



RETURPACK

HÅLLBARHETSREDOVISNING 2019

RETURPACK SVENSKA AB



Ladda elcykel!

Om du pajar två horkar sparar du till mer energi om du laddar på ett av våra elcykelställen här och till näst!

Flippa ett gäng halloumburgare

Om du pajar en halloumburgare du får göra med 1 kg plast för återvinning du sparar du på pengar en enda PET-flaska.

OM VÅR HÅLLBARHETSREDOVISNING 2019

Den här hållbarhetsredovisningen är en sammanfattning av Returpack Svenska AB:s hållbarhetsarbete under verksamhetsåret 1 januari – 31 december 2019 och är den tredje som redovisas enligt Global Reporting Initiatives (GRI) Standarder med tillämpningsnivå Core. Den utgör den lagstadgade hållbarhetsrapporten enligt kraven i Årsredovisningslagen, 6 kap 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 våra intressenter och utgör en del av vår årsredovisning men presenteras som en fristående redovisning och går att laddas ner från vår hemsida.

Utöver vår rapportering på de lagstadgade kraven inom områdena miljö, sociala förhållanden och personal, respekt för mänskliga rättigheter och motverkande av korruption så redovisar vi vårt arbete inom våra fem fokusområden; återvinning, klimat & miljö, affärsrelationer, medarbetare och samhälle. I redovisningen beskrivs företagets hållbarhetsarbete och våra framtida ambitioner. Resultat och mål inom respektive områdena redovisas i tabeller eller i löpande i text.

Frågor gällande hållbarhetsredovisningen kan ställas till:

Annelie Niva, Hållbarhetsstrateg, Returpack.

Telefon: 011-19 19 68 **E-post:** annelie.niva@returpack.se

HÅLLBARHETSREDOVISNING 2019

> VD-ORD	SID 4
> 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

*Ett äkta pantsystem
med verklig klimatnytta*



Återigen kan vi summera ett rekordstort antal pantade burkar och flaskor, över 2,15 miljarder förpackningar kom till vår anläggning under året. Dessutom ökade pantningsgraden till 84,9 procent insamlad i Sverige, och då ska man ha i minne att uppemot 10 procent ytterligare samlas in i Norge, på grund av den stora gränshandeln mellan Norge och Sverige. Vilket fantastiskt sätt att fira pantsystemets 35 första år! Totalt har vi sedan starten 1984 samlad in ofattbara 42 miljarder pantade förpackningar!

Den SIFO-undersökning som vi lät genomföra under 2019 visar att invånarna i Sverige är mycket nöjda med sitt pantsystem och den positiva inställningen till pantning ökar över tid. Förtroendet är högt, 83 procent säger att de har stort eller mycket stort förtroende för pantsystemet. Det är ett viktigt kvitto på att vårt arbete är betydelsefullt.

Vårt retursystem med pant för dryckesförpackningar handlar om att resurseffektivt och klimatsmart ta hand om alla burkar och flaskor, så att materialet kan återvinnas till nya förpackningar. Vi ställer krav på förpackningarna så att de fungerar genom hela återvinningskedjan, vi ser till att det vi samlar in verkligen materialåtervinns och vi klimatsäkrar våra transporter. Samtidigt säkerställer vi administrationen av alla in- och utbetalningar av pantbeloppen. Det är det här vi menar med ett äkta pantsystem, det är detta som åtnjuter det höga förtroendet vi har.

Vi gläds åt att allt fler engagerar sig i klimat-, miljö- och hållbarhetsfrågorna. Agenda 2030 är en central del i hur vi ser på och bedriver vår verksamhet. Vi stöttar initiativ på olika nivåer samt deltar inom forskning och utvecklingsprojekt som gynnar den cirkulära ekonomin. I detta sammanhang gäller det dock att också kunna skilja mellan vad som är äkta, till nytta för en mer hållbar värld, och vad som enbart ger sken av att vara det. Det finns aktörer som gärna vill dra nytta av allt det goda som ett äkta retursystem med pant står för, utan att ens varken bedriva retursystem eller hantera pant.

För att ett återvinningsssystem ska skapa maximal miljönytta behöver kretsloppet vara slutet, precis som det retursystem med pant som vi driver. En burk ska kunna bli en burk och en flaska en ny flaska. För plastmaterialet som sorteras i anläggningen betyder det att det ska kunna användas till nya livsmedelsgodkända

plastflaskor. Under 2019 invigde vi en ny plastsorteringsanläggning för att ytterligare förbättra kvaliteten på det återvunna materialet, så att ännu mer plast kan återvinnas till nya flaskor. Med vår senaste investering har vi lyckats öka den andelen med 10 procent.

Vi är numera 69 medarbetare som tillsammans arbetar för att utveckla pantsystemet. Vi har ett speciellt fokus på att förebygga och hantera våra identifierade risker. Vi arbetar också med en rad hälsofrämjande insatser med målet att bibehålla den låga sjukfrånvaron och det höga engagemanget hos medarbetarna, och för detta förärades vi titeln Östergötlands friskaste företag för 2019.

Vårt samhällsengagemang är en viktig del av vårt hållbarhetsarbete och vi fokuserar särskilt på att påverka attityder och beteende kring pantning hos barn och unga vuxna. Nämnas kan vårt föreningskoncept där vi ger stöd till barn och ungdomar och deras föreningar när de deltar i insamling av burkar och flaskor.

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 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 igen och igen och igen...

Och sist, men absolut inte minst, är det alla som pantar. Vi tackar för förtroendet att få driva det svenska pantsystemet och på så sätt vara med i det viktiga arbetet för ett hållbart samhälle.

Bengt Lagerman
VD Returpack

VÅRT UPPDRAG

Vårt uppdrag är att driva det svenska pantsystemet för dryckesförpackningar av metall och plast, vilket vi har gjort nu i 35 år. Pantsystemets främsta syfte var att minska nedskräpningen men har istället utvecklats till ett hållbarhetssystem som i samverkan med andra aktörer i värdekedjan säkerställer att förpackningarna materialåtervinns och kan bli nya burkar och flaskor igen.

Vi samordnar återtagningen av pantförpackningar, säkerställer materialåtervinning samt administrerar pantar, avgifter och ersättningar. Vi arbetar kontinuerligt med att informera om och utveckla vårt pantsystem för att nå en ökad återvinning på ett kostnadseffektivt sätt och med minsta möjliga miljöpåverkan. Vårt pantsystem har utvecklats till en förebild för många, både inom och utom landet, och den kunskapen delar vi gärna med oss av.

Företaget ägs gemensamt 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.

Under verksamhetsåret 2019 hade Returpack en nettoomsättning på 3,1 miljarder SEK och vid utgången av året uppgick totala antalet anställda till 69 personer.

Bolaget hade en balansomslutning på 1 216 miljoner SEK varav 620 miljoner SEK i eget kapital.

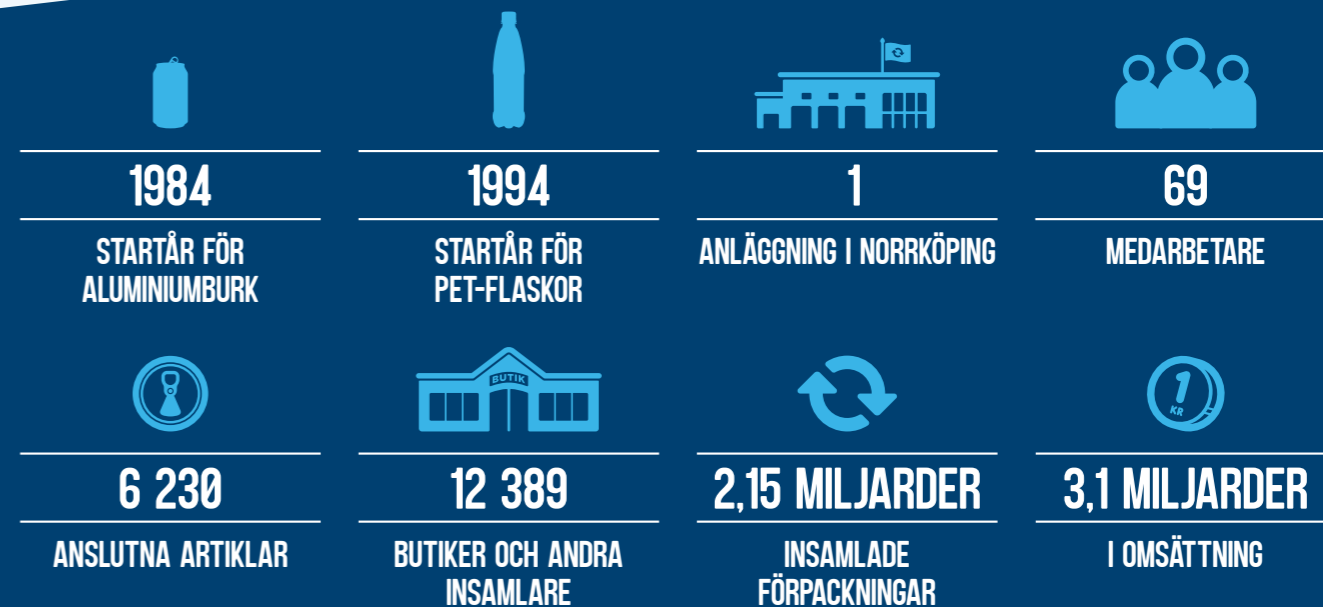
HISTORIA

Pantsystemet firar i år 35 år som pantsystem. 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. Då hanterades de insamlade förpackningarna på bryggeriernas depåer där de balades och sedan skickades vidare för materialåtervinning men sedan 2003 hanteras all insamlad pant på fabriken i Norrköping.

> PANTAMERA

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.

RETURPACK I SIFFROR 2019



ÄGARE >

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



Returpacks VERKSAMHET

Över två miljarder förpackningar från den svenska marknaden har samlats in och hanterats på vår anläggning under året. För oss är det av största vikt att de burkar och flaskor vi samlar in materialåtervinnas och kan användas vid tillverkning av nya burkar och flaskor.

Vår verksamhet styrs och regleras av förordningen om retursystem för plastflaskor och metallburkar; SFS 2005:220, där Jordbruksverket är tillstånds- och tillsynsmyndighet. Returpack är idag det enda godkända retursystemet för dryckesförpackningar med pant.

Returpack har sedan starten tillsammans med andra aktörer i värdekedjan ständigt utvecklat pantsystemet. Vi ser stora möjligheter att fortsätta utveckla pantsystemet till att bli än mer hållbart och vi har också med hjälp av livcykelanalyser verifierat pantsystemets positiva bidrag till miljön. Vi ställer krav på förpackningarnas design, både i form och material för att kunna materialåtervinnas på bästa sätt. De samlas in, sorteras i materialflöden och säljas vidare för framställning av råvara till nya burkar och flaskor.

Vi har öppnat upp pantsystemet för frivillig anslutning

av förpackningar för saft och förpackningar innehållande juice. Frivillig anslutning innebär att förpackningar som inte omfattas av förordningen om retursystem kan anslutas till pantsystemet.

För att uppnå ännu högre kvalitet på det insamlade plastmaterialet har en investering och ombyggnation genomförts i fabriken. Den nya anläggningen för platsortering har förbättrat sorteringen av klar och färgad plast så att vi idag kan återvinna ytterligare 10% mer klar PET, som tidigare gick med i den färgade fraktionen. Den här förflyttningen på 10% av materialet från den öppna materialåtervinningen till den slutna materialåtervinningen minskar flaskornas totala miljöpåverkan. Görs en beräkning utifrån pantsystemets påverkan för insamlade årsvolymer motsvarar det en reduktion på över 25 000 ton koldioxid-ekvivalenter årligen.

Sedan 2005 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.

Producentansvaret och NATIONELLA ÅTERVINNINGSMÅL

Producentansvaret för förpackningar och tidningar är en konsekvens av EU:s så kallade förpackningsdirektiv och har implementerats genom förordning om producentansvar för förpackningar (SFS 2018:1462). I Sverige är målet att 90 procent av alla pantförpackningar av både metall och plast ska återvinnas och de senaste åren har vi legat strax under. Naturvårdsverket är den myndighet som ansvarar för den samlade nationella återvinningsstatistiken från samtliga materialbolag.

ÅTERVINNINGSMÅL

90%

NATIONELLT

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
2019 >	5 968	262	6 230

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.
- › Uppnå en lönsamhetsmarginal över tid på minimum 1,5 % för att säkerställa en långsiktig finansiell stabilitet.

För 2019 uppnådde Returpack en återvinningsgrad på 84,9 % och en vinstmarginal på 5,53 %.

VÅRA ÖVERGRIPANDE MÅL SKA UPPNÅS GENOM TRE ÖVERGRIPANDE STRATEGIER.

Dessa strategier ska stödja oss i vårt arbete med att öka återvinningen, uppnå kostnadseffektivitet och att ta ansvar för medarbetare, miljö och samhälle.

- › **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 RETURSYSTEM MED PANT FÖR ÅTERVINNING AV DRYCKESFÖRPACKNINGAR AV PLAST OCH METALL I SVERIGE

Våra Värderingar

ANSVARSTAGANDE
NYSKAPANDE
OCH SAMARBETE



VÅRA VÄRDERINGAR

Våra värderingar utgör grunden för vår företagskultur och vägleder oss att agera ärligt och ansvarsfullt i alla våra relationer inom och utom företaget. Det är viktigt med en tydlig företagskultur med gemensamma värderingar och engagerade medarbetare som är medvetna om sin roll i att upprätthålla dem. Alla ska känna till företagets värderingar och kunna stå upp för dem. Därför är det viktigt att kontinuerligt arbeta och utveckla företagskulturen och att vi lever efter våra värderingar. Våra värderingar återspeglas också i företagets uppförandekod och policy för hållbar utveckling.

Våra värderingar kan sammanfattas i tre nyckelord: Ansvarstagande, Nyskapande och Samarbete. Under året genomfördes ett arbete med fokus på våra värderingar, läs mer om detta på sid 45.

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. Returpack informerar, utbildar och kommunicerar vikten av att varje burk och flaska skall pantas. Den största miljövinsten uppkommer då varje ny pantförpackning ingår i ett cirkulärt system och det återvunna materialet kan bli en ny dryckesförpackning av hög kvalitet.

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:

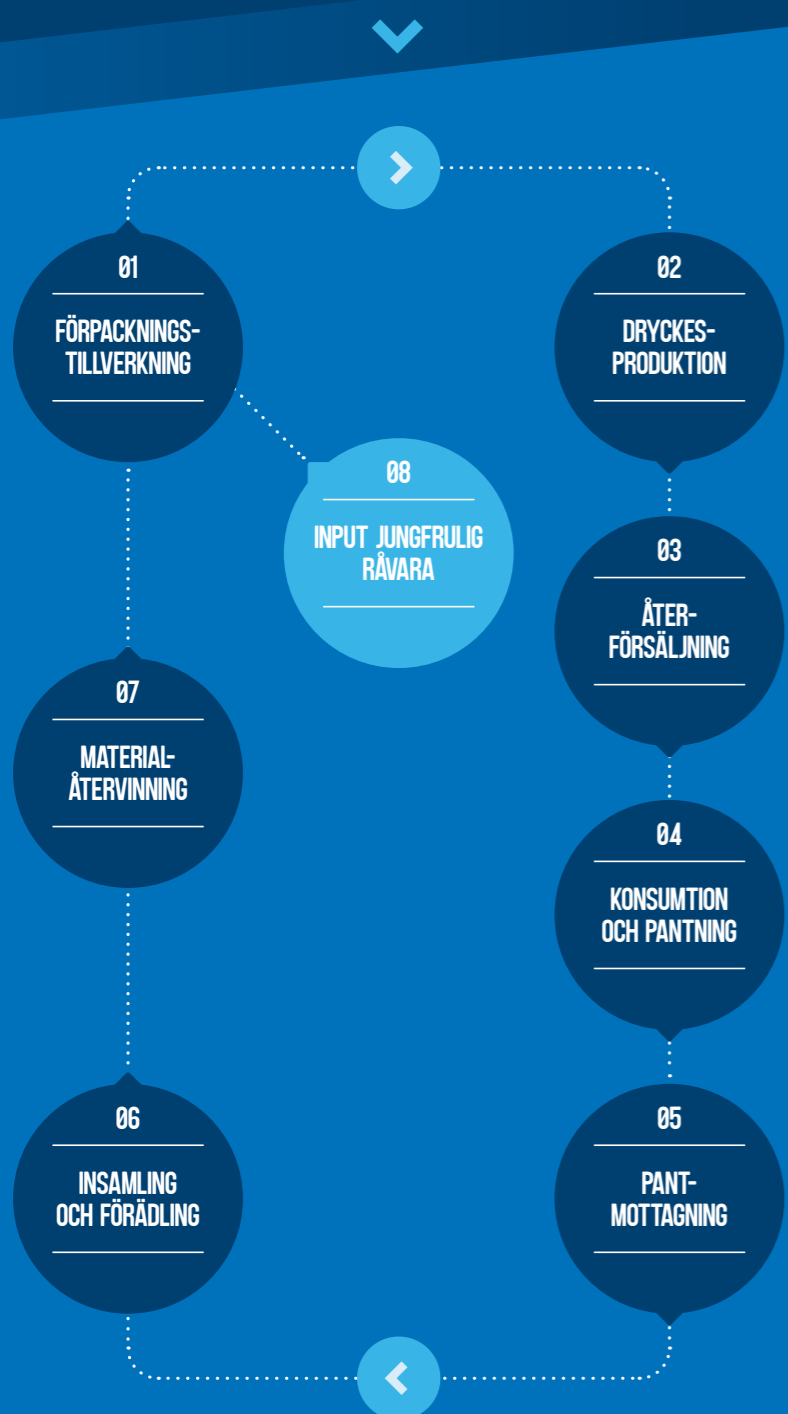
- › Försäljning av återvunnet material
- › Administrativa avgifter från producenter och importörer

KOSTNADER:

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

VÄRDEKEDJA

Vårt hållbarhetsarbete genomsyrar hela vår verksamhet och det är extra viktigt att arbeta med de områden där vår påverkansmöjlighet 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 lyfta fram är de krav vi ställer på förpackningsdesign och vår nya sorteringsanläggning. Syftet är att alla förpackningar som är anslutna i pantsystemet ska fungera genom hela återvinningsprocessen och gå att materialåtervinna igen till nya dryckesförpackningar.



FAKTA VÄRDEKEDJAN

288 PRODUCENTER
OCH IMPORTÖRER

6 230 ARTIKLAR
I PANTSYSTEMET
(Varav juice: 160 och saft: 102 = 262)

3 121 BUTIKER MED
PANTAUTOMAT

9 268 ÖVRIGA
INSAMLARE
(T ex caféer, restauranger och föreningar)

4 138 PANTAUTOMATER

45 PANTAMERA EXPRESS PÅ
ÅTERVINNINGSCENTRALER

17 TRANSPORT-
LEVERANTÖRER
(Insamling av förpackningar, utfrakt av material)

2,15 MILJARDER
FÖRPACKNINGAR IN TILL FABRIKEN

FÖRÄDLING HOS RETURPACK
(Sortering och balning för ökad sluten materialåtervinning)

43 114 TON
(Aluminium, klar PET & färgad PET till återvinning)

3 MATERIALKÖPARE
SOM GARANTERAR ATT MATERIALET
BLIR NYA FÖRPACKNINGAR
(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

Våra intressenter förväntar sig att vi agerar hållbart, levererar kvalitet, värnar om miljön och agerar etiskt korrekt i alla situationer. 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. Intressentdialogen hjälper oss att förstå vad som är viktigt för våra intressenter och hjälper oss att driva och utveckla vårt hållbarhetsarbete. 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 våra intressenter och var vår påverkansmöjlighet är som störst. Ärligen utförs en översyn och genomgång av väsentlighetsanalysen för att identifiera och prioritera företagets viktigaste hållbarhetsfrågor, både ur ett intressentperspektiv men också ur ett företagsperspektiv.

De frågor som bedöms ha stor betydelse både ur intressent- och påverkansperspektivet är de frågor som har högst prioritet för Returpack och företagets hållbarhetsarbete baseras därför utifrån denna analys. Våra fem väsentliga frågor är; ökad återvinning, produktkvalitet, växthusgaser, kundnöjdhet samt hälsa och säkerhet.

Metodiken för att arbeta fram en väsentlighetsanalys har följt GRI Standards principer för att identifiera de viktigaste frågorna ur ett hållbarhetsperspektiv. En utförlig beskrivning av väsentlighetsanalysen finns beskriven på sid 55.

VÄSENTLIGA FRÅGOR

- › ÖKAD ÅTERVINNING
- › KUNDNÖJDHET
- › PRODUKTKVALITET
- › HÄLSA & SÄKERHET
- › VÄXTHUSGASER

I vår intressentdialog framkom ytterligare några områden som intressenterna förväntar sig att Returpack ska omhänderta i sitt hållbarhetsarbete; leverantörsutvärdering, utbildning och utveckling, mångfald och jämställdhet, diskrimineringsfrågor samt antikorrupktion. Dessa frågor omhändertas i redovisningen men i mindre omfattning än de frågor som bedöms som väsentliga.

AGENDA 2030

Agenda 2030 och de 17 globala målen som antogs av FN:s generalförsamling är den mest ambitiösa agenda som världens länder gemensamt antagit. Syfte är att leda världen mot en fredlig och hållbar utveckling och gäller fram till 2030. Agendans mål är att avskaffa extrem fattigdom, minska ojämlikheter, lösa klimat- krisen, och främja fred och rättvisa.

Fem hållbarhetsmål är identifierade som tydligast kopplar till vår verksamhet och där möjligheten att bidra är som störst. 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 ger oss stor möjlighet att bidra till att målen uppfylls och arbetet med de fem prioriterade målen finns beskrivet nedan.

RETURPACKS HÅLLBARHETS MÅL INOM AGENDA 2030

- > **Mål 9** Hållbar industri, innovationer och infrastruktur
- > **Mål 11** Hållbara städer och samhällen
- > **Mål 12** Hållbar konsumtion och produktion
- > **Mål 13** Bekämpa klimatförändringarna
- > **Mål 14** Hav och marina resurser

GLOBALA MÅL VÄGLEDER VÅRT HÅLLBARHETSARBETE



GLOBALA MÅLEN för hållbar utveckling

MÅL 12: HÅLLBAR KONSUMTION & PRODUKTION

Verksamheten bygger på Cirkulär ekonomi. Höga materialkrav ställs på flaska och kork samt design, och är reglerat via avtal för att möjliggöra materialåtervinning. Vi arbetar i alla led för att minimera uppkomsten av avfall och farligt avfall. Pantmärket är ett eftertraktat hållbarhetsmärke med stark symbolverkan, som hjälper människor att göra ett hållbart val.

MÅL 13: BEKÄMPA KLIMATFÖRÄNDRINGARNA

Sveriges koldioxidutsläpp från transportsektorn ska minska med 70 % till 2030 (jmf 2010). Returpack är en av de aktörer som vill att detta ska ske snabbare och har antagit Östgöta-utmaningen där ambitionen är att våra transporter skall vara fossilfria redan till 2025. Idag är 98% (transport-kilometer) av vår transportflotta fossilfri. Företaget har ett övergripande mål för klimatneutral verksamhet. De klimatutsläpp som inte reduceras till noll kompenseras i projektet Solvatten.

MÅL 14: HAV & MARINA RESURSER

Vi deltar och samverkar med andra företag, myndigheter och organisationer för att minska läckaget av plast till hav, sjöar och vattendrag, ökad insamling leder till minskad nedskräpning. Genom att kravställa materialet till PET-flaskorna och välja godkända kemiska produkter i vår verksamhet minimeras läckage till miljön. Att återvinna dryckesförpackningar bidrar till att övergödning och försurning reduceras jämfört med nyproduktion av aluminium och PET.

MÅL 9: HÅLLBAR INDUSTRI, INNOVATIONER & INFRASTRUKTUR

Vår vision är att utveckla befintligt pantsystem och effektivisera och möjliggöra pantning. Vi främjar innovation i verksamheten och samverkar med andra aktörer i syfte att finna innovativa lösningar för ett hållbart Sverige. Verksamheten bedrivs utifrån ett hållbarhetsperspektiv där pantsystemet har sin egen infrastruktur.

MÅL 11: HÅLLBARA STÄDER & SAMHÄLLEN

Ett tillgängligt och uppskattat pantsystem är en väsentlig del i urban hållbarhet. Vi breddar våra insamlingsmöjligheter till att omfatta pantinsamling via e-handeln, via olika former av insamling för on-the-go-konsumtion, tex pantrör i stadsmiljöer och parker. Med Håll Sverige Rent och Städa Sverige driver vi frågor om nedskräpning och vikten av återvinning.

RISKER OCH RISKHANTERING

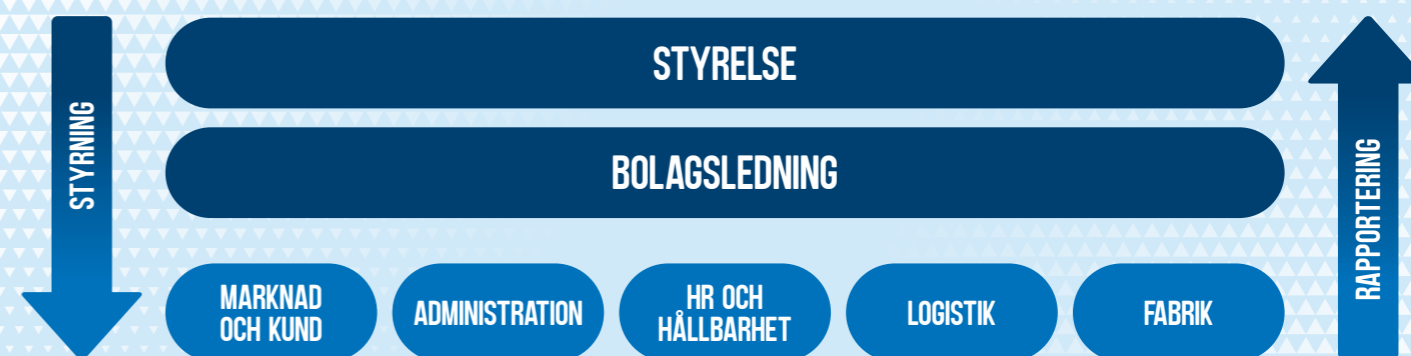
Syftet med riskbedömning är att identifiera, bedöma och hantera de risker som kan medföra att övergripande mål för företaget inte nås. Returpack utvärderar och hanterar verksamheten utifrån fem riskkategorier; affärsrelaterade, legala, miljömässiga, samt finansiella och operativa risker. En risk kan 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. En risk kan även vara en extern påverkan som företaget måste kunna hantera för att inte drabbas negativt, oavsett om den är affärsrelaterad, legal, miljömässig, finansiell eller operativ. Ledningsgruppen följer upp arbetet med de företagsövergripande riskerna. Därefter arbetar VD och styrelsen med riskanalysen som grund.

VÄSENTLIGA RISKER OCH MÖJLIGHETER

Riskhanteringsprocessen är en integrerad del av vår verksamhetsplaneringsprocess som innebär en regelbunden identifiering och uppföljning av företagets övergripande 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.



RISKORGANISATION



HÅLLBARHETSSTYRNING

Hållbarhet är ett integrerat arbetssätt och en naturlig del i företagets verksamhet. I ägardirektivet 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 mycket 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 yttre miljö och arbetsmiljö. 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 ansvarstagande för människa, miljö och samhälle dagligen vägleder oss i vårt agerande och våra beslut. Grunden är att arbeta förebyggande i så hög grad som möjligt och att tillämpa försiktighetsprincipen vid förändringar i verksamhet.

HÅLLBARHETSPLAN SOM STYRMEDEL

En 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. Alla medarbetare ansvarar för att följa Returpacks interna uppförandekod och policy mot otillåten på-

verkan. En visselblåsartjänst finns framtagen och tillgänglig för alla medarbetare, där det finns möjlighet att anonymt rapportera om eventuella missförhållanden och oegentligheter.

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 arbetsmiljöområdet 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 kostnads kontroll genom hela inköpsprocessen, verka för en hållbar leverantörskedja och eftersträva minsta möjliga miljöpåverkan.

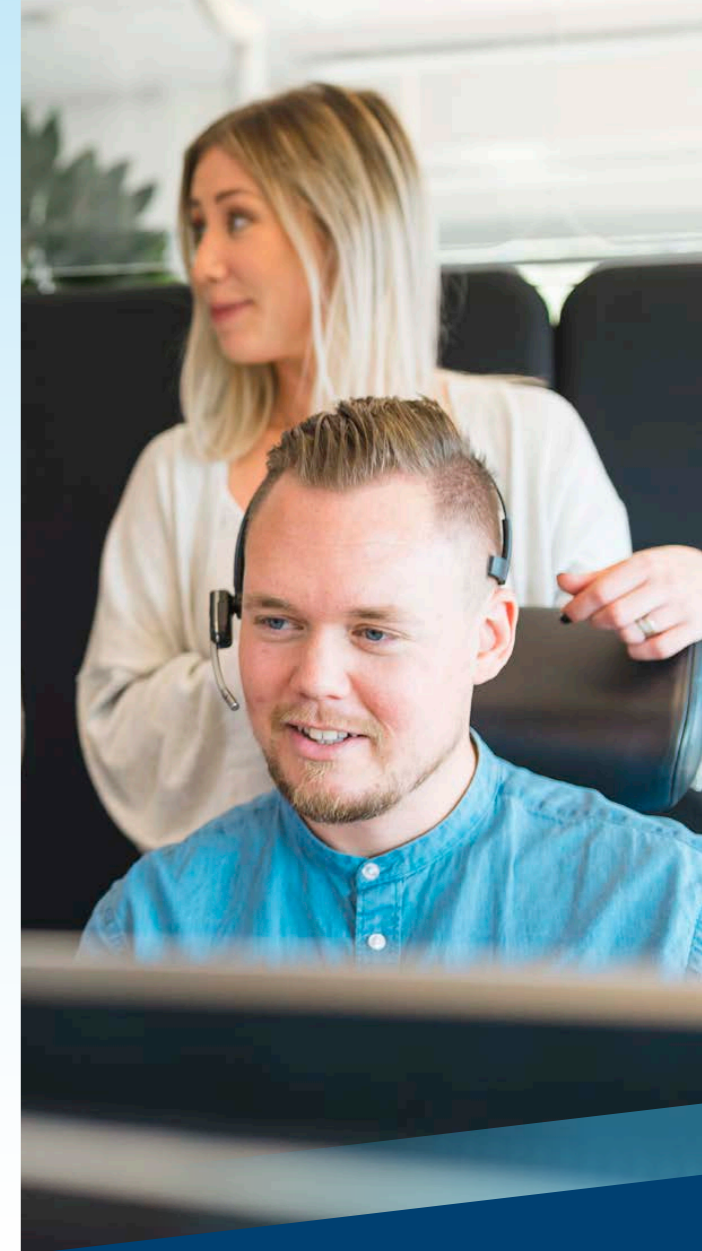
UPPFÖRANDEKOD FÖR LEVERANTÖRER > förmedlar de krav som Returpack ställer på sina leverantörer, och deras underleverantörer, avseende arbete och mänskliga rättigheter, hälsa och säkerhet, miljö och affärsetik.

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

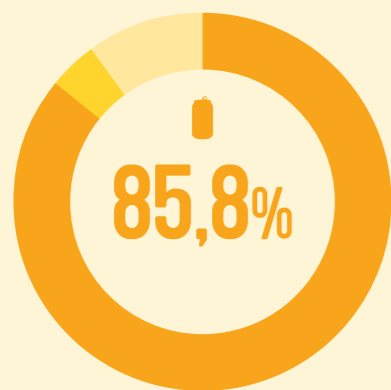
Returpack rankas av EcoVadis på Gold Level för vårt hållbarhetsarbete inom miljö, arbetsförhållanden, hållbar upphandling och god affärsetik. Metoden bygger på internationellt antagna principer för hållbarhetsredovisning som GRI - Global Reporting Initiative, FN:s Global Compact och ISO 26000 och revideras av oberoende experter inom hållbarhet.

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 upprättas 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.

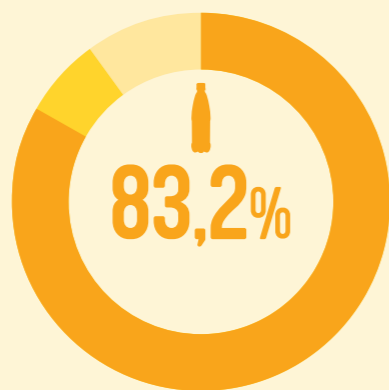
ÅTERVINNING

ÅTERVINNINGSGRAD BURK



MÅL:	90%
DELMÅL 2019:	87,5%
■ UTFALL	■ MÅL

ÅTERVINNINGSGRAD PET



MÅL:	90%
DELMÅL 2019:	84,8%
■ UTFALL	■ MÅL

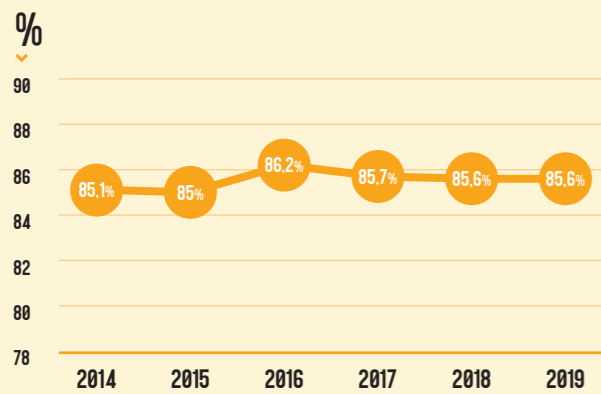
PRODUKTKVALITET ALUMINIUM



PRODUKTKVALITET KLAR PET

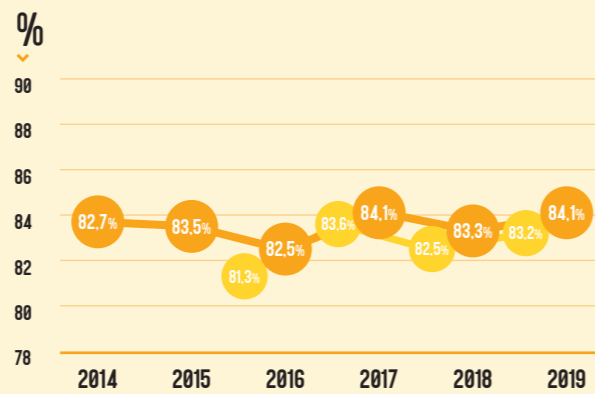


ÖKAD ÅTERVINNING BURK



■ ÅTERVINNINGSGRAD BURK

ÖKAD ÅTERVINNING PET



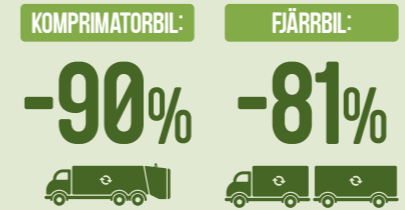
■ ÅTERVINNINGSGRAD PET EXKL. FRIVILLIG ANSLUTNING
■ ÅTERVINNINGSGRAD PET INKL. FRIVILLIG ANSLUTNING

För 2019 uppnådde Returpack en total återvinningsgrad på 84,9 procent, vilket är en ökning med 0,4 procentenheter jämfört med föregående år. Om vi exkluderar de frivilligt anslutna produkterna ligger 2019 års återvinning på 85,2 procent.

KLIMAT & MILJÖ

KLIMATPÅVERKAN TRANSPORTER

Reduktion av CO₂ per förp. ✓



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

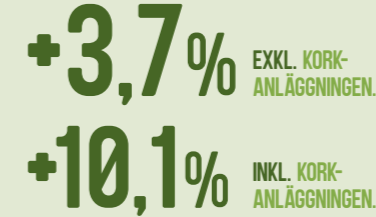
DELMÅL 2019: Reducera CO₂ per förpackning med 90 % för transporter med komprimatorbilar resp. 65 % för transporter med fjärrbilar. (Ref. år 2015).

UTSLÄPP AV VÄXTHUSGASER FRÅN TRANSPORTER:



KLIMATPÅVERKAN ANLÄGGNINGEN

Elförbrukning:



MÅL: MINSKA ENERGIÅTGÅNG

DELMÅL 2019: Bibehålla förbrukning el, exkluderat korkanläggning (±0%). (Ref. år 2017) Följa upp utsläpp av växthusgaser från anläggningen.



KLIMATPÅVERKAN AFFÄRSRESOR

MÅL: FÖLJA UPP UTSLÄPP AV VÄXTHUSGASER FRÅN AFFÄRSRESOR



TOTALA UTSLÄPP 2019: 1 026 TON CO₂e

AFFÄRSRELATIONER

NÖJD KUND BUTIK



Utvärderingarna genomförs vartannat år. Nästa utvärdering sker 2021.

7-GRADIG SKALA, DÄR 7 ÄR BÄST

MÅL: NÖJDA KUNDER

DELMÅL 2019: NKI butik, övergripande uppfattning om Returpack, samma goda resultat som föregående mätning.

SAMHÄLLE

UNDER 2019 HAR:



INNEBANDYFÖRENINGAR

TILLSAMMANS SAMLAT IN:



BURKAR OCH FLASKOR

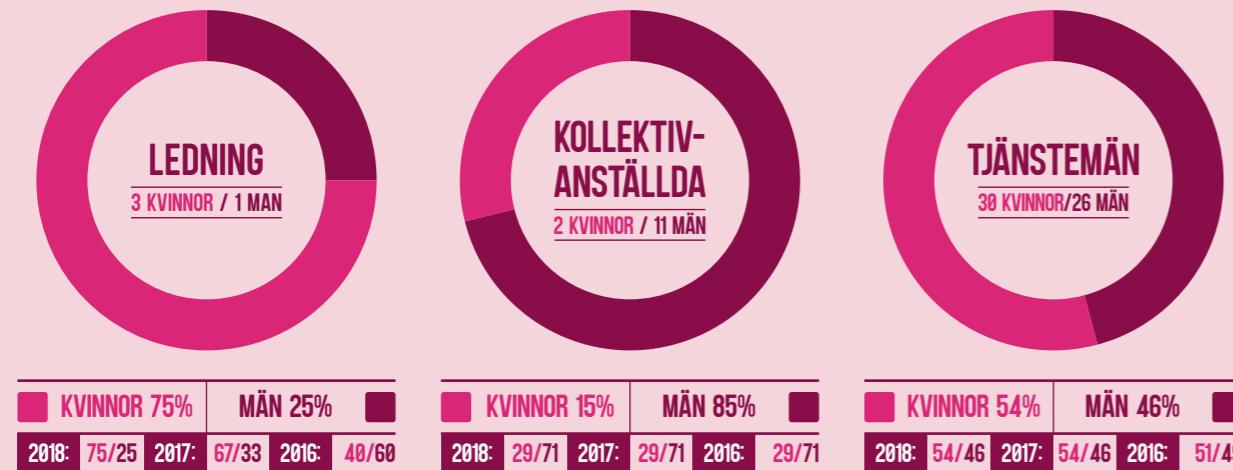
MEDARBETARE



HÄLSA & SÄKERHET UTFALL



JÄMSTÄLLDHET UTFALL



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

UTBILDNING & UTVECKLING UTFALL

100%

AV ANSTÄLLDA

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

KORRUPTIONSINCIDENTER UTFALL

0

RAPPORTERADE INCIDENTER

MÅL: INGA KORRUPTIONSINCIDENTER

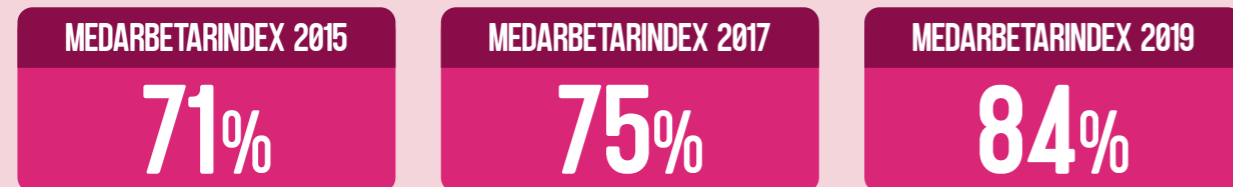
DISKRIMINERINGSFALL UTFALL

0

RAPPORTERADE FALL

MÅL: INGA DISKRIMINERINGSFALL

MEDARBETARINDEX UTFALL



Medarbetarundersökning genomförs vartannat år. Mellan 2017 och 2019 bytte företaget samarbetspartner för medarbetarundersökningar vilket gör att direkta jämförelser ej är möjligt.



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.

Returpacks totala återvinning för 2019 är 84,9 procent, vilket är en ökning med 0,4 procentenheter jämfört med föregående år. Volymmässigt var även 2019 ett rekordår, då vi tog emot över 2,15 miljarder återvunna förpackningar i vår anläggning. Sammantaget visar siffrorna på ett mycket väl fungerande pantsystem.

Den nivå på pantning som vi uppnår påverkas av vad som säljs och pantas i Sverige, men också i allt större grad av vad som säljs i den svenska gränshandeln mot Norge. Prisskillnaderna mellan dryck såld i Sverige och Norge för med sig att uppskattningsvis 15% av den dryck i pantförpackning som säljs i Sverige förs ut och konsumeras i Norge. Ungefär en tredjedel av denna volym pantas igen i Sverige, medan resten tas om hand i Norge.

- Detta har en stor påverkan på den rapporterade svenska pantningsgraden, då vi bedömer att av den volym som säljs och också konsumeras i Sverige så är pantningsgraden klart över 90% och närmare 95%, säger Bengt Lagerman, VD på Returpack.

VAD ÄR ETT PANTSYSTEM?

När vi pratar retursystem med pant eller pantsystemet gäller det att kunna skilja mellan vad som är på riktigt till nytta för en mer hållbar värld, och vad som enbart ger sken av att vara det.

- Det finns aktörer som gärna vill dra nytta av allt det goda som ett äkta retursystem med pant står för, som utger att också deras förpackningar går att "panta". Oftast är detta dock inget som skiljer sig från normal återvinning av förpackningar, ingen pant som erlaggs vid inköp som betalas ut vid återlämnandet, ingen kontrollerad återlämning, ingen materialåtervinning som faktiskt kan säkerställa att förpackningarna verkligen kan bli till nya förpackningar. Möjligen betalas någon form av incitament ut vid inköp av ny vara för förnyad konsumtion - det är det som är "panten", avslutar Bengt Lagerman.

IDAG PANTAS



METALLBURKAR

85,8%

2019

PET-FLASKOR

83,2%

2019



Svenskarna är

NÖJDA MED PANTSYSTEMET

I Sverige är vi bland de bästa i världen på att panta. Svenskarna är mycket nöjda med sitt pantsystem och den positiva inställningen till pantning ökar över tid. Förtroendet för pantsystemet är högt, 83 procent av svenskarna säger att de har stort eller mycket stort förtroende för pantsystemet. Det visar den SIFO-undersökning som Returpack lät genomföra under 2019.

Klimat- och miljöfrågor ligger högt på agendan hos många. Den senaste SIFO-undersökningen bekräftar den bilden. Närmare 8 av 10 svenskar känner att de gör en insats för miljön när de pantar sina burkar och flaskor.

- Att så många kopplar pantning till att göra en insats för miljön bekräftar att vi gör ett viktigt jobb med att kommunicera miljönyttan i denna enkla vardagshandling, säger Rickard Andersson, produktchef på Returpack.

Unga män och kvinnor är den grupp som sticker ut lite i undersökningen. De uppger sig panta något mindre än befolkningen som helhet, samtidigt som de har en högre konsumtion av dryck på burk och flaska. Unga kvinnor är dessutom den grupp som uppger sig ha störst förtroende för det svenska pantsystemet, hela 87 procent säger sig ha stort eller mycket stort förtroende.

- Den här gruppen är viktigt att nå i dubbel bemärkelse. Dels att deras pantningsgrad är lägre, dels står de för en hög konsumtion. Ungdomar har också ett lite annorlunda konsumtionsmönster jämfört med

övriga och konsumerar mer dryck när de är på språng, säger Rickard Andersson.

För att få ytterligare kunskap om unga vuxna har Returpack samarbetat med Ungdomsbarometern. Deras analyser visar tydligt att ungdomar idag är mer värderingsstyrda. De identifierar sig med sina fritidsintressen, vad de lägger sina pengar på och vilka konton de följer i sociala medier. De upplever sig också kunna påverka samhället i en högre grad än ungdomar gjort i tidigare generationer.

- Det är tydligt att de unga är mer miljö- och klimatmedvetna, det anses vara den viktigaste samhällsfrågan. Det ger oss stor möjlighet att fortsätta att påverka den här gruppen i rätt riktning, säger Rickard Andersson.

Under 2020 lägger Returpack extra fokus på att möta ungdomars behov och öka tillgängligheten för gruppen. Som ett första steg utför Returpack ungdomsfokusgrupper i samarbete med Ungdomsbarometern. ■

PANT - EN EFFEKTIV NUDGE

Pant betyder att en konsument, i samband med köp av dryck, lånar en burk eller flaska mot en avgift. Avgiften betalas sedan tillbaka när man pantar. Panten har visat sig vara ett mycket effektivt verktyg för att skapa ett önskat beteende - ett nudgingverktyg helt enkelt. Idag har pantning blivit en del av svenskarnas vardag som är självklart för de allra flesta.





PANTAMERA MED ROLANDZ

Musik och humor ska få fler att panta mera

I Sverige är bland de bästa i världen på att panta, delvis såklart beroende på att vi är ett av relativt få länder som faktiskt har ett pantsystem, men också för att vi svenskar gjort pantningen till något självklart. I våra återkommande SIFO-undersökningar svarar omkring 99 procent av svenskarna att de pantar. Vår utmaning är att påminna och inspirera människor att panta – allt och alltid.

- För oss är det viktigt att finnas med vårt budskap där människor finns, utan att vi tränger oss på. Vår kommunikation bygger som alltid på en positiv känsla kring pantning, där musik och humor får ta stor plats, säger Katarina Lundell, marknads- och kommunikationschef för Pantamera vid Returpack.

År 2019 fyllde begreppet Pantamera 15 år och det firades bland annat med att en helt ny version av

Pantamera-låten släpptes. Får vi lov att presentera dansbandsfenomenet Rolandz och deras tolkning av Pantamera-låten på sitt helt egna sätt!

- Vi har arbetat med musiktemat under många år och låtit en mängd olika artister få göra sin egen variant av Pantamera-låten. Den här gången satsade vi på en riktig sommarplåga i 4/4-takt och synkop, avslutar Katarina Lundell. ■

- Vår kommunikation bygger som alltid på en positiv känsla kring pantning, där musik och humor får ta stor plats.

KATARINA LUNDELL
MARKNADS- OCH KOMMUNIKATIONSCHEF

99%
AV BEFOLKNINGEN
PANTAR

Sedan tidigare vet vi att i princip alla svenskar, 99 procent uppger att de pantar, men kanske inte allt och alltid. 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

Tillsammans med Dreamhack



Vårt mångåriga samarbete med esportcommunityn är ett exempel på hur vi arbetar med riktad kommunikation för att nå identifierade målgrupper. Under 2019 gick vårt koncept Pantamera med esporten ihop med den ikoniska datorspelsfestivalen DreamHack samt de två välkända Youtube- och streamerprofilerna Samuel "SampeV2" Stronegger och Yacine "yzn" Laghamri för att öka engagemanget för pantinsamlingen till förmån för Musikhjälpen.

- Genom vår större närvaro på DreamHack i år såg vi till att göra det här initiativet ännu mer tillgängligt för kampanjens kärna – unga killar och tjejer som är väldigt bra på att konsumera dryck, men kanske inte alltid lika bra på att panta förpackningen, säger Lovisa Lannerstedt, projektledare på Pantamera.

ÅRETS TOTALA BIDRAG TILL MUSIKHJÄLPEN LANDADE PÅ 603 082 KR, VARAV 534 479 KR KOM FRÅN PANTAMERA MED ESPORTEN.

Pantamera med esporten drivs i samarbete med Universal och DreamHack. Pantpengarna som donerades till Musikhjälpen kommer från några av Sveriges största aktörer inom esport och musik, som tillsammans med gamers över hela landet pantat ihop potten.

DIGITALA UTBETALNINGSLÖSNINGAR

på Pantamera Express



Under 2019 har en ny, digital utbetalningslösning med hjälp av BankID testats på två av våra 45 Pantamera Express-automater, med målsättning att lösningen ska implementeras i alla pantautomater på sikt. Redan idag finns PayPal installerat som utbetalningsalternativ på de resterande 43 Pantamera Express-automaterna runt om i landet. Att kunna betala ut pengar digitalt har länge varit ett mål för Returpack. I flera kundundersökningar framkommer det att många pantare vill ha sin pantpeng direkt på bankkontot. Speciellt unga, som idag är den grupp som har en lite lägre pantningsgrad, tilltalas av den idén.

FAKTA PANTAMERA EXPRESS:

3 procent av den totala panten, nära 60 miljoner förpackningar, samlades in via Pantamera Express under 2019, en ökning med omkring 20 miljoner förpackningar från året innan.

Liten MATERIALSKOLA



PET - VAD ÄR DET?

PET är en förkortning som står för polyetentereftalat (säg det fort den som kan). PET är ett lätt plastmaterial som går att blåsa upp till vilken form som helst. Dessutom klarar det nötning och stötar särskilt bra. De ofärgade PET-flaskorna som pantas kan återvinnas som livsmedelsgodkänd plast till nya flaskor. Det färgade PET-materialet återvinns till annat.



ALUMINIUM

Aluminium är en lättmetall och ett metalliskt grundämne. När du pantar en burk återvinns materialet till ny burkplåt. Det är det mest energieffektiva sättet att ta hand om materialet, eftersom materialet bara behöver smältas ner och valsas till ny plåt innan det kan bli nya burkar. När en aluminiumburk återvinns till en ny burk, sparar man 95% energi jämfört med vad som går åt vid tillverkning av nytt aluminium!



KORKEN SKA VARA PÅ!

Låt korken sitta på när du pantar – alla korkar som följer med flaskorna när de kommer in till oss återvinns. Korkarna är vanligen gjorda av plasten HDPE. Korkarna som lossnar hos oss under sorteringen får nytt liv som kabeltrummor, och de korkar som fortfarande sitter kvar på flaskan efter vår sorteringsprocess följer med flaskan till nästa steg i återvinningskedjan hos Veolia PET.

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.

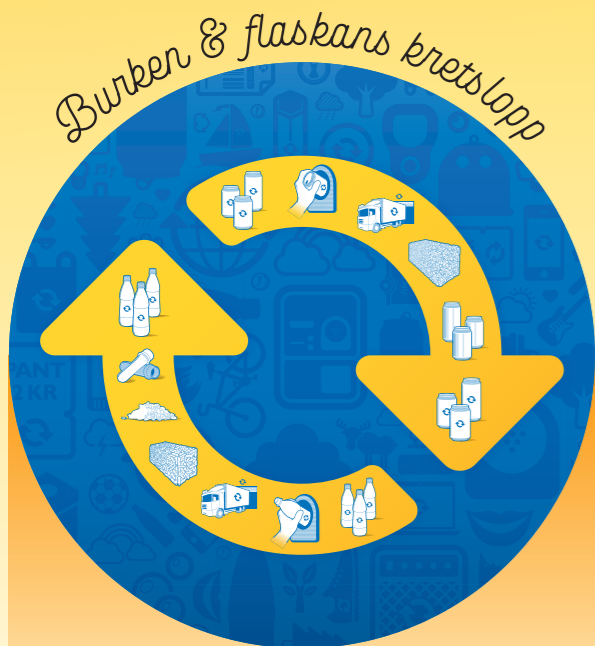
› PRODUKTKVALITET ALUMINIUM

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 0,3 % inblandning av färgad PET. Enligt vårt avtal ligger gränsvärdet på max 4 %.

De interna nyckeltalen för produktkvalitet togs fram till 2017. Utfallet 2019 blev **0,02%** för aluminium och **0,3%** 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.



DESIGN FÖR ÅTERVINNING

- Vi ansluter bara produkter som är helt återvinningsbara, berättar Sara Bergendorff, producent- och importörsansvarig på Returpack, som bland annat ansvarar för godkännandeprocessen av nya förpackningar.
- Vi fungerar ofta som bollplank när produktutvecklare hos producenterna tar fram nya förpackningstyper och material.

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 flaskstillverkare och producenter.

I andra fall är det importerade produkter som ska godkännas för att få säljas och pantas i Sverige. Vi mäter bland annat vilka plaster förpackningen innehåller och hur förpackningens form fungerar i pantautomaterna. 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

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

Vi har ett stort ansvar för att utföra vårt uppdrag med så liten klimatbelastning som möjligt. Varje burk och flaska som pantas 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 av växthusgaser från våra transporter. Vi berättar också hur vi arbetar för att göra optimerade hanteringen av insamlade förpackningar i vår anläggning.





Från riktigt bra till ännu bättre

NY PLASTSORTERINGS-ANLÄGGNING

Under 2019 invigde Pantamera en ny plastsorteringsanläggning för att förbättra kvaliteten på det återvunna materialet, så att ännu mer plast kan återvinnas till nya flaskor. Under 2019 ökade mängden livsmedelsgodkänd plast från anläggningen med 10% och bidrog med en koldioxidreducering med ytterligare drygt 25 000 ton.

Pantamera-fabriken i Norrköping är en av Europas modernaste, här återvinns omkring 9 miljoner burkar och flaskor varje dag. I början på sommaren invigdes den nya uppgraderade sorteringsanläggningen som ytterligare förbättrat kvaliteten på det återvunna PET-materialet. Detta för att ännu större del av det återvunna materialet ska kunna användas till nya flaskor och på så sätt säkerställa det cirkulära flödet.

Det är den ofärgade plasten som kan återvinnas till ny livsmedelsgodkänd plast och därmed användas i tillverkningen av nya flaskor. Därför är det viktigt att utvinna så stor mängd ofärgad plast som möjligt för att maximera miljönyttan.

- För att ett återvinningsystem ska skapa maximal

miljönytta behöver kretsloppet vara slutet. Det betyder att plastmaterialet som sorteras i anläggningen ska kunna användas till nya livsmedelsgodkända plastflaskor. Med vår senaste investering har vi lyckats öka den andelen med 10 procent, säger Christer Rynegård, ansvarig projektledare.

➤ **Under 2019 ökade mängden livsmedelsgodkänd plast från anläggningen med 10% och bidrog med en koldioxidreducering med ytterligare drygt 25 000 ton.**

➤ ÅTERVUNNET MATERIAL

	2015	2016	2017	2018	2019
ALUMINIUM	15 308 TON	16 361 TON	16 740 TON	18 356 TON	19 870 TON
KLAR PET	16 917 TON	16 655 TON	16 515 TON	17 822 TON	21 077 TON
FÄRGAD PET	3 252 TON	3 990 TON	3 767 TON	4 539 TON	2 167 TON
KORKMATERIAL*	-	-	-	1 354 TON	1 377 TON

*Korkanläggningen togs i drift under senare del 2017.

OM DEN NYA SORTERINGSANLÄGGNINGEN

Under 2019 kom över 2,1 miljarder förpackningar in till Pantameras toppmoderna anläggning i Norrköping. Samma år återvanns 19 870 ton aluminium, 23 244 ton PET-material och 1 377 ton HDPE (korkmaterial). Att förbättra och utveckla anläggningen för att maximera miljönyttan i pantsystemet är ett ständigt pågående arbete. Under 2018 gjordes en investering i en ny plastsorteringsanläggning som invigdes i maj 2019. Syftet med investeringen var att öka mängden återvunnen ofärgad plast, vilken kan användas till nya livsmedelsgodkända förpackningar. Tidigare teknik har enbart byggt på optisk sortering, medan den nya anläggningen också kan känna av vilken typ av plast-

material som förpackningen består av.

Den nya anläggningen har förbättrat sorteringen av ofärgad och färgad plast markant. Resultatet visar på en 10 procentig ökning av ofärgat plastmaterial som tidigare gick med i den färgade fraktionen. Den 10 procentiga ökningen av materialet från den öppna till den slutna materialåtervinningen minskar flaskornas miljöpåverkan. Görs en beräkning utifrån pantsystemets påverkan för insamlade årsvolymer motsvarar det en reduktion på över 25 000 ton koldioxidekvivalenter årligen. Förutom koldioxidreduktionen reduceras miljöpåverkan från försurning, övergödning, marknära ozon och ozonuttunning med mellan 15 och 30 procent. ■

MINSKAD KLIMATPÅVERKAN

Under 2019 gav pantsystemet en total besparing motsvarande ca 180 000 ton koldioxidkvivalenter, där den allra största vinsten kommer ur den slutna materialåtervinningen och undviken produktion av ny råvara. Utöver detta arbetar vi även med att minska vår direkta påverkan men också den indirekta miljöpåverkan, där vi ställer krav på och samarbetar med övriga aktörer i vår värdekedja.

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 sedan många år tillbaka från förnybara energikällor. Under 2020 kommer ett antal solpaneler installeras så att egen sol-el kan tillverkas och användas för eget bruk. På så sätt frigörs den el som vi tidigare köpt till förmån för någon annan. Under 2020 kommer stort arbete och fokus läggas på energikartläggning och energieffektivi-

visering för att ytterligare minimera och effektivisera vår verksamhet. Returpack klimatkompenserar för de växthusgasutsläpp som redovisas i klimatberäkningen. Beräkningen av vår klimatpåverkan omfattar både de indirekta och direkta verksamhetsrelaterade utsläppen i de tre scopen. Den största klimatpåverkan ligger fortsatt i Scope 3, dvs. övriga indirekta utsläpp och är i huvudsak relaterade till företagets transporter. I scope 2 kan vi däremot se en minskning av växthusgasutsläppen. Detta beror på de elval som används i Pantamera Express. Under 2019 har Pantamera Express ökat med 13 automater och insamlingen via dem har ökat till nära 60 miljoner förpackningar.

UNDER 2019 GAV PANTSYSTEMET EN TOTAL BESPARING MOTSVARANDE CA: **180 000** TON CO₂e



Pantsystemets KLIMATNYTTA

Returpack har tillsammans med Linköpings universitet genomfört flera livscykelanalyser för att utreda miljöpåverkan från förpackningar av aluminium och PET samt utreda skillnaderna mellan hur flaskorna och burkarna hanteras när de väl är konsumerade. Syftet med studierna har varit att hitta hårda fakta om varför det är viktigt att panta sina burkar och flaskor samt hitta åtgärder för att pantsystemets miljöprestanda ytterligare ska kunna förbättras.

I den senaste livscykelanalysen som utfördes under våren 2019 av studenter på Masterprogrammet i Energi- miljö-management på Linköpings universitet analyserades PET-flaskans och aluminiumburkens hela livscykel, från utvinning av råmaterial till materialåtervinning. Resultaten jämfördes sedan om samma förpackningar istället för att pantas skulle slängts i hushållssoporna och bränts upp för energi- och värmeutvinning. Resultaten visade att klimatavtrycket för PET-flaskor minskar med 93,5 procent om de pantas jämfört om de bränns upp och för aluminiumburkar minskar klimatavtrycket med 69,2 procent om de pantas. Andra miljöpåverkanskategorier som övergödning, försurning och bildandet av marknära ozon minskar också betydligt om burkarna och flaskorna återvinns istället för bränns upp. Genom livscykel-

analyserna har vi fått kvantifierbara värden på miljönyttan som pantsystemet skapar.

De största miljövärdena skapas av att materialåtervinningen undviker produktion av nyråvara. Framställningen av nytt aluminium och PET kräver mycket större resurser än de processer som krävs för att samla in och återvinna materialet så att de kan användas till nya förpackningar. Skulle Returpack lyckas höja insamlingsnivåerna till målet på 90 procent minskar klimatavtrycket för flaskan med ytterligare 9 procent och för burken med 6 procent. Om materialkvaliteten på insamlade PET-flaskor förbättras och andelen färgade flaskor minskar finns ytterligare miljöförbättringar att hämta. Det är när flaskor kan bli del av nya flaskor som de största miljövinsterna går att hämta, något som endast är möjligt om de samlas in via pantsystemet.

ELFÖRBRUKNING RETURPACKS ANLÄGGNING



Totalt förbrukades 1 618 103 kWh el i anläggningen under 2019, en ökning med 10,1% från året innan. Ökningen beror även för 2019 på volymökningen av pantförpackningar som kom in till anläggningen. Det innebär att vi inte når vårt energimål. Vi ska under 2020 vidta ytterligare åtgärder och ta fram handlingsplaner för en effektivare energianvändning. 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*
2019	>	1 618 103*



ELFÖRBRUKNING
/FÖRPACKNING
W/FRP

2015	>	0,86
2016	>	0,73
2017	>	0,69
2018	>	0,72*
2019	>	0,75*



ANTAL
FÖRPACKNINGAR
MILJARDER FRP

2015	>	1,69
2016	>	1,77
2017	>	1,86
2018	>	2,05*
2019	>	2,15*



FOSSILFRIA TRANSPORTER TILL 2025

Vi är en av de företag som har antagit Fossilfritt Sveriges Transportutmaning. Målet för utmaningen är att senast 2030 endast utföra och köpa fossilfria inrikestransporter. Vi vill driva detta arbete fortare än så varför vi har deklarerat att vi ska klara utmaningen redan till 2025.





Från 90 till 95 procent

FOSSILFRIA TRANSPORTKILOMETER

Returpack driver en transportintensiv verksamhet. Alla burkar och flaskor som pantas i hela landet ska transporteras till anläggningen i Norrköping. Där ska de bearbetas för att sedan fortsätta sin resa mot att bli nya återvunna produkter. Därför är de transportsätt och bränslealternativ som Returpacks transportörer använder oerhört viktiga val, ur ett miljöperspektiv.

- Under 2019 har Returpack gått från 90 procent fossilfria transportkilometrar till 95 procent - ett rejält kliv närmare vårt mål att vara helt fossilfria år 2025, säger Marie Skoog, logistikchef hos Returpack.

Även om målet att vara helt fossilfria snart är uppnått fortsätter arbetet med att omvärldsbevaka och testa alternativa bränslen.

- Det är skillnad på bra och bättre även inom fossilfritt, reduktion av CO2 varierar samt att vissa råvaror de framställs av är diskutabla. Vi arbetar långsiktigt tillsammans med våra leverantörer och vid förra stora upphandlingen 2014/15 var alternativen färre. Om de alternativ som finns idag funnits då hade valet säkert även fallit på flera andra, förklarar Marie Skoog.

PROVKÖRNING MED FLYTANDE GAS

Att arbeta tätt med de större åkerierna är viktigt för att driva på utvecklingen. Därför besökte Returpack Scania i Borås tillsammans med ett av sina åkerier för att provköra olika fordon och motorer som drivs på alternativa bränslen. Åkerierna har höga krav på prestanda i sina motorer. Returpacks burkar och flaskor väger inte så mycket, men åkerierna kör aldrig tomma, och på vägen tillbaka transporterar de ofta betydligt tyngre varor.

- Investeringen i fordon med alternativa, miljövänligare motorer är betydligt större än i ett traditionellt dieselfordon. Med hjälp av Klimatklivet, ett investeringsstöd som söks hos Naturvårdsverket för att minska

utsläppen av bla koldioxid kan man täcka delar av den merkostnad som det innebär att investera i mer miljösmarta fordon. Tre av de åkerier som deltog vid testkörningen i Borås har nu beställt nya fordon som drivs med flytande gas, LBG. Det är biogas som man kylt ner, vilket gör att man kan tanka större mängd åt gången och möjliggöra de längre transporter, säger Marie Skoog.

REGIONALA SKILLNADER I TILLGÅNG PÅ BRÄNSLE

Det händer mycket inom transportområdet, och det är tydligt att man inte bör satsa allt på ett kort.

- Vi behöver också titta både på hur det ser ut regionalt, om ett område är starkt på gas så ska man ha det där, då finns det tillräckligt med leverantörer och tankstationer. Det kan också vara så att enskilda kommuner har gjort upphandlingar och ställt krav på leverans av gas under längre tid, då vill vi gärna haka på det, säger Marie Skoog.

- Det viktigt att vi håller oss uppdaterade om vilka alternativ framtiden erbjuder, så att vi alltid har möjlighet att göra de mest hållbara valen, avslutar Marie Skoog.



FAKTA TRANSPORT-FLÖDEN

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

FAKTA LÖSVIKTSFLÖDEN 2019

14 938

ST RUTTER GENOMFÖRDES



341 962

MIL KÖRDES

DET VILL SÄGA NÄSTAN

85 VARV
RUNT JORDEN

1 487 085

ST KÄRL HANTERADES PÅ

293 667

HÄMTNINGAR

CO₂ FJÄRRBILAR

(VOLYMBILAR & SÄCK/KARTONG)

MÅL > -65% MOT BAS 2015

UTFALL > -81%

CO₂ KOMPRIMATORBILAR

MÅL > -90% MOT BAS 2015

UTFALL > -90%

21 INSAMLINGSOMRÅDEN

26
MELLAN-
LAGER

17
TRANSPORT-
LEVERANTÖRER

49
TVÅFACKS-
BILAR

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 tågvagngens utformning. Mindre balar på toppen gör att vi kan fylla vagnen ända upp.

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)	> 2019 (TON CO ₂ e)
SCOPE 1	> 1	> 2	> 1
SCOPE 2	> 330	> 527	> 228
SCOPE 3	> 931	> 902	> 797
TOTALA UTSLÄPP	> 1 262	> 1 431	> 1 026

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)	> 2019 (TON CO ₂ e)
TRANSPORTER	> 917	> 878	> 778
ANLÄGGNINGEN	> 330	> 527	> 228
AFFÄRSRESOR	> 15	> 26	> 21
TOTALA UTSLÄPP	> 1 262	> 1 431	> 1 026

> 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.

ÅRETS HÅLLBARHETSINITIATIV

Under 2019 tog vi tillsammans med Svenska Retursystem över kategorin Årets Hållbarhetsinitiativ på Dagligvarugalan. Den hållbara vinnaren blev Lidl Sverige. Stort grattis!

MOTIVERING

JURYNS MOTIVERING TILL ÅRETS HÅLLBARHETSINITIATIV LYDER:

Genom att jobba smart och effektivt visar vår vinnare att hållbara val är vägen framåt – oavsett storleken på plånboken. De senaste åren har många små och stora kliv tagits med målsättningen att göra klimatsmart konsumtion enklare. Med sitt nyskapande arbete banar de väg för hållbara transporter, minskat matsvinn och framtidens klimatneutrala handelsmiljöer.



Livsmedelsbutikerna HAR EN NYCKELROLL

Livsmedelsbutikerna har en mycket viktig roll för vårt svenska pantsystem. Av all pant som samlas in kommer hela 94 procent från landets butiker. Och de känner stolthet över att vara en del i pantkedjan visar Returpacks senaste NKI-undersökning.

Returpack genomför regelbundet NKI-undersökningar (Nöjd Kund Index). I den senaste framgår det att livsmedelsbutikerna i hög grad upplever stolthet över att vara en del av pantkedjan. Dessutom ser de sig själva som delaktiga i arbetet med att upprätthålla och utveckla ett av världens bästa pantsystem.

– Butikerna är stolta över det hållbarhetsarbete som de åstadkommer genom att ha en pantautomat på plats. Och det ska de vara, för butikerna spelar en nyckelroll i systemet, säger Erik Ebbeson, kundchef på Returpack.

ETT HÅLLBART SAMARBETE

Returpacks verksamhet är beroende av att pantmottagare i allmänhet, och butiker i synnerhet, gör en insats. De utgör basen för att kunna bedriva det, för miljön, så viktiga arbetet.

– Det är glädjande att livsmedelsbutikerna i så pass hög grad är nöjda med vår relation och att vi tillsammans bygger ett bra pantsystem. Med åren har jag också sett att butikerna tycker att det blir än mer viktigt att göra ett bra jobb för pantsystemet, säger Erik Ebbeson.

ÅRETS PANTBUTIK

För att fortsatt bibehålla en god relation med livsmedelsbutikerna arbetar Returpack på flera fronter, allt från kundtjänst, till logistik och marknadsföring. Under 2019 initierades tävlingen "Årets Pantbutik" där kunder fick nominera sina butiker. Syftet med tävlingen var att uppmärksamma och tacka alla handlare som lägger lite extra kraft på att skapa en trevlig miljö i sitt pantutrymme. Sammanlagt kom över 80 nomineringar in och av dem utsågs fem butiker i olika kategorier; Årets skönaste, schysstaste, snyggaste, effektivaste och smidigaste pantbutik.

– Vårt jobb är att på bästa sätt serva butikerna med allt de behöver för att kunna uppfylla sin viktiga del i systemet. Vi måste vara lyhörda för de olika butikernas behov och kunna förklara Returpacks och pantsystemets roll inom handeln, avslutar Erik Ebbeson. ■



FAKTA

Butikerna har en mycket positiv övergripande inställning till Returpack, snittvärdet ligger på 5,9. De allra flesta (åtta av tio) butiker ser även positivt på Returpacks hållbarhetsarbete och 87 procent av butikerna känner sig delaktiga i att skapa ett hållbart pantsystem. I princip samtliga butiker anser att en välskött pantavdelning är viktig för deras kunder, en uppfattning som har förstärkts ytterligare jämfört med tidigare undersökning.



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. Dessutom ser Axjo till att vårt korkmaterial återvinns.

VÅRA MATERIALKÖPARE: CONSTELLIUM, NOVELIS, VEOLIA PET SVENSKA AB OCH AXJO.

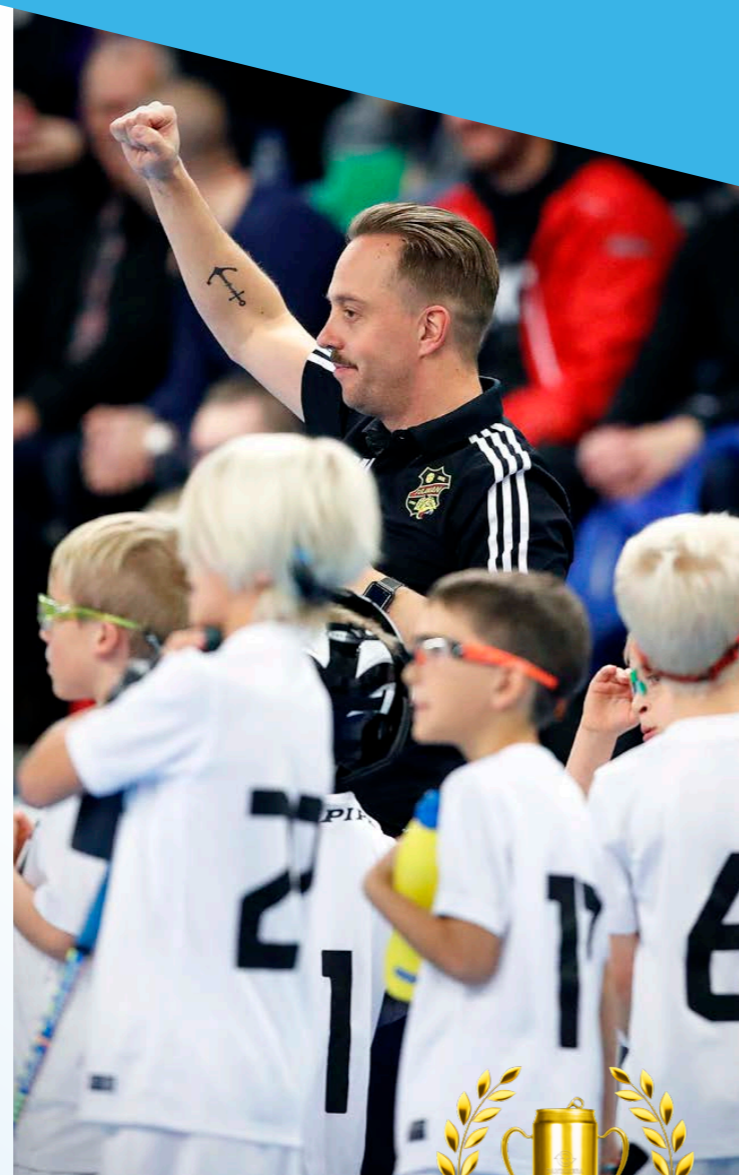
Föreningskonceptet

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.

En undersökning som genomfördes bland våra föreningskunder under 2019 visar att de är mycket nöjda med pantsystemet och relationen till Returpack. Av 995 tillfrågade föreningar svarade 92,5 procent att de anser att föreningserbjudandet är bra eller mycket bra. Undersökningen genomfördes för att fånga upp hur föreningarna uppfattar Returpacks erbjudande och service och för att kunna utveckla, förbättra och stötta den kundgruppen ytterligare.

– Föreningsarbeten är ett våra viktigaste projekt. Det kommer in väldigt mycket pant den vägen som annars kanske inte hade pantats alls, utan istället hamnat i soporna eller i något annat återvinningssystem där klimatnyttan inte är lika stor, säger Rickard Andersson.

FÖRENINGARNA
2019ANTAL FÖRENINGAR
SOM DELTOG I
FÖRENINGSKAMPEN:

2 296 >

TOTALT ANTAL
FÖRPACKNINGAR
SOM SAMLATS IN:

21 425 208



Fler produkter

ANSLUTS TILL PANTSYSTEMET

Producenterna och importörerna 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 2019/2020 var 288 företag anslutna

som producenter i det svenska pantsystemet, vilket innebär en ökning med 32 nya företag under det senaste året.

FRIVILLIG ANSLUTNING

Sedan 2015 har saftproducenter kunnat ansluta sina produkter och 2018 öppnades pantsystemet upp för frivillig anslutning av juiceförpackningar. Återvinnings-siffrorna för de frivilligt anslutna produkterna närmar sig motsvarande siffror för de förordningsstyrda.

SAFT	ANTAL SÅLDA, ST	ANTAL ÅTERVUNNA, ST	ÅTERVINNINGSGRAD
2015 >	46 708	5 005	10,7%
2016 >	10 365 405	3 015 317	29,1%
2017 >	15 148 967	9 091 413	60,0%
2018 >	18 995 694	12 378 589	65,0%
2019 >	19 839 239	14 139 187	71,0%

JUICE	ANTAL SÅLDA, ST	ANTAL ÅTERVUNNA, ST	ÅTERVINNINGSGRAD
2018 >	8 798 428	4 309 685	49,0%
2019 >	19 446 132	11 839 447	61,0%

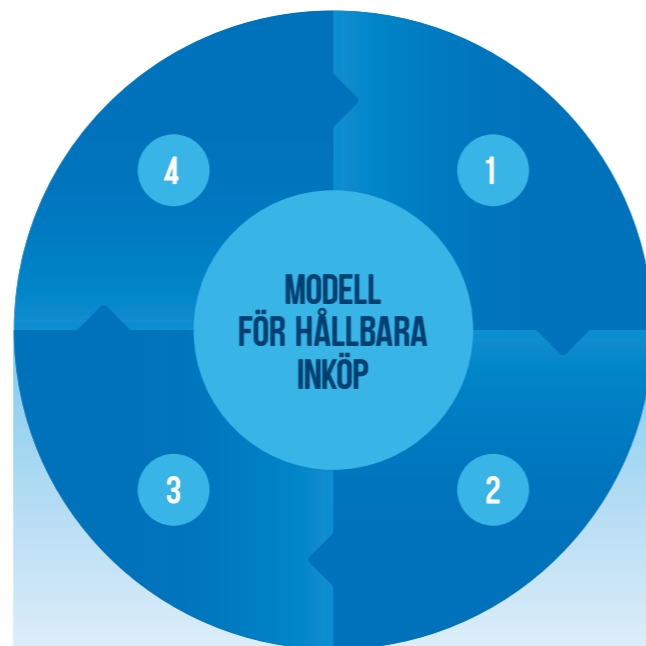


Hållbara LEVERANTÖRER

Våra leverantörer är som en förlängning av vår egen verksamhet och vi är helt beroende av dem för att uppnå våra mål. Vår strävan är att alla våra leverantörer ska dela våra värderingar och vår vision om ett långsiktigt hållbart samhälle. Genom att ställa krav i hela leveranskedjan och bygga goda och långsiktiga leverantörsrelationer jobbar vi tillsammans mot en mer hållbar framtid.

VÅR MODELL OCH UPPFÖRANDEKOD

Vår modell för hållbara inköp tillsammans med vår uppförandekod för leverantörer är grundläggande för vårt samarbete med våra leverantörer. Modellen för hållbara inköp används för att kvalitetssäkra vårt inköpsarbete. Modellen beskriver de processer och krav vi ställer på oss själva internt och på våra leverantörer externt. Uppförandekoden beskriver de minimikrav vi ställer på oss själva, våra leverantörer samt underleverantörer avseende arbete, mänskliga rättigheter, hälsa och säkerhet, miljö och affäretik. På icke komplexa och mindre inköp bedömer inköparen själv om leverantören uppfyller de krav vi ställer. Vid övriga inköp svarar leverantören på ett självskattningsformulär som vi sedan följer upp och utvärderar. Vid eventuella avvikelser tas en handlingsplan fram tillsammans med leverantören. Om bedömning gjorts att leverantören inte uppfyller kraven eller accepterar vår handlingsplan så avslutas samarbetet.



1. ANGE FÖRVÄNTNINGAR

- > PRODUKTSPECIFIKA KRAV
- > GRUNDKRAV
- > UPPFÖRANDEKOD

2. BEDÖMNING AV RISKER & PÅVERKAN

- > RISKMODELL

3. ENGAGERA LEVERANTÖRER

- > SJÄLVUTVÄRDERING
- > AVTAL

4. UTVÄRDERA & RAPPORTERA

- > LEVERANTÖRSUTVÄRDERING & UPPFÖLJNING
- > NYCKELTAL & RAPPORTERING

LEVERANTÖRSBEDÖMNING

Storleken på inköpet, riskbedömning och utvärdering av vår uppförandekod ligger till grund för den klassificering och bedömning som görs av leverantören. Genom att bedöma leverantörerna fås en tydlig bild av vilka steg i processen som inköpet ska följa, en hög risk innebär att inköpet har en högre kravställa jämfört med en lägre risk. De flesta av leverantörerna finns i Sverige men en stor del har underleverantörer i övriga delar av världen. I riskanalysen bedöms riskerna genom hela leverantörsledet både på land och råvarunivå.

INKÖP

En inköpsansvarig ansvarar för Returpacks inköpsstrategier och inköpsprocesser, och ett stort fokus läggs på att förbättra våra processer för att göra dem mer kostnadseffektiva och hållbara.

För att få detta att fungera är det viktigt att processen är enkel att följa. Under året har ett arbete med att digitalisera och förenkla inköpsprocessen inletts, detta för att säkerställa till ännu högre grad att alla inköp följer vår modell för hållbara inköp.

Nästan alla våra större leverantörer är implementerade i vår modell för hållbara inköp men då modellen är relativt ny har vi fortfarande ett arbete att göra med de mindre leverantörerna som inte ännu har implementerats. Målet är att 90% av våra aktiva leverantörer ska vara implementerade under nästa år. Under 2020 kommer stort arbete läggas på att köpa in ett nytt inköps- och ordersystem som kommer att effektivisera inköpsprocessen och uppföljningen av våra leverantörer. ■

Fakta LEVERANTÖRER & INKÖP

RETURPACK HAR TOTALT CA:

582 AKTIVA
LEVERANTÖRER

INKÖP VAROR & TJÄNSTER TOTALT:

361 MILJONER
KRONOR

TRANSPORT- & LOGISTIKTJÄNSTER:

55% AV 361
MILJONER KRONOR

INFORMATION & MARKNADSFÖRING:

17% AV 361
MILJONER KRONOR

PRODUKTIONSMASKINER
& PANTAUTOMATER:

12% AV 361
MILJONER KRONOR





HÅLLBARA INKÖP

Att göra rätt val och kontrollera att kraven som ställs efterlevs

Att förstärka hållbarhetsaspekten av inköp är väsentligt ur flera perspektiv. Det är en viktig del i Returpacks uppdrag och grundläggande värderingar, och en förutsättning när man på ett långsiktigt och kostnadseffektivt sätt driver företag.

- Hållbarhet är väl förankrat i vår kultur, det är grunden i vårt uppdrag och affärsidé. Våra anställda förstår vikten av att tänka hållbarhet och miljö i alla steg av verksamheten. Det är en tacksam grund att stå på när vi arbetar vidare med att förbättra och hållbarhetsanpassa våra inköp ännu mer, säger Viktor Edholm, inköpsansvarig på Returpack.

FÖRENKLA, DIGITALISERA OCH FÖLJA UPP

På Returpack finns sedan tidigare bra processer och en modell som beskriver alla steg i att göra hållbara inköp. Under året har arbetet fokuserats på att förenkla och digitalisera inköpsprocessen, samt att följa upp.

- Vi är duktiga på att ställa krav på våra leverantörer, nu fokuserar vi extra på att utföra operativa dagliga kontroller och se till att de krav vi ställer efterlevs ute hos våra leverantörer, säger Viktor Edholm.

HANDBOKEN SOM GUIDE

Ett viktigt steg i att säkerställa mer hållbara inköp är att informera anställda som gör inköp om de processer och hjälpmedel som finns tillgängliga. Till hjälp finns en inköpshandbok samt inköpsmöten för medarbetarna

som har hand om inköpen på sina olika avdelningar.

- Hållbarhet är så centralt här, det kommer ganska naturligt. Under våra inköpsmöten går vi igenom hur olika leverantörer håller måttet, och hur vi kan göra rätt val ur alla de aspekter som vi behöver ha i åtanke, säger Viktor Edholm.

” Hållbarhet är väl förankrat i vår kultur, det är grunden i vårt uppdrag och affärsidé.

VIKTOR EDHOLM • INKÖPSANSVARIG

UPPMUNTRA FLER AKTÖRER TILL HÅLLBARHET

Under 2020 fortsätter arbetet med att implementera alla leverantörer i Returpacks modell som inkluderar en uppförandekod, riskanalys samt hänsyn till ekonomiska aspekter.

- Vårt arbete handlar mycket om att uppmuntra andra aktörer att bli mer hållbara och uppfylla samma krav på hållbarhet som vi ställer på oss själva, avslutar Viktor Edholm. ■



MEDARBETARE

DET ÄR GENOM VÅRA MEDARBETARE SOM VI KAN BIDRA TILL ETT HÅLLBART SAMHÄLLE OCH DRIVA VÄRLDENS BÄSTA PANTSYSTEM.

Hela vårt hållbarhetsarbete både börjar och slutar med dem. Därför är det viktigt för oss att vi är en attraktiv, inkluderande och säker arbetsplats med ett ledar- och medarbetarskap som engagerar och ger förutsättningar att utvecklas. Vi vill att våra medarbetare känner en stolthet över att arbeta på Returpack.



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. Vi skapar delaktighet genom att regelbundet ställa frågor om vad medarbetarna tycker fungerar bra, och vad som kan göras annorlunda eller förbättras. Undersökningar och aktivt deltagande vid personalmöten och verksam-

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

► Nästa medarbetarundersökning är planerad till våren 2021.

MEDARBETARE I SIFFROR

69 ST
TOTALT ANTAL ANSTÄLLDA

81/19%
TJÄNSTEMÄN (56 ST) /KOLLEKTIV-ANSTÄLLDA (13 ST)

3,7%
SJUKFRÅNVARO TOTAL

44 ÅR
MEDELÅLDER

54/46%
MÄN (37 ST) /KVINNOR (32 ST)

SJUKFRÅNVARO

	2015	2016	2017	2018	2019
Sjukfrånvaro total, %	2,6	3,1	3,9	4,1	3,7
Män	1,7	2,1	3,1	2,1	1,9
Kvinnor	3,8	4,3	4,6	6,2	5,7
Sjukfrånvaro korttid, %	1,5	1,7	1,6	1,8	1,5
Män	1,6	1,7	1,8	1,9	1,5
Kvinnor	1,5	1,8	1,3	1,6	1,7

OLYCKOR & TILLBUD

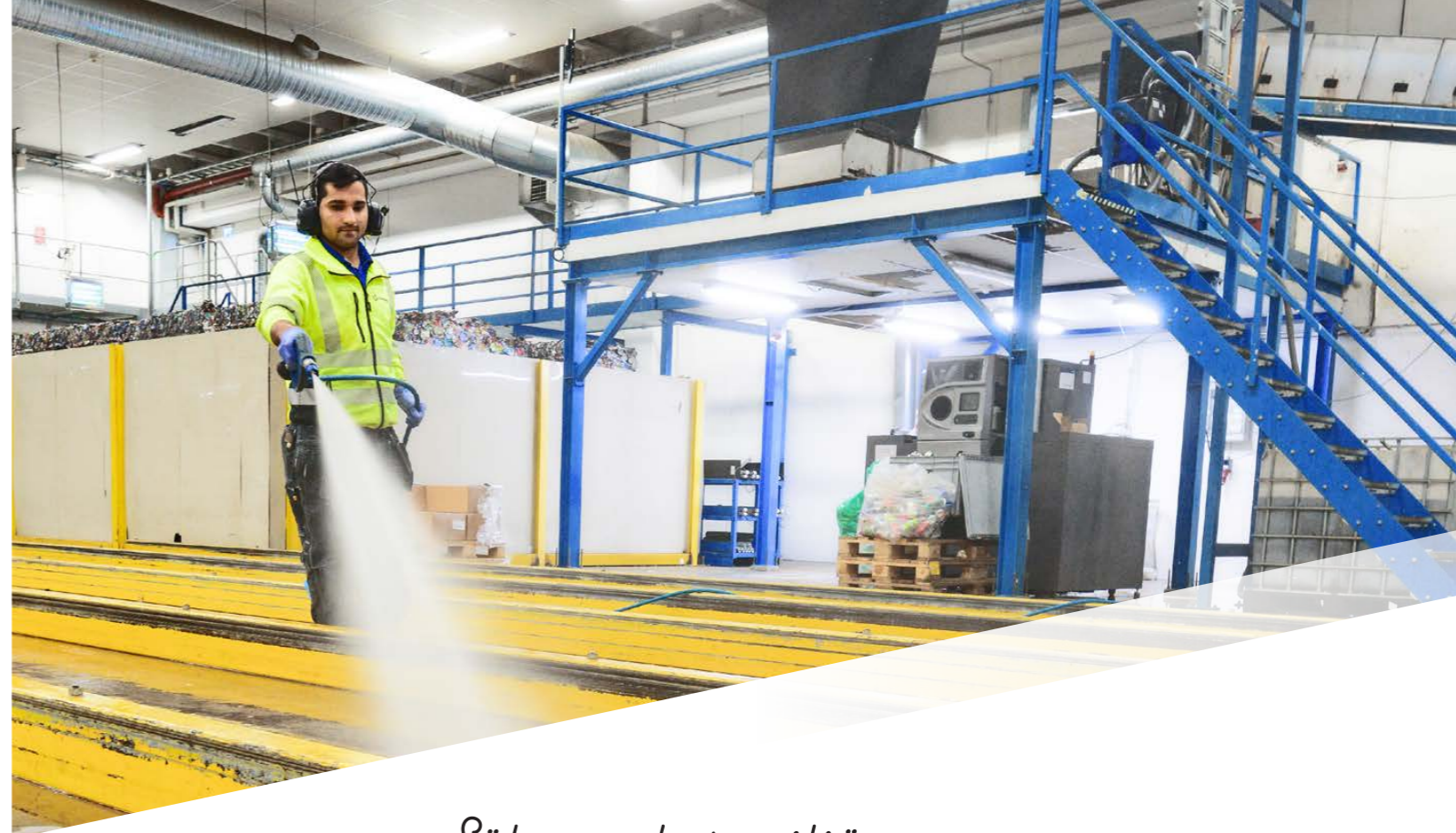
	2015	2016	2017	2018	2019
Arbetsplatsolyckor	3	2	0	5	2*
Tillbud	40	46	104	105	54
Riskobservationer	-	-	-	-	109

*Varav en färdolycka. Inga dödsolyckor.



EN SÄKER, TRYGG & FRISK ARBETSPLATS

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 samverkan 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 2019 har arbetsmiljöförbättrande åtgärder genomförts, bland annat för att förbättra belysning, luftkvalitet och temperatur i lokalerna. Dessutom har vårt ombyggnadsprojekt av våra lokaler och vår utemiljö målsättningen att ytterligare skapa en attraktiv och hållbar arbetsplats som främjar innovation och samarbete och upplevs som personlig, säker och välkomnande.

Under året inträffade två halkolyckor på grund av det hastiga väderomslaget i november. 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 ombyggnationer och installerat bullerskydd, arbetat med att ytterligare reducera riskmomenten och stärkt Returpacks säkerhetskultur. ■



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 förebyggande genom att tidigt reagera på signaler, risker och tecken på ohälsa.



Östergötlands FRISKASTE FÖRETAG

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.

Under 2019 föräddades vi på Returpack titeln, Östergötlands friskaste företag.

På Returpack har vi ett systematiskt arbetsmiljöarbete där vi utöver det lagstadgade arbetsmiljöarbetet lägger stor vikt vid medarbetarinflytande, hälsa och möjlighet att kombinera arbete och fritid.

Alla hälsofrämjande aktiviteter vi genomför är

framtagna av våra medarbetare. Under 2019 tillsattes dessutom en hälsogrupp som särskilt fokuserar på hälsofrämjande aktiviteter och där vi säkerställer att de gemensamma aktiviteterna är varierade och alltid passar någon.

Några av de aktiviteter som genomfördes under året var matlagningskurs, bågskytte, stegtävlingar och inspirationsföreläsningar. Under året har vi, på allmän begäran, också utökat hälsotemat med kulturella inslag så som teater och stadsvandringar, säger Ulrika Magnusson HR- och Hållbarhetschef.

MEDARBETAR- UNDERSÖKNING



ARBETSUPPGIFTER
& UTVECKLING

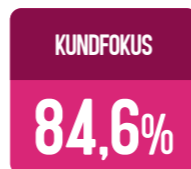
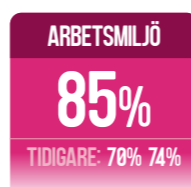
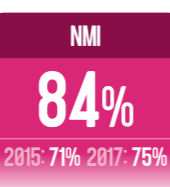
84%

LEDARSKAP

78%

INTERN-
KOMMUNIKATION

82%



Vartannat genomför vi en medarbetarundersökning. Bland annat mäter vi Nöjd medarbetarindex (NMI) och Employee Net Promoter Score (eNPS) som visar hur våra medarbetare trivs och hur benägna medarbetare är att rekommendera sin arbetsgivare till andra.

2019 visade ett positivt resultat där vi ökade NMI från 75 procent till 84 procent och där eNPS höjdes från 25 till 37, att jämföras med ett referensvärde på 20 som anses mycket bra. 89 procent av våra medarbetare (62 av 70) svarade på undersökningen. Resultatet

visar att merparten av de anställda är nöjda med sin arbetssituation och med Returpack som arbetsgivare.

Mellan 2017 och 2019 bytte företaget samarbetspartner för medarbetarundersökningar vilket gör att direkta jämförelser ej är möjligt.

Förbättringar uppnåddes inom samtliga delområden med jämförbar data. Utmaningen framåt blir nu att bibehålla och ytterligare förstärka det fina resultatet. Särskilt fokus läggs på ytterligare starka ledarskap, utveckling och internkommunikation.



RETURPACK HÖJER MEDVETENHETEN KRING SIN SÄKERHETSKULTUR

Företagets säkerhetskultur betecknar ett förhållnings-sätt och attityd till de risker som finns på företag. God säkerhetskultur innebär att alla bidrar till att minska våra risker, att vi undviker och förebygger tillbud och olyckor. Redan 2018 fattades beslut om att säkerheten skall stå högt upp på agendan under 2019. I början på året utfördes en kartläggning av nuläget där alla företags anställda var delaktiga. Flertalet aktiviteter genomfördes, både med en teoretisk del men också en mer workshopsbaserad del där alla fick möjlighet att berätta vad som var bra, mindre bra och vad som kan göras bättre. Arbetet resulterade i en större utbildningsinsats där alla medarbetare utbildades i HLR, första hjälpen och brandskydd, både teori och praktik. Fokus under året har varit att rapportera in och utföra riskobservationer, detta för att arbeta förebyggande. Möjligen kan det vara effekten av att inrapporterade tillbud minskat jämfört med föregående år och att olyckstalet gått ner.

Kris- och katastrofhantering är också en viktig del i hur väl företaget är rustad i att hantera denna typ av incidenter. En översyn av företags krishantering har genomförts där krisgruppen gemensamt tagit fram rutiner, dokument och checklistor. En ny larm-app har tagits fram och implementerats.

För att vara väl förberedd vid en eventuell händelse skall en större utbildningsinsats i kris äga rum under 2020. Det som kvarstår är att utbilda krisgrupp och medarbetare teoretiskt men framförallt via övning, för att se hur väl rutiner, instruktioner och vårt samarbete fungerar vid en eventuell kris eller onormal händelse.

UNDER 2019 HADE VI: 2 OLYCKSFALL, 54 ST TILLBUD OCH 109 ST RISKOBSERVATIONER.

VÅRA VÄRDERINGAR

Viktiga ledord för framgång

Alla ska känna till företagets värderingar och kunna stå upp för dem. Därför är det viktigt att kontinuerligt arbeta och utveckla företagskulturen och att vi lever efter våra värderingar. I samband med den årliga verksamhetsplaneringen i november 2019 fördjupade vi oss i de företagsgemensamma värderingarna – Ansvarstagande, Nyskapande och Samarbete. Utifrån det arbetet framkom att vi ytterligare vill vidareutveckla vår förmåga att skapa nytt med hjälp av lateralt tänkande i en innovationskultur.



ANSVARSTAGANDE

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.

NYSKAPANDE

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.

SAMARBETE

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 hjälpas åt, vi är tydliga i vår kommunikation, vi lyssnar, vågar fråga och tänka annorlunda.

EN JÄMSTÄLLD ARBETSPLATS

För Returpack är det viktigt 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 2019 är jämn, 54 procent män och 46 procent kvinnor. Likaså ser vi en jämn fördelning mellan män och kvinnor på tjänstemannasidan. När det gäller kollektivanställda är dock fördelningen inte lika jämn då 85 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 2019 har de företagsövergripande utvecklingsinsatserna fokuserats på säkerhet, inkludering och företagets värdegrund. Vårens tema, social hållbarhet, fokuserade på hälsa och välbefinnande och höstens utvecklingsdag gav våra medarbetare en fördjupad kunskap, både praktiskt och teoretiskt kring skydd- och säkerhetsfrågor. Alla nyanställda har genomgått grundläggande utbildning i miljö och antikorrupktion.

INTRODUKTION AV NYA MEDARBETARE

Under 2019 har vi förstärkt organisationen med ytterligare kompetens inom inköpsområdet, logistik och produktion. 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.

AFFÄRSETIK OCH ANTIKORRUPTION

Returpack kan aldrig acceptera korrupktion eller annan form av oetiskt agerande. Att arbeta med antikorrupktion 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.

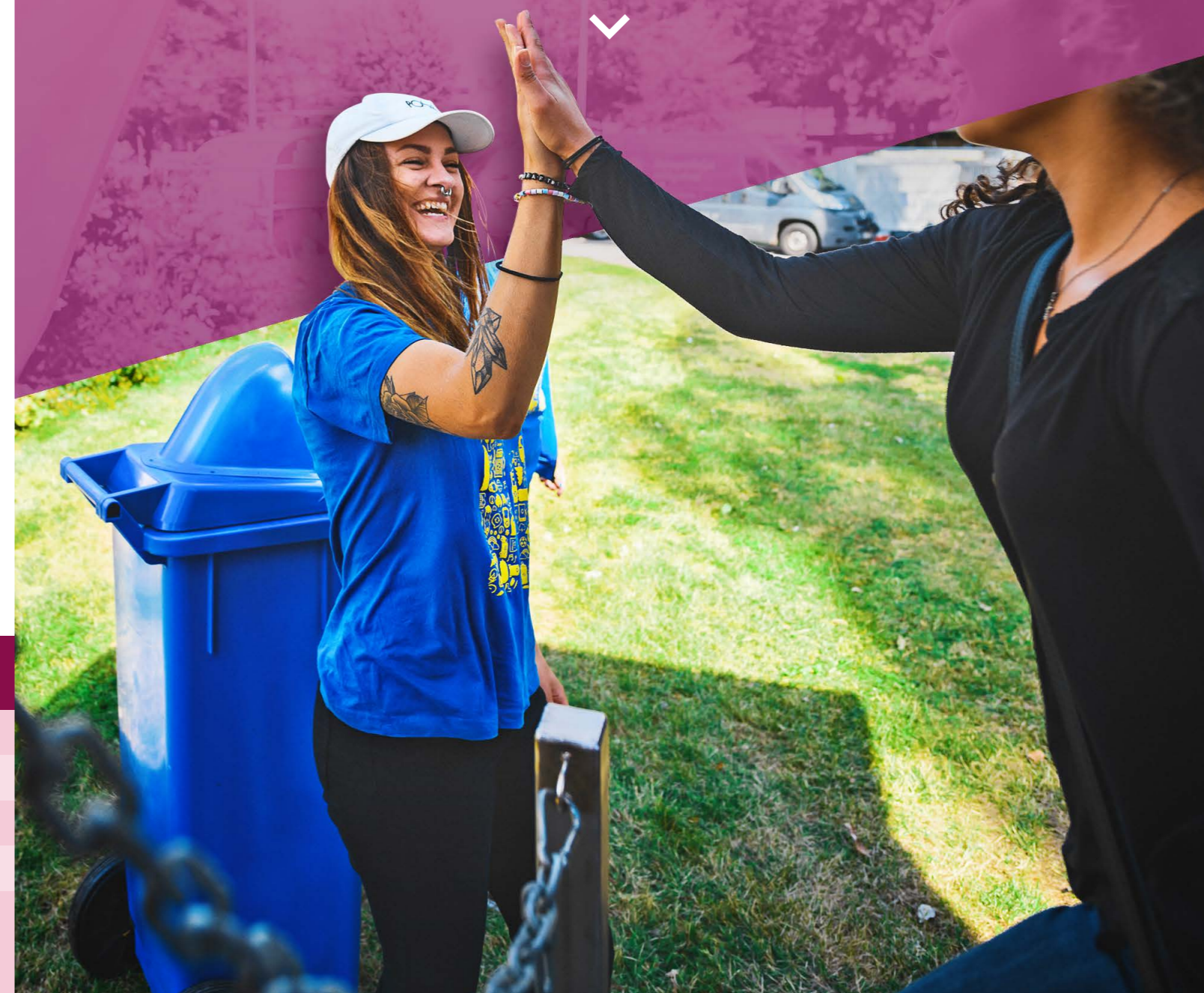
› Under 2019 har inga diskrimineringsfall eller korruptionsincider rapporterats.



SAMHÄLLE

VI SKA AKTIVT BIDRA TILL EN HÅLLBAR SAMHÄLLS-UTVECKLING 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 cirkulär ekonomi. I det här avsnittet visar vi bland annat på vårt arbete riktat mot barn och unga samt vårt engagemang i svenskt föreningsliv.



TOTALT ANTAL ANSTÄLLDA	2015		2016		2017		2018		2019	
	ANSTÄLLDA (ST)	ANDEL KVINNOR	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%	68	46%
› Varav heltid	58	43%	64	45%	63	46%	68	49%	68	46%
› Varav deltid	1	100%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%
Antal visstidsanställda	0	0	0	0	2	50%	2	50%	1	100%
Totalt antal anställda	59	44%	64	45%	65	46%	70	49%	69	46%



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 2019 engagerade vi närmare 30 ungdomar i samband med våra aktiviteter, till exempel Stadium Sports Camp, DreamHack och O-ringen.

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.



Pantpengar som MÖJLIGGÖRARE

Att skänka sin pantburk vid ett restaurangbesök kan tyckas obetydligt. Men effekten när många gör lite kan bli stor. Det visar Pantameras samarbete med McDonald's i Sverige som nu har lyckats samla in över 1 miljon kronor till stiftelsen Ronald McDonald Barnfond som verkar för att svårt sjuka barn och deras familjer ska kunna bo tillsammans i en hemlik och trygg miljö.

- Det är häftigt att se vilken skillnad panten kan göra, utöver den uppenbara klimatnyttan. McDonald's är en av flera aktörer som vi på Pantamera samarbetar med för att skapa förutsättningar för ideella organisationer att göra gott, säger Katarina Lundell, kommunikationschef på Pantamera/Returpack.

Samarbetet med McDonald's i Sverige är ett exempel på samarbeten där panten kan vara en möjliggörare och stärka både föreningskassor och hållbarhetsinitiativ.

Vi arbetar tillsammans med en mängd olika aktörer för att öka insamlingen av pant. Genom våra samarbeten med campingplatser och skidanläggningar väljer besökarna att skänka sina pantförpackningar till olika hållbarhetsprojekt.

Vi arbetar tillsammans med en mängd olika aktörer för att öka insamlingen av pant. Genom våra samarbeten med campingplatser och skidanläggningar väljer besökarna att skänka sina pantförpackningar till olika hållbarhetsprojekt.



Sponsring & INSAMLINGSSAMARBETEN

Vår sponsringpolicy tydliggör hur vi ser på sponsring. För oss är det avgörande att engagemanget ska innehålla socialt ansvar och miljövinster, och tydligt vara kopplat till pantsamling och/eller kunskapsinhämtning. Vi sponsrar enbart initiativ som är förenliga med våra värderingar och övriga policyer. Exempel på sponsring kan vara pantkärl, 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.

Vårt sponsringssamarbete med Svensk Innebandy syftar till att påverka attityder och beteende kring pantning i målgruppen barn och unga vuxna. Samarbetet sker på förbunds nivå.



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. Inom vårt projekt för livscykelanalyser har vi under 2019 fortsatt arbeta fram delanalyser, genomförda av masterstudenter vid Linköpings universitet.



LYCKAT SAMARBETE MED AKADEMIN FÖR MILJÖN

Under året har studenter från Civilingenjörsprogrammet inom energi, miljö och management vid Linköpings universitet genomfört livscykelanalyser på uppdrag åt Returpack. Ett projekt där studenterna analyserat miljönyttan med pantsystemet. Här har man bland annat kunnat konstatera på vilka sätt och av vilka orsaker som pantsystemet har den bästa miljöprestandan jämfört med övrig förpackningsåtervinning.

Niclas Svensson är universitetslektor och chef för enheten Resurseffektiv Materialhantering vid Linköpings universitet. Han menar att det är en stor tillgång för studenterna att arbeta med praktiska uppdrag från näringslivet. Det är något man gör både inom undervisning och i forskningsprojekt vid universitetet.

– För oss inom akademien är den här typen av samarbeten naturliga, speciellt när vi jobbar med miljöfrågor. Vi behöver vara samhällsrelevanta, och då är det viktigt att vi förstår vilka problem och utmaningar som näringslivet tampas med, säger Niclas Svensson.

KOMPLEXA MILJÖSYSTEM

När det kommer till miljöfrågor handlar det om komplexa system som inte alltid är helt enkla att förstå. Det kan också vara svårt att se kopplingarna mellan de olika system som ett och samma företag kan vara verksamma i. Att ge akademien i uppdrag att titta på systemen, och på företaget och dess produkters roll i systemen, ger en bredare systemsyn.

– Den här typen av samarbeten är bra, inte bara för oss inom akademien, men också för näringslivet. Vi kan leverera kunskap som näringslivet kan använda för att utveckla sina strategier och verksamheter, säger Niclas Svensson.

ETT LYCKAT SAMARBETE

Studenterna på civilingenjörsprogrammet inom energi,

miljö och management har ett starkt miljöintresse, och vill vara med och förändra. I samarbetet med Returpack ges de en chans att vara med och påverka på riktigt, samtidigt som de får förståelse för hur deras kunskaper kommer kunna användas på arbetsmarknaden.

– Studenter som får sätta sina kunskaper på prov i verkliga uppdrag lär sig mycket och blir väldigt motiverade. Det har märkts i arbetet med Returpack, som är så aktiva i miljöfrågor. Studenterna har upplevt medarbetarna på Returpack som mycket engagerade och de har också valt att investera tid i projektet, säger Niclas Svensson.

EN STARK REGION

Östergötland har en stark position inom miljöteknikområdet och plast är ett av de områden där det finns extra mycket kunskap, bland annat hos Returpack, Svensk Plaståtervinning och Tekniska Verken. Även inom biogasområdet har Östergötland en väldigt framskjuten position med många företag som har sin bas i regionen.

– Det finns förstås mycket kvar att göra, men mycket har också gjorts och det finns en tydlig medvetenhet här. Att få arbeta med min forskning inom miljösystemanalys just här, med så många engagerade parter, känns både roligt och givande, avslutar Niclas Svensson. ■



PANTRESAN

Fortsätter att utbilda barn och unga

Sedan drygt 10 år erbjuder vi Pantresan till landets skolor. Pantresan är ett kombinerat utbildningspaket och tävling som riktar sig till barn från förskoleklass till årskurs sex. Syftet är att förmedla kunskap och inspiration kring miljö, energi, återvinning och pantning. Den visar på ett enkelt sätt hur ett cirkulärt system fungerar.

– Många barn idag är oerhört engagerade i klimat- och miljöfrågor och det är ofta barnen som uppmanar de vuxna att göra hållbara val. Om vi med hjälp av Pantresan kan bidra till att få barn att fortsätta vara engagerade i hållbarhetsfrågor är mycket vunnet, säger Katarina Lundell, marknads- och kommunikationschef.

➤ DELTAGANDE KLASSER 2019: **838 SKOLKLASSER** DELTAGARE SEDAN STARTEN: **ÖVER 100 000 ELEVER**

Huvudsponsor till

SVENSK INNEBANDY

Sedan 2015 är Returpack en av huvudsponsorerna till Svensk Innebandy. Samarbetet är en viktig del i Pantameras långsiktiga satsning på barn och ungdomar, en av våra viktigaste målgrupper.

Antalet innebandyföreningar som ansluter sig till vårt föreningskoncept växer stadigt. Över 240 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 2019 har Sveriges innebandy-föreningar samlat in 725 736 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 innebandyklimat. Under 2019 tog vi fram en ny webb för schysstinnebandy.nu.



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 - (2019: inställningar till att pant) Andra undersökningar (2019: Ungdomsbarometern) 	<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 (2018: 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 (2018: nöjd kund) Kundundersökning Föreningar 2019 	<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 (2019) 	<ul style="list-style-type: none"> Arbetsmiljö Samarbetet inom organisationen Kompetensutveckling God affärsetik 	Läs mer om vårt aktiva arbete för en trivsam 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. 4. Gränshandel	<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. Ökad återvinning
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 Backuper, 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 & mobbing. 	<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)	Mutor/Bedrägeri/Korruption 1. Bedrägerier som syftar till felaktiga utbetalningar från Returpack. 2. 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. Väsentlighetsanalysen valideras årligen.

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 (1 150 stycken). Därutöver genomfördes ett mindre antal intervjuer (5 stycken). I den webbaserade enkäten ombads intressenterna att ange hur viktig, 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.

Ledningsgruppen 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 antikorruption. Dessa frågor behandlas i redovisningen men i en mindre omfattning än de frågor ovan som benämns som väsentliga.

MEDLEMSKAP & ENGAGEMANG 2019

Nedan listas Returpacks engagemang och samarbeten 2019.

SPONSRING

Huvudsponsor: Svensk innebandy

HÅLLBARHETSNÄTVERK

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 av PET och aluminium”, Linköpings universitet

Forskningsarbete:

Differentierat producentansvarssystem för en cirkulär ekonomi, nov 2018 – maj 2019, drivet av IVL

Forskningsarbete:

Identifiering av incitament för hållbar plastanvändning i förpackningsindustrin, nov 2019 – mars 2020, drivet av IVL utlysning av Naturvårdsverket

ARBETSGIVARORGANISATION

Medlem: IKEM - Innovations- och kemiarbetsgivarna.

ÖVRIGT

Stiftare och styrelseuppdrag:

Håll Sverige Rent

Yrkesutveckling: Samhall

OM REDOVISNINGEN



Returpack rapporterar för tredje året i rad sitt hållbarhetsarbete enligt riktlinjerna för Global Reporting Initiatives (GRI) Standarder med tillämpningsnivå Core. Redovisningen är översiktligt granskad av Returpacks valda revisorer Ernst & Young AB i samband med årsredovisningen.

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 2019 till 31 december 2019.

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 företagspecifikt nyckeltal för den företagspecifika 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 2019 återvanns totalt 2 151 525 621 förpackningar. Siffran inkluderar de frivilligt anslutna saft- och juiceprodukterna. Utan saft- och juiceprodukter är siffran 2 125 546 987 förpackningar. Returpack väljer att avrunda till 2,15 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 streckodsavläsning i pantautomat eller avläsning i Returpacks fabrik alternativt vägning av material eller schablon. Antalet sålda förpackningar baseras på rapporterad försäljning från producenter och importörer. Vid beräkning av återvinningsgraden för metallförpackningar inkluderas 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 kriteriet för finansiell kontroll för att definiera organisationens systemgränser och allokera utsläpp mellan olika scope. Utsläpp inkluderas från Returpack Svenska AB, Returpack-Pet Svenska AB och Returpack-Burk Svenska AB. Data samlas in och redovisas 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. Växthusgasutsläpp 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 elleve-

rantör 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, tillbud och riskobservationer 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, under 2019 utfördes en mätning. 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. Kvalitets-

kontroller 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.

HÅLLBARHETRAPPOR

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 ANSVARFÖRDELNING

Det är styrelsen som har ansvaret för hållbarhetsrapporten för år 2019 och för att den är upprättad i enlighet med årsredovisningslagen.

REVISORNS YTTRANDE AVSEENDE DEN

LAGSTADGADE HÅLLBARHETSRAPPORTEN

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

UPPDRAG OCH ANSVARFÖRDELNING

Det är styrelsen som har ansvaret för hållbarhetsrapporten för år 2019 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 18 mars 2020

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	5-9
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. 46, 59
102-9	Beskrivning av företagets leverantörskedja	10, 39
102-10	Väsentliga förändringar under redovisningsperioden beträffande storlek, struktur, ägande eller leverantörskedja.	Inga väsentliga förändringar har skett i ägandestruktur eller leverantörskedja under redovisningsåret 2019. 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. 60
102-50	Redovisningsperiod	2, 56
102-51	Senaste redovisningen	Returpacks hållbarhetsredovisning för 2018 publicerades på pantamera.nu den 11 april 2019. 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, 28-31
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	41
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 2021. 17, 61





Följ oss på:



facebook.com/pantamera



youtube.com/user/pantameranu



instagram.com/pantameranu