillverkare, media, intresseorganisationer och branschorganisationer.

Läs mer om vår dialog med intressenter och deras förväntningar på oss, sid 48.

VÄSENTLIGHETSANALYS

Under 2016 genomförde vi en väsentlighetsanalys för att identifiera och prioritera Returpacks viktigaste hållbarhetsfrågor. Analysen inleddes genom att en bredd av hållbarhetsfrågor identifierades baserat på GRI:s ramverk, en omvärldsanalys samt en analys av Returpacks värdekedja. Väsentlighetsanalysen innefatt-

ande också en särskild dialog med viktiga intressenter.

Resultaten från dialogen vägdes samman med Returpacks egen påverkansanalys, för att klassificera hållbarhetsfrågorna utifrån två parametrar; intressenters förväntningar och Returpacks påverkan inom respektive hållbarhetsfråga. En djupare beskrivning av väsentlighetsanalysen finns på sid 49.

De frågor som bedöms ha stor betydelse både ur intressent- och påverkansperspektivet är de frågor som har högst prioritet för Returpack och därmed väsentliga att bygga företagets hållbarhetsarbete och rapportering kring.

VÄSENTLIGA FRÅGOR

- > Ökad återvinning
- > Produktkvalitet
- > Växthusgaser
- > Kundnöjdhet
- > Hälsa och säkerhet

Dessutom identifierades ytterligare ett antal frågor som intressenterna förväntar sig att Returpack adresserar i sitt hållbarhetsarbete; leverantörsutvärdering, utbildning och utveckling, mångfald och jämställdhet, diskrimineringsfrågor samt antikorrupcion. Vi väljer att behandla dessa frågor i redovisningen men i en mindre omfattning än de frågor ovan som benämns som väsentliga.

HÅLLBARHETSSTYRNING

Returpacks hållbarhetsarbete är integrerat i företagets affärsmodell, strategier och styrning. Företagets värderingar och uppförandekod samt hållbarhetsplan ligger till grund för arbetet.

Hållbarhetsfrågorna genomsyrar på ett naturligt sätt alla delar av verksamheten, där ett aktivt ansvarstagande för människa, miljö och samhälle dagligen vägleder oss i vårt agerande och i våra beslut. Vi tillämpar försiktighetsprincipen vid förändringar i vår verksamhet och arbetar förebyggande i så stor utsträckning som möjligt.

HÅLLBARHETSPLAN SOM STYRMEDEL

En särskild hållbarhetsplan tas fram som ett komplement och fördjupning till företagets övergripande

verksamhetsplan. Planen utgår från fem fokusområden; återvinning, klimat & miljö, affärsrelationer, medarbetare och samhälle. Fokusområdena samlar de hållbarhetsfrågor som identifierats som väsentliga men också de övriga frågor som intressenterna förväntar sig att vi ska arbeta med. Hållbarhetsplanen innehåller, för varje fokusområde, ett långsiktigt åtagande samt konkreta mål och åtgärder för att styra verksamheten i riktning mot visionen. Mål och åtgärder följs upp löpande av den genomförande organisationen, för att sedan efter varje kvartal följas upp av ledningen. Styrelsen får regelbunden rapportering om utfallet av hållbarhetsarbetet.

ANSVARSFÖRDELNING

ÄGARE

I Returpacks ägardirektiv står att bolaget ska vara finansiellt stabilt samt driva ett kostnadseffektivt och miljöeffektivt pantsystem som ska öka återvinningen mot fastställda mål. Att detta uppnås är en viktig del i ägarnas ansvarstagande.

STYRELSE

Styrelsen fastställer den strategiska inriktningen för Returpacks hållbarhetsarbete. Hållbarhetsarbetet är en stående punkt på årets samtliga styrelsemöten.

VERKSTÄLLANDE DIREKTÖR (VD)

VD driver igenom styrelsens beslut och ansvarar för resultatet. Vidare fastställer VD företagets policys och har det övergripande ansvaret för Returpacks hållbarhetsarbete.



VD har alltid det yttersta ansvaret för arbetsmiljön. Av praktiska skäl har dock via delegering arbetsuppgifter tillsammans med befogenheter att fatta beslut och vidta åtgärder förts ner i linjeorganisationen. Samtliga chefer med personalansvar har ett delegerat arbetsmiljöansvar med ansvar och befogenheter inom sina respektive funktioner.

UPPFÖRANDEKODER, POLICYS OCH RIKTLINJER

Returpacks verksamhet ska bedrivas på ett professionellt, säkert och miljövänligt sätt som uppfyller alla krav som ställs av tillämplig lagstiftning, gällande branschbestämmelser och avtal.

Returpacks uppförandekod för leverantörer förmedlar de krav vi ställer på oss själva, våra leverantörer och deras underleverantörer avseende arbete och mänskliga rättigheter, hälsa och säkerhet, miljö och affärsetik. Uppförandekoden ska beaktas vid alla inköp men i olika grad beroende på inköpets karaktär. Varje inköpare ansvarar för att leverantörerna följer koden medan en inköpsamordnare stöttar och kontrollerar arbetet.

Alla medarbetare ansvarar för att följa Returpacks

interna uppförandekod och policy mot otillåten påverkan. En visseblåsartjänst ger medarbetarna möjlighet att anonymt rapportera eventuella misstankar om oegentligheter. Visseblåsartjänsten finns tillgänglig för alla medarbetare via intranätet.

Miljöarbetet styrs och följs upp utifrån riktlinjerna i ISO 14001. Internrevisioner genomförs löpande för att upptäcka avvikelser och genomföra förbättringar. Vidare genomförs varje år en lagefterlevnadsrevision i samarbete med externt sakkunnig för att säkerställa att alla tillämpbara lagar och regler inom miljö och arbetsmiljö följs. Miljöledningssystemet genomgår en årlig extern revision.

INTRODUKTION AV NYA MEDARBETARE

Nya medarbetare går igenom ett heltäckande introduktionsprogram. Det är den närmaste chefens ansvar att introduktionen planeras, genomförs och slutligen återrapporteras till HR-avdelningen. Programmet löper i regel över en period om en månad och omfattar allt från första dagens välkomnande av chef och kollegor, rundtur i anläggningen och säkerhetsgenomgång till praktik på andra avdelningar. Introduktionen ska ge den nya medarbetaren god insikt i verksamheten, uppdraget och rollen. Bland obligatoriska delar åter-

finns genomgång av företagets vision, övergripande mål och värderingar, intern uppförandekod, policys, regler och rutiner. Miljöledningssystemet introduceras och den nya medarbetaren genomgår en webbaserad miljö- och hållbarhetsutbildning. Utbildningen repeteras minst vart tredje år för samtliga medarbetare.



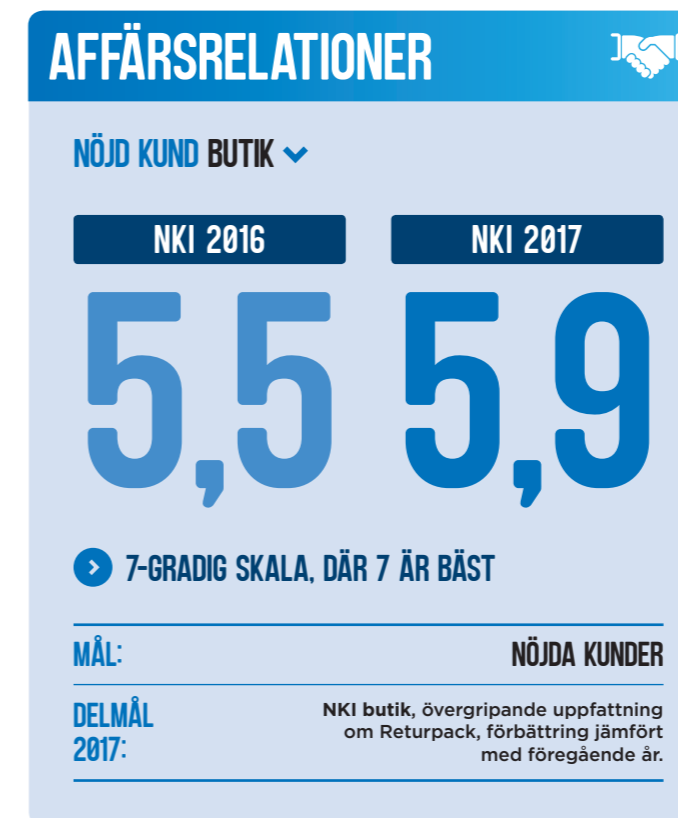
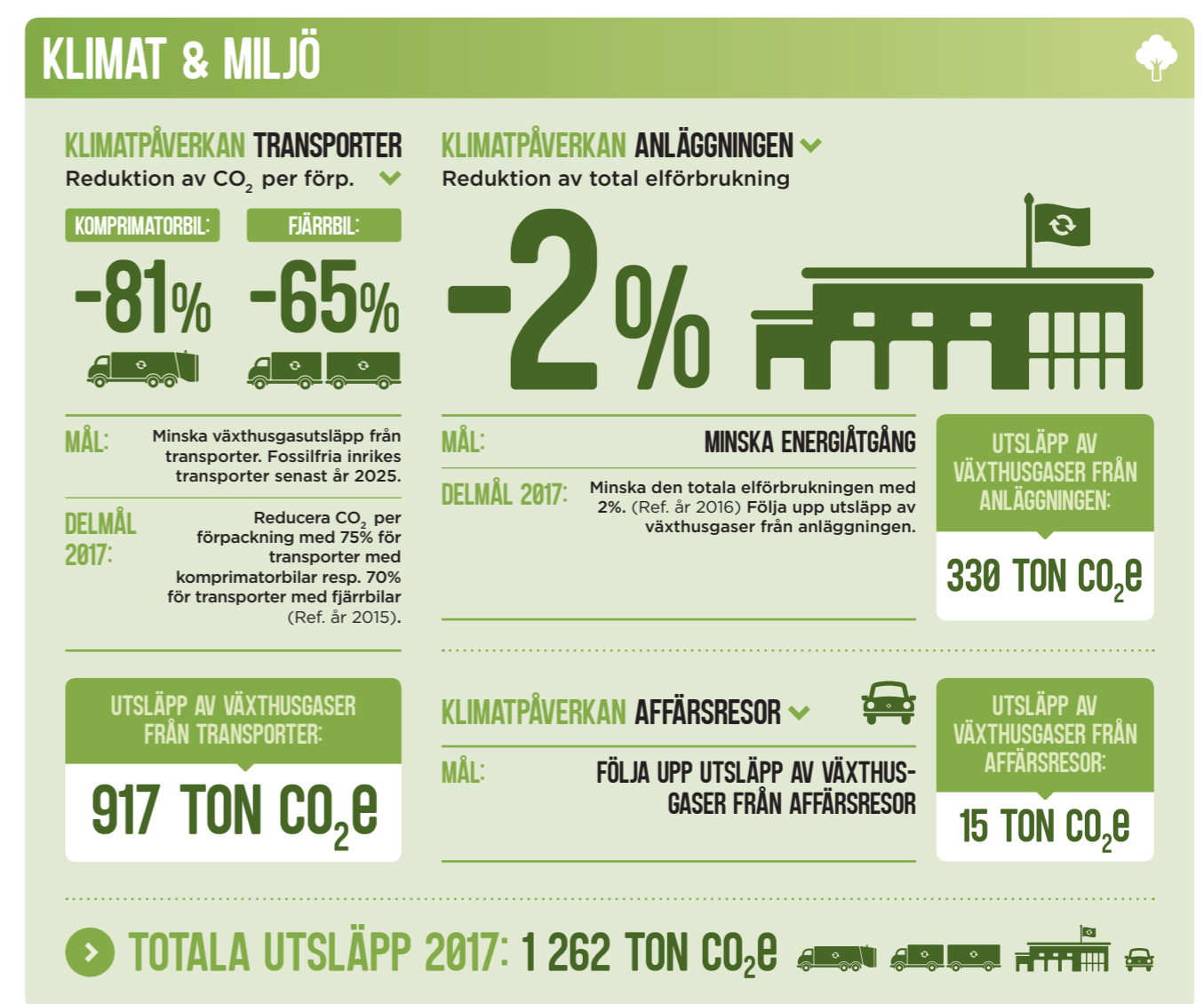
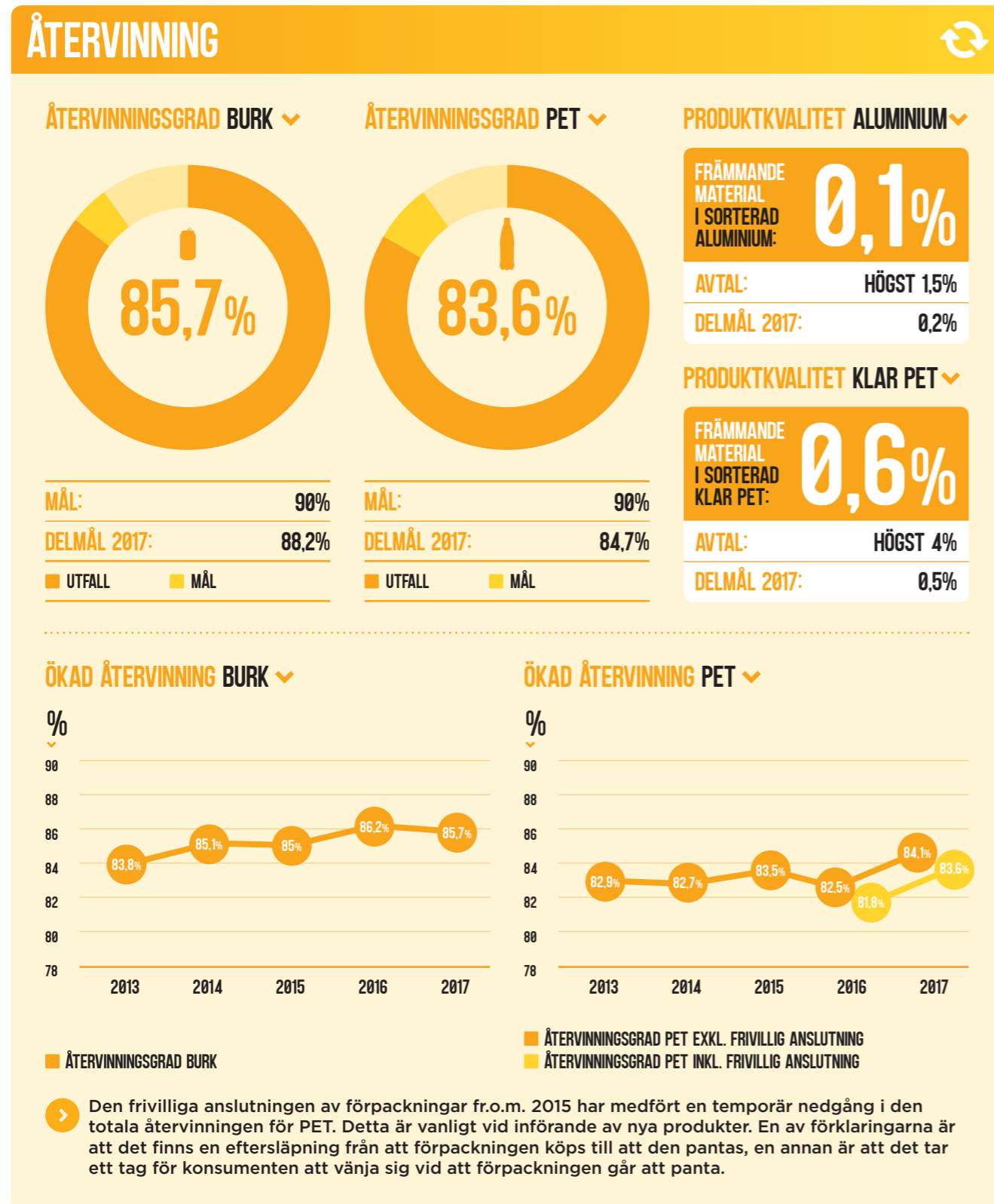
RETURPACKS POLICYS

Returpack har ett antal policys och riktlinjer som styr hållbarhetsarbetet.

- › **Intern uppförandekod** - beskriver Returpacks förväntningar på ett etiskt och hållbart agerande och förhållningssätt i vardagen. Uppförandekoden gäller för alla anställda inom Returpack och de som utför arbete för Returpacks räkning.
- › **Uppförandekod för leverantörer** - förmedlar de krav som Returpack ställer på sina leverantörer och deras underleverantörer, avseende arbete och mänskliga rättigheter, hälsa och säkerhet, miljö och affärsetik.
- › **Policy för sponsring** - anger riktlinjer för hur Returpack ska arbeta med sponsringssamarbeten på övergripande nationell nivå och på kundnivå.
- › **Arbetsmiljöpolicy** - sätter ramarna för det arbetsmiljöarbete som ska säkerställa att Returpack är en säker och frisk arbetsplats, fri från särbehandling och diskriminering i någon form.
- › **Policy för jämställdhet och mångfald samt mot kränkande särbehandling** - förklarar grunden för Returpacks syn på en jämställd och mångfaldsinriktad arbetsplats och det ansvarstagande som åligger verksamheten.
- › **Policy mot otillåten påverkan** - anger Returpacks regelverk rörande otillbörliga gåvor, intressekonflikter och mutor.
- › **Policy för hållbar utveckling** - sätter riktlinjerna för styrningen av Returpacks hållbarhetsarbete och målsättningarna för hur företaget ska bidra till långsiktig hållbar utveckling.
- › **Policy för produktkvalitet** - beskriver hur Returpack ska hantera och sortera förpackningar anslutna till pantsystemet för att möta eller överträffa materialköparnas krav och säkerställa att de återtagna förpackningarna kan återvinnas till ny råvara.
- › **Inköpspolicy** - anger de riktlinjer som gäller för Returpacks inköpsverksamhet med mål att utöva kostnadskontroll genom hela inköpsprocessen, verka för en hållbar leverantörskedja och eftersträva minsta möjliga miljöpåverkan.

FOKUSOMRÅDEN OCH MÅL

Returpacks hållbarhetsarbete struktureras utifrån fem fokusområden: återvinning, klimat & miljö, affärsrelationer, medarbetare och samhälle. För samtliga områden, bortsett från samhälle, har mål och indikatorer upprättats i syfte att styra arbetet mot att bidra till långsiktig hållbar utveckling. Utfall 2017 visas nedan men även i de följande avsnitten som handlar om Returpacks olika fokusområden.



MEDARBETARE

HÄLSA & SÄKERHET UTFALL



JÄMSTÄLLDHET UTFALL



MÅL: UPPNÅ EN JÄMN KÖNSFÖRDELNING INOM SPANNET 40-60% PÅ ALLA NIVÅER ÖVER TID

UTBILDNING & UTVECKLING UTFALL



AV ANSTÄLLDA
MÅL: Samtliga anställda ska få årlig uppföljning av medarbetarsamtal och utvecklingsplan.

KORRUPTIONSINCIDENTER UTFALL



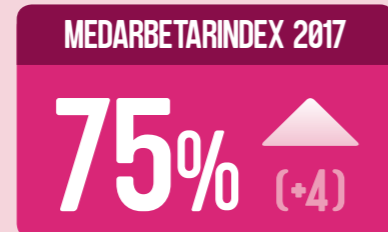
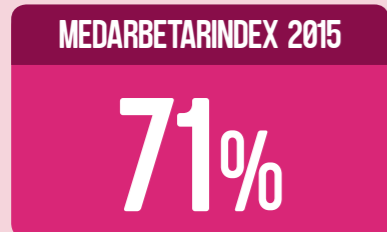
RAPPORTERADE INCIDENTER
MÅL: INGA KORRUPTIONSINCIDENTER

DISKRIMINERINGSFALL UTFALL



RAPPORTERADE FALL
MÅL: INGA DISKRIMINERINGSFALL

MEDARBETARINDEX UTFALL



MÅL 2017: ÖKNING MED 2 PROCENTENHETER
MÅL: 75 (71) Förbättring medarbetarindex med 4 procentenheter jämfört med 2015.



ÅTERVINNING

GENOM ATT ÖKA ÅTERVINNINGEN AV PANTFÖRPACKNINGAR OCH SAMTIDIGT SÄKERSTÄLLA HÖG PRODUKTKVALITET I ÅTERVINNINGSKEDJAN MAXIMERAR VI MILJÖNYTTAN I VÅRT UPPDRAG.

Hela vårt uppdrag handlar om återvinning. Det är därför av största vikt att vi sköter den så effektivt och hållbart som möjligt. I det här avsnittet väljer vi att lyfta fram hur återvinningen av burkar och flaskor ser ut, och vad som krävs av oss för att få fler människor att panta mera. Att bara påminna om att panta räcker inte, vi behöver även möta upp med ett tillgängligt och enkelt pantsystem. Vi visar även på vikten av att våra flöden hålls rena och hur vi arbetar för att uppnå en så hög produktkvalitet som möjligt på det återvunna material som vi säljer vidare.



Pantmål

VI JOBBAR MOT 90%

Vår stora utmaning, och målet med hela pantsystemet, är att få svenska folket att panta mera. Siktet är inställt på 90 procent. Och svenskar är duktiga på att panta, omkring 85 procent av pantförpackningarna som säljs pantas. För att nå de sista procenten frågar vi oss ständigt vart förpackningarna som inte pantas tar vägen. Våra undersökningar visar att många lämnar sina pantförpackningar på kommunernas återvinningscentraler. Det är en viktig orsak till att vi placerar ut Pantamera Express-automater på just återvinningscentraler runt om i landet.

99 procent av befolkningen pantar

Sedan tidigare vet vi att i princip alla svenskar, 99 procent, uppger att de pantar, men kanske inte varje gång. Vår utmaning är att få alla att alltid panta alla förpackningar.

IDAG PANTAS



METALLBURKAR

85,7%

2017

PET-FLASKOR

83,6%

2017



VÅR MÅLSÄTTNING

Returpack ska till 2020 uppnå en återvinningsgrad på 90% för metallburkar respektive 87% för plastflaskor.

SÅ JOBBAR VI FÖR ATT FÅ FLER ATT PANTA:

- > Öka tillgängligheten och förenkla pantsystemet
- > Påverka attityder och beteende till att panta, särskilt hos unga vuxna



PANTAMERA EXPRESS

- ett sätt att öka tillgängligheten

Pantamera Express är en pantautomat som tar emot stora volymer pant på kort tid. Istället för att panta en förpackning i taget kan pantaren hålla hela säckar med pant i ett fack. Automaten sorterar och räknar panten och erbjuder sedan pantaren olika sätt att hämta ut sin ersättning. Under 2017 ställde vi ut 13 maskiner på återvinningscentraler runt om i landet.

Det ska vara enkelt, snabbt och smidigt att panta. Det är en grundförutsättning för att pantningsgraden ska fortsätta att öka. Ett viktigt tillskott i vårt erbjudande är storpantarautomaten Pantamera Express, där du kan tömma hela säcken med pant i ett fack. Automaten är anpassad för bemannade platser, som t ex kommunernas återvinningscentraler. Att man nu kan panta och få ersättning på återvinningscentralen underlättar för de pantare som har för vana att samla större mängder pant i garage och förråd. På Vafab Miljö i Västerås har man hittills två automater, en på Återbruket Ängsgärdet och en på Återbruket Bäckby.

Gunnar Weiring jobbar som verksamhetsutvecklare på Vafab Miljö och är en av dem som välkomnat initiativet med Pantamera Express.

- Att sortera ut panten, alltså de rena materialen PET och aluminium, går helt i linje med vår övergripande ambition att få kunderna att sortera i så smala fraktioner som möjligt, säger Gunnar.

Totalt har deras två automater tagit emot uppåt 1,7 miljoner förpackningar sedan den första invigdes i juli 2016. På Vafab Miljö ser man pantautomaterna som ett sätt öka servicen till sina kunder.

- Det har varit efterfrågat hos oss att man ska kunna panta på återvinningscentralen. Många kanske har en säck pant som står i garaget och nu kan de ta med den också i samma vända. Det är smidigt för kunden, konstaterar Gunnar. ■

21 MILJONER FÖRPACKNINGAR

CA 21 MILJONER FÖRPACKNINGAR SAMLADES IN VIA PANTAMERA EXPRESS 2017. I SLUTET AV 2017 FANNS DET TOTALT 25 PANTAMERA EXPRESS RUNT OM I LANDET.



PRODUKTKVALITET

De avtal vi har med våra materialköpare innehåller olika gränsvärden för vad materialet vi levererar får innehålla. Gränsvärdena är uppsatta för att säkerställa att materialköparna kan återvinna materialet på ett resurseffektivt sätt. Vår självklara målsättning är att möta eller överträffa materialköparnas krav. Det innebär att vi behöver ha full kontroll på de förpackningar som ingår i pantsystemet, från anslutning av nya förpackningar via insamling till den slutliga sorteringen som sker i vår anläggning.

Uppföljning SÅ MÅTER VI

Kvalitetstesterna går ut på att regelbundet kontrollera att den maskinella sorteringsprocessen fungerar som den ska och att vi levererar rätt materialkvalitet till kund. Mätning sker två gånger per dag. Utfallet presenteras dagligen och följs upp på veckovisa kvalitetsmöten.

> PRODUKTKVALITET ALUMINIUM

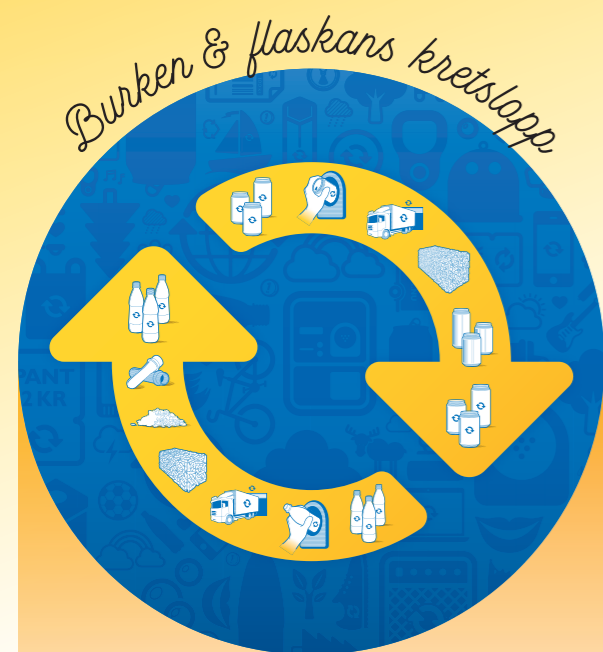
Andel främmande material i sorterad aluminiumfraktion. **Returpacks mål:** Max 0,2%. Enligt våra avtal ligger gränsvärdet på max 1,5%.

> PRODUKTKVALITET KLAR PET

Andel färgad PET i sorterad klar PET-fraktion. **Returpacks mål:** Max 0,5%. Enligt vårt avtal ligger gränsvärdet på max 4%.

RESULTAT 2017:

De interna nyckeltalen för produktkvalitet togs fram till 2017 och landade på **0,1%** för aluminium och **0,6%** för klar PET.



DESIGN FÖR ÅTERVINNING



Pantsystemet bygger på den cirkulära tanken – varje förpackning som godkänns i systemet ska kunna materialåtervinnas. Det betyder att hårda krav ställs på förpackningen redan från början.

Vilka krav ställer ni på förpackningar som ska ut på marknaden?

– Alla förpackningar som är anslutna i pantsystemet ska fungera genom hela återvinningsprocessen. Det betyder att de ska fungera i pantautomaterna ute i butikerna, de ska passa storleksmässigt och streckkoderna ska vara lätta för maskinerna att identifiera. När de kommer till vår anläggning ska de kunna sorteras så att aluminium, klar PET och färgad PET kommer i rena fraktioner. Och i nästa steg ska våra materialköpare kunna materialåtervinna varje fraktion fullt ut. Vi ansluter bara produkter som är helt återvinningsbara, berättar Sara Bergendorff, producent- och importörsansvarig på Returpack, som bland annat ansvarar för godkännandeprocessen av nya förpackningar.

Hur ser samarbetet ut med producenterna?

– Vi fungerar ofta som ett bollplank när produktutvecklare hos producenterna tar fram nya förpackningstyper och material. Tillsammans utreder vi om de kommer att fungera i återvinningsprocessen. Det bästa samarbetet är när vi kan komma in tidigt i producenternas produktutveckling och komma med förslag som gör det lättare att återvinna förpackningen. Det kan handla om en form som inte roterar optimalt i pantautomaten eller ett lim på etiketten som är svårt



– Vi fungerar ofta som ett bollplank när produktutvecklare hos producenterna tar fram nya förpackningstyper och material.

SARA BERGENDORFF
PRODUCENT- OCH
IMPORTÖRSANSVARIG

att tvätta bort. Vi har också täta samarbeten med våra materialköpare, särskilt med Cleanaway som köper vår plast och ligger vägg-i-vägg med vår fabrik.

Varför är det viktigt?

– Producenterna har en dubbelroll i pantsystemet, de sätter produkterna med pant på marknaden och de köper tillbaka det återvunna materialet. För dem är det viktigt att deras förpackningar är återvinningsbara så att de kan köpa tillbaka återvunnet material av hög kvalitet och använda i nya flaskor. Idag är det ungefär 50 procent återvunnen plast i de flesta dryckesflaskor av PET medan den återvunna burkplåten kan användas till nya burkar direkt.

Hur ser utvecklingen ut när det gäller materialen?

– Plasten är komplex eftersom det finns så många olika plasttyper och de har olika förutsättningar, både vad gäller återvinning och hur de får användas. Vi följer utvecklingen noga, t ex av bioplaster, för att kunna anpassa systemet efter nya miljövänliga förpackningar utan att riskera att försämra kvaliteten på vårt nuvarande materialflöde. Vi strävar hela tiden efter att maximera andelen som kan bli livsmedelsförpackningar igen, eftersom den är svårast att framställa. ■





Test av NYA PRODUKTER

Till Returpack kommer 10-15 nya produkter i veckan. I vissa fall är testerna ett första steg i en längre process som drivs tillsammans med flaskstillverkare och producenter. I andra fall är det importerade produkter som ska godkännas för att få säljas och pantas i Sverige. Vi mäter bland annat vilka plaster förpackningen innehåller och hur förpackningens form fungerar i pantautomaterna.



Så testas FÖRPACKNINGARNA

Alla produkter måste klara testerna så att de inte försämrar kvaliteten på det återvunna materialet eller orsakar problem i kedjan.



Vikt och längd får inte överskrida pantautomaternas kapacitet.



Flaskor och etiketter skannas för att identifiera vilka plastmaterial de består av.



Förpackningen ska ha en fungerande streckkod och ett pantmärke.



KLIMAT & MILJÖ

MED ANSVARSFULLT AGERANDE SKA VI MINIMERA KLIMAT- OCH MILJÖPÅVERKAN FRÅN VÅR VERKSAMHET.

Vi har ett stort ansvar för att utföra vårt uppdrag med så liten klimatbelastning som möjligt. Varje burk och flaska som pantas transporteras till vår anläggning i Norrköping för vidare bearbetning. Med vårt rikstäckande pantsystem är vi ett logistikintensivt företag och det är viktigt för oss att ta ansvar för alla mil vi kör. I det här avsnittet lyfter vi fram vårt arbete med att minska utsläppen av växthusgaser från våra transporter. Vi berättar också hur vi arbetar för att göra hanteringen av insamlade förpackningar i vår anläggning så energi- och resurseffektiv som möjligt.



En anläggning för OPTIMAL ÅTERVINNING

Omkring 95 procent av alla förpackningar komprimeras och sorteras redan i butiken. Förpackningarna hämtas i butiken av tvåfacksbilar, där plast och metall hålls isär i varsitt fack. En liten del kommer dock in okomprimerat och oräkntat – framförallt i säckar. Då räknas och sorteras burkarna och flaskorna i fabriken. Lösa korkar separeras från PET-materialet som säljs vidare till vår samarbetspartner, och granne, Cleanaway.

Sortering av förpackningar

Den största andelen plast utgörs av klar PET. Den är godkänd att använda vid tillverkning av nya livsmedelsförpackningar, i vårt fall främst till nya dryckesförpackningar. Återvunnen färgad PET används vid tillverkning av andra saker, som plastkärn och buntband. Därför sorteras PET-materialet i en klar och en färgad fraktion i vår anläggning. Lösa korkar tas om hand och återvinns i en egen fraktion så långt det är möjligt. Med en effektiv sortering och hantering i vår anläggning får vi större mängder av högkvalitativ plast som levereras för vidare materialåtervinning.

Metallburkarna som kommer till oss sorteras för att ge en så ren aluminiumfraktion som möjligt. I ett första steg lyfter vi bort stålburk, därefter tas organiskt material såsom eventuella plastflaskor bort. Naturligtvis materialåtervinns även de bortsorterade fraktionerna.

Ännu mer material återvinns

Under 2017 invigdes en ny del i fabriken – korkanläggningen – som innebär att vi nu kan ta hand om korkar som lossnar på banden och därmed minimera mängden brännbart avfall. Korkmaterialet säljs sedan vidare för att bli kabeltrummor hos småländska Axjo.

Arbetet med att optimera och utveckla förutsätt-

ningarna på anläggningen pågår ständigt. Kjell Petersson är fabrikschef på Returpack och ansvarar för den tekniska utvecklingen på anläggningen. Förutom en effektiv sortering är minskad energiförbrukning en viktig del i hur fabriken både har och ska utvecklas.

- De förbättringar vi har gjort här i fabriken är resultatet av ett övergripande arbete på företaget, särskilt på logistiksidan menar Kjell Petersson.

Effektivare inflöde

Den största förändringen för energiförbrukningen har uppnåtts genom en större förändring på logistiksidan. Sedan 2015 planeras transporter till fabriken centralt hos oss, vilket innebär att vi nu kan styra när förpackningarna kommer till fabriken. I praktiken har det inneburit att vi kunnat gå från två skift till ett förlängt dagskift. Detta har minskat det totala antalet driftstimmar trots att volymerna ökar.

- Vi tittar nu på möjligheter att bli självförsörjande i fabriken, genom t ex solenergi. Men även mindre förändringar som att byta ut fjärrvärmes mot bergvärme eller liknande är tänkbara för att vi ska kunna minska vår klimatpåverkan i framtiden, avslutar Kjell Petersson. ■

- De förbättringar vi har gjort här i fabriken är resultatet av ett övergripande arbete på företaget, särskilt på logistiksidan.

KJELL PETERSSON • FABRIKSCHEF



ÅTERVUNNET
MATERIAL 2017

ALUMINIUM
16 740 TON

KLAR PET
16 515 TON

FÄRGAD PET
3 767 TON

> TOTAL MÄNGD ÅTERVUNNET MATERIAL: 37 022 TON

RETURPACKS ANLÄGGNING DRIVS TILL 100% AV EL FRÅN VINDKRAFT



Tydliga riktlinjer för RESANDE I TJÄNSTEN

Returpacks personalhandbok innehåller rekommendationer och riktlinjer om hur affärsresor ska genomföras. Vid val av transportmedel beaktas framför allt säkerhet och miljö. I första hand ska tåg väljas, därefter företags- eller förmånsbil följt av hyrbil och i sista hand egen bil. Flygresor ska undvikas då det är möjligt.

Företags- och förmånsbilar ska vara utrustade med alkoholås, farthållare, handsfree för mobilen och system för däcktrycksövervakning. Returpacks medarbetare erbjuds e-utbildning i ecodriving och för de som har förmånsbil är utbildning i ecodriving innehållande både teori och praktik obligatorisk.

Våra företags- och förmånsbilar är antingen elhybrider eller dieslbilar som kan köras på HVO.

ELFÖRBRUKNING RETURPACKS ANLÄGGNING

TOTAL
ELFÖRBRUKNING
KWH

ELFÖRBRUKNING
/FÖRPACKNING
W/FRP

ANTAL
FÖRPACKNINGAR
MILJARDER FRP

2015 > 1 446 630

2015 > 0,86

2015 > 1,69

2016 > 1 287 939

2016 > 0,73

2016 > 1,77

2017 > 1 262 127

2017 > 0,69

2017 > 1,85

Den totala elförbrukningen under året minskade med 2 procent jämfört med tidigare år. Per förpackning reducerades elförbrukningen med 5 procent.



Vi är ett av de företag som har antagit Fossilfritt Sveriges transportutmaning. Målet för utmaningen är att senast 2030 endast utföra och köpa fossilfria inrikestransporter. Vi har deklarerat att vi ska klara utmaningen redan till 2025.

RETURPACKS TRANSPORT- FLÖDEN

PANTFÖRPACKNINGAR



> 2-FACKS BIL/LASTBIL

IN

INTERNA TRANSPORTER



> TRUCK & BUDBIL



UT

PET



> TRUCK

ALUMINIUM



> LASTBIL/JÄRNVÄG

KORKAR



> LASTBIL

RESTRUKTIONER



> LASTBIL

FAKTA TRANSPORTFLÖDEN

Vårt största insamlingsflöde utgörs av lösvikten. Där hämtar vi förpackningar i butik med komprimerade 2-facksfordon, kör till mellanlager, lastar om till volymbilar och kör till vår anläggning. Inom anläggningen kör vi med truckar och mindre budbilar. Utfrakten av PET-material sker med truck till vår grannanläggning. Utfrakten av aluminium sker till allra största del med järnväg och en mindre del med lastbil. Korkmaterialet samt eventuella restfraktioner transporteras med lastbil.

Marie Skoog NÅGRA TANKAR OM FRAMTIDEN

Logistikbranschen befinner sig i en spännande fas. Ambitionsnivån är hög och vi har under de senaste åren arbetat intensivt med att miljöanpassa våra transporter. Bland annat har vi ställt krav på att transportererna i vårt största insamlingsflöde – lösviktsflödet - ska köras på 100 procent HVO. När vi började ställa kraven fanns ett stort hinder i att tillgången på HVO ute i landet varierade. Men hinder är till för att övervinnas.

I samarbete med Energifabriken möjliggjorde vi för våra transportörer att skaffa egna HVO-tankar, vilket bidragit till att förbättra tillgången på det förnyelsebara drivmedlet. Idag är vårt lösviktsflöde, i princip, fossilfritt.

Under året har diesel och HVO diskuterats flitigt, både

nationellt och internationellt. För en organisation som vår, med många transporter och samtidigt högt ställda krav på hållbarhet, är föränderligheten både en risk och en möjlighet. För oss är det viktigt att både följa det politiska samtalet om framtidens drivmedel och påverka i de forum vi själva kan. Hur ser framtiden ut - vilka drivmedel kör vi våra transporter på om några år?

Marie Skoog
Logistikchef



NÅGRA EFFEKTER AV OMORGANISATIONEN AV VÅRA TRANSPORTER:



EFFEKTIVARE PANTMOTTAGNING I FABRIKEN

I och med att vi har tätare leveranser av pant till fabriken har vi kunnat gå från två skift till ett förlängt dagskift, vilket har minskat antalet timmar banden går – trots att mängden förpackningar ökar.



HÅLLBARA FÖRHÅLLANDEN FÖR FÖRARNNA

I valet av leverantörer tittade vi, utöver de miljömässiga kraven, även på prisbildens rimlighet i förhållande till de krav vi ställer på kollektivavtal och därmed förarnas löner, arbetsmiljö och trafiksäkerhet.



NYA MÖJLIGHETER TILL ÅTERLAST

En positiv sideeffekt av att volymbilarnas rutter nu är schemalagda är möjligheten för transportören att planera upphämtningar hos andra kunder i samband med pant-avlämningen.

FAKTA LÖSVIKTSFLÖDEN 2017 ✓

99%
ANDEL FOSSILFRIA
TRANSPORTER

21 INSAMLINGSOMRÅDEN

26
MELLAN-
LAGER

17
TRANSPORT-
LEVERANTÖRER

49
TVÅFACKS-
BILAR

TRANSPORTÖRERNA LEVER UP P TILL HÖGT STÄLLDA KRAV

Arbetet med att bli fossilfria har pågått sedan 2015. Under våren 2017 ställde den sista lastbilen om till HVO och vårt största insamlingsflöde blev i princip fossilfritt. Det har varit intensiva år. Parallellt med att vi optimerade insamlingsområden och rutter, för att minimera antalet kilometer som körs, gjorde vi också en kartläggning av motorer lämpliga för vår insamling. Detta för att undvika överdimensionerade törstiga

motorer. Bränslet HVO, lastbilarnas dimensionering samt andra miljö- och arbetsmiljökrav fördes sedan in som krav i den upphandling som genomfördes i slutet av 2015. Fortfarande kan det finnas andra typer av fordon, t ex truckar, som tankas med traditionell diesel. Dessa fordon är svårare att kontrollera men omfattas i vårt mål att om bli helt fossilfria till 2025.



Åkeriföretaget Renall STÄLLDE OM TILL HVO

Åkeriföretaget Renall är en av de transportörer som var med i upphandlingen 2015. Tre av företagets fordon åker på heltid för Returpacks räkning. Men kraven som Returpack ställde blev en ögonöppnare för företaget som då hade totalt 43 fordon. På bara ett par månader lyckades Renall ställa om från traditionell diesel till HVO i samtliga fordon.

- Vi fick väldigt bra vägledning från Returpack och dessutom bra kontakt med Energifabriken, som kunde förse oss med egna tankar. Det var en förutsättning, eftersom möjligheten att tanka HVO i de områden vi kör i inte var speciellt god vid den här tiden. Krav-

ställningen har helt klart skyndat på vår omställning, berättar Ronny Fyhr, VD på Renall.

Utmaningen för transportörerna är att man inte kan veta vilka fossilfria bränslen som är tillgängliga i framtiden. Branschen är beroende av en långsiktighet i de beslut som tas.

- De fordon vi har räknar vi med att kunna köra i åtminstone 10 år. Vi såg ett bra tillfälle att minska vår miljöpåverkan på ett relativt enkelt sätt, eftersom HVO går bra att tanka i våra dieselmotorer. Att ställa om till t ex etanol hade varit svårare, konstaterar Ronny Fyhr. ■

- Kraven som Returpack ställde blev en ögonöppnare.

RONNY FYHR • ÅKERIFÖRETAGET RENALL



KLIMAT- BERÄKNINGAR

Våra klimatberäkningar följer GHG-protokollet (Greenhouse Gas Protocol) som är en internationell beräkningsstandard. Under 2017 fördelade sig utsläppen enligt nedan tabell.

UTSLÄPP PER SCOPE	> 2017 (TON CO ₂ e)
SCOPE 1	> 1
SCOPE 2	> 330
SCOPE 3	> 931
TOTALA UTSLÄPP	> 1 262

Utsläpp som inkluderas:

- > **SCOPE 1:** Utsläpp från egna fordon.
- > **SCOPE 2:** Indirekta utsläpp från produktion av inköpt el och värme till vår anläggning samt i egenägda pantautomater (Pantamera Express) och mobila komprimatorer.
- > **SCOPE 3:** Indirekta utsläpp, vilka uppstår som en konsekvens av att vi köper transporttjänster och gör resor i tjänsten.

För att få en tydligare koppling till vår verksamhet har vi valt att dela in utsläppen i tre kategorier; transporter, anläggningen och affärsresor. Kategorierna är i sin tur indelade i underkategorier för att på så vis på ett naturligt sätt ge oss bra underlag för uppföljning och förbättringsarbete.

UTSLÄPP PER KATEGORIER	> 2017 (TON CO ₂ e)
TRANSPORTER	> 917
ANLÄGGNINGEN	> 330
AFFÄRSRESOR	> 15
TOTALA UTSLÄPP	> 1 262

Det här är första året vi beräknar vår klimatpåverkan vilket innebär att vi kommer att använda 2017 som referensår och för att sätta mål.

- > **RETURPACKS TOTALA UTSLÄPP FÖR 2017 KOMMER ATT KLIMATKOMPENSERAS.**

ETT LITET SÄTT ATT BLI GRÖNARE

Det aluminium vi säljer fraktas med tåg till Tyskland och Frankrike där burkplåten blir ny burkplåt. För att minimera antalet transporter ser vi till att optimera balstorlekarna efter hur tågvagnen ser ut. Mindre balar på toppen gör att vi kan fylla vagnen ända upp.



AFFÄRSRELATIONER

VÅRA AFFÄRSRELATIONER SKA PRÄGLAS AV ANSVARSTAGANDE OCH LÅNGSIKTIGHET. TILLSAMMANS MED VÅRA KUNDER OCH LEVERANTÖRER ARBETAR VI FÖR ATT STÄNDIGT FÖRBÄTTRA ÅTERVINNINGSPROCESSEN.

Vi är inte ensamma om att få det svenska pantsystemet att snurra. Tvärtom är det ett stort antal aktörer som tillsammans med oss bidrar med sin del. I det här avsnittet beskrivs hur vi samarbetar med kunder och leverantörer för att skapa sunda relationer.



**PANTARE**

Alla som pantar sina burkar och flaskor har vi definierat som kunder i pantsystemet.

PANTMOTTAGARE

Butiker med och utan pantautomater samt restauranger, caféer, skid-anläggningar, campingar och föreningar som samlar in pant.

PRODUCENT & IMPORTÖR

De som sätter förpackningarna på marknaden och därmed blir en del av pantsystemet, t ex bryggerier och grossister.

MATERIALKÖPARE

De som köper det insamlade materialet av oss och använder det för att tillverka ny råvara.

REGELBUNDNA UNDERSÖKNINGAR MÄTER PANTARNAS INSTÄLLNING

I våra SIFO-undersökningar mäter vi trender och tendenser i allmänhetens inställning till pantning och det svenska pantsystemet, och i vår senaste undersökning ser vi en generellt positiv utveckling. De tillfrågade pantarna tycker i större utsträckning än i tidigare mätningar att maskinerna fungerar bra och att det är rent och fräscht i pantutrymmet. Det är dessutom en större andel än tidigare som tycker att de gör en stor insats för miljön.

Jämfört med tidigare

undersökning är det fler som i år säger att:

- Det är rent och fräscht i pantutrymmet
- Pantautomaterna tar emot alla burkar och flaskor
- Pantautomaterna är lätta att hantera
- Pantersättningen är rimlig
- Pantstationerna är tillgängliga
- Det är nära till närmaste pantstation
- Miljöaspekten är fortsatt det viktigaste skälet att panta



➤ **Barriärerna för att panta minskar, nästan 6 av 10 personer säger i årets mätning att de inte har något som avskräcker dem från att panta.**

NYHETER 2017

KUNDWEBB

EN NY KUNDWEBB FÖR BUTIKERNA LANSEADES. PÅ KUNDWEBBEN KAN BUTIKERNA HÅLLA KOLL PÅ NÄR DE FÅR HÄMTNING, KOMMANDE PANTERSÄTTNINGAR MM.

KUNDTIDNING

DET FÖRSTA NUMRET AV KUNDTIDNINGEN PANTAMERA SKICKADES UT I BUTIK.



2 700 pantrum BUTIKSBESÖK GÖR PANTSYSTEMET BÄTTRE

Dagligvarubutikerna är vår största insamlingskanal och en viktig kugge i vår verksamhet. Calle Flodin, butiksrådgivare, och David Revenius, kundansvarig, besöker ofta butikerna för att upprätthålla det goda samarbete som utgör stommen för hela pantsystemet.

Vid besöken får de frågor om allt ifrån enskilda produkter och butikens hämtdagar till förslag på marknadsföring och frågor om hur Returpacks system fungerar. Eftersom dagligvaruhandeln står för 95 procent av insamlingen är det självklart viktigt för oss att de som arbetar i butikerna känner sig delaktiga och kan få svar på sina frågor. Under 2017 anställdes dessutom en marknadsförare med särskilt fokus på kommunikationen med och i butikerna. Det har bland annat resulterat i en ny kundtidning och test av skärmar i några butikers pantutrymmen.

– Våra besök går framför allt ut på att stötta butiken i det praktiska arbetet, t ex hur många käril bör butiken ha och ge råd kring hur man kan bedriva arbetet i panthörnan så effektivt som möjligt. Men vi kommer ofta in på frågor som rör återvinningsprocesser och annat som

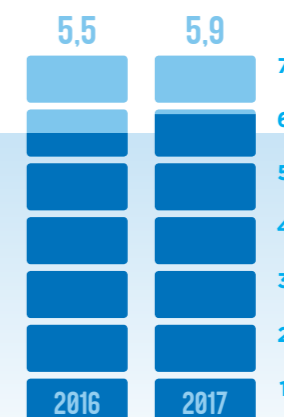
är mer kul att veta än nödvändigt, berättar Calle Flodin.

En viktig fråga för många butiker är självklart hantlingsersättningen och butiksavtalen. Butikerna besöks redan i ett tidigt skede för att se till att räta ut frågetecknen, inte minst vid nyetableringar. Och butikerna är generellt nöjda med både panthanteringen i butik och samarbetet oss emellan, det visar den kundundersökning som genomfördes i början av 2017. Nöjdheten har dessutom ökat tydligt under 2017. David Revenius berättar:

– Vi upplever kontakten med butikerna som väldigt positiv. Både vi och butikerna är verkligen stolta över pantsystemet och det blir alltid bra diskussioner i butikerna. Efter 2 700 besökta butiker lär vi oss fortfarande. ■

FAKTA**NÄSTAN NIO AV TIO BUTIKER ÄR NÖJDA...**

... eller mycket nöjda med Returpacks tillförlitlighet vid hämtning av pant. Andelen som är mycket nöjda har ökat från 48% (2016) till 60% (2017) enligt den kundundersökning som genomfördes i början av 2017. 63% av butikerna känner sig delaktiga i att skapa ett hållbart pantsystem.



NKI FÖR BUTIK ↑
Övergripande uppfattning om Returpack (7-gradig skala, där 7 är bäst)

Utfall 2017: 5,9 • 2016: 5,5



Föreningskonceptet GÖR NYTTA I FÖRENINGSLIVET

Föreningarna som är anslutna till pantsystemet samlade gemensamt in över 18 miljoner burkar och flaskor under 2017. Föreningarna har en egen ersättningsmodell som innebär att de lämnar in pant säckvis och får en schablonersättning på 200 kronor per säck. Mora IK Ungdom var den förening som pantade allra mest under 2017, hela 200 000 förpackningar. De vann därmed första pris i tävlingen Föreningskampen.

Andreas Hägglund är huvudtränare för ungdomarna i Mora IK.

Andreas Hägglund, hur gör ni för att få in så mycket pant?

- Vi har kärll som står utställda i ishallen och det brukar kunna bli rätt så mycket pant, inte minst i samband med SHL-matcherna där. Sen drar alla sitt strå till stacken, både ungdomar, ledare och föräldrar. Vi har satt fem datum per år när vi samlar in pant och då kommer folk med det de har hemma. Spelare, tränare och allmänheten också för den delen. Vi brukar sätta in en annons i gratistidningen inför varje datum om att

vi tar emot pant till ungdomsverksamheten och det är en del som kommer med all sin pant, alltså hela sin konsumtion, till oss.

Vad gör ni för pengarna?

- Pantpengarna går in i ungdomsverksamheten och kommer på så vis till nytta för alla våra ungdomslag. De extra 15 000 kronorna som vi fick i samband med vinsten kommer förmodligen att användas i nya projekt på ungdomssidan. ■

Pantpengarna går in i ungdomsverksamheten och kommer på så vis till nytta för alla våra ungdomslag.

ANDREAS HÄGGLUND • MORA IK



FRIVILLIG ANSLUTNING GER NYA KUNDER I PANTSYSTEMET

Ett flertal producenter har visat intresse för att ansluta sina produkter till pantsystemet, som ett sätt att öka återvinningsgraden och stärka sitt hållbarhetsarbete.

I september 2015 öppnades pantsystemet för frivillig anslutning av saftprodukter i pantsystemet. Saftprodukter passar bra in i gällande förpackningskrav. Åsa Domeij, hållbarhetschef på Axfood var en av de som deltog i samtalen:

- Att fler förpackningar ska materialåtervinnas är en viktig del i vår förpackningsstrategi. Pantsystemet har ett väldigt rent flöde av PET, vilket ger de bästa förutsättningarna att återvinna plasten. Plasten från våra produkter kan ju faktiskt användas till att göra nya flaskor. Det kan plastinsamlingen inte leva upp till som det ser ut idag och därför vill vi gärna ha så många produkter som möjligt i pantsystemet, menar Åsa Domeij. Lanseringen av pant på saft har gått över förväntan. Både konsumenter, producenter och myndigheter jublar. Under 2017 utreddes

hur en frivillig anslutning av juice och mejeriprodukter skulle fungera i pantsystemet. Det gjordes också en konsumentundersökning med hjälp av SIFO under 2017, som visade att hela 6 av 10 konsumenter tror att de skulle återvinna fler förpackningar om det var pant på dem. Vi förbereder nu vår fabrik för breddningen av pantsystemet, bland annat behöver vi bygga om i vår produktion så att vi kan sortera ut flaskor av HDPE effektivare. Ombyggnationen kommer att påbörjas under 2018. ■

Pantsystemet har ett väldigt rent flöde av PET, vilket ger de bästa förutsättningarna att återvinna plasten.

ÅSA DOMEIJ • AXFOOD



ANTAL SÅLDA, ST	
2015	> 46 708
2016	> 10 365 405
2017	> 15 148 967

ANTAL ÅTERVUNNA, ST	
2015	> 5 005
2016	> 3 015 317
2017	> 9 091 413

ÅTERVINNINGSGRAD	
2015	> 10,7%
2016	> 29,1%
2017	> 60,0%



Digitalisering NY WEBB UNDERLÄTTAR FÖR PRODUCENTER & IMPORTÖRER

Under 2017 lanserades en ny webbplattform för producenter och importörer. Webben har inneburit viss digitalisering av godkännandeprocessen - men framför allt har kommunikationen med producenter och importörer kring t ex materialkrav på produkterna blivit tydligare.

Returpacks MATERIALKÖPARE

Den cirkulära tanken är viktig för oss när vi väljer till vilka vi säljer vårt material. Våra materialköpare ska kunna garantera att det återvunna materialet blir livsmedelsgodkänt och på så vis möjligt att använda till tillverkning av nya burkar och flaskor. För vår del betyder det att kvaliteten på den produkt vi levererar är central. I dagsläget har vi tre materialköpare som samtliga kan garantera att det återvunna materialet de köper från oss kan bli till nya burkar och flaskor. Kontinuiteten är viktig och avtalen med våra materialköpare löper över lång tid. Under 2017 omförhandlades avtalen med våra materialköpare, samtliga avtal ligger i dag på tre års sikt.

VÅRA TRE MATERIALKÖPARE:

Constellium, Novelis och Cleanaway

Returpacks LEVERANTÖRER

Returpack är beroende av en rad olika leverantörer för att få pantsystemet att fungera. Leverantörerna är på så sätt en förlängning av vår egen verksamhet, vilket innebär att hållbara och kostnadseffektiva leverantörskedjor är en förutsättning för att vi gemensamt ska kunna bidra till en hållbar utveckling.

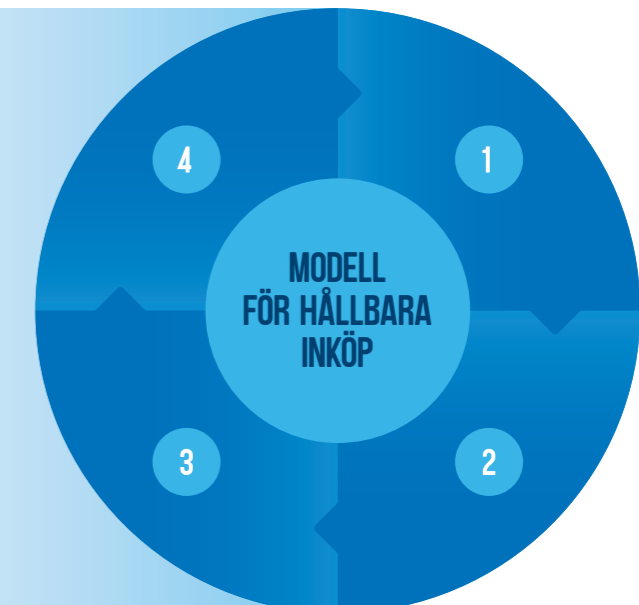
Våra inköp

Returpack har omkring 450 aktiva leverantörer och köpte under 2017 in varor och tjänster för drygt 290 miljoner kronor, varav inköp av transport- och logistiktjänster står för 55 procent. Andra större inköpsområden utgörs av information och marknadsföring (15 procent) samt produktionsmaskiner och pantautomater (8 procent).

Vanligen har våra leverantörer sin hemvist i Sverige, men deras underleverantörer finns ofta i Europa och i övriga världen.

Modell för hållbara inköp

Under 2017 införde vi ett nytt ramverk som handlar om organisation, metoder och processer för vårt inköpsarbete. En central del i ramverket är vår modell för hållbara inköp som består av fyra delar; ange förväntningar, bedöma risker och påverkan, engagera leverantörer samt utvärdera och rapportera. >



1. ANGE FÖRVÄNTNINGAR

- > Produktspecifika krav
- > Grundkrav
- > Uppförandekod

2. BEDÖMNING AV RISKER & PÅVERKAN

- > Riskmodell

3. ENGAGERA LEVERANTÖRER

- > Självutvärdering
- > Avtal

4. UTVÄRDERA & RAPPORTERA

- > Leverantörsutvärdering och uppföljning
- > Nyckeltal och rapportering

En styrande uppförandekod

Returpacks uppförandekod för leverantörer är styrande i modellen då den förmedlar de krav vi ställer på oss själva, våra leverantörer och deras underleverantörer avseende arbete och mänskliga rättigheter, hälsa och säkerhet, miljö och affärsetik. Därtill finns grundläggande krav på leverantören och för ett flertal inköpsområden som identifierats som kritiska finns produktspecifika krav framtagna.

Inköpsvolym, typ av vara eller tjänst samt riskbedömning av den aktuella leverantören avgör sedan i vilken utsträckning leverantören ska utvärderas. Vid mindre och enklare inköp gör inköparen en egen bedömning av om leverantören uppfyller uppförandekoden. Vid mer betydande inköp får leverantören själv intyga sin uppfyllelse av koden genom att fylla i ett självutvärderingsformulär, som sedan inköpare tillsammans med leverantören diskuterar kring.

Utfallet från självutvärderingen och påföljande diskussion kan ge upphov till att vi direkt väljer att inte anlita en potentiell leverantör alternativt avsluta en befintlig leverantörsrelation. Det kan även leda till att vi tillsammans med leverantören upprättar ett åtgärdsprogram och kan anta den nya leverantören trots att brister finns. I våra avtal ska efterlevnad och acceptans av uppförandekoden samt hur efterlevnaden följs upp vara dokumenterat.

IMPLEMENTERING

Arbetet med att utföra inköp enligt det nya ramverket har påbörjats men en del arbete kvarstår fortfarande. Det handlar både om att säkerställa att nya leverantörer hanteras enligt vår modell för hållbara inköp och att införliva befintliga leverantörer i modellen. Vi behöver också arbeta vidare med att etablera mål och nyckeltal samt metoder för att kunna följa upp vår leverantörskedja.

I samband med införandet av ramverket hölls interna utbildningar för de medarbetare som utför inköp för att stärka kompetensen ytterligare hos inköparna planeras fler utbildningstillfällen och workshoppar.

**MEDARBETARE**

VI SKA VARA EN ATTRAKTIV, INKLUDERANDE OCH SÄKER ARBETSPLATS MED ETT LEDAR- OCH MEDARBETARSKAP SOM ENGAGERAR OCH GER FÖRUTSÄTTNINGAR ATT UTVECKLAS.

Varje dag möter våra medarbetare våra kunder, leverantörer och varandra. Vi tror att det mötet blir allra bäst om våra medarbetare känner sig trygga i sina uppdrag, i Returpacks värderingar och i sin arbetssituation i stort. I det här avsnittet lyfter vi fram hur vi arbetar för att våra medarbetare ska trivas på jobbet och få så bra möjligheter som möjligt att utvecklas – och utveckla Returpacks verksamhet.

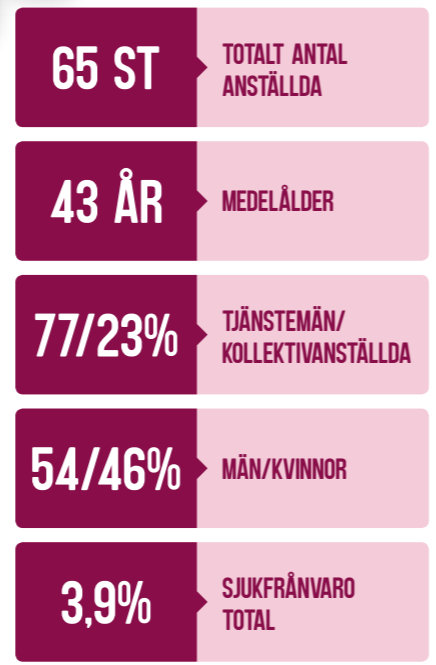


MEDARBETARNA I FOKUS

Returpack vill vara en attraktiv arbetsgivare för befintlig och framtida personal. Vartannat år genomförs en medarbetarundersökning för att ta reda på vad medarbetarna tycker fungerar bra, och vad som kan göras annorlunda eller förbättras. Undersökningen är ett viktigt verktyg för ledningen att säkerställa ständiga förbättringar inom arbetsmiljö, ledar- och medarbetarskap.

Årets undersökning resulterade i ett MI (Medarbetarindex) på 75 procent vilket var en ökning med 4 procentenheter från 2015. Hela 96 procent av våra medarbetare svarade på undersökningen.

Resultatet visar att merparten av de anställda är nöjda med sin arbetssituation och med Returpack som arbetsgivare. Förbättringar uppnåddes för samtliga delområden förutom delområdet fysisk arbetsmiljö som noterade en marginell nedgång. Andra områden med förbättringspotential är ansvar/befogenheter och samarbete, även om dessa är bland de områden som uppvisar den största förbättringen jämfört med tidigare undersökning. Projekt och aktiviteter bedrivs för att ytterligare stärka medarbetarengagemanget och våra identifierade förbättringsområden.



En säker, trygg & FRISK ARBETSPLATS

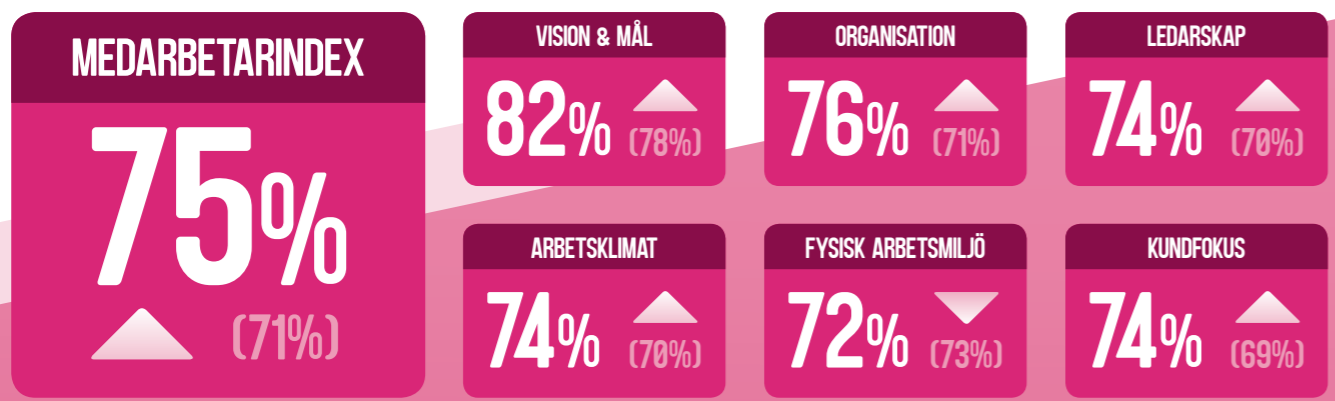
Vårt arbetsmiljöarbete omfattar all verksamhet och medarbetarens totala arbetssituation där både fysiska, psykiska och sociala aspekter beaktas. För oss på Returpack innebär det att vi aktivt arbetar med att minimera riskerna för arbetsskador, olycksfall och tillbud samt med aktiviteter som är positiva för medarbetarnas hälsa, arbetsglädje och effektivitet. Det innebär också att vi arbetar för en arbetsmiljö fri från särbehandling och diskriminering i någon form.

Säker arbetsmiljö genom förebyggande arbete

Det systematiska arbetsmiljöarbetet baseras på Arbetsmiljöverkets föreskrifter och har hög prioritet. För att undersöka vilka risker och brister som finns i arbetsmiljön genomförs skyddsronder elva gånger per år i fabriken och en gång per år på kontoret. Vi har tre skyddsombud som företräder medarbetarna i arbetsmiljöfrågor. Skyddskommittén träffas varje kvartal för att samråda om arbetsmiljön samt följa upp mål och handlingsplaner. Resultat från varje skyddskommittémöte redovisas på ledningsgruppsmöte där

eventuella större beslut som ligger utanför budget och verksamhetsplan förankras.

Returpack har en nollvision för arbetsplatsolyckor. Ingen ska behöva förolyckas eller skadas på jobbet. En viktig del i förebyggandet av olyckor är att säkerställa rapportering av tillbud, d v s nästan-olyckor eller oönskade händelser. Genom att utreda tillbud och vidta åtgärder minskar risken för liknande händelser. Ingen arbetsplatsolycka inträffade under året, däremot rapporterades fler tillbud än tidigare år. Det förebyggande arbetet utvecklas vidare då vi kommande år inför rapportering av riskobservationer. En riskobservation är när man ser något som skulle kunna leda till olycka, arbetsskada eller tillbud. Vid en av årets skyddsronder i fabriken identifierades förhöjd risk för belastningsskador i samband med hantering av säck vid godsmottagning, tömning av säck för pant-räkning samt vid manuell sortering. För att minska risken för skador har vi under året infört rotation och ett lägre arbetstempo. Arbetet med att ytterligare reducera riskmomenten fortsätter under 2018. ■



OLYCKOR OCH TILLBUD	2015	2016	2017
Arbetsplatsolyckor	3	2	0
Tillbud	40	46	104
Inga dödsolyckor			

SJUKFRÅNVARO	2015	2016	2017
Sjukfrånvaro total, %	2,6	3,1	3,9
Män	1,7	2,1	3,1
Kvinnor	3,8	4,3	4,6
Sjukfrånvaro korttid, %	1,5	1,7	1,6
Män	1,6	1,7	1,8
Kvinnor	1,5	1,8	1,3



GOD ARBETSMILJÖ GER FRISKA MEDARBETARE

Vi har under en lång tid haft en låg sjukfrånvaro. Den stora utmaningen är dock inte att sänka sjukfrånvaron ytterligare utan snarare att bibehålla den låga nivån. Regelbundet arbete för att skapa en god arbetsmiljö ger direkta vinster i form av ökad trivsel, engagerade medarbetare och låga sjuktal. Vi jobbar så långt det går förebyggande genom att tidigt reagera på signaler, risker och tecken på ohälsa. Hälsöfrämjande åtgärder uppmuntras i form av friskvårdsbidrag, prova-på-tillfällen och deltagande i företagsgemensamma motionstävlingar. Under 2018 erbjuds samtliga anställda att genomföra en hälsoundersökning. Därtill sker en särskild friskvårdssatsning, #orkamera.

EN JÄMSTÄLLD OCH MÅNGFALDSINRIKTAD ARBETSPLATS

Returpacks ambition är att vara en förebild vad gäller att främja lika rättigheter och möjligheter i arbetslivet. Ökad mångfald på jobbet ses som ett sätt att bättre ta tillvara på kompetens och öka möjligheterna till kreativa lösningar inom verksamheten. På Returpack gäller nolltolerans mot diskriminering, trakasserier och annan kränkande behandling.

Vid rekrytering sätts kompetens och mångfald i första rummet. Mångfaldsperspektivet ska genomsyra hela rekryteringsprocessen, från identifiering av kompetensbehov till anställning. Syftet är att verka för att personer oavsett kön, funktionshinder, sexuell läggning, ålder, etnisk tillhörighet, religion eller annan trosuppfattning rekryteras till företaget.

Returpacks målsättning är en könsfördelning inom spannet 40-60 procent på alla nivåer över tid. Den totala könsfördelningen vid utgången av 2017 är jämn, 54 procent män och 46 procent kvinnor. Likaså ser vi en jämn fördelning mellan män och kvinnor på tjänstemannasidan. När det gäller kollektivanställda är dock fördelningen inte lika jämn då 73 procent av medarbetarna är män. Vid årets slut bestod ledningsgruppen av två kvinnor och en man.



UTBILDNING OCH KOMPETENSUTVECKLING

Vi arbetar med att ständigt höja kompetensnivån inom företaget och uppmuntrar medarbetarna att själva vara drivande i sin utveckling tillsammans med närmsta chef. De årliga medarbetarsamtalen syftar till att utveckla både medarbetare och organisation. Individuella mål- och utvecklingsplaner för året tas fram och följs upp halvårsvis. Under året har samtliga medarbetare haft medarbetarsamtal.

Ett flertal gemensamma utbildningar och kompetenshöjande aktiviteter anordnades under 2017 för att stärka ledar- och medarbetarskapet inom företaget. Några exempel är arbetsmiljökurs för chefer och skyddsombud, föreläsning om korruption och mutor samt företagsgemensam utvecklingsdag med tema mångfald.

AFFÄRSETIK OCH ANTIKORRUPTION

Returpack kan aldrig acceptera korruption eller annan form av oetiskt agerande. Att arbeta med antikorrup­tion är därför viktigt för oss. Dels för att kunna vara en seriös affärspartner och dels för att säkerställa ett

etiskt uppförande i linje med företagets värderingar och uppförandekod. Under året har vi infört en intern uppförandekod och en policy mot otillåten påverkan. Dessutom har vi etablerat ett förebyggande arbete bestående av kontinuerliga riskbedömningar och utbildningsinsatser. Alla medarbetare har fått genomgång av uppförandekoden och gått utbildningen *Mutor och otillåtna förmåner* under ledning av Institutet mot mutor. Chefer har dessutom genomgått extra utbildning riktad till chefer. Nya medarbetare får ta del av Returpacks riktlinjer och rutiner som en del i sin introduktion.

Det är varje medarbetares rättighet och skyldighet att rapportera avvikelser mot Returpacks etiska riktlinjer och uppförandekod. Rapportering av oegentligheter ska i första hand göras till närmsta chef. Om chefen utgör problemet ska medarbetaren vända sig till HR-avdelningen. Anmälan kan också göras anonymt via Returpacks visselblåsartjänst. Alla anmälda ärenden följs upp och åtgärder vidtas vid behov.

Under 2017 har inga diskrimineringsfall eller korrups­tionsincidenter rapporterats.

ANTAL MEDARBETARE	2015		2016		2017	
	ANSTÄLLDA (ST)	ANDEL KVINNOR	ANSTÄLLDA (ST)	ANDEL KVINNOR	ANSTÄLLDA (ST)	ANDEL KVINNOR
Antal tillsvidareanställda	59	44%	64	45%	63	46%
› Varav heltid	58	43%	64	45%	63	46%
› Varav deltid	1	100%	0	0	0	0
Antal visstidsanställda	0	0	0	0	2	50%
Totalt antal anställda	59	44%	64	45%	65	46%

Nyckeltal och indikatorer avseende antal medarbetare avser den sista december respektive år.



SAMHÄLLE

VI SKA AKTIVT BIDRA TILL EN HÅLLBAR SAMHÄLLS-UTVECKLING I OCH UTÖVER VÅRT UPDRAG.

För Returpack är det viktigt att ta ansvar både som arbetsgivare i det lokala samhället och i ett bredare perspektiv, som samhällsaktör och pionjär inom cirkulär ekonomi. I det här avsnittet visar vi bland annat på vårt arbete riktat mot barn och unga samt vårt engagemang i svenskt föreningsliv.





BARN & UNGA

Arbetet med hållbar utveckling börjar med barn och unga varför vi väljer att rikta flera av våra samhällsengagemang mot denna målgrupp. Under många år har vi jobbat med att utbilda barn och unga i återvinnings- och miljöfrågor genom vår aktivitet Pantresan. Vi stöttar Städa Sverige som är idrottens miljöorganisation för ungdomar och föreningar. Tillsammans med Naturvårdsverket är vi en av stiftarna till Håll Sverige Rent, som vi samarbetar med i riktade insatser mot

förskolor och skolor. Vi tycker det är viktigt att unga får möjlighet att testa på arbetslivet. Varje år skapar vi sysselsättning med feriearbeten och sommarjobb riktade mot ungdomar i åldrarna 16 år och uppåt. En stor mängd arbetstillfällen för unga ges också i samband med olika event och festivaler runt om i landet. Under sommaren 2017 engagerade vi ett tjugotal ungdomar i samband med våra aktiviteter.

Vi tycker det är viktigt att unga får möjlighet att testa på arbetslivet. Varje år skapar vi sysselsättning med feriearbeten och sommarjobb riktade mot ungdomar i åldrarna 16 år och uppåt.



Sponsring & INSAMLINGSSAMARBETEN

Vi har tydliggjort hur vi ser på sponsring i vår sponsringpolicy. För oss är det avgörande att engagemanget innehåller socialt ansvar och miljövinster och är tydligt kopplat till pantinsamling och/eller kunskapsinhämtning. Vårt sponsrings-samarbete med Svensk Innebandy syftar till att påverka attityder och beteende kring pantning i målgruppen barn och unga vuxna. Samarbetet sker på förbunds nivå.

I våra engagemang vill vi visa hur panten kan vara en möjliggörare och stärka både föreningskassor och hållbarhetsinitiativ. Vi sponsrar enbart initiativ som är förenliga med våra värderingar och övriga policys. Exempel på sponsring kan vara pantkär, säckar, hjälp med transporter eller marknadsmaterial. Som kund i pantsystemet kan man ansöka om stöd till aktiviteter som bidrar till en ökad insamling av pantförpackningar.

Vi arbetar tillsammans med en mängd olika aktörer för att öka insamlingen av pant. Tillsammans med Friends har vi lanserat #pantamotmobbing – en kampanj där varje pantad krona går till arbetet mot mobbing i våra skolor. Vi samarbetar med Swedavia för att samla in pant på flygplatser till förmån för Läkare Utan Gränser. Genom våra samarbeten med campingplatser och skidanläggningar väljer besökarna att skänka sina pantförpackningar till olika välgörenhetsorganisationer.



Samarbeten MED STUDENTER

Vi erbjuder studenter att göra praktik och examensarbete hos oss. Det är ett bra sätt för oss att komma i kontakt med framtida medarbetare. Studenterna får meriterade kunskaper och erfarenheter från att jobba med hållbarhetsfrågor samtidigt som vi får värdefull input från dem. De senaste årens examensarbeten har handlat om effektivisering av vår insamling av förpackningar.

PANTAMERA & INNEBANDYN

Sedan juni 2015 är vi huvudsponsor till Svensk Innebandy. En förutsättning för sponsorskapet har varit en gemensam värdegrund, som bland annat innefattar en hållbar inriktning, integrationstankar och ett tydligt arbete för ökad jämställdhet.

Under 2017 förlängdes sponsoravtalet med ytterligare ett år.

Innebandyn är en av de sporter som har flest utövare i Sverige, med ett stort antal utövare i yngre åldrar. Precis som inom många andra sporter ser man inom innebandyn en vikande tendens runt 15 år. För Innebandyförbundet är en utmaning att inspirera spelarna att fortsätta satsa på sporten även efter ungdomsåren. Ungdomar och unga vuxna tillhör samtidigt de grupper som konsumerar mest dryck men pantar minst. Genom samarbetet har vi en ny möjlighet att nå en del av dessa ungdomar och påverka attityder och beteende, och på både lång och kort sikt öka pantningsgraden i gruppen.

Ungdomar i fokus

En del av sponsorpengarna går direkt till distrikten och används till att utveckla verksamheten för

ungdomar. Vi har även arbetat med att inspirera och uppmuntra ungdomar i andra kanaler. Bland annat genom att bjuda på roligt och inspirerande innebandyinnehåll på webben, i form av innebandyskolor, intervjuer med stjärnorna och annat som målgruppen vill ta del av.

- Samarbetet med innebandyförbundet är positivt för båda parter. På Returpack har vi god erfarenhet av att kommunicera med ungdomar och tillsammans har vi goda förutsättningar att inspirera och uppmuntra dem till en hållbar livsstil på flera plan, menar Rickard Andersson, produktchef på Returpack. ■



FAKTA INNEBANDYSAMARBETET

31%

av innebandyspelare mellan 15-29 år uppger att de pantar mer nu än de gjort tidigare. Sverigesnittet i samma ålder ligger på 15%.

214

innebandyföreningar är anslutna till pantsystemet. 2014 var siffran 20.

1340

pantkärl har skickats till innebandyarenor under samarbetet.

1671 450

burkar och flaskor har de anslutna innebandy-föreningarna pantat under avtalstiden 2015-2017.

PANTAMERA FAIR PLAY

Sedan 2016 delar vi tillsammans med innebandyförbundet ut ett Fair Play-pris till enskilda personer i Svenska Superligan som bidrar till rent spel, både på och utanför innebandyplanen. Under 2017 instiftades även ett lagpris på ungdomssidan som delades ut för första gången i samband med SM-finalerna i april 2018.



PANTRESAN

- ett sätt att utbilda framtidens pantare

Tävlingen och utbildningspaketet Pantresan har utbildat och inspirerat elever från förskoleklass till årskurs sex kring miljö- och återvinningsfrågor sedan 2006. 2017 blev Pantresan helt digital - och intresset var rekordstort. 750 klasser, totalt omkring 18 000 elever, tog chansen att lära sig mer om pant, miljö och återvinning.

Genom åren har Pantresan genomförts i många olika former. 2017 var första året som Pantresan blev helt digital, vilket innebär att hela utbildningsmaterialet presenterats online. Ett beslut som gett stora besparingar i form av både transporter och material. Dessutom är utbildningspaketet mer anpassat efter hur undervisningen ser ut i den moderna skolan, där till exempel surfplattor blivit ett vanligt verktyg.

- Pantresan är en av de absolut viktigaste aktiviteterna vi gör under året. Tanken är att i tidig ålder väcka barn och ungas miljöintresse och öka kunskapen kring återvinning, säger Katarina Lundell, kommunikations- och marknadschef på Returpack.

Sammanlagt har satsningen engagerat över 100 000 ungdomar sedan starten. ■



DELTAGANDE KLASSER 2017:
750 SKOLKLASSER



ANTAL ELEVER 2017:
CA 18 000



DELTAGARE SEDAN STARTEN:
DRYGT 100 000 ELEVER

ÖVERSIKT INTRESSENTDIALOG

INTRESSENTGRUPP	KANALER FÖR DIALOG	FRÅGOR SOM LYFTS VID DIALOG	LÄS MER
Myndigheter	Löpande dialog vid behov Årliga avstämningsmöten	Återvinningsgrad Pantsystemets utveckling Myndighetens uppföljning och kontroll Remisser och lagstiftning	Ökad återvinning, sid 17, och om frivillig anslutning, sid 35.
Ägare	Löpande dialog Styrelse- och strategimöten	Återvinningsgrad Ekonomisk stabilitet Pantsystemets utveckling	Ökad återvinning, sid 17, och om frivillig anslutning, sid 35.
Pantare Kundgrupp	Kundtjänst Sociala medier Hemsida Konsumentundersökning minst vartannat år - (2017: Inställningar till att panta) Kundundersökning (2017: Pantamera Express-kunder)	Vilka förpackningar som ingår i pantsystemet Tillgänglighet till pantautomater och hygien Utbetalningslösningar Pantbelopp	Samarbetet med kunder, sid 32.
Producent och importör Kundgrupp	Kundtjänst och kundansvariga Hemsida Webbportal - producentwebb Kundundersökning (2016: Nöjd kund) Besök och möten	Förpackningskrav Avtalsvillkor Materialutveckling Återvinningsgrad Utvidgning av pantsystemet	Produktkvalitet, sid 20, och om frivillig anslutning, sid 35.
Pantmottagare Kundgrupp	Kundtjänst Hemsida Webbportal - kundwebb Besök och möten Kundtidning Kundundersökning vartannat år (2017: Nöjd kund) Andra kundundersökningar (2017: Pantamera Express, Föreningar)	Utbetalning av pant och hantlingsersättning Lastbärare och hämtningar Skräp/kvalitet vid insamling	Samarbetet med kunder, sid 32.
Materialköpare Kundgrupp	Löpande dialog Avstämningsmöten	Produktkvalitet Förpackningsmaterial Hållbara logistiklösningar Closed loop för burk och flaska	Produktkvalitet, sid 20, och om våra utfrakter, sid 30.
Medarbetare	Daglig avstämning och interaktion Möten och konferenser Årligt utvecklingssamtal Medarbetarundersökning vartannat år (2017)	Arbetsmiljö Samarbetet inom organisationen Kompetensutveckling God affäretik	Vårt aktiva arbete för en trivsamt arbetsplats i avsnittet Medarbetare, sid 39.
Leverantörer (transportörer)	Daglig kontakt via Returpacks transportledning Årliga uppföljningsmöten	Insamlingseffektivitet Kundbemötande Drivmedel	Våra transporter, sid 27, och arbetet med hållbara inköp, sid 37.
Leverantörer (pantautomater)	Löpande dialog Avstämningsmöten	Teknikutveckling Nya förpackningar Utbetalningslösningar Stöldminimering	Vårt arbete med design för återvinning, sid 20, och arbetet med hållbara inköp, sid 37.

OM VÄSENTLIGHETSANALYSEN

Fem väsentliga hållbarhetsfrågor utmynnade från den väsentlighetsanalys vi genomförde under 2016. Syftet var att på ett systematiskt sätt identifiera vilka väsentliga hållbarhetsfrågor vi ska fokusera på i vårt hållbarhetsarbete och vara vägledande för innehållet i vår hållbarhetsrapportering. Väsentlighetsanalysen inkluderade en strukturerad intressentsamverkan.

Så här gick vi till väga

Intressenter identifierades genom analys av värdekedjan samt genomgång av vilka andra aktörer som påverkar eller påverkas av Returpacks verksamhet. Därefter gjordes en viktning (hög, medium, låg) av intressentgrupperna utifrån bedömning av påverkan och intresse. Med utgångspunkt i GRI:s ramverk undersöktes olika hållbarhetsfrågors påverkan av och på Returpacks verksamhet. En studie av vilka frågor liknande verksamheter fokuserar på gav ytterligare input. Arbetet resulterade i en bredd av hållbarhetsfrågor som med rimlig säkerhet kunde vara av intresse för våra intressenter.

Intressentdialogen bestod huvudsakligen av enkäter (1 150 stycken), därutöver genomfördes ett mindre antal intervjuer (5 stycken). I den webbaserade enkäten ombads intressenterna ange hur viktig respektive hållbarhetsfråga var för Returpack att hantera, på en skala 1 (inte viktigt) - 10 (mycket viktigt). Samma enkät besvarades också av de intressenter som intervjuades. Intressenterna hade även möjlighet att lyfta fram andra hållbarhetsfrågor/områden som de ansåg viktiga för Returpack att arbeta med. Utfallet per fråga och intressentgrupp räknades om utifrån den fastställda viktningen.

Returpacks ledningsgrupp gjorde sedan en värdering

utifrån samma skala av verksamhetens påverkan av och på respektive hållbarhetsfråga. Resultatet från intressentdialogen och påverkansanalysen sammanställdes och de hållbarhetsfrågor som var viktigast ur både ett intressent- och påverkansperspektiv identifierades som väsentliga. Dessa var växthusgaser, transporter, hälsa och säkerhet, kundnöjdhet och produktkvalitet. Växthusgaser och transporter bedömdes därefter vara snarlika, utifrån vilken påverkan som finns och i hur styrningen ser ut, och har därför slagits ihop. Ökad återvinning är en viktig del i Returpacks uppdrag från ägarna och en integrerad del av företagets verksamhet. Därför behandlas även ökad återvinning som en väsentlig hållbarhetsfråga i redovisningssammanhang.

Väsentliga frågor för Returpack: **ökad återvinning, växthusgaser, hälsa och säkerhet, kundnöjdhet och produktkvalitet.** Dessutom identifierades ytterligare ett antal frågor som intressenterna förväntar sig att Returpack adresserar i sitt hållbarhetsarbete; leverantörsutvärdering, utbildning och utveckling, mångfald och jämställdhet, diskrimineringsfrågor samt antikorrupcion. Vi väljer att behandla dessa frågor i redovisningen men i en mindre omfattning än de frågor ovan som benämns som väsentliga.

MEDLEMSKAP & ENGAGEMANG 2017

SPONSRING

> Huvudsponsor, Svensk Innebandy

HÅLLBARHETSNETVERK

- > Cleantech Östergötland
- > CSR East Sweden
- > Östgötautmaningen
- > Norrköpings Miljönätverk
- > Fossilfritt Sverige

ANDRA NÄTVERK

- > Packbridge - förpackningsnätverk som knyter ihop akademien med industri
- > Östsvenska handelskammaren

HÖGSKOLA OCH UNIVERSITET

- > Handledning av examensarbete, "Ökad visibilitet och kontroll i returflöden", Linköpings universitet
- > Handledning av praktik, "Analys av inköpsområden för upprättande av ramavtal", Östsvenska yrkeshögskolan
- > Lunchföreläsning under klimatveckan, LinTek/Ingenjörer utan gränser, Linköpings universitet
- > Arbetsmarknadsmässa för logistikstudenter, LogIn, Linköpings universitet

ARBETSGIVARORGANISATION

- > IKEM - Innovations- och kemi-arbetsgivarna.

ÖVRIGT

- > Stiftare och styrelseuppdrag, Håll Sverige Rent
- > Integration av nyanlända, Föreningen Kulturmix
- > Yrkesutveckling, Samhall

OM REDOVISNINGEN

Returpack gör sin första rapportering av sitt hållbarhetsarbete enligt riktlinjerna för Global Reporting Initiatives (GRI) standarder med tillämpningsnivå Core.

REDOVISNINGSPRINCIPER

Returpacks hållbarhetsredovisning avser koncernen Returpack Svenska AB, org.nr. 556753-4259, och omfattar företagets båda dotterbolag Returpack-Pet Svenska AB, org.nr. 556478-4204, och Returpack-Burk Svenska AB, org.nr. 556218-9117. Redovisningen följer Returpacks räkenskapsår och omfattar perioden 1 januari 2017 till 31 december 2017.

Vid utformning av hållbarhetsredovisningens omfattning och innehåll har Returpack utgått från GRI:s principer. Ambitionen är att den ska ge en fullständig och balanserad bild av Returpacks verksamhet, där innehållet bestämts utifrån de hållbarhetsfrågor som är viktigast för Returpacks verksamhet och för företagets intressenter. Den genomförda väsentlighetsanalysen har utmynnat i fem väsentliga hållbarhetsfrågor som kopplas mot minst en GRI-aspekt där så är möjligt. I de fall som det saknas en motsvarande aspekt i GRI redovisas upplysningar för hållbarhetsstyrning samt minst ett företagsspecifikt nyckeltal för den företagsspecifika hållbarhetsfrågan. Några av de generella upplysningskraven återfinns direkt i indexet. I indexet ges även information om eventuella undantag såsom ofullständig data.

MÄT- OCH BERÄKNINGSMETODER

Hållbarhetsdata till redovisningen sammanställs centralt. Under året sker rapportering av data löpande från medarbetare med ansvar för hållbarhetsfrågor. Dokumenterade rutiner finns för mätning, beräkning och insamling av data.

Siffror som berör finansiella data och medarbetare hämtas ur affärs- och HR-system. En viss manuell hantering av medarbetardata sker då nuvarande system inte fullt ut tillhandahåller de upplysningar som redovisningen ställer krav på.

Under 2017 återvanns totalt 1 856 328 599 förpackningar. Siffran inkluderar de frivilligt anslutna saftprodukterna. Utan saftprodukter är siffran 1 847 237 186 förpackningar. Returpack väljer att avrunda till 1,85 miljarder förpackningar i hållbarhetsredovisningen. Alla uträkningar är baserade på det totala antalet återvunna förpackningar.

Nedan följer beskrivningar av mät- och beräkningsmetoder för varje väsentlig fråga.

ÖKAD ÅTERVINNING

Returpack har egenupprättade nyckeltal för ökad återvinning i form av återvinningsgrad för metallburkar respektive PET-flaskor. I den interna målsättningen inkluderas samtliga förpackningar anslutna till pantsystemet, det vill säga såväl de förpackningar som omfattas av förordningen om retursystem som de frivilligt anslutna.

Återvinningsgrad beräknas som antalet återtagna förpackningar dividerat med antalet sålda förpackningar. Antalet återtagna förpackningar baseras primärt på streckodsavläsning i pantautomat eller avläsning i Returpacks fabrik alternativt vägning av material eller schablon. Antalet sålda förpackningar baseras på rapporterad försäljning från producenter och importörer. Vid beräkning av återvinningsgraden för metallförpackningar inkluderas i antalet återtagna förpackningar även den mängd importburk som samlas in och återvinns via Returpack. Hantering av data sker i verksamhetssystemet Pandum.

VÄXTHUSGASER

Klimatberäkningar

Returpacks metod för att mäta och redovisa utsläpp av växthusgaser bygger på riktlinjer i GHG-protokollets Corporate Standard. Returpack använder sig av kontroll-metoden och tillämpar finansiell kontroll-kriteriet för att definiera organisationens systemgränser och allokera utsläpp mellan olika scope. Utsläpp inkluderas från Returpack Svenska AB, Returpack-Pet Svenska AB och Returpack-Burk Svenska AB. Data samlas in och redovisas samlat för koncernen.

I enlighet med GHG-protokollet delar Returpack in utsläpp i tre olika kategorier, så kallade ”scope”, baserat på var utsläpp sker i relation till den egna organisationen. Redovisningen inkluderar följande utsläpp:

- **Scope 1:** Direkta utsläpp från egna transporter.
- **Scope 2:** Indirekta utsläpp, vilka uppstår i samband med produktion av el och värme som köps eller på annat sätt tillförs Returpacks egna tillgångar.
- **Scope 3:** Indirekta utsläpp, vilka uppstår som en konsekvens av att Returpack köper transporttjänster och gör resor i tjänsten.

Returpack har ett egenutvecklat system för att beräkna växthusgasutsläppen. Systemet samlar in underlag från stödsystem, utför beräkningar och sammanställer resultatet. Viss del manuell inmatning av underlag förekommer. De emissionsfaktorer som används erhålls via prenumeration från SÅ Klimat Calc eller direkt från bränsleleverantör. Uppdatering sker två gånger per år.

Returpack redovisar enbart fossila utsläpp då underlag för att beräkna biogena utsläpp inte är tillgängligt. Möjligheten att framöver kunna redovisa biogena utsläpp kommer att ses över.

För att öka redovisningens relevans redovisar Returpack sina utsläpp, förutom GHG-protokollets indelning i de olika scopen, utifrån kategorier anpassade för den egna verksamheten. De olika kategorierna är: transporter, anläggningen och affärsresor, vilka beskrivs nedan.

Transporter

Växthusgasutsläpp från transporter avser insamling av pantförpackningar från pantmottagare via mellanlager till Returpacks fabrik, interna transporter i form av budbilar och truckar, utleveranser av aluminium och PET till materialköpare samt utleveranser av diverse restfraktioner. Beräkningarna baseras på transportleverantörernas uppgifter om medelförbrukningen av olika bränsle samt Returpacks uppgifter om körsträcka per transport och antalet transporter. Stödsystem som levererar underlag är Centiro (system för transportadministration) och Fleet Planner (system för ruttoptimering).

För en mindre andel av pantförpackningarna ombesörjer inte Returpack insamlingen direkt från pantmottagare utan hämtar istället förpackningarna på olika depåer för vidare transport till fabrik. Växthusgasutsläpp från pantmottagare till depå ingår i nuläget inte i Returpacks beräkningar. Utredning pågår för att undersöka hur Returpack kan få ökad kontroll över detta flöde.

Anläggningen

Underlag för förbrukning av el och fjärrvärme i Returpacks anläggning i Norrköping kommer från elleverantör respektive leverantör av fjärrvärme. Endast grön el från vindkraft används medan fjärrvärmens baseras på faktisk mix av bränsle för den period som beräkningarna avser. Leverantörernas utsläppsfaktorer används.

Till kategorin anläggningen räknas även egenägda pantautomater utplacerade på kommunernas återvinningscentraler och mobila komprimatorer som finns i anslutning till ett antal större butiker. Elförbrukning

för varje installation uppskattas utifrån en schablonmässigt framräknad förbrukning per förpackning och antalet förpackningar som tagits emot. I nuläget har Returpack inte kännedom om elursprung utan använder sig av emissionsfaktor för svensk elmix.

Affärsresor

Klimatpåverkan från affärsresor beräknas från tåg, flyg, företags- och förmånsbilar och egen bil. För tågresor erhålls underlag från leverantör. Växthusgasutsläpp från bil baseras på körsträcka, typ av bränsle samt från fordonstillverkare angivna upplysningar om medelförbrukning. Merparten av flygresorna bokas via resebolag. En liten del av flygresorna bokas dock vid sidan av och för dem har underlag samlats in separat genom att medarbetare redogör för vilka resor som görs. Utsläppen från samtliga flygresor beräknas sedan med hjälp av NTM:s beräkningsverktyg.

MEDARBETARE/HÄLSA OCH SÄKERHET

Begreppet medarbetare omfattar av Returpack anställd personal i anställningsformerna tillsvidare-, visstids-, heltids- och deltidsanställda. Nyckeltal avseende medarbetare bygger på antalet anställda per den sista december respektive år.

Arbetsplatsolyckor och tillbud rapporteras in via Returpacks ärendehanteringssystem. Sjukfrånvaro beräknas som antal timmar sjukfrånvaro i förhållande till planerad arbetstid.

KUNDNÖJDHET

Returpacks nyckeltal för kundnöjdhet bygger på utfall från undersökning i kundgrupp pantmottagare. Undersökningen görs via telefonintervjuer, är riktad mot butiker med pantautomat och görs årligen. NKI-talet beräknas utifrån frågan om övergripande uppfattning om Returpack. En 7-gradig skala tillämpas, där 7 är bäst. Kundnöjdhet följs även upp mot andra kundgrupper.

PRODUKTKVALITET

Nyckeltalet för produktkvalitet aluminium beräknas som andel främmande material i sorterad aluminiumfraktion medan produktkvalitet klar PET utgörs av andel färgad PET i sorterad klar PET-fraktion. Kvalitetskontroller görs två gånger per dag genom att en förbestämd mängd material tas ut direkt från flödet för aluminiumburk respektive klar PET. Uttaget material sorteras och vägs vilket ger underlag till beräkning av nyckeltalen.

GRI-INDEX

I GRI-indexet nedan anges var i hållbarhetsredovisningen de olika upplysningarna återfinns. Hela indexet hänvisas till GRI Standards 2016.

GENERELLA UPPLYSNINGAR	KOMMENTAR	SIDA
ORGANISATIONSPROFIL		
102-1	Organisationens namn	5
102-2	Verksamhet, varumärken, produkter och tjänster	6-9
102-3	Huvudkontorets lokalisering	5
102-4	Länder där organisationen är verksam	Returpack bedriver sin verksamhet i Sverige. 5, 52
102-5	Ägarstruktur och bolagsform	5
102-6	Marknader	6-7, 32
102-7	Organisationens storlek	5
102-8	Information om anställda och andra arbetare	Returpack rapporterar antalet anställda per den 31 december respektive år. Returpack anlitar även i några fall vikarier under semesterperioder, primärt sommartid. Returpack har inga väsentliga variationer i antalet anställda över året. Returpacks transporter genomförs ej i egen regi utan av transporterleverantörer. 16, 40, 42, 52
102-9	Organisationens leverantörskedja	10, 37
102-10	Väsentliga förändringar i organisationen eller leverantörskedjan under redovisningsperioden	Inga väsentliga förändringar har skett i organisationen eller leverantörskedja. 11
102-11	Försiktighetsprincipens tillämpning	12
102-12	Externa initiativ	27, 49
102-13	Medlemskap i organisationer	49
STRATEGI		
102-14	VD-ord	4
ETIK OCH INTEGRITET		
102-16	Värderingar, principer och etiska riktlinjer	8, 13
STYRNING		
102-18	Bolagsstyrning	12
INTRESSENTENGAGEMANG		
102-40	Lista över intressentgrupper	48
102-41	Andel anställda som omfattas av kollektivavtal	Samtliga anställda omfattas av kollektivavtal. 52
102-42	Identifiering och urval av intressenter	11, 49
102-43	Metoder för samarbete med intressenter	11, 48-49
102-44	Viktiga ämnen och frågor som framkommit i dialog med intressenter	11, 48-49

GENERELLA UPPLYSNINGAR	KOMMENTAR	SIDA
OM REDOVISNINGEN		
102-45	Enheter som inkluderas redovisningen	5, 50
102-46	Process för att definiera redovisningens innehåll	11, 49
102-47	Frågor som identifierats som väsentliga	11, 49
102-48	Förklaring till korrigeringar från tidigare rapporter	Ej tillämpbar, detta är Returpacks första hållbarhetsredovisning. 53
102-49	Förändringar i redovisningen	Ej tillämpbar, detta är Returpacks första hållbarhetsredovisning. 53
102-50	Redovisningsperiod	2, 50
102-51	Senaste redovisningen	Ej tillämpbar, detta är Returpacks första hållbarhetsredovisning. 53
102-52	Redovisningscykel	Årligen 2
102-53	Kontaktperson för frågor om redovisningen	2
102-54	Anspråk på rapportering i enlighet med GRI Standards	2, 50
102-55	GRI-index	52-54
102-56	Extern granskning	2
Väsentliga frågor, avgränsningar, styrning och indikatorer		
VÄXTHUSGASER		
103-1	Beskrivning av frågan och dess avgränsning	23
103-2	Metod för hållbarhetsstyrningen	12-13, 24
103-3	Utvärdering av hållbarhetsstyrningen	12, 13
305-1	Direkta utsläpp av växthusgaser (scope 1)	Endast utfall för 2017 redovisas då detta är första året klimatpåverkan beräknas. 15, 30, 50
305-2	Indirekta utsläpp av växthusgaser (scope 2)	Endast utfall för 2017 redovisas då detta är första året klimatpåverkan beräknas. 15, 30, 50
305-3	Andra indirekta utsläpp av växthusgaser (scope 3)	Endast utfall för 2017 redovisas då detta är första året klimatpåverkan beräknas. 15, 30, 50
HÄLSA OCH SÄKERHET I ARBETET		
103-1	Beskrivning av frågan och dess avgränsning	41
103-2	Metod för hållbarhetsstyrningen	12-13, 41
103-3	Utvärdering av hållbarhetsstyrningen	12, 40-41
403-2	Omfattning av skador och sjukfrånvaro	Rapporterade olyckor och tillbud avser Returpacks egna anställda samt inhyrd personal där Returpack ansvarar för arbetsmiljön. Rapporterad sjukfrånvaro omfattar Returpacks anställda. 16, 40
ÖKAD ÅTERVINNING - FÖRETAGSSPECIFIK VÄSENTLIG FRÅGA		
103-1	Beskrivning av frågan och dess avgränsning	6-7
103-2	Metod för hållbarhetsstyrningen	12-13, 18-19
103-3	Utvärdering av hållbarhetsstyrningen	12
Företagsspecifikt nyckeltal Återvinningsgrad burk		14, 18
Företagsspecifikt nyckeltal Återvinningsgrad PET		14, 18

GENERELLA UPPLYSNINGAR	KOMMENTAR	SIDA
PRODUKTKVALITET - FÖRETAGSSPECIFIK VÄSENTLIG FRÅGA		
103-1 Beskrivning av frågan och dess avgränsning		20-21
103-2 Metod för hållbarhetsstyrningen		12-13, 20-22
103-3 Utvärdering av hållbarhetsstyrningen		12, 20
Företagsspecifikt nyckeltal Produktkvalitet aluminium	Endast utfall för 2017 redovisas då detta är första året klimatpåverkan beräknas.	14, 20
Företagsspecifikt nyckeltal Produktkvalitet klar PET	Endast utfall för 2017 redovisas då detta är första året klimatpåverkan beräknas.	14, 20
KUNDNÖJDHET - FÖRETAGSSPECIFIK VÄSENTLIG FRÅGA		
103-1 Beskrivning av frågan och dess avgränsning		31-32, 51
103-2 Metod för hållbarhetsstyrningen		12-13, 32-35
103-3 Utvärdering av hållbarhetsstyrningen		12, 32-33
Företagsspecifikt nyckeltal NKI (Uppföljning av kundnöjdhet, butik)		15, 32-33



Följ oss på:



facebook.com/pantamera



youtube.com/user/pantameranu



instagram.com/pantameranu



RETURPACK