



RETURPACK

HÅLLBARHETSREDOVISNING 2018

RETURPACK SVENSKA AB



OM REDOVISNINGEN

Returpack Svenska AB:s hållbarhetsredovisning omfattar verksamhetsåret 1 januari 2018 - 31 december 2018 och är upprättad enligt Global Reporting Initiatives (GRI) Standarder med tillämpningsnivå Core. Hållbarhetsredovisningen utförs för andra året i rad och utgör Returpack Svenska ABs lagstadgade hållbarhetsrapport enligt kraven i Årsredovisningslagen (ÅRL). Hållbarhetsredovisningen är granskad av revisionsbyrå Ernst & Young AB för att säkerställa att kraven enligt ÅRL uppfylls, utöver det har ingen extern granskning utförts. Redovisningen är till för alla som är intresserade av Returpacks hållbarhetsarbete.

Returpack Svenska AB:s fem fokusområden för hållbarhet ligger till grund för redovisningen. Dessa är: återvinning, klimat & miljö, affärsrelationer, medarbetare och samhälle. I redovisningen beskrivs företagets hållbarhetsarbete, hur långt vi har kommit och våra ambitioner framåt. Mål och utfall för områdena redovisas i tabeller eller i löpande i text.

Kontaktperson för redovisningen är **Annelie Niva**, Hållbarhetsstrateg, Returpack Svenska AB, som kan nås på telefon: **011-19 19 68**.

HÅLLBARHETSREDOVISNING 2018

> VD-ORD	SID 4
> OM RETURPACK	SID 5
> RETURPACKS VERKSAMHET	SID 6
> RETURPACKS HÅLLBARHETSARBETE	SID 11
1. ÅTERVINNING	SID 19
2. KLIMAT & MILJÖ	SID 25
3. AFFÄRSRELATIONER	SID 33
4. MEDARBETARE	SID 41
5. SAMHÄLLE	SID 47
> KOMPLETTERANDE INFORMATION	SID 52
> OM REDOVISNINGEN	SID 56
> GRI-INDEX	SID 59

VD-ORD

Ètt klimatpositivt pantsystem

Antalet burkar och flaskor som pantades under 2018 blev rekordstort, över 2 miljarder förpackningar kom till vår anläggning i Norrköping! Siffran är svindlande, och såklart en följd av att försäljningen av burkar och flaskor med pant också slog i taket, med en ovanligt varm sommar som en av orsakerna.

För oss på Returpack är det av största vikt att ta tillvara burkarna och flaskorna på ett så resurseffektivt och hållbart sätt som möjligt. Vi har idag utvecklats till ett effektivt materialåtervinningsföretag, där vi säkerställer att alla förpackningar som vi samlar in materialåtervinns och används vid tillverkningen av nya burkar och flaskor i enlighet med målsättningarna för en cirkulär ekonomi. Det är också i den slutna materialåtervinningen vi gör allra störst nytta som klimatkämpar. Den livscykelanalys vi genomförde under 2018 visar att insamlingen via det svenska pantsystemet under 2017 bidrog till 150 000 ton minskat koldioxidutsläpp.

Vi arbetar ständigt för att vår egen anläggning ska vara så klimatsmart som möjligt, och ser just nu över möjligheterna att komplettera våra inköp av vindkraftsel med bergvärme och solet. Då vår verksamhet är logistikintensiv, ser vi ständigt över våra drivmedel, fordonstyper, motorer, ruttplanering och möjligheter till återfrakt. Allt för att minska vårt eget klimatavtryck. Den påverkan vår verksamhet ändå orsakar klimatkompenseras i projekt med inköp av Solvatten-enheter, där solenergi används till att rena och värma vatten för ensklida hushåll i Kenya.

Den 1 januari 2018 öppnade vi för frivillig anslutning av juiceprodukter, som ett led i vår tro på pantsystemet som ett effektivt och hållbart sätt att öka insamlingen av förpackningar och minska användningen av jordens ändliga resurser. Redan nu ser vi att återvinningsgraden på de frivilligt anslutna produkterna ökar.

Vår verksamhet växer stadigt. Hos oss möts en mångfald av människor och kompetenser; logistikere, IT-utvecklare, operatörer, marknadsförare, tekniker, kundservicemedarbetare och ekonomer för att nämna några. Under 2018 har vi förstärkt organisationen med ytterligare kompetens inom bland annat hållbarhet



och kommunikation. Tillsammans har alla medarbetare arbetat med FN:s klimatmål och hur vi som företag kan vara med och bidra till en mer hållbar framtid. Vi har under 2018 dessutom fortsatt vår hälsofrämjande satsning #orkamera.

Vårt samhällsengagemang är en viktig del av vårt hållbarhetsarbete. Vi har förlängt vårt sponsoravtal med Svenska Innebandyförbundet, där vi tillsammans vill bidra till en schysstare sport genom att dela ut Pantamera Fair Play-priset. Genom vårt föreningskoncept ger vi stöd till barn och ungdomar och deras föreningar när de deltar i insamling av burkar och flaskor. Vi är en av stiftarna av Håll Sverige Rent och samarbetar även med organisationen Städa Sverige.

Men det svenska pantsystemet är så mycket mer än Returpack. Det är producenterna och importörerna som säkerställer att deras produkter ingår i pantsystemet. Det är butikerna som via sina pantmottagningar möjliggör 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. Det är föreningar och organisationer och som på olika sätt samlar in burkar och flaskor. Det är våra transportörer och samarbetspartners som ser till att de insamlade förpackningarna kommer till vår anläggning. Det är våra materialköpare som säkerställer att burkarna och flaskorna materialåtervinns och kan bli nya burkar och flaskor, en del av kretsloppet och en cirkulär ekonomi.

Och sist, men absolut inte minst, är det alla som pantar. 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

OM RETURPACK

Returpack är för många mer känt som Pantamera, det varumärke vi driver för att kommunicera vårt budskap till alla våra intressenter och på så sätt öka medvetenheten och miljövinsten av att återvinna pantförpackningar.

Från början var pantsystemets främsta syfte att minska nedskräpningen. Idag har det utvecklats till ett hållbarhetssystem som i samverkan med andra aktörer i kretsloppet säkerställer att förpackningarna materialåtervinns och kan bli nya burkar och flaskor.

Returpacks uppdrag är att driva, utveckla och informera om det svenska pantsystemet och det är vårt ansvar att få återvinningsystemet att fungera i alla led. Vi samordnar återtagningen av pantförpackningar, säkerställer materialåtervinning samt administrerar panter, avgifter och ersättningar. Vi arbetar kontinuerligt med att utveckla pantsystemet för att nå en ökad återvinning, på ett sätt som är kostnadseffektivt men framförallt hållbart.

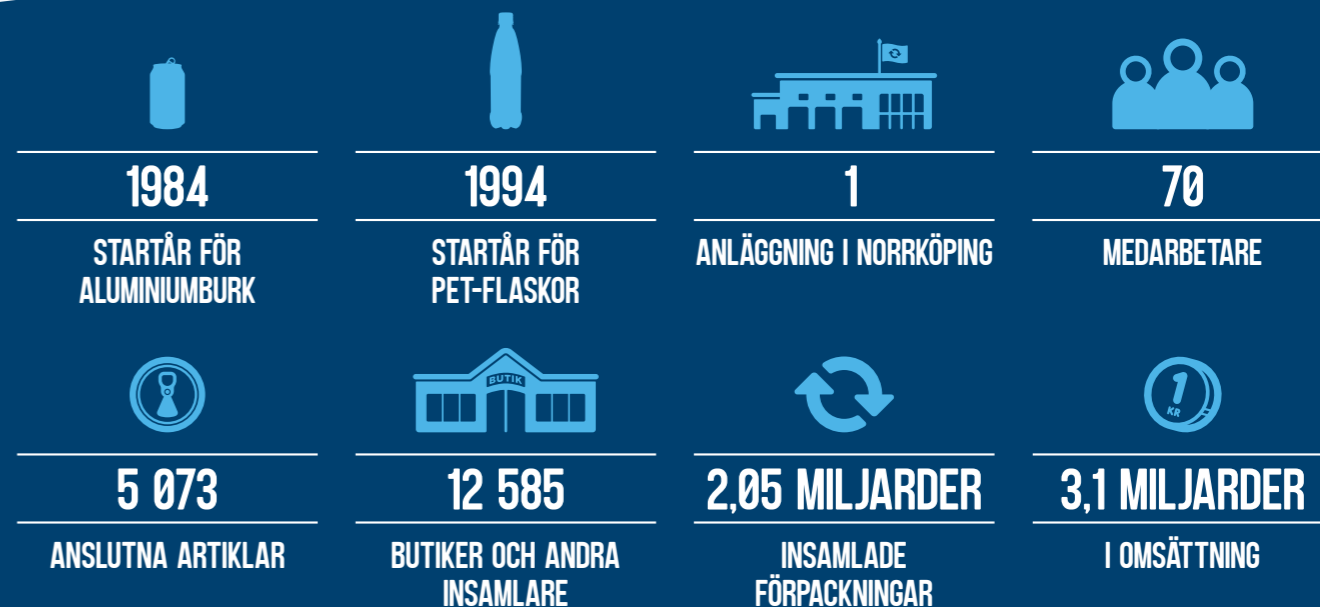
Vår grundläggande idé om en hållbar framtid inom de sociala, ekologiska och ekonomiska områdena ska genomsyra hela vår verksamhet. Under året som gått har vi fördjupat det arbetet ytterligare, ytterst med visionen att bidra till ett hållbart samhälle genom

världens bästa pantsystem. Ett av företagets övergripande mål är att reducera verksamhetens miljöpåverkan i alla led. En studie som gjorts (livscykelanalys) visar att vårt pantsystem bidrar till att reducera klimatpåverkan motsvarande 400 ton koldioxidekvivalenter varje dag, övrig klimatpåverkan miljökompenserar vi för. Vår ambition att vara morgondagens arbetsgivare, en modern, hälsosam och attraktiv arbetsplats innebär en kontinuerlig utveckling av våra medarbetare samt fokus på ökad digitalisering av vår verksamhet och inte minst vårt pantsystem.

Under verksamhetsåret 2018 hade Returpack en nettoomsättning på 3,1 miljarder SEK och vid utgången av året uppgick totala antalet anställda till 70 personer. Bolaget hade en balansomslutning på 1 145 miljoner SEK varav 588 miljoner SEK i eget kapital.

Returpack Svenska AB ägs av Sveriges Bryggerier AB, Svensk Dagligvaruhandel Ekonomisk Förening samt Livsmedelshandlarna 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 fortsättningsvis benämns Returpack.

RETURPACK I SIFFROR 2018



ÄGARE

SVERIGES BRYGGERIER AB, 50%, SVENSK DAGLIGVARUHANDEL EKONOMISK FÖRENING SAMT LIVSMEDELSHANDLARNAS SSLF AB VARDERA 25%.



Returpacks VERKSAMHET

Beslutet att införa ett pantsystem i Sverige grundade sig i en oro för att lanseringen av aluminiumburken skulle orsaka nedskräpning. Det var förpackningsindustrin - bryggerierna och handeln - som 1984 bildade det gemensamma bolaget AB Svenska Returpack för att ta hand om burkarna i ett nystartat pantsystem. Tio år senare, 1994, infördes även ett pantsystem för PET-flaskan, i Returpacks regi.

Returpack är det enda godkända retursystemet för plastflaskor och metallburkar. Verksamheten styrs och regleras av den nu gällande förordningen om retur-system; SFS 2005:220, där Jordbruksverket är tillstånds- och tillsynsmyndighet.

Hösten 2015 öppnades pantsystemet upp för frivillig anslutning av dryckesförpackningar för saft och i januari 2018 för dryckesförpackningar innehållande juice. Frivillig anslutning innebär att förpackningar som inte omfattas av förordningen om retursystem kan anslutas till pantsystemet. Returpack har tillsammans med

andra aktörer i värdekedjan möjliggjort en utveckling av pantsystemet till det hållbarhetssystem det är idag och vi ser stora möjligheter att fortsätta utveckla systemet. Vi ställer krav på att förpackningarna designas både i form och material för att återvinnas, samlas in, sorteras i materialflöden och säljas vidare för framställning av råvara till nya burkar och flaskor.

I dag hanteras alla insamlade dryckesförpackningar, både de som ingår i det svenska pantsystemet och de som är frivilligt anslutna, på fabriken i Norrköping, där både huvudkontor och fabrik är lokaliserat.

DET SVENSKA PANTSYSTEMET

Returpack är det enda godkända retursystemet för plastflaskor och metallburkar.

Nationella ÅTERVINNINGSMÅL

Det nationella återvinningmålet för dryckesförpackningar som ingår i pantsystemet 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 samlade nationella återvinningstatistiken från samtliga materialbolag.



PANTBELOPP OCH FÖRPACKNINGAR



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

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



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, gemensamt för alla är att de kan tas emot av en pantautomat.

ARTIKLAR I PANT-SYSTEMET

ÅR	BURK OCH PET	FRIVILLIGT ANSLUTNA	TOTALT
2017 >	4 092	80	4 172
2018 >	4 894	179	5 073

RETURPACKS VISION, AFFÄRSIDÉ, ÖVERGRIPANDE MÅL OCH STRATEGIER

För att vi ska leva upp till vår vision, vår affärsidé och våra värderingar är det viktigt att alla bidrar, stöder och inspirerar varandra så att vi når våra målsättningar, såväl övergripande, avdelningsvisa som personliga. Vi arbetar i en föränderlig värld och vi på Returpack arbetar med ständiga förbättringar. Vi inspireras av att göra våra kunder nöjda och vi söker nya utmaningar som leder oss fram till våra mål.

ARBETET PÅ RETURPACK HAR TVÅ ÖVERGRIPANDE MÅL:

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

För 2018 uppnådde Returpack en återvinningsgrad på 84,8 procent för de pantförpackningar som omfattas av förordningen. När även de frivilligt anslutna produkterna räknas med ligger återvinningen på 84,5 procent. Vinstmarginalen blev 5,4 procent.

VÅRA ÖVERGRIPANDE 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 hållbart 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 RETUR-
SYSTEM MED PANT FÖR
ÅTERVINNING AV DRYCKES-
FÖRPACKNINGAR AV PLAST
OCH METALL I SVERIGE

VÅRA VÄRDERINGAR LEDER OSS TILL EN HÅLLBAR FRAMTID

Våra engagerade medarbetare är grunden för att driva vårt hållbarhetsarbete, där våra värderingar leder oss i vardagen, i våra beslut och hur vi agerar. Våra värderingar beskriver vår företagskultur och det vi tycker är viktigt. Vi arbetar långsiktigt och tar ett helhetsansvar, mellan medarbetare, i relation till våra kunder, leverantörer och andra intressenter och i för oss viktiga samhällsfrågor. Vi är involverade och eftersträvar att göra vårt jobb både enkelt och långsiktigt hållbart. Vi är nyfikna och har förmågan att vilja utvecklas och förbättra oss och det samhälle vi verkar i. Vi vågar tänka nytt, vi välkomnar och efterfrågar idéer och nya lösningar. Vi antar utmaningar, gillar att lära nytt och genomföra förbättringar där alla drar åt samma håll. Vår kultur bygger på tillit, respekt och engagemang där vi hjälper varandra och är tydliga med mål, förväntningar och feedback. Vi har en stark teamkänsla där det är naturligt att hjälpa åt, vi är tydliga i vår kommunikation, vi lyssnar, vågar fråga och tänka annorlunda.

Våra Värderingar

ANSVARSTAGANDE

NYSKAPANDE

OCH SAMARBETE



AFFÄRSMODELL

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

PANTEN SOM INCITAMENT

Eftersom vårt pantsystem är uppbyggt kring erläggande av pant vid inköp och återbetalning av pant vid återlämning, skapas ett ekonomiskt incitament för alla som ingår i systemet att säkerställa återlämningen av, och kretsloppet för, förpackningarna.

01

ANSLUTA FÖRPACKNINGAR ANSLUTS TILL PANTSYSTEMET

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 FÖRPACKNINGARNA ÅTERLÄMNAS OCH SAMLAS IN

Returpack upprättar en samlingsstruktur med pantmottagare där konsumenter 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 FÖRPACKNINGARNA FÖRÄDLAS OCH SÄLJS VIDARE I ÅTERVINNINGSKEDJAN

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:

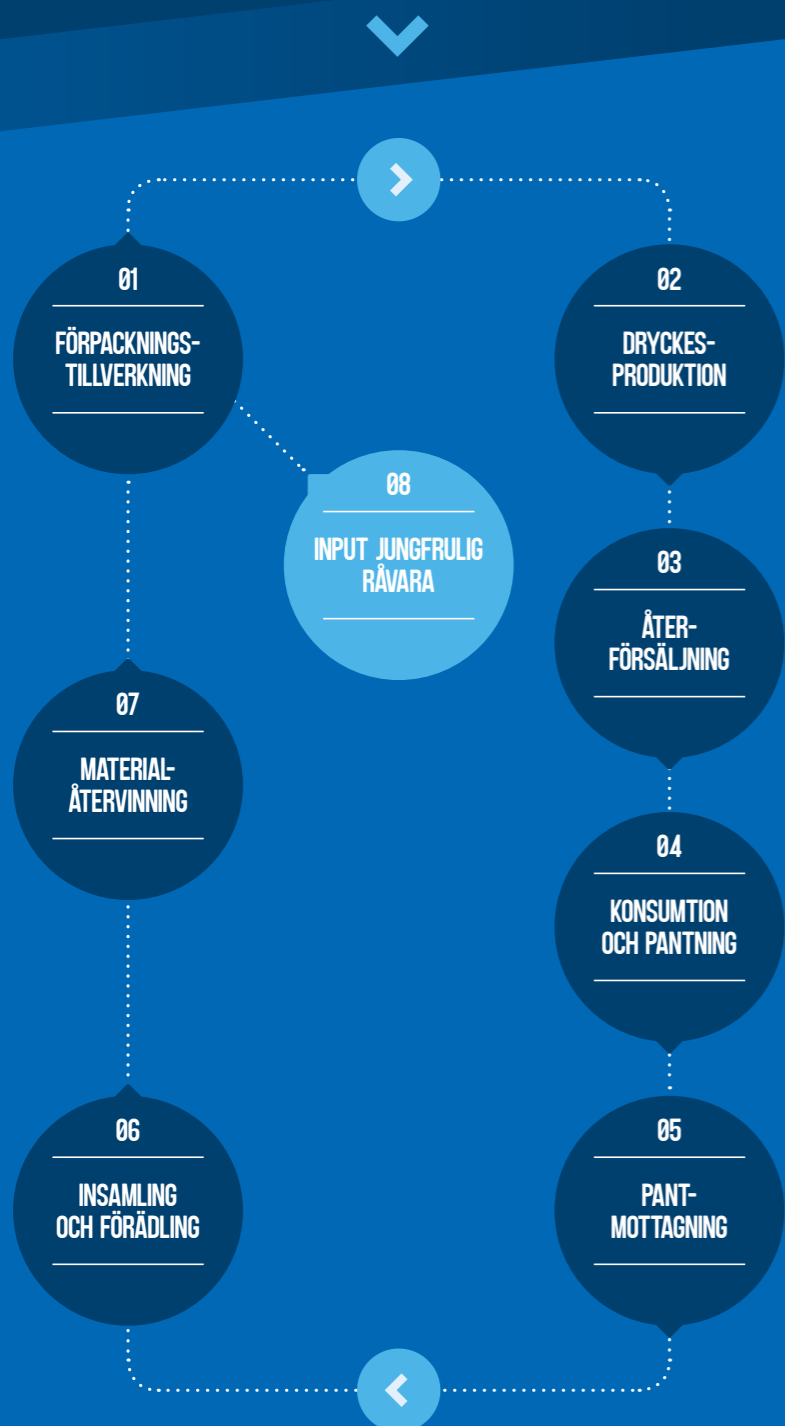
- › Försäljning av återvunnet material
- › Administrativa avgifter från producenter och importörer

KOSTNADER:

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

VÄRDEKEDJA

Vårt hållbarhetsarbete genomsyrar alla delar av vår verksamhet men det är extra viktigt för oss att arbeta med de områden där påverkansmöjligheten och effekten av vår insats är som störst. Värdekedjan synliggör vår roll i pantsystemet tillsammans med våra övriga intressenter, och visar på den stora påverkansmöjlighet vi har både uppströms och nedströms i värdekedjan. Vårt att särskilt lyfta fram är de krav vi ställer på förpackningsdesign, bland annat krav på material, form och märkning. Syftet med våra krav är att alla förpackningar som är anslutna i pantsystemet ska fungera genom hela återvinningsprocessen.



FAKTA VÄRDEKEDJAN

256 PRODUCENTER
OCH IMPORTÖRER

5 073 ARTIKLAR
I PANTSYSTEMET

(Varav juice: 82 st och saft: 97 st = 179 st)

3 082 BUTIKER MED
PANTAUTOMAT

9 503 ÖVRIGA
INSAMLARE

(T ex caféer, restauranger och föreningar)

4 062 PANTAUTOMATER

32 PANTAMERA EXPRESS PÅ
ÅTERVINNINGSCENTRALER

17 TRANSPORT-
LEVERANTÖRER

(Insamling av förpackningar, utfrakt av material)

2,05 MILJARDER

FÖRPACKNINGAR IN TILL FABRIKEN

FÖRÄDLING HOS RETURPACK

(Sortering och balning)

40 717 TON

(Aluminium, klar PET & färgad PET till återvinning)

3 MATERIAL-
KÖPARE

(Sverige, Frankrike, Tyskland)



Returpacks HÅLLBARHETSARBETE

Visionen om att bidra till ett hållbart samhälle genom världens bästa pantsystem utgör grunden för vårt hållbarhetsarbete. En av de tre övergripande strategierna är att bedriva verksamheten på ett hållbart sätt vilket innebär att vi aktivt tar ansvar för medarbetare, miljö och samhälle. Vårt pantsystem ska kunna utvecklas med morgondagens samhälle och vara hållbart lång tid framöver, utan att äventyra framtida resurser.

INTRESSENTER OCH INTRESSENTDIALOG

Att ta intryck av och lyssna på de vi möter och samarbetar med är avgörande för arbetet med att utveckla pantsystemet och att göra det på ett ansvarsfullt sätt. En kontinuerlig dialog med våra intressenter, som sker under olika former och med olika frekvens, 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 och en förutsättning för att vi ska nå våra mål och skapa hållbara värden.

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 på sid 52.

VÄSENTLIGHETSANALYS

Väsentlighetsanalysens syfte är att hjälpa oss att identifiera vilka hållbarhetsfrågor som är mest relevanta för vår verksamhet att arbeta vidare med. De ligger också till grund för vår hållbarhetsredovisning.

Vi har även i denna redovisning utgått från underlaget och resultatet av väsentlighetsanalysen som utfördes 2016 för att identifiera och prioritera Returpacks viktigaste hållbarhetsfrågor.

För att säkerställa att analysen fortfarande är aktuell och belyser företagets väsentliga frågor genomfördes en översyn och validering av sakkunniga tillsammans med ledningsgruppen. Inga större förändringar har skett under året som påverkar vår roll i värdekedjan, våra intressenters förväntningar eller vår egen påverkansmöjlighet inom respektive hållbarhetsfråga. En utförlig beskrivning av väsentlighetsanalysen finns beskriven på sid 55.

VÄSENTLIGA FRÅGOR

- > ÖKAD ÅTERVINNING
- > KUNDNÖJDHET
- > PRODUKTKVALITET
- > HÄLSA OCH SÄKERHET
- > VÄXTHUSGASER

De frågor som bedöms ha stor betydelse både ur intressent- och påverkansperspektivet är de frågor som har högst prioritet för Returpack. Det är därmed väsentligt att bygga företagets hållbarhetsarbete och rapportering kring dessa. Även för denna redovisning är våra fem väsentliga frågor; ökad återvinning, produktkvalitet, växthusgaser, kundnöjdhet samt hälsa och säkerhet. Metodiken för väsentlighetsanalysen har följt GRIs principer för att identifiera innehållet i redovisningen.

FN:S GLOBALA MÅL

De 17 globala mål och dess 169 delmål för hållbar utveckling antogs av världens ledare i september 2015, med syfte att leda världen mot en fredlig och hållbar utveckling och gäller fram till 2030. I begreppet hållbar utveckling integreras tre dimensioner av hållbarhet: social, ekonomisk och miljömässig.

MÅLEN ÄR SATTA MED SYFTE ATT:

- > Avskaffa extrem fattigdom.
- > Minska ojämlikheter.
- > Lösa klimatkrisen.
- > Främja fred och rättvisa.

De globala målen förenar världens länder och kräver att alla agerar både nationellt och globalt.

Källa: www.globalamalen.se

Returpack stöder FN:s 17 globala mål för hållbar utveckling och vi vill genom vår affärsverksamhet bidra

till målen. Hållbarhetsarbetet är förankrat i företagets affärsmodell, strategier och styrning, vilket innebär att det utgör en naturlig del i de val vi gör och de beslut vi fattar. Den roll vårt pantsystem har i samhället ger oss stor möjlighet att bidra till att målen uppfylls. I början av året utfördes en grundlig kartläggning i syfte att identifiera de områden där vi har en naturlig påverkan men också att synliggöra de områden där vi kan göra mer.

Alla medarbetare deltog i arbetet som visar på att vi, på något sätt arbetar inom, påverkar eller stöttar nästan alla de 17 globala målen.

Vi är den första generationen som kan utrota fattigdomen och den sista som kan bekämpa klimatförändringarna.

KÄLLA: BAN KI-MOON

FÖRETAGETS LEDNING HAR PRIORITERAT FEM GLOBALA MÅL SOM VÅRA HUVUDSAKLIGA PRIMÄRA MÅL ATT JOBBA VIDARE MED:



Mål 9

HÅLLBAR INDUSTRI, INNOVATIONER OCH INFRASTRUKTUR

Mål 11

HÅLLBARA STÄDER OCH SAMHÄLLEN

Mål 12

HÅLLBAR KONSUMTION OCH PRODUKTION

Mål 14

HAV OCH MARINA RESURSER

Mål 13

BEKÄMPA KLIMATFÖRÄNDRINGARNA



GLOBALA MÅLEN
för hållbar utveckling

RISKER OCH RISKHANTERING

Syftet med riskbedömning är att identifiera, bedöma och hantera de risker som kan medföra att övergripande mål inte uppnås. Returpack utvärderar och hanterar verksamheten utifrån fem riskkategorier; affärsrelaterade, legala, miljömässiga, samt finansiella och operativa risker. En risk för Returpack kan vara en händelse där verksamheten orsakar, bidrar till eller av andra skäl förknippas med negativ påverkan inom något hållbarhetsområde och skulle kunna skada vårt varumärke. Företagets ledning följer upp arbetet med de företagsövergripande riskerna två gånger per år och VD rapporterar årligen resultatet till styrelsen.

FEM RISKKATEGORIER

- 1 AFFÄRSRELATERADE RISKER
- 2 LEGALA RISKER
- 3 MILJÖMÄSSIGA RISKER
- 4 FINANSIELLA RISKER
- 5 OPERATIVA RISKER

VÄSENTLIGA RISKER OCH MÖJLIGHETER

Riskhanteringsprocessen är en integrerad del av vår verksamhetsplaneringsprocess som innebär en regelbunden identifiering och uppföljning av företagets största risker. Risker hanteras normalt i det dagliga arbetet och hanteras av ansvarig chef för den operativa verksamheten. Med utgångspunkt i vår värdekedja samt omvärlds- och intressentanalys identifierades risker för negativ påverkan på miljö, sociala förhållanden och personal, respekt för mänskliga rättigheter och motverkande av korruption. En viktig faktor är att identifiera de möjligheter som finns relaterade till varje identifierad risk och dra nytta av de möjligheter som risken innebär. Omvärldsbevakning och beaktande av försiktighetsprincipen är viktiga delar i processen. Till varje risk etableras en handlingsplan i syfte att acceptera, balansera eller om nödvändigt eliminera risken. Riskerna värderas i en femgradig skala utifrån både sannolikheten och konsekvens där produkten av dessa båda ger en risknivå. Risknivån delas in i låg, mellan och hög risk, se sid 53-54.



HÅLLBARHETSSTYRNING

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.

Styrelsen har det övergripande ansvaret att styra Returpacks verksamhet på ett hållbart sätt. Styrelsen fastställer den strategiska inriktningen för Returpacks hållbarhetsarbete och VD har i sin tur ansvar för att driva igenom styrelsens beslut och ansvarar för resultatet.

Den beslutade strategin omsätts i praktik i nära samarbete med HR- och hållbarhetschefen som av VD delegerats ansvaret för att samordna och utveckla företagets övergripande hållbarhetsarbete. Detta görs i samarbete med respektive ansvarig chef som i sin tur ansvarar för att arbetet genomförs enligt tillämpliga metoder, riktlinjer och policyer.

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

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 ansvarsstagande för människa, miljö och samhälle dagligen vägleder oss i vårt agerande och 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 årligen 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.

UPPFÖRANDEKODER, POLICYER 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 visselblåsartjänst ger medarbetarna möjlighet att anonymt rapportera eventuella misstankar om oegentligheter. Visselblåsartjänsten 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 tillämpliga lagar och regler inom miljö och arbetsmiljö följs. Miljöledningssystemet genomgår en årlig extern revision.

RETURPACKS POLICYER

Returpack har ett antal policyer 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.

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.

INKÖSPOLICY > 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.

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 av 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.



Returpack får TOPPBETYG AV ECOVADIS

Returpack rankas av EcoVadis på Gold Level för sitt hållbarhetsarbete inom miljö, arbetsförhållanden, hållbar upphandling och god affärsetik.

EcoVadis är ett system för bedömning och betygssättning av globala företags leverantörer. Mer än 100 multinationella varumärken kräver av sina leverantörer att de rapporterar till EcoVadis, som de anlitar vid utvärdering av sina leverantörskedjor. Denna plattform gör det möjligt för företag att på global nivå utvärdera sina leverantörer ur aspekter som ekologisk och social hållbarhet. Metoden bygger på internationellt antagna principer för hållbarhetsredovisning som GRI – Global Reporting Initiative, FN:s Global Compact och ISO 26000 och revideras av oberoende experter inom hållbarhet.

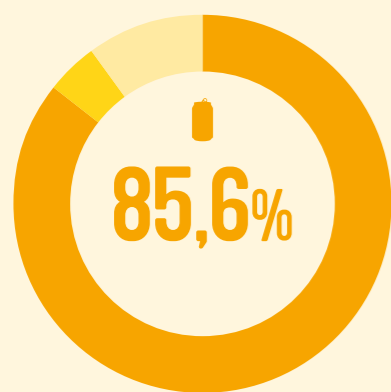
På begäran från en av våra kunder har vi rapporterat till EcoVadis och berättat om hur vi arbetar med dessa frågor och hur vårt hållbarhetsarbete ser ut. Att få bedömningen Gold Level stärker oss ytterligare i vårt hållbarhetsarbete och visar att vi arbetar med rätt saker och är på rätt väg framåt. Vårt mål är att ta ytterligare kliv inom vårt hållbarhetsarbete.

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 visas nedan men även i de följande avsnitten som handlar om våra olika fokusområden.

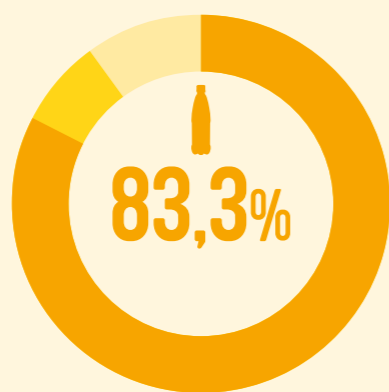
ÅTERVINNING

ÅTERVINNINGSGRAD BURK



MÅL:	90%
DELMAÅL 2018:	88,8%
■ UTFALL	■ MÅL

ÅTERVINNINGSGRAD PET



MÅL:	90%
DELMAÅL 2018:	83,4%
■ UTFALL	■ MÅL

PRODUKTKVALITET ALUMINIUM



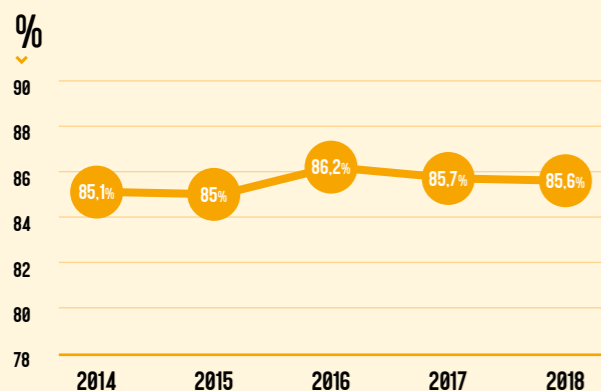
AVTAL:	HÖGST 0,2%
DELMAÅL 2018:	0,2%

PRODUKTKVALITET KLAR PET



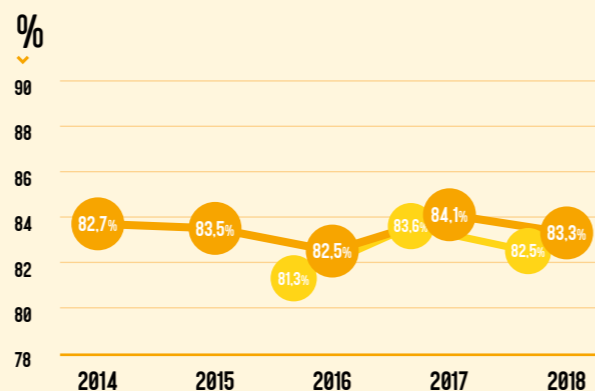
AVTAL:	HÖGST 4%
DELMAÅL 2018:	0,5%

ÖKAD ÅTERVINNING BURK



■ ÅTERVINNINGSGRAD BURK

ÖKAD ÅTERVINNING PET



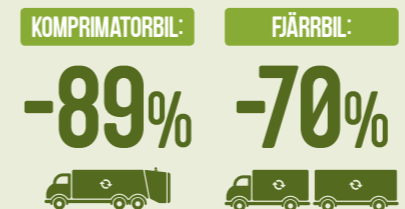
■ ÅTERVINNINGSGRAD PET EXKL. FRIVILLIG ANSLUTNING
■ ÅTERVINNINGSGRAD PET INKL. FRIVILLIG ANSLUTNING

➤ För 2018 uppnådde Returpack en återvinningsgrad på 84,8 procent för de pantförpackningar som omfattas av förordningen. Detta är 0,4 procentenheter lägre än föregående år. Nedgången kan förklaras med den extrema försäljningsökningen under 2018 (+11 procent). När även de frivilligt anslutna produkterna räknas med ligger 2018 års återvinning på 84,5 procent.

KLIMAT & MILJÖ

KLIMATPÅVERKAN TRANSPORTER

Reduktion av CO₂ per förp. ✓



MÅL: Minska växthusgasutsläpp från transporter. Fossilfria inrikes transporter senast år 2025.

DELMAÅL 2018: Reducera CO₂ per förpackning med 80 % för transporter med komprimatorbilar resp. 60 % för transporter med fjärrbilar. (Ref. år 2015).

UTSLÄPP AV VÄXTHUSGASER FRÅN TRANSPORTER:

878 TON CO₂e

KLIMATPÅVERKAN ANLÄGGNINGEN

Elförbrukning:



MÅL: MINSKA ENERGIÅTGÅNG

DELMAÅL 2018: Bibehålla förbrukning el, exkluderat korkanläggning (±0%). (Ref. år 2017) Följa upp utsläpp av växthusgaser från anläggningen.

UTSLÄPP AV VÄXTHUSGASER FRÅN ANLÄGGNINGEN:

527 TON CO₂e

KLIMATPÅVERKAN AFFÄRSRESOR

MÅL: FÖLJA UPP UTSLÄPP AV VÄXTHUSGASER FRÅN AFFÄRSRESOR

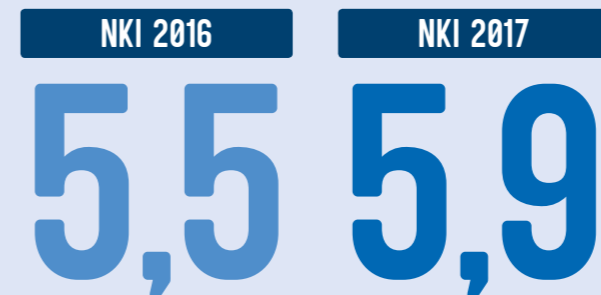
UTSLÄPP AV VÄXTHUSGASER FRÅN AFFÄRSRESOR:

26 TON CO₂e

➤ TOTALA UTSLÄPP 2018: 1 431 TON CO₂e

AFFÄRSRELATIONER

NÖJD KUND BUTIK



Ingen utvärdering utförd 2018. Utvärdering utförs vartannat år.

➤ 7-GRADIG SKALA, DÄR 7 ÄR BÄST

MÅL: NÖJDA KUNDER

DELMAÅL 2017: NKI butik, övergripande uppfattning om Returpack, förbättring jämfört med föregående år.

SAMHÄLLE

UNDER 2018 HAR:

222

INNEBANDYFÖRENINGAR

TILLSAMMANS SAMLAT IN:

878 300

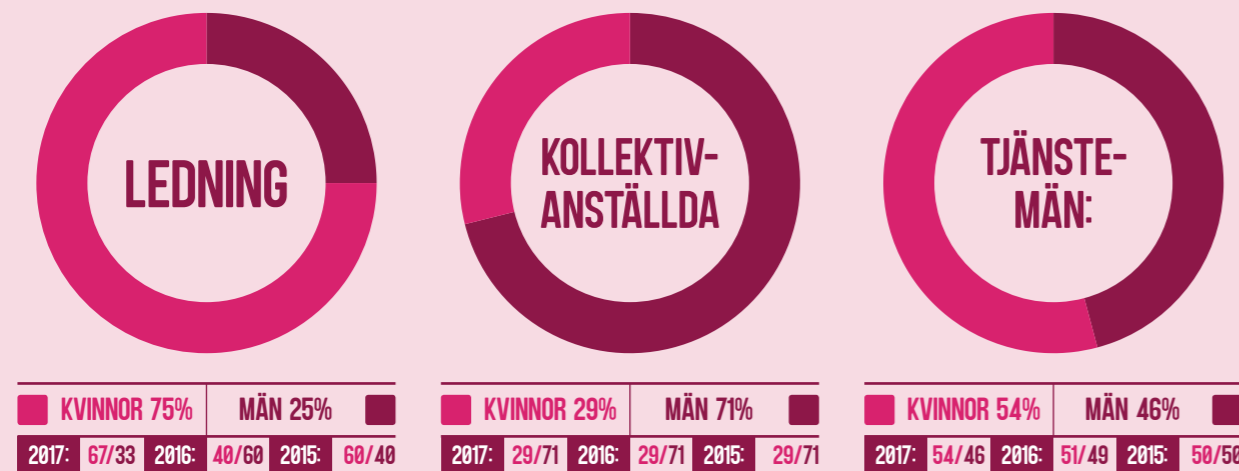
BURKAR OCH FLASKOR

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

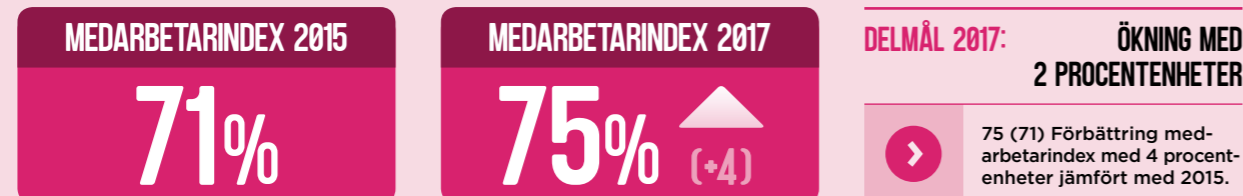
DISKRIMINERINGSFALL UTFALL



RAPPORTERADE FALL

MÅL: INGA DISKRIMINERINGSFALL

MEDARBETARINDEX UTFALL



Medarbetarundersökning genomförs vartannat år. Nästa medarbetarundersökning genomförs under 2019.



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.



ÅTERVINNINGSMÅL

Varje år sammanställer vi statistik över hur mycket som pantas i Sverige och därmed kan återvinnas till nya burkar och flaskor.

För 2018 uppnådde Returpack en återvinningsgrad på 84,8 procent för de pantförpackningar som omfattas av förordningen. Detta är 0,4 procentenheter lägre än föregående år. Nedgången kan förklaras med den extrema försäljningsökningen under 2018 (+11 procent). Vi har aldrig tidigare tagit emot så många förpackningar i vår fabrik som under detta år. Vi når över 2 miljarder återvunna förpackningar under 2018 detta ska jämföras med 1,85 miljarder förpackningar för föregående år.

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

VÅR MÅLSÄTTNING

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

IDAG PANTAS



METALLBURKAR

85,6%

2018

PET-FLASKOR

83,3%

2018



Pantade burkar och flaskor

SPARADE 150 000 TON KOLDIOXID

All insamling av burkar och PET-flaskor är bra och alla insamlingssystem är gynnsamma för miljön och klimatet. Det insamlingssystem som ger allra störst miljöbesparing är den slutna materialåtervinningen, då en burk kan bli en ny burk och en flaska kan bli en ny flaska.

Under 2017 bidrog insamlingen via det svenska pantsystemet till 150 000 ton minskat koldioxidutsläpp*. Det visar den livscykelanalys (LCA) som vi lät genomföra under 2018.

- Den slutna materialåtervinningen är hjärtat i hela vår verksamhet och det som gör pantsystemet till det insamlingssystem som har bäst miljöprestanda. Analysen visar att den miljövinst som uppnås genom vår cirkulära materialåtervinning är betydligt större än den miljöpåverkan som kommer från de utsläpp som är nödvändiga för att driva pantsystemet, säger Sara Bergendorff, projektledare vid Returpack och ansvarig för LCA-studien.

LCA-studien genomfördes under 2018 av 12 masterstudenter på Energi-miljö-managementprogrammet vid Linköpings universitet. Analyserna utgår från en urdrucken burk eller flaska hos konsument och jämför sedan miljöpåverkan beroende på i vilket flöde konsumenterna väljer att lämna ifrån sig sin förpackning. De miljöpåverkanskategorier som undersökts är försurning, övergödning, global uppvärmning, marknära ozon samt ozonnedbrytning.

Cirkularitet - viktig faktor i miljöpåverkan

Genomgången av pantsystemet bygger på verklig utfallsdata, medan genomgången av insamlingsflödena av plast respektive metall och insamlingen via hushållsoporna till större del måste byggas på antaganden. Det gör att systemen inte kan jämföras rakt av i studien.

- Även om det finns begränsningar i studien kan vi med säkerhet dra slutsatsen att pantsystemet har bäst miljöprestanda av de system som undersökts. Den överlägset viktigaste faktorn för den positiva miljöpåverkan är den slutna materialåtervinningen, dvs då materialet kan återvinnas till nya livsmedelsgodkända burkar och flaskor. Något som inte är möjligt i de övriga systemen, säger Sara Bergendorff.

I Sverige är vi generellt sett bra på att lämna förpackningar i sina rätta flöden och på så sätt se till att materialen återvinns på avsett sätt. Omkring 85 procent av alla pantförpackningar i landet pantas. Under 2017 sparade insamlingen via pantsystemet i storleksordningen 150 000 ton koldioxid.

- Det är nästan dubbelt så mycket koldioxidbesparing jämfört med om förpackningarna hade samlats in genom plast- eller metallinsamlingen och mer än tre gånger så mycket som om de slängts i hushållsoporna och bränts i ett värmekraftverk. Om alla pantförpackningar skulle pantas maximerar vi miljönyttan av det cirkulära flödet, säger Sara Bergendorff. ■



*I genomsnitt ger varje insamlad burk och PET-flaska en koldioxidbesparing på cirka 80 gram.

Satsningar på ATTITYDER HOS UNGA



PANTAMERA HUMOR

Ett roligare sätt att prata pant

Frågar du en 10-åring om hen pantar lovar vi att hen svarar javisst – och glatt även upplyser om varför det är så bra. Men det är inte säkert att du får samma svar av en tonåring, eller ung vuxen. I våra återkommande SIFO-undersökningar ser vi att unga vuxna (16-29 år) är den grupp som själva uppger att de pantar mindre antal förpackningar än andra åldersgrupper – samtidigt som de konsumerar mer dryck på burk och flaska.

I Sverige är vi bland de bästa i världen på att panta, och vi svenskar är väl medvetna om de miljö- och hållbarhetsvinster som återvinningen av pantade förpackningar ger. Det är en viktig grund att stå på. Vi på Returpack tror på att säga tack för att du pantar – oavsett antal – snarare än att komma med pekpinna och förmaningar om att du kunde vara ännu bättre. Vi är också övertygade om att humorns kraft i kommunikationen gör att vi når ut till fler, som annars kanske skulle välja bort oss. Därför har vi skapat Pantamera Humor – en samling filmer, klipp, memes och knasiga sketcher som på olika vis påminner om hur bra det är att panta. På vårt Instagramkonto Pantamera Humor har vi i dagsläget omkring 32 000 följare – ett gott betyg på att målgruppen tagit till sig budskapet.

PANTAMERA HUMOR: 32 000 FÖLJARE

99%
AV BEFOLKNINGEN
PANTAR

Sedan tidigare vet vi att i princip alla svenskar, 99 procent uppger att de pantar, men kanske inte alla förpackningar. Vår utmaning är att få alla att alltid panta alla förpackningar. Våra huvudsakliga strategier för att öka återvinningen handlar om att påverka attityder och beteende till att panta, särskilt hos unga vuxna, och att möta upp med ökad tillgänglighet och förenklingar i pantsystemet.

PANTAMERA MED ESPORTEN

Visar på pantens kraft som möjliggörare

Ett annat exempel på hur vi arbetar med riktad kommunikation för att nå identifierade målgrupper är vårt samarbete med esportcommunityn. Den 14 september gick startskottet för årets upplaga av 'Pantamera med esporten' – vår insamlingskampanj till förmån för Musikhjälpen, som i år fick ta emot **501 347 kronor**. Årets tema var "Alla har rätt att funka olika".

- Esports scenen är rätt unik. Alla är välkomna - oavsett fysiska förutsättningar. Här är det din prestation som betyder någonting, inte hur du ser ut. Dessutom tillåter ju de digitala omständigheterna att väldigt många kan vara med och utöva sporten, även de med vissa funktionsvariationer, säger Lovisa Lannerstedt, projektledare för satsningen Pantamera med esporten. Pantamera med esporten drivs i samarbete med Universal och Inferno Online. Pantpengarna som donerades till Musikhjälpen kommer från några av Sveriges största streamers och deras följare, samt stora aktörer som Dreamhack och Spotify, som skänker all pant från hela sin årsförbrukning av dryck på burk och flaska.



OLIKA SÄTT ATT ÖKA TILLGÄNGLIGHETEN

Vi vill att det ska vara lätt att göra rätt

I de konsumentundersökningar som vi regelbundet genomför framgår det att många av de burkar och flaskor som inte återvinns är sådana som konsumeras utomhus. Ett hundratal av Sveriges kommuner har redan börjat använda så kallade pantrör, och under året riktade vi ett erbjudande till landets samtliga kommuner om att pröva pantrör i sina park- och stadsmiljöer.

Pantrören monteras bredvid papperskorgar i parker och i andra utomhusmiljöer där många människor rör sig. Man lägger sin urdruckna burk eller PET-flaska i pantröret, så att någon annan kan ta med den och panta den i en pantautomat.

- Vi vill att det ska vara lätt att göra rätt, och enklare kan det knappast bli. Du som konsumerar din dricka utomhus kan enkelt göra dig av med din tomma burk eller PET-flaska genom att lägga den i pantröret. På så sätt gör du både naturen och någon annan en tjänst. Det handlar om att ge och ta och samtidigt göra en insats för miljön, säger Katarina Lundell, marknads- och kommunikationschef.

PANTAMERA EXPRESS

För dig med mycket pant och lite tid

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.

> FAKTA PANTAMERA EXPRESS:

2 procent av den totala panten, drygt 41 miljoner förpackningar, samlades in via Pantamera Express under 2018, en ökning med omkring 20 miljoner förpackningar från året innan. Vid utgången av 2018 fanns det 32 Pantamera Express-automater på återvinningscentraler runt om i landet.



Pantring kopplat till

E-HANDELN

Under hösten 2018 påbörjade Returpack, tillsammans med MatHem, ett test i Göteborgsområdet, där kunderna får möjlighet att lämna sin pant i samband med att de tar emot sina matkassar i hemmet. Pantpengen kunde kunden sedan välja att skänka till BRIS, eller dra av från summan vid nästa köptillfälle.

- För oss är det viktigt att möta ett förändrat konsumtionsbeteende, där livsmedelsinköpen via nätet ökar. Vi vill säkerställa att det är lika enkelt att panta sina burkar och PET-flaskor för dem som handlar över nätet som det är för dem som handlar i butiken, säger Katarina Lundell marknads- och kommunikationschef.

Genom att erbjuda pantsäckar till MatHems kunder öppnar Returpack upp för ännu ett sätt att återvinna burkar och PET-flaskor. Pantsäckarna, som har individuella streckkoder för varje kund, lämnas och hämtas av MatHem i samband med att matleveransen.

> FAKTA PANTA HEMMA:

Under 2018 tog vi emot 635 säckar med pant via Panta Hemma-testet.

PRODUKTKVALITET

De avtal vi på Returpack 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.

SÅ HÄR DEFINIERAR VI OCH FÖLJER UPP PRODUKTKVALITET

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 % inblandning av färgad PET. Enligt vårt avtal ligger gränsvärdet på max 4 %.

De interna nyckeltalen för produktkvalitet togs fram till 2017. Utfallet 2018 blev 0,1 % för aluminium och 0,4 % för klar PET. Den klara plasten återvinns till nya livsmedelsgodkända flaskor, medan den färgade plasten används främst som råvara till emballageband men också till kläder och i möbeltillverkning.

KORKAD ELLER PANTAD? HELST BÅDE OCH!

I vår egen korkanläggning ser vi till att de korkar som lossnar från PET-flaskorna under hanteringen i fabriken kan återvinnas. De korkar som följer med PET-flaskorna vidare i hanteringen återvinns via Veolia PET Svenska AB (tidigare Cleanaway), som köper vår plast.

I vår korkanläggning mals korkarna först ner till en konfettiliknande massa, sedan tvättas de och därefter sker en separering i vattenbad. I vattenbadet sjunker PET-plast till botten, medan korkmaterialet flyter upp till ytan. När separeringen är klar samlas materialet in och torkas för att via luftskiktning rensas från rester av etiketter. Till sist packas det i säckar och skickas vidare för att bli kabeltrummor hos småländska företaget Axjo. Kabeltrummorna har i sin tur ett helt eget återvinningssystem.



TEST AV NYA PRODUKTER

Säkerställer god produktkvalitet

För att våra flöden ska hålla så hög kvalitet som möjligt genomför vi grundliga tester av alla förpackningar som ska anslutas till pantsystemet. 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 flasktillverkare 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. Dessutom skannas eventuella etiketter för att upptäcka t ex tungmetaller och andra skadliga ämnen som ej är tillåtna, men som skulle kunna finnas i tryckfärger och lim.



KLIMAT & MILJÖ

MEG 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 ska 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. Vi berättar också hur vi arbetar för att optimera hanteringen av insamlade förpackningar i vår anläggning.



Burken & flaskans kretslopp



Ännu bättre produktkvalitet med MINSKAD KLIMATPÅVERKAN

Alla förpackningar som pantas runt om i landet passerar på sin återvinningsresa genom Returpacks fabrik i Norrköping. Här sorteras burkar utifrån material och flaskor utifrån både material och färg innan de skickas vidare för att återvinnas. Returpack arbetar ständigt med att effektivisera och förbättra de olika leden i behandlingen av förpackningarna för att förbättra produktkvaliteten, och samtidigt nå en så hållbar verksamhet som möjligt.

En förbättrad produktkvalitet

Att förbättra och utveckla anläggningen är ett ständigt pågående arbete. Den moderna anläggningen är nu förberedd för att kunna ta emot olika typer av plast, så som PET, HDPE och den lite ovanligare sorten PP. I takt med att tekniken går framåt förbättras också den analys som görs i sorteringen vilket leder till ännu bättre produktkvalitet. Tidigare har tekniken byggt på optisk sortering, nu är den även anpassad för att känna av olika typer av material.

- Det är framförallt sorteringen av plast vi arbetat med, för att ytterligare kunna förbättra kvaliteten på klar PET och minska förlusten av PET i processen. Det här har gjort att andelen klar PET som går ut från vår anläggning har ökat i förhållande till hur mycket klar PET som kommer in, vilket är en miljövinst, förklarar Kjell Petersson, fabrikschef på Returpack och ansvarig för den tekniska utvecklingen på anläggningen.

Från riktigt bra till bättre

En viktig del i optimeringen av anläggningen handlar om att minska förlusten av material och andra tillgångar som exempelvis vatten, och att samtidigt se till att maskinerna håller längre.

- Vi vill gå från riktigt bra till bättre genom att påverka så lite som möjligt. Vårt fokus under 2019 kommer ligga på att minska spill på olika sätt, säger Kjell Petersson.

Under 2017 startade Returpack upp arbetet med att återvinna korkarna från PET-flaskorna i anläggningen. Nu fortskrider arbetet med korkåtervinningen genom att se till att de maskiner som maler ner korkarna får en ökad livslängd. Samtidigt kommer man också börja filtrera det vatten som används för att tvätta korkarna för att sedan kunna återcirkulera vattnet tillbaka in i vissa delar av systemet.

- Vi ska också bli ännu bättre på att hantera vatten som den värdefulla naturtillgång som det faktiskt är. Det gör vi genom att minska på läckage i andra delar av processen, som när vi separerar tyngre och lättare material från varandra samt i processen där korkarna mals ner. Vi kommer även fokusera på utgående spillvatten, säger Kjell Petersson.

Ytterligare en åtgärd som planeras under året är att kartlägga det brännbara restavfallet och med hjälp av den kartläggningen se till att minska mängden avfall.

- I och med att korkmaterial började sorteras fram så minskade vi vårt brännbara avfall rejält, någonting vi vill fortsätta att fokusera på, avslutar Kjell Petersson. ■

- Vi vill gå från riktigt bra till bättre genom att påverka så lite som möjligt. Vårt fokus under 2019 kommer ligga på att minska spill på olika sätt.

KJELL PETERSSON • FABRIKSCHEF



> ÅTERVUNNET MATERIAL

	2015	2016	2017	2018
ALUMINIUM	15 308 TON	16 361 TON	16 740 TON	18 356 TON
KLAR PET	16 917 TON	16 655 TON	16 515 TON	17 822 TON
FÄRGAD PET	3 252 TON	3 990 TON	3 767 TON	4 539 TON
KORKMATERIAL	-	-	-	1 354 TON

MINSKAD KLIMATPÅVERKAN

Den globala uppvärmningen beror på växthusgasutsläpp som huvudsakligen orsakas av mänsklig aktivitet, till exempel förbränning av fossila bränslen, transporter, jordbruk och skogs-skövling. Vi arbetar fokuserat med att minska vår direkta påverkan men också den indirekta miljöpåverkan, där vi ställer krav på och samarbetar med övriga aktörer i vår värdekedja.

En viktig del i vårt arbete inriktar sig på att effektivisera och hållbarhetsssäkra vår pantlogistik. Vi krävställer fordon, motorer och bränslen där samtliga transporter ska köras på förnybara bränslen. De transporter som vi själva kontrollerar och upphandlar körs på HVO eller biogas.

All el som används på Returpack kommer redan idag från förnybara energikällor och att minimera energiförbrukning samt öka energieffektiviseringen är fortsatt ett mål.

Returpack klimatkompenserar för de växthusgasutsläpp som redovisas i klimatberäkningen. Beräkningen av vår klimatpåverkan omfattar både de indirekta och direkta verksamhetsrelaterade utsläpp i de tre scopen. Den största klimatpåverkan ligger fortsatt i Scope 3, dvs. övriga indirekta utsläpp och är i huvudsak relaterade till företagets transporter. Den största ökningen av växthusgasutsläpp kan ses i scope 2 och har att göra med den ökade insamlingen via Returpacks egna pantautomater Pantamera Express. Under 2018 har Pantamera Express ökat med sju automater och dessutom har insamlingen fördubblats via dem dvs. mer än 20 miljoner fler förpackningar har pantats via en Pantamera Express.

Klimatkompensation GENOM SOLVATTEN

Klimatkompensation innebär att den mängd utsläpp av växthusgaser som företaget inte lyckats reducera genom olika åtgärder, kompenseras genom köp av olika utsläppsandelar i certifierade och tredjepartsgranskade projekt. Returpack har valt att gå in i projektet med Solvatten.

Baserat på den klimatpåverkan våra utsläpp genererade under 2017 investerade Returpack under 2018 i totalt 1 262 Solvatten-behållare som skeppades till Kenya och möjliggör att lika många familjer kommer att få rent, varmt och hygieniskt dricksvatten varje

dag. En Solvatten-behållare rymmer tio liter vatten och enbart med hjälp av solen renar den upp till 30 liter vatten per dag. Den kan användas i minst sju år och ger under den tiden cirka 60 000 liter rent vatten. Vattnet i Solvatten kan uppnå cirka 75 grader, vilket innebär att energibehovet för att koka och hetta upp vatten minskar, inga fossila bränslen som kol behövs och träden i närområdet får stå kvar och fortsätta göra nytta på flera sätt. Solen desinficerar vattnet, inga batterier, filter eller kemiska tillsatser behövs – bara sol.



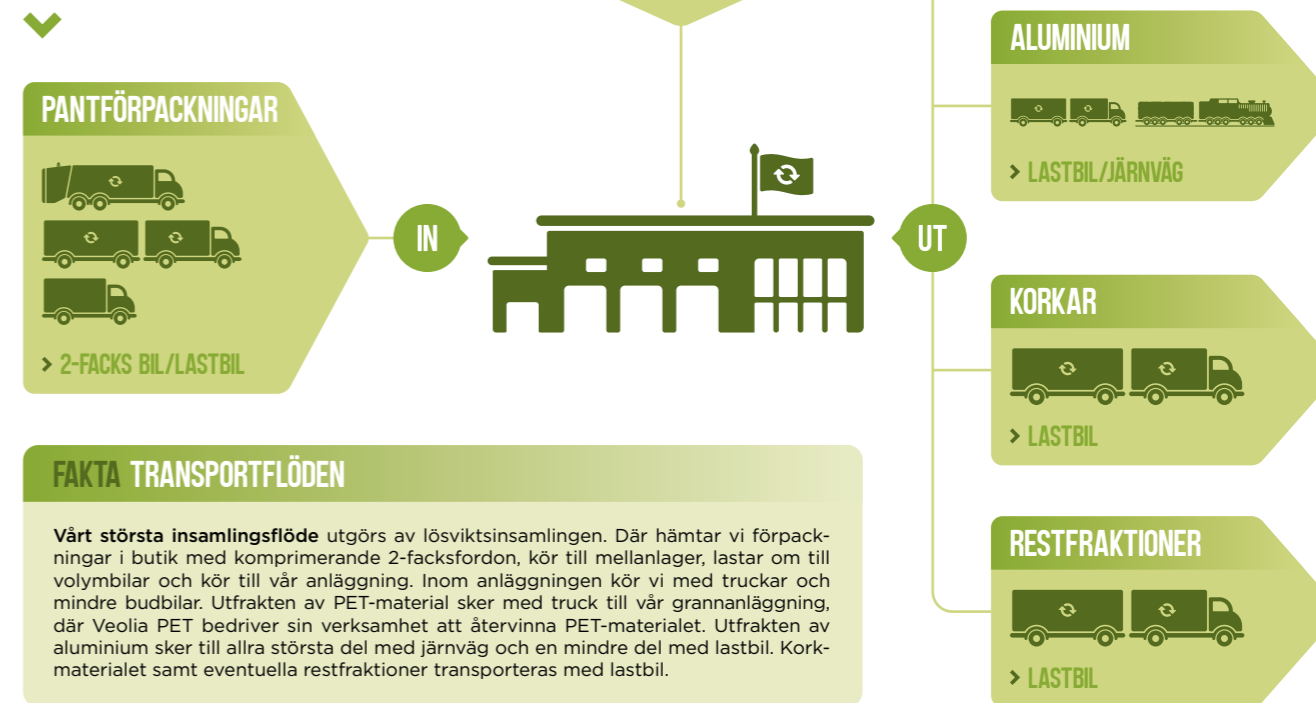
FOSSILFRIA TRANSPORTER TILL 2025



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. Det innebär att vi arbetar fokuserat på att minimera klimatavtrycket från våra transporter. I nuläget är 90 procent av våra transportkilometrar fossilfria och vårt mål är att halvera resterande 10 procent under 2019.

I nuläget är 90% av våra transportkilometrar fossilfria och vårt mål är att halvera resterande 10% under 2019.

RETURPACKS TRANSPORTFLÖDEN



VÅRA TRANSPORTER GER SMARTA LÖSNINGAR



EFFEKTIV PANTMOTTAGNING I FABRIKEN

Våra regelbundna leveranser av pant till fabriken gör att vi under stora delar av året kan gå från två skift till ett förlängt dagskift, vilket har minskat antalet driftstimmar - trots att pantmängden ökar.



HÅLLBARA FÖRHÅLLANDEN FÖR FÖRARNNA

I alla våra transportavtal har vi ställt krav på kollektivavtal och därmed förarnas löner, arbetsmiljö och trafiksäkerhet.



GODA MÖJLIGHETER TILL ÅTERLAST

Våra tydligt schemalagda ruttor för volymbilarna ger goda möjligheter för transportören att planera upphämtningar hos andra kunder i samband med pantavlämningen.



TÅGTRANSPORT AV UTFRAKTEN

Det aluminium vi säljer fraktas med tåg till Tyskland och Frankrike där burkarna blir till ny burkplåt. För att minimera antalet transporter ser vi till att optimera balstorlekarna utifrån tågvagrens utformning. Mindre balar på toppen gör att vi kan fylla vagnen ända upp.

FAKTA LÖSVIKTSFLÖDEN 2018

14 305

ST RUTTER GENOMFÖRDES



339 581
MIL KÖRDES

DET VILL SÄGA NÄSTAN

85 VARV
RUNT JORDEN

21 INSAMLINGSOMRÅDEN

26
MELLAN-
LAGER

17
TRANSPORT-
LEVERANTÖRER

49
TVÅFACKS-
BILAR

1 455 444
ST KÄRL HANTERADES PÅ
286 922
HÄMTNINGAR

CO₂ FJÄRRBILAR (VOLYMBILAR & SÄCK/KARTONG)

MÅL > -60% MOT BAS 2015
UTFALL > -70%

CO₂ KOMPRIMATORBILAR

MÅL > -80% MOT BAS 2015
UTFALL > -89%

ELFÖRBRUKNING RETURPACKS ANLÄGGNING



Totalt förbrukades 1 469 836 kWh el i anläggningen under 2018, en ökning med 16,5 procent från året innan. Ökningen beror till allra största delen på den enorma volymökningen av pantförpackningar som kom in till anläggningen under året, men också på att vår korkanläggning nu är uppe i full drift. Den ombyggnation som genomfördes i anläggningen för att öka produktkvaliteten ytterligare stod också för en del av den ökade elförbrukningen.

TOTAL
ELFÖRBRUKNING
KWH

2015	>	1 446 630
2016	>	1 287 939
2017	>	1 262 127
2018	>	1 469 836*

ELFÖRBRUKNING
/FÖRPACKNING
W/FRP

2015	>	0,86
2016	>	0,73
2017	>	0,69
2018	>	0,72*

ANTAL
FÖRPACKNINGAR
MILJARDER FRP

2015	>	1,69
2016	>	1,77
2017	>	1,86
2018	>	2,05

*Från och med 2018 redovisar vi elförbrukningen inklusive korkanläggningen.

KLIMAT- BERÄKNINGAR

Vi beräknar vår klimatpåverkan från vår verksamhet med stöd av den internationella standarden Greenhouse Gas Protocol (GHG-protocol), där utsläppen kategoriseras i tre scope. Att använda sig av en etablerad metod och standard säkerställer beräkningarnas relevans, att de är jämförbara, men framförallt att de är transparenta. Det innebär dessutom att vi följer FN:s klimatpanels (IPPC) riktlinjer och inkluderar de växthusgaser som Paris-avtalet har identifierat. Dessa redovisas som koldioxidekvivalenter CO₂e. I tabellen nedan ses fördelningen mellan scopen.

UTSLÄPP PER SCOPE	> 2017 (TON CO ₂ e)	> 2018 (TON CO ₂ e)
SCOPE 1	> 1	> 2
SCOPE 2	> 330	> 527
SCOPE 3	> 931	> 902
TOTALA UTSLÄPP	> 1 262	> 1 431

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 förtydliga kopplingen 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 ge oss bra underlag för uppföljning och förbättringsarbete.

UTSLÄPP PER KATEGORIER	> 2017 (TON CO ₂ e)	> 2018 (TON CO ₂ e)
TRANSPORTER	> 917	> 878
ANLÄGGNINGEN	> 330	> 527
AFFÄRSRESOR	> 15	> 26
TOTALA UTSLÄPP	> 1 262	> 1 431

> Referensår för våra klimatberäkningar är 2017.



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.



KUNDER

På Returpack delar vi in våra kunder i fyra olika kategorier; pantare, pantmottagare, producent & importör samt materialköpare.



PANTARE

Alla de som pantar sina burkar och flaskor.



PANTMOTTAGARE

Pantmottagare är butiker som tar emot pant via pantautomater, men också restauranger, caféer, skid-anläggningar, återvinningscentraler, festivaler, campingar och föreningar som samlar in pant.



PRODUCENT & IMPORTÖR

De som sätter förpackningarna på marknaden, till exempel bryggerier och grossister.



MATERIALKÖPARE

Materialköparna tar vid i återvinningskedjan efter oss och tillverkar ny råvara.

NÖJDA STORPANTARKUNDER

Under 2018 gjorde vi en mätning av pantarnas inställning till vår storpantautomat Pantamera Express. Undersökningen gjorde dels nedslag i Norrköping och Linköping där Pantamera Express-automater funnits under ett antal år, dels generellt i Sverige. Vid årskiftet fanns det 32 Pantamera Express på återvinningscentraler runt om i Sverige. Undersökningen visar att Norrköpings- och Linköpingsborna har god kännedom om sina Pantamera Express-automater och att omkring hälften av de som känner till dem också har använt dem. Nästan samtliga av användarna uppger även att det är väldigt nöjda med storpantautomaterna. Glädjande är även att så många som drygt en fjärdedel av Sveriges befolkning känner till Pantamera Express-automaterna, trots att de kanske inte har en i sin egen hemkommun.



1/4 AV SVERIGES BEFOLKNING KÄNNER TILL PANTAMERA EXPRESS-AUTOMATERNA



Bra relationer MED BUTIKERNA STÄRKER PANTSYSTEMET

Majoriteten av alla burkar och flaskor som återvinns genom pantsystemet samlas in i livsmedelsbutikernas pantutrymmen. Det gör butikerna till en av de viktigaste aktörerna i insamlingsflödet och även till en viktig kommunikationskanal för att nå konsumenterna.

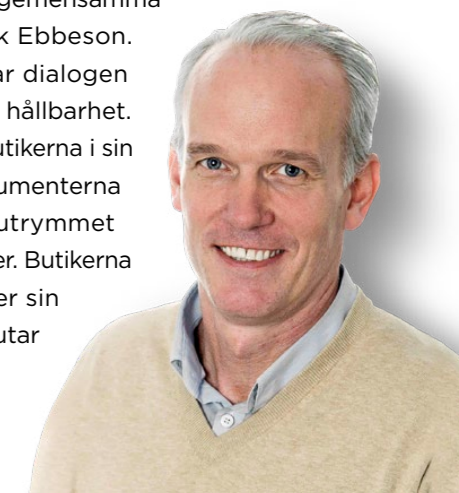
Idag har i princip alla livsmedelsbutiker i Sverige ett pantutrymme, från stormarknaden och butikerna i city till säsongsbutiken och lanthandeln. Det innebär en väldigt hög tillgänglighet och en mycket bra möjlighet för konsumenter att kunna panta sina burkar och flaskor. Pantutrymmen finns på många platser och de är dessutom på platser där de flesta rör sig i sin vardag. För att underhålla och upprätthålla den goda relation Returpack har med butikerna och med alla andra kunder genomförs kontinuerliga kundundersökningar, som sedan mynnar ut i ett nöjd kund-index.

- De genomför vi vartannat år och i den senaste mätningen från 2017 fick vi bra värden. Det är viktigt för hela systemet eftersom det är tillsammans med producenterna och butikerna som vi skapar ett världsledande retursystem, säger Erik Ebbeson, kundchef hos Returpack.

Dialog om hållbarhet

Returpack arbetar ständigt och på flera sätt för att ytterligare stärka relationen och förbättra dialogen med butikerna.

- Vi lyssnar för att förstå vad de behöver från oss, och för att förstärka känslan av att de är en mycket viktig länk i att skapa vårt gemensamma pantsystem, förklarar Erik Ebbeson. Under det gångna året har dialogen fokuserat extra mycket på hållbarhet. - Vi hjälper och stöttar butikerna i sin kommunikation med konsumenterna både i butiken och i pantutrymmet men också på sociala medier. Butikerna är, och ska vara, stolta över sin insats i pantsystemet, avslutar Erik Ebbeson. ■



FAKTA

Den senaste kundundersökningen för butikskunder genomfördes under 2017. I den uppger nästan nio av tio butiker att de är nöjda eller mycket nöjda med Returpacks tillförlitlighet vid hämtning av pant. Andelen som är mycket nöjda har ökat från 48 procent (2016) till 60 procent (2017). 63 procent av butikerna känner sig delaktiga i att skapa ett hållbart pantsystem. Nästa mätning av butikskundernas nöjdhet genomförs under 2019.



Test i panthörnan DIGITALA SKÄRMAR

Under 2018 genomfördes ett pilottest av digitala skärmar som en ny kommunikationskanal i butikens panthörna. En undersökning bland butikernas pantare har genomförts vid två tillfällen, en gång innan skärmarna installerades och en gång efter. Resultatet pekar på att konsumenterna är mer positiva till pantutrymmet efter att skärmen installerats. Det är också fler som har uppfattat informationen som kommunicerats i panthörnan.

– Resultatet gör att vi kommer att fortsätta utveckla den här kommunikationskanalen och samtidigt jobba för att fler ska kunna nyttja möjligheterna med den, säger Lil Berger, marknadsförare och ansvarig för satsningen.

Föreningskonceptet

VÅRT SÄTT ATT STÖTTA SVENSKT FÖRENINGSLIV

Alla ideella föreningar kan kostnadsfritt anmäla sig till vårt föreningskoncept och tjäna pengar på pant. Föreningskunder lämnar in hela säckar på något av våra inlämningsställen och får en schablonersättning på 200 kr per säck. Föreningskunder får dessutom ersättning för skadade och importerade burkar – det är vårt sätt att stötta föreningslivet i Sverige.

Alla föreningar som är aktiva inom vårt föreningskoncept är automatiskt även med i Föreningskampen.



FLER PRODUKTER ANSLUTS TILL PANTSYSTEMET

De producenter och importörer som är anslutna till vårt svenska pantsystem ser till att deras förpackningar uppfyller en rad hårda krav för att återvinningen ska bli optimal. För det första måste burkarna och flaskorna passa storleksmässigt i pantautomaterna samtidigt som streckkoderna ska vara lätta att avläsa för maskinerna. När de väl samlats in och transporterats till Returpacks anläggning ska de kunna sorteras i rena fraktioner för att kunna materialåtervinnas fullt ut.

Vid årsskiftet 2018/2019 var 256 företag anslutna som producenter i det svenska pantsystemet, vilket innebär en ökning med 25 nya företag under det senaste året.

– Det är oerhört glädjande att se så många nya producenter i pantsystemet och att de tycker att det viktigt att deras produkter är helt återvinningsbara. Det visar att återvinning och hållbarhet kommer högre och högre upp på agendan, säger Sara Bergendorff,

producent- och importörsansvarig på Returpack.

När ett nytt företag ansluts till systemet tas de väl om hand. På Returpacks webb kan de sedan utföra sina ärenden, som att registrera sina produkter.

– Vi arbetar aktivt med att underlätta och förenkla för våra producenter och importörer. Under senaste tiden har vi fokuserat på att ta fram bra och lättillgänglig information, till exempel genom kortare animerade filmer som förklarar det viktigaste som producenter och importörer behöver veta, fortsätter Sara Bergendorff.



FRIVILLIG ANSLUTNING

Pant på
SAFT OCH
JUICE

2018 öppnades pantsystemet upp för frivillig anslutning av juiceförpackningar.

– Sedan 2015 har saftproducenter kunnat ansluta sina produkter, och det är ett viktigt steg att nu även juiceprodukter kan inkluderas i pantsystemet, säger Sara Bergendorff.

Under den första månaden 2018 anslöts hela 15 nya produkter till systemet. Vid årsskiftet hade 80 nya produkter anslutits.

– Under våren arbetade vi mycket med information riktad mot producenter, för att de skulle känna till den nya möjligheten att ansluta juicer på frivillig basis. Bland annat gick vi ut via fackpress och deltog på branschmässor, säger Sara Bergendorff.

Under andra halvan av året riktades kommunikationen om till konsumenterna för att göra allmänheten uppmärksamma på att juiceprodukter nu kan gå att panta.

– Vi är så nöjda med det gensvar vi har fått! Vi hade som mål att nå 30 procent återvinning av juiceprodukterna under första året, och vi nådde ända upp till 49 procent. Vi tror att inom närmsta åren kommer juiceprodukterna att nå samma återvinningsnivåer som övriga produkter i PET avslutar Sara Bergendorff.

Vi är så nöjda med det gensvar vi har fått! Vi hade som mål att nå 30 procent återvinning av juiceprodukterna under första året, och vi nådde ända upp till 49 procent.

SARA BERGENDORFF
PRODUCENT- & IMPORTÖRSANSVARIG

SAFT: ANTAL SÅLDA, ST

2015	>	46 708
2016	>	10 365 405
2017	>	15 148 967
2018	>	18 995 694

SAFT: ANTAL ÅTERVUNNA, ST

2015	>	5 005
2016	>	3 015 317
2017	>	9 091 413
2018	>	12 378 589

SAFT: ÅTERVINNINGSGRAD

2015	>	10,7%
2016	>	29,1%
2017	>	60,0%
2018	>	65,0%

JUICE: ANTAL SÅLDA, ST

2018	>	8 798 428
------	---	-----------

JUICE: ANTAL ÅTERVUNNA, ST

2018	>	4 309 685
------	---	-----------

JUICE: ÅTERVINNINGSGRAD

2018	>	49,0%
------	---	-------



MATERIALKÖPARE MÖJLIGGÖR ÅTERVINNING

Den cirkulära tanken är viktig för oss när vi väljer vem vi säljer vårt material till. 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.

VÅRA MATERIALKÖPARE:

Constellium, Novelis och Veolia PET

Returpacks LEVERANTÖRER

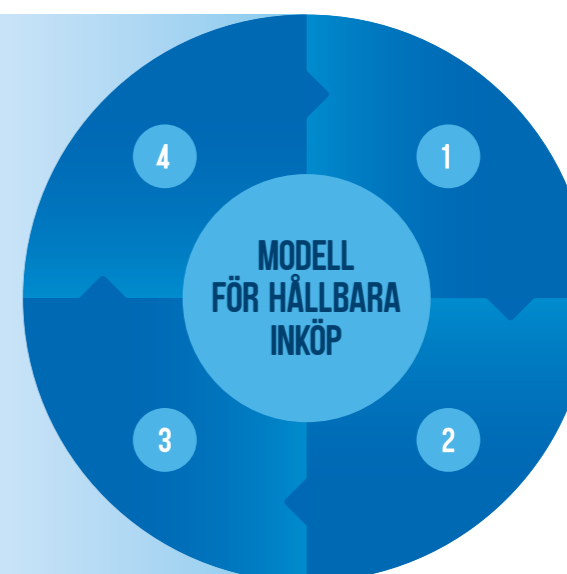
Returpack är beroende av en rad olika leverantörer för att få pantsystemet att fungera. Leverantörerna är på så sätt en förlängning av vår egen verksamhet vilket innebär att hållbara och kostnadseffektiva leverantörskedjor är en förutsättning för att vi gemensamt ska bidra till en hållbar utveckling.

Våra inköp

Returpack har omkring 710 aktiva leverantörer och köpte under 2018 in varor och tjänster för drygt 306 miljoner kronor, varav inköp av transport- och logistiktjänster står för 58 procent. Andra större inköpsområden utgörs av information och marknadsföring (16 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 infördes ett nytt ramverk som handlar om organisation, metoder och processer för vårt inköpsarbete och detta arbete har fortsatt under 2018. Ett systematiskt inköpsarbete ger möjlighet till att ställa krav på leverantörer och entreprenörer för att bland annat minimera risken för korruption och brott mot mänskliga rättigheter men också minska deras miljöpåverkan. 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

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 pågår och kommer att fortsätta under 2019. Framför allt återstår arbete med att införliva befintliga leverantörer i modellen. För att intensifiera arbetet med implementeringen kommer inköpsfunktionen att förstärkas med en inköpsansvarig och utökat systemstöd under 2019. Vi behöver också arbeta vidare med att etablera mål och nyckeltal samt metoder för att kunna följa upp vår leverantörskedja.



MEDARBETARE

VI SKA VARA EN ATTRAKTIV, INKLUDERANDE OCH SÄKER ARBETSPLATS MED ETT LEDAR- OCH MEDARBETARSKAP SOM ENGAGERAR OCH GER FÖRUTSÄTTNINGAR ATT UTVECKLAS. EN HÄLSOSAM LIVSSTIL OCH FOKUS PÅ SÄKERHET ÄR EN SJÄLVKLAR DEL AV FÖRETAGSKULTUREN.

Varje dag möter medarbetarna våra kunder, leverantörer och varandra. Vi tror att det mötet blir allra bäst när medarbetarna 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 medarbetarna ska trivas på jobbet, och få bra möjligheter att utvecklas, och utveckla, Returpacks verksamhet.



EN ARBETSMILJÖ SOM ENGAGERAR

Returpack vill vara en attraktiv arbetsplats med ett bra ledarskap samt engagerade och nytänkande medarbetare som känner delaktighet och motivation. En arbetsplats med goda och trygga arbetsförhållanden, där medarbetarna utvecklas och där alla har lika värde och visar varandra respekt.

Viskapardelaktighet genom att regelbundet, (med hjälp av medarbetarundersökningar) och vid behov (pulsmätningar) ställa frågor om vad medarbetarna tycker fungerar bra, och vad som kan göras annorlunda eller förbättras. Undersökningar och aktivt deltagande vid personalmöten och

verksamhetsplanering är viktiga verktyg för att säkerställa ständiga förbättringar inom arbetsmiljö, ledar- och medarbetarskap.

> Nästa medarbetarundersökning är planerad till våren 2019.

MEDARBETARE I SIFFROR

70 ST
TOTALT ANTAL ANSTÄLLDA

80/20%
TJÄNSTEMÄN (56 ST) /KOLLEKTIV-ANSTÄLLDA (14 ST)

4,1%
SJUKFRÅNVARO TOTAL

44 ÅR
MEDELÅLDER

51/49%
MÄN (36 ST) /KVINNOR (34 ST)

SJUKFRÅNVARO

	2015	2016	2017	2018
Sjukfrånvaro total, %	2,6	3,1	3,9	4,1
Män	1,7	2,1	3,1	2,1
Kvinnor	3,8	4,3	4,6	6,2
Sjukfrånvaro korttid, %	1,5	1,7	1,6	1,8
Män	1,6	1,7	1,8	1,9
Kvinnor	1,5	1,8	1,3	1,6

OLYCKOR & TILLBUD

	2015	2016	2017	2018
Arbetsplatsolyckor	3	2	0	5
Tillbud	40	46	104	105

Varav en av arbetsplatsolyckorna medförde frånvaro. Inga dödsolyckor.



EN SÄKER, TRYGG & FRISK ARBETSPLOTT

Returpack har ett proaktivt och förebyggande arbetsmiljöarbete med stort fokus på medarbetarnas hälsa och välbefinnande. Vårt arbetsmiljöarbete omfattar all verksamhet och medarbetarens totala arbetssituation där både fysiska, psykiska och sociala aspekter beaktas. Vi arbetar systematiskt med att minimera riskerna för arbetsskador, olycksfall och tillbud. Vi arbetar också för en arbetsmiljö som är fri från särbehandling och diskriminering.



Säker arbetsmiljö genom FÖREBYGGANDE ARBETE

Det systematiska arbetsmiljöarbetet baseras på Arbetsmiljöverkets föreskrifter och sker i nära samarbete med våra arbetstagarrepresentanter.

Risker och brister i arbetsmiljön kartläggs, åtgärdas och följs upp på högsta ledningsnivå. Skyddsronder genomförs elva gånger per år i fabriken, en gång per år på kontoret och två gånger per år på vår pantmottagning i Kungens Kurva i Stockholm. Vi har tre arbetsmiljöombud som företräder medarbetarna i arbetsmiljöfrågor. Skyddskommittén träffas minst en gång varje kvartal för att samråda om arbetsmiljön samt följa upp mål och handlingsplaner. Resultat från varje arbetsmiljökommittémöte 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 riskobservationer och tillbud,

dvs. nästan-olyckor eller oönskade händelser. Under året implementerades ett nytt incidentrapporterings-system och vi kan se en svag minskning av antalet riskobservationer och tillbud.

Under året har en rad arbetsmiljöförbättrande åtgärder genomförts i produktionen i form av ombyggnation med förbättrad produktionsutrustning.

Under året inträffade fem arbetsplatsolyckor, varav en medförde frånvaro, vilket resulterat i att vi ytterligare skärpt vårt säkerhetsarbete. Vid en av årets skyddsronder i fabriken identifierades förhöjd risk för bullerskador i samband med hantering av korkmaskinen. För att minska risken för skador har vi utfört en del ombyggnationer och installerat bullerskydd. Arbetet med att ytterligare reducera riskmomenten och stärka Returpacks säkerhetskultur fortsätter under 2019.

GOD ARBETSMILJÖ GER FRISKA MEDARBETARE

Den totala sjukfrånvaron på Returpack är låg och har så varit under ett antal år. 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. Under 2018 kunde vi se en svag ökning av den totala sjukfrånvaron vilken härrör till långtidssjukfrånvaro med icke arbetsrelaterat ursprung. En rad hälsofrämjande aktiviteter, genom satsningen #orkamera, genomfördes under 2018. Bland annat erbjöds alla medarbetare en frivillig hälsoundersökning, inspirationsföreläsningar samt ett antal gemensamma motionsutmaningar. Resultatet i hälsoundersökningen, forskning på område hälsa och önskemål från medarbetarna ligger nu till grund för det fortsatta hälsoarbetet på Returpack.



En attraktiv ARBETSGIVARE TÄNKER & AGERAR HÅLLBART



Hos Returpack råder en familjär stämning som är oerhört viktig för företaget och alla anställda.

- Vi är måna om att involvera alla anställda i verksamheten. Vi har regelbundna personalmöten för att alla ska kunna hålla sig ajour med vad som händer på företaget och vi involverar alla anställda i verksamhetsplaneringen, förklarar Ulrika Magnusson, HR- & hållbarhetschef på Returpack.

Med gemensamma utvecklingsdagar skapas förutsättningar för att medarbetarna på Returpack utvecklas i samma riktning samtidigt som det skapar möjlighet till nya samarbeten över avdelningsgränser.

Digitalisering och modernisering underlättar vardagen

En viktig del i medarbetarnas vardag är digitaliseringen och moderniseringen av arbetssätt, processer och utrustning. Just nu pågår ett antal projekt och förstudier i syfte att öka automatisering i repetitiva och personberoende arbetsmoment i olika arbetsflöden.

- Under året har vi uppdaterat och förenklat vårt ekonomisystem och just nu tittar vi bland annat på våra logistikflöden, Business Intelligence-lösningar och HR-system, berättar Ulrika Magnusson.

Hälsosatsningar gör att vi orkar mera

För att prestera bra på jobbet, och för att orka med en aktiv fritid, är det viktigt att ta hand om sin hälsa. Returpack arbetar med en rad hälsofrämjande insatser med målet att bibehålla den låga sjukfrånvaron och det höga engagemanget hos medarbetarna.

- Vi försöker hitta olika typer av aktiviteter, som på ett eller annat sätt kan passa alla. Bland annat har vi genomfört en rörelsetävling där avdelningarna har tävlat mot varandra och mot andra företag i Sverige. Det är en inspirerande satsning som hjälper oss att fokusera på rörelse och en hälsosam livsstil, säger Ulrika Magnusson.

En satsning som fallit väl ut är initiativet **#orkamera** tillsammans med ultralöperskan Frida Södermark. Projektet inleddes med en föreläsning av Frida, och sedan fortsatte det med en blogg där de anställda fick vara med och skicka in veckans utmaning. Under året har medarbetarna fått möjlighet att testa olika aktiviteter som mindfulness, yoga och löparskola.

- Vi kommer fortsätta att satsa på vår hälsa även under 2019, eftersom det är mycket uppskattat av våra



PULSMÄTNING

Efter en intensiv sommar

Efter den intensiva sommaren 2018 gjordes en extra pulsmätning som ett komplement till den medarbetarundersökning som genomförs vartannat år. Under sommaren steg pantningen och många ordinarie medarbetare som var på semester ersattes av vikarier samtidigt som en pågående ombyggnad av fabriken förändrade arbetssituationen. Därtill gjorde de höga temperaturerna att arbetsmiljön blev tuffare.

- Sommarens rekordstora pantmängder påverkade såklart arbetsförhållandena, men vår pulsmätning visar att Returpack som arbetsgivare fortfarande har stort förtroende hos våra medarbetare, avslutar Ulrika Magnusson.

medarbetare. Vi är övertygade om att det resulterar i att vi alla mår så mycket bättre och orkar så mycket mer, säger Ulrika Magnusson.

Kultur som håller medarbetarna säkra

I en verksamhet som Returpacks är säkerhet oerhört viktigt. Företaget arbetar kontinuerligt med säkerheten i hela verksamheten och informerar regelbundet kring säkerhet på personalmöten.

- Vi har genomarbetade rutiner för regelbunden identifiering av risker och rapportering av olika typer av incidenter som vi hela tiden ser över och uppdaterar. Som en del i arbetet att ständigt förbättra oss själva gör vi även studiebesök på andra företag för att se hur man jobbar där, berättar Ulrika Magnusson.

Under 2019 satsar Returpack extra på säkerhetskulturen. En kartläggning av nuläget ska genomföras och sedan mynna ut i olika insatser och utbildningar.

” Sommarens rekordstora pantmängder påverkade såklart arbetsförhållandena, men vår pulsmätning visar att Returpack som arbetsgivare fortfarande har stort förtroende hos våra medarbetare.

ULRIKA MAGNUSSON
HR- & HÅLLBARHETSCHIEF

EN JÄMSTÄLLD ARBETSPLATS

Returpacks ambition är att vara en förebild vad gäller att främja lika rättigheter och möjligheter i arbetslivet. Vi har en målsättning på en könsfördelning inom spannet 40-60 procent på alla nivåer över tid. Den totala könsfördelningen vid utgången av 2018 är jämn, 51 procent män och 49 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 71 procent av medarbetarna är män. Vid årets slut bestod ledningsgruppen av tre 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.

Under 2018 har ett par företagsövergripande utvecklingsinsatser med fokus på att öka företagets medvetenhet inom hållbarhet genomförts. Vårens tema, social hållbarhet, fokuserade på hälsa och välbefinnande och höstens utvecklingsdag gav våra medarbetare en fördjupad kunskap i företagets arbete i förhållande till de globala målen. Alla nyanställda har genomgått grundläggande utbildning i miljö och antikorrupcion.

INTRODUKTION AV NYA MEDARBETARE

Under 2018 har vi förstärkt organisationen med ytterligare kompetens inom miljö/hållbarhet, business intelligence och information/kommunikation. Alla nya medarbetare på Returpack 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 välkomnade 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 återfinns genomgång av företagets vision, övergripande mål och värderingar, intern uppförandekod, policyer, regler och rutiner. Miljöledningssystemet introduceras och den nya medarbetaren genomgår en miljö- och hållbarhetsutbildning. Utbildningen repeteras minst vart tredje år för samtliga medarbetare.

AFFÄRSETIK OCH ANTIKORRUPTION

Returpack kan aldrig acceptera korrupcion eller annan form av oetiskt agerande. Att arbeta med antikorrupcion 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.

Vi har en intern uppförandekod och en policy mot otillåten påverkan. Dessutom har vi etablerat ett förebyggande arbete bestående av kontinuerliga riskbedömningar och utbildningsinsatser. Alla nyanställda medarbetare får en genomgång av uppförandekoden och utbildas i hur vi motverkar mutor och otillåtna förmåner.

› Under 2018 har inga diskrimineringsfall eller korrupcionsincidenter rapporterats.



SAMHÄLLE

VI SKA AKTIVT BIDRA TILL EN HÅLLBAR SAMHÄLLSUTVECKLING I OCH UTÖVER VÅRT UPPDRAG.

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 annat på vårt arbete riktat mot barn och unga samt vårt engagemang i svenskt föreningsliv.



TOTALT ANTAL ANSTÄLLDA	2015		2016		2017		2018	
	ANSTÄLLDA (ST)	ANDEL KVINNOR	ANSTÄLLDA (ST)	ANDEL KVINNOR	ANSTÄLLDA (ST)	ANDEL KVINNOR	ANSTÄLLDA (ST)	ANDEL KVINNOR
Antal tillsvidareanställda	59	44%	64	45%	63	46%	68	49%
› Varav heltid	58	43%	64	45%	63	46%	68	49%
› Varav deltid	1	100%	0	0%	0	0%	0	0%
Antal visstidsanställda	0	0	0	0	2	50%	2	50%
Totalt antal anställda	59	44%	64	45%	65	46%	70	49%



BARN & UNGA

Arbetet med hållbar utveckling börjar med barn och unga varför vi väljer att rikta flera av våra samhällsengagemang mot den målgruppen.

Under många år har vi jobbat med att utbilda barn och unga i återvinnings- och miljöfrågor genom vår skolaktivitet Pantresan. Vi stöttar också 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 2018 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

I vår sponsringspolicy har vi tydliggjort hur vi ser på sponsring. För oss är det avgörande att engagemanget ska innehålla socialt ansvar och miljövinster, och tydligt vara kopplat till pantinsamling och/eller kunskapsinhämtning. Vårt sponsrings-samarbete med Svensk Innebandy syftar till att påverka attityder och beteenden 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 policyer. 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. Genom våra samarbeten med campingplatser och skid-anläggningar väljer besökarna att skänka sina pantförpackningar till olika välgörenhetsorganisationer. Tillsammans med organisationen Friends har vi lanserat #pantamotmobbing – en kampanj där varje pantad krona går till arbetet mot mobbing i våra skolor.



Samarbeten MED STUDENTER

Våra samarbeten med studenter kan handla om att erbjuda möjlighet 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. Vår LCA-studie, som togs fram under 2018, genomfördes av masters-studenter vid Linköpings universitet.

Huvudsponsor till SVENSK INNEBANDY

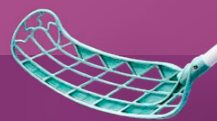
Sedan 2015 är Returpack en av huvudsponsorerna till Svensk Innebandy och i början av 2018 förlängdes samarbetet i ytterligare tre år.

Samarbetet är en viktig del i Pantameras långsiktiga satsning på barn och ungdomar, en av våra viktigaste målgrupper. En undersökning som genomfördes av Upplevelseinstitutet under 2017 visar att 31 procent av innebandyspelare 15-29 år uppger att de pantar mer nu än de gjort tidigare. Detta kan jämföras med SIFO:s siffror för Sverigesnittet för personer 15-29 år där motsvarande siffra ligger på 15 procent.

Antalet innebandyföreningar som ansluter sig till vårt föreningskoncept växer stadigt. Över 200 innebandyföreningar och lag runt om i landet har nu anslutit sig, och gör på så vis en insats för miljön samtidigt som de drar in en extra slant till klubbkassan. Under 2018 har Sveriges innebandyföreningar samlat in 878 300 burkar och flaskor.

PRIS FÖR FAIR PLAY

Ett ytterligare exempel på en aktivitet vi arbetar vidare med är vårt Fair Play-pris som vi instiftat för att främja god laganda, rent spel och ett schysst innebandy klimat.



SVERIGES INNEBANDYFÖRENINGAR

HAR UNDER
2018 SAMLAT IN:

878 300

BURKAR OCH
FLASKOR



PANTRESAN

Fortsätter att utbilda barn och unga

Pantresan är ett kombinerat utbildningspaket och tävling som riktar sig till barn från förskoleklass till årskurs sex, har pågått i landets skolor i över 10 år.

Syftet är att förmedla kunskap och inspiration kring miljö, energi, återvinning och pantning. Den visar på ett enkelt sätt hur ett cirkulärt system fungerar.

– Pantresan är en av våra viktigaste satsningar för att väcka barns intresse och öka kunskapen kring miljö- och klimatfrågor. Det är de unga som är vår framtid. Om vi kan bidra till att få dem engagerade i hållbarhetsfrågor är mycket vunnet. Ofta är det barnen som uppmanar de vuxna att göra hållbara val, säger Katarina Lundell, marknads- och kommunikationschef.



YTTERLIGARE FAKTA
PANTRESAN 2018



DELTAGANDE KLASSER 2018:
863 SKOLKLASSER



DELTAGARE SEDAN STARTEN:
ÖVER 100 000 ELEVER

ÖVERSIKT INTRESSENTDIALOG

INTRESSENTGRUPP	KANALER FÖR DIALOG	FRÅGOR SOM LYFTS VID DIALOG	VÅR RESPONS
Myndigheter	<ul style="list-style-type: none"> Löpande dialog vid behov Årliga avstämningsmöten 	<ul style="list-style-type: none"> Återvinningsgrad Pantsystemets utveckling Myndighetens uppföljning och kontroll Remisser och lagstiftning 	Läs mer om ökad återvinning, sid 19 , och om frivillig anslutning, sid 37 .
Ägare	<ul style="list-style-type: none"> Löpande dialog Styrelse- och strategimöten 	<ul style="list-style-type: none"> Återvinningsgrad Ekonomisk stabilitet Pantsystemets utveckling 	Läs mer om ökad återvinning, sid 19 , och om frivillig anslutning, sid 37 .
Pantare Kundgrupp	<ul style="list-style-type: none"> Kundtjänst Sociala medier Hemsida Konsumentundersökning minst vartannat år Kundundersökning (2018: Pantamera Express-kunder) 	<ul style="list-style-type: none"> Vilka förpackningar som ingår i pantsystemet Tillgänglighet till pantautomater och hygien Utbetalningslösningar Pantbelopp 	Läs mer om samarbetet med kunder, sid 34 .
Producent och importör Kundgrupp	<ul style="list-style-type: none"> Kundtjänst och kundansvariga Hemsida Webbportal - producentwebb Kundundersökning (2016: nöjd kund) Besök och möten 	<ul style="list-style-type: none"> Förpackningskrav Avtalsvillkor Materialutveckling Återvinningsgrad Utvidgning av pantsystemet 	Läs mer om produktkvalitet, sid 24 och 26 , och om frivillig anslutning, sid 37 .
Pantmottagare Kundgrupp	<ul style="list-style-type: none"> Kundtjänst Hemsida Webbportal - kundwebb Besök och möten Kundtidning Kundundersökning vartannat år (2017: nöjd kund) Andra kundundersökningar 	<ul style="list-style-type: none"> Utbetalning av pant och hanteringsersättning Lastbärare och hämtningar Skräp/kvalitet vid insamling 	Läs mer om samarbetet med kunder, sid 34 .
Materialköpare Kundgrupp	<ul style="list-style-type: none"> Löpande dialog Avstämningsmöten 	<ul style="list-style-type: none"> Produktkvalitet Förpackningsmaterial Hållbara logistiklösningar Closed loop för burk och flaska 	Läs mer om produktkvalitet, sid 24-26 , och om våra utfrakter, sid 30 .
Medarbetare	<ul style="list-style-type: none"> Daglig avstämning och interaktion Möten och konferenser Årligt utvecklingssamtal Medarbetarundersökning vartannat år (2017) Pulsmätningar 	<ul style="list-style-type: none"> Arbetsmiljö Samarbetet inom organisationen Kompetensutveckling God affärsetik 	Läs mer om vårt aktiva arbete för en trivsamt arbetsplats i avsnittet Medarbetare, sid 41 .
Leverantörer (transportörer)	<ul style="list-style-type: none"> Daglig kontakt via Returpacks transportledning Årliga uppföljningsmöten 	<ul style="list-style-type: none"> Insamlingseffektivitet Kundbemötande Drivmedel 	Läs mer om våra transporter, sid 29 , och arbetet med hållbara inköp, sid 39 .
Leverantörer (pantautomater)	<ul style="list-style-type: none"> Löpande dialog Avstämningsmöten 	<ul style="list-style-type: none"> Teknikutveckling Nya förpackningar Utbetalningslösningar Stöldminimering 	Läs mer om vårt arbete med design för återvinning, sid 37 , och arbetet med hållbara inköp, sid 39 .

RISKANALYS

UTIFRÅN VÅRA FEM RISKKATEGORIER OCH VÅRA VÄSENTLIGA FRÅGOR

OMRÅDE	RISK	HANTERING/(ÅTGÄRD)	RISKNIVÅ	AFFÄRSMÖJLIGHET
Miljö (affärsrelaterad)	Minskat förtroende/relevans för pantsystemet 1. Minskad pantning beroende på att kund/konsument inte uppfattar pantsystemet som ett hållbart, tillgängligt system. Ändrade konsumtionsvanor. 2. Politiker/myndigheter uppfattar inte pantsystemet som ett hållbart, tillgängligt system. 3. Dåligt fungerande insamling och bristfällig service till pantmottagare	<ul style="list-style-type: none"> Kundundersökningar Aktiviteter enligt marknadsplan Aktiviteter enligt hållbarhetsplan (säkra materialåtervinning, verka för hållbara transporter, transparent verksamhet) Dialog med beslutsfattare och opinionsbildare Utvidgning av pantsystemet på frivillig basis Aktiviteter för ökad återvinning Utveckling av alternativa insamlingskanaler Intern transportledning, leverantörsavtal och avtalsuppföljning Regleringar i butiksavtal 	Mellan	<ul style="list-style-type: none"> Good-will Varumärke Ökat förtroende för företaget, varumärket hos intressenterna. Ökad medvetenhet om pantsystemets hållbarhetsvinster. Ökad kundnöjdhet. Attraktiv arbetsgivare. Utveckla nära och långsiktiga relationer med kunder och leverantörer.
Miljö (miljö)	Oönskade miljökonsekvenser i form av: 1. emissioner till luft (växthusgaser) 2. emissioner till vatten	<ul style="list-style-type: none"> Miljökrav vid upphandling av transporter, energi och utrustning Övergång till fossilfria bränslen för alla inrikes transporter Genomförande av livscykelanalys för förpackningar i pantsystemet Egenkontrollprogram och handlingsplaner Optimering av Vattenreningsanläggning Certifierad enligt ISO 14001-miljöledningssystem 	Mellan	<ul style="list-style-type: none"> Proaktivt miljöarbete driver hållbarhetsarbetet, internt och externt. Minimera växthusgasutsläpp Uppfylla legala krav minimerar kostnader och ökar förtroendet. Utveckla verksamheten
Miljö (operativ)	<ul style="list-style-type: none"> Yttre påverkan från omkringliggande verksamheter som påverkar Returpacks möjlighet att bedriva verksamhet Brand i fabrik och kontor Långvarigt strömbrott som påverkar verksamheten och IT Dataintrång & hacking 	<ul style="list-style-type: none"> Samverkan med närliggande verksamheter samt räddningstjänst Förbyggande åtgärder Krisberedskap, plan, utbildning Beredskapsplan Utbildning av räddningsledare Backup, kontinuitetsplan, katastroflösning och återställningsplan 	Mellan	<ul style="list-style-type: none"> Minska eller eliminera allvarlig påverkan från omgivande händelser på människa, miljö, fastigheter, utrustning. Minimera negativ påverkan på verksamheten och våra intressenter
Miljö (operativ)	<ul style="list-style-type: none"> Bristfällig kvalitet på levererat material (konsekvenser: försämrade materialintäkter, försämrade återanvändning till nya burkar och flaskor, kvalitetsproblem hos förpacknings- och dryckes-tillverkare) 	<ul style="list-style-type: none"> Löpande dialog med materialköpare Materialkrav och godkännandeprocess för förpackning i pantsystemet Dagliga interna kvalitetskontroller Regleringar i producentavtal Investeringar i förbättrad sorteringsteknik 	Mellan	<ul style="list-style-type: none"> Leverantör av aluminium- och PET-material av bästa kvalitet för produktion av nya dryckesförpackningar. Förbättrad materialkvalitet
Sociala frågor & medarbetare (operativ)	<ul style="list-style-type: none"> Fysisk och/eller psykisk ohälsa hos medarbetare. 	<ul style="list-style-type: none"> Returpacks värderingar och intern uppförandekod Förebyggande arbetsmiljöarbete Medarbetare- och utvecklings-samtal Lönekartläggning Krisberedskap, plan, utbildning Friskvård #orkamera och #hälsamera Rehabiliteringsplaner 	Mellan	<ul style="list-style-type: none"> Ambition att implementera och arbeta enligt ISO45001. Säkerhet och hälsa främjar medarbetarnas produktivitet och moral. Attraktiv arbetsplats Bättre arbetsvillkor i leverantörskedjan

RISKANALYS FORTSÄTTNING

OMRÅDE	RISK	HANTERING/(ÅTGÄRD)	RISKNIVÅ	AFFÄRSMÖJLIGHET
Sociala frågor & medarbetare (operativ)	<ul style="list-style-type: none"> Brist på kompetens idag och i framtiden 	<ul style="list-style-type: none"> Medarbetarsamtal och utvecklingsplaner Samarbete med skolor och universitet samt deltagande vid arbetsmarknadsdagar Erbjuda praktik och projektplatser Erbjuda konkurrenskraftiga anställningsvillkor och kompetensutveckling. 	Mellan	<ul style="list-style-type: none"> Motiverade och kompetenta medarbetare, chefer ökar möjligheten att uppnå företags-specifika mål. Attraktiv arbetsplats
Mänskliga rättigheter (operativ)	<ul style="list-style-type: none"> Kränkningar och särbehandling Diskriminering, trakasserier & mobbning. 	<ul style="list-style-type: none"> Tillämpning av inköpspolicy och uppförandekod för leverantörer; miljö, mänskliga rättigheter, arbetsvillkor. Returpacks värderingar och intern uppförandekod Plan för jämställdhet med mångfaldsperspektiv Plan för motverkande av kränkande särbehandling Visselblåsarsystem Utbildningar i mångfald och inkludering för chefer och alla medarbetare 	Mellan	<ul style="list-style-type: none"> Attraktiv arbetsgivare Varumärke Goda relation till ägare och investerare. Stark affärsetik främjar intern stabilitet och framtida affärer.
Risker för korruption och bedrägeri (affärsrelaterad, finansiell)	<p>Mutor/Bedrägeri/Korruption</p> <ol style="list-style-type: none"> Bedrägerier som syftar till felaktiga utbetalningar från Returpack. Korruption i samband med avtal eller andra relationer mellan Returpack och extern part 	<ul style="list-style-type: none"> Interna kontroller av pantdata och utbetalningar Kontroller av returautomater och i butik Utbildning och uppföljning av intern uppförandekod och värderingar; miljö, mänskliga rättigheter, arbetsvillkor. Tillämpning av inköpspolicy och uppförandekod för leverantörer Säkra affärssystem, delegationsordning och utbetalningskontroller 	Låg	<ul style="list-style-type: none"> Att arbeta mot korruption och bedrägerier ger en positiv inverkan på Returpack som arbetsgivare, ökar trovärdighet och transparens gentemot företagets intressenter (kunder, pantare, leverantörer, medarbetare, ägare/ investerare). Attraktiv arbetsplats
Legala risker	<ul style="list-style-type: none"> Förändrad lagstiftning som påverkar, förändrar eller begränsar företagets verksamhet. 	<ul style="list-style-type: none"> Omvärldsbevakning Utvidgning av pantsystemet på frivillig basis. Materialåtervinning Påverkan, dialog och lobbying med politiker, ministrar och departement Anpassa verksamheten efter gällande och kommande lagstiftning. 	Mellan	<ul style="list-style-type: none"> Ökat förtroende Stark affärsetik främjar framtida affärer och utvecklingsmöjlighet.
Affärsverksamhet (finansiell)	<ul style="list-style-type: none"> Betydande valutakursförluster och minskning av råmaterial-intäkter samt risker kopplade till Returpacks finansiella placeringar. 	<ul style="list-style-type: none"> Placera, råvaru- och valutasäkra enligt policy. Månatlig rapportering av exponering till placeringsråd. 	Mellan	<ul style="list-style-type: none"> Stark affärsetik främjar framtida affärer och utvecklingsmöjlighet.

OM VÄSENTLIGHETS-ANALYSEN

Den väsentlighetsanalys som genomfördes under 2016 mynnade ut i fem väsentliga hållbarhetsfrågor. Syftet med analysen 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 som 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 (1150 stycken). Därutöver genomfördes ett mindre antal intervjuer (5 stycken). I den webbaserade enkäten ombads intressenterna att ange hur viktigt, på en skala 1 (inte viktigt) - 10 (mycket viktigt), respektive hållbarhetsfråga var för Returpack att hantera. Samma enkät besvarades också av de intressenter som intervjuades. Intressenterna hade även möjligheten att lyfta fram andra hållbarhetsfrågor/områden som de ansåg viktiga för Returpack att arbeta med. Utfallet per fråga och intressentgrupp räknades sedan 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 antikorrupktion. Vi väljer att behandla dessa frågor i redovisningen men i en mindre omfattning än de frågor ovan som benämns som väsentliga.

MEDLEMSKAP & ENGAGEMANG 2018

Nedan listas Returpacks engagemang och samarbeten 2018.

SPONSRING

Huvudsponsor: Svensk innebandy

HÅLLBARHETSNETVERK

Medlem: Cleantech Östergötland

Medlem: CSR East Sweden

Medlem: Östgötautmaningen

Medlem: Norrköpings Miljönätverk

Deltagare: Fossilfritt Sverige

Medlem: Hållbarhetsnätverk Enacts

Medlem: Motala Ströms vattenvårdsförbund

ANDRA NÄTVERK

Medlem: Packbridge, inklusive styrgruppsmedlem i Fempack – förpackningsnätverk som knyter ihop akademien med industri

Medlem: Östsvenska handelskammaren

HÖGSKOLA OCH UNIVERSITET

Handledning av projektarbete:

”Livscykelanalys vätskekartong och glasflaskor”, Linköpings universitet

Handledning av projektarbete:

”Livscykelanalys av avfallshanteringssystem för dryckesförpackningar av aluminium”, Linköpings universitet

Handledning av projektarbete:

”Livscykelanalys av tre alternativa avfallshanteringssystem för dryckesbehållare”, Linköpings universitet

Handledning av praktikant

under våren 2018 från GDK,

Linköpings universitet

ARBETSGIVARORGANISATION

Medlem: IKEM - Innovations- och kemiarbetsgivarna.

ÖVRIGT

Stiftare och styrelseuppdrag:

Håll Sverige Rent

Yrkesutveckling: Samhall

OM REDOVISNINGEN



Det här är Returpacks andra hållbarhetsredovisning där vi redovisar vårt hållbarhetsarbete enligt riktlinjerna för Global Reporting Initiatives (GRI) Standarder med tillämpningsnivå Core. Redovisningen är översiktligt granskad av Returpacks valda revisorer EY för att säkerställa att kraven enligt ÅRL uppfylls.

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 556218-9117. Redovisningen följer Returpacks räkenskapsår och omfattar perioden 1 januari 2018 till 31 december 2018.

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 företagets verksamhet, där innehållet bestämts utifrån de hållbarhetsfrågor som är viktigast för verksamheten 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 företags-specifikt nyckeltal för den företags-specifika hållbarhetsfrågan, se GRI-indexet på sid 59-61. 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 2018 återvanns totalt 2 051 720 413 förpackningar. Siffran inkluderar de frivilligt anslutna saft- och juiceprodukterna. Utan saft- och juiceprodukter är siffran 2 035 032 139 förpackningar. Returpack väljer att avrunda till 2,05 miljarder förpackningar i hållbarhetsredovisningen. Alla beräkningar 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 streckkodsavläsning 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 även den mängd

importburk som samlats in och återvinns via Returpack i antalet återtagna förpackningar. 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 kontrollmetoden och tillämpar finansiell kontroll-kriteriet för att definiera organisationens systemgränser och allokerar utsläpp mellan olika scope. Utsläpp inkluderas från Returpack Svenska AB, Returpack-Pet Svenska AB och Returpack-Burk Svenska AB. Data samlas in och redovisas gemensamt 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 redovisas Returpacks 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. Växthusgas-

utsläpp från pantmottagare till depå ingår i nuläget inte i Returpacks beräkningar. Inte heller personalens bilresor till och från arbetet med avseende på växthusgaser beräknas eller redovisas i denna rapport.

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 de installationer Returpack inte har kännedom om elursprung används emissionsfaktor för svensk elmix.

Affärsresor

Klimatpåverkan från affärsresor beräknas från tåg, flyg, företags- och förmånsbilar samt egen bil som används i tjänsten. 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 utförs vartannat år eller vid behov, nästa NKI-mätning kommer att utföras

år 2019. 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.

Hållbarhetsrapport enligt årsredovisningslagen

I enlighet med ÅRL 6 kap 11§ har Returpack valt att upprätta den lagstadgade hållbarhetsrapporten som en, från den legala årsredovisningen, avskild rapport. Hållbarhetsrapporten innehåller väsentlig information om företagets arbete och resultat inom miljö, sociala förhållanden och personal, respekt för mänskliga rättigheter samt motverkande av korruption.

Revisorns yttrande avseende den lagstadgade hållbarhetsrapporten

Till bolagstämman i Returpack Svenska AB, org.nr. 556753-4259

Uppdrag och ansvarsfördelning

Det är styrelsen som har ansvaret för hållbarhetsrapporten för år 2018 och för att den är upprättad i enlighet med årsredovisningslagen.

Granskningens inriktning och omfattning

Vår granskning har skett enligt FARs rekommendation RevR 12 *Revisorns yttrande om den lagstadgade hållbarhetsrapporten*. Detta innebär att vår granskning av hållbarhetsrapporten har en annan inriktning och en väsentligt mindre omfattning jämfört med den inriktning och omfattning som en revision enligt International Standards on Auditing och god revisionssed i Sverige har. Vi anser att denna granskning ger oss tillräcklig grund för vårt uttalande.

Uttalande

En hållbarhetsrapport har upprättats.

Norrköping den 20 mars 2019

Ernst & Young AB

Peter von Knorring

Auktoriserad revisor

GRI-INDEX

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

UPPLYSNING	KOMMENTAR	SIDA
ORGANISATIONSPROFIL		
102-1	Organisationens namn	5
102-2	Verksamhet, varumärken, produkter och tjänster	6-9
102-3	Huvudkontorets lokalisering	6
102-4	Länder där organisationen är verksam	Returpack bedriver sin verksamhet i Sverige. 6, 59
102-5	Ägandestruktur och bolagsform	5
102-6	Marknader	6-7, 34
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. 18, 42, 46, 59
102-9	Beskrivning av företagets leverantörskedja	10, 39-40
102-10	Väsentliga förändringar under redovisningsperioden beträffande storlek, struktur, ägande eller leverantörskedja.	Inga väsentliga förändringar har skett i ägandestruktur eller leverantörskedja under redovisningsåret 2018. 11, 59
102-11	Försiktighetsprincipens tillämpning	13-14
102-12	Externa initiativ/riktlinjer som efterlevs	29, 55
102-13	Medlemskap i organisationer	55
STRATEGI		
102-14	VD-ord	4
ETIK OCH INTEGRITET		
102-16	Värderingar, principer och etiska riktlinjer	8, 14-15
STYRNING		
102-18	Bolagsstyrning	14
INTRESSENTENGAGEMANG		
102-40	Lista över intressentgrupper	52
102-41	Andel anställda som omfattas av kollektivavtal	Samtliga anställda omfattas av kollektivavtal. 59
102-42	Identifiering och urval av intressenter	11, 55
102-43	Metoder för samarbete med intressenter	11, 52, 55
102-44	Viktiga ämnen och frågor som framkommit i dialog med intressenter	11, 52, 55

UPPLYSNING	KOMMENTAR	SIDA
REDOVISNINGSPARAMETRAR		
102-45	Enheter som inkluderas i redovisningen	5, 56
102-46	Process för att definiera redovisningens innehåll	11, 55
102-47	Frågor som identifierats som väsentliga	11, 55
102-48	Förklaring till korrigeringar från tidigare rapporter	Inga korrigeringar har gjorts. 60
102-49	Förändringar i redovisningen	Inga förändringar jämfört med tidigare rapporteringsperiod. 11, 60
102-50	Redovisningsperiod	2, 56
102-51	Senaste redovisningen	Returpacks första hållbarhetsredovisning för 2017, publicerades på pantamera.nu 4 juni 2018. 60
102-52	Redovisningscykel	Årligen, kalenderår 60
102-53	Kontaktperson för frågor om redovisningen	2
102-54	Anspråk på rapportering i enlighet med GRI Standards	2, 56
102-55	GRI-index	GRI standards 2016 59-61
102-56	Extern granskning	2
<i>Väsentliga frågor, avgränsningar, styrning och indikatorer</i>		
VÄXTHUSGASER		
103-1	Beskrivning av frågan och dess avgränsning	25, 28
103-2	Metod för hållbarhetsstyrningen	14-15, 17, 28-30
103-3	Utvärdering av hållbarhetsstyrningen	32
305-1	Direkta utsläpp av växthusgaser (scope 1)	Referensår för våra klimatberäkningar är 2017. 17, 32, 57
305-2	Indirekta utsläpp av växthusgaser (scope 2)	Referensår för våra klimatberäkningar är 2017. 17, 32, 57
305-3	Andra indirekta utsläpp av växthusgaser (scope 3)	Referensår för våra klimatberäkningar är 2017. 17, 32, 57
HÄLSA OCH SÄKERHET		
103-1	Beskrivning av frågan och dess avgränsning	43, 58
103-2	Metod för hållbarhetsstyrningen	14-15, 42-47
103-3	Utvärdering av hållbarhetsstyrningen	42-46
403-2	Omfattning av skador och sjukfrånvaro	Rapporterade olyckor och tillbud avser Returpacks egna anställda, inhyrd personal och entreprenörer där Returpack ansvarar för arbetsmiljön. Rapporterad sjukfrånvaro omfattar Returpacks anställda. Skadorna som inträffat har drabbat enbart män. 18, 42-43
ÖKAD ÅTERVINNING - FÖRETAGSSPECIFIK VÄSENTLIG FRÅGA		
103-1	Beskrivning av frågan och dess avgränsning	6-7, 56
103-2	Metod för hållbarhetsstyrningen	14-15, 20-23
103-3	Utvärdering av hållbarhetsstyrningen	21-22
Företagsspecifikt nyckeltal Återvinningsgrad burk		16, 20
Företagsspecifikt nyckeltal Återvinningsgrad PET		16, 20

UPPLYSNING	KOMMENTAR	SIDA
PRODUKTKVALITET - FÖRETAGSSPECIFIK VÄSENTLIG FRÅGA		
103-1	Beskrivning av frågan och dess avgränsning	24, 58
103-2	Metod för hållbarhetsstyrningen	14-15, 24, 26
103-3	Utvärdering av hållbarhetsstyrningen	24
Företagsspecifikt nyckeltal Produktkvalitet aluminium		16, 24
Företagsspecifikt nyckeltal Produktkvalitet klar PET		Basår för produktkvalitet klar PET är 2017. 16, 24
KUNDNÖJDHET - FÖRETAGSSPECIFIK VÄSENTLIG FRÅGA		
103-1	Beskrivning av frågan och dess avgränsning	34, 58
103-2	Metod för hållbarhetsstyrningen	14-15, 34-38
103-3	Utvärdering av hållbarhetsstyrningen	34-36
Företagsspecifikt nyckeltal NKI (Uppföljning av kundnöjdhet, butik)		Nästa uppföljning utförs 2019. 17, 58





Följ oss på:



facebook.com/pantamera



youtube.com/user/pantameranu



instagram.com/pantameranu