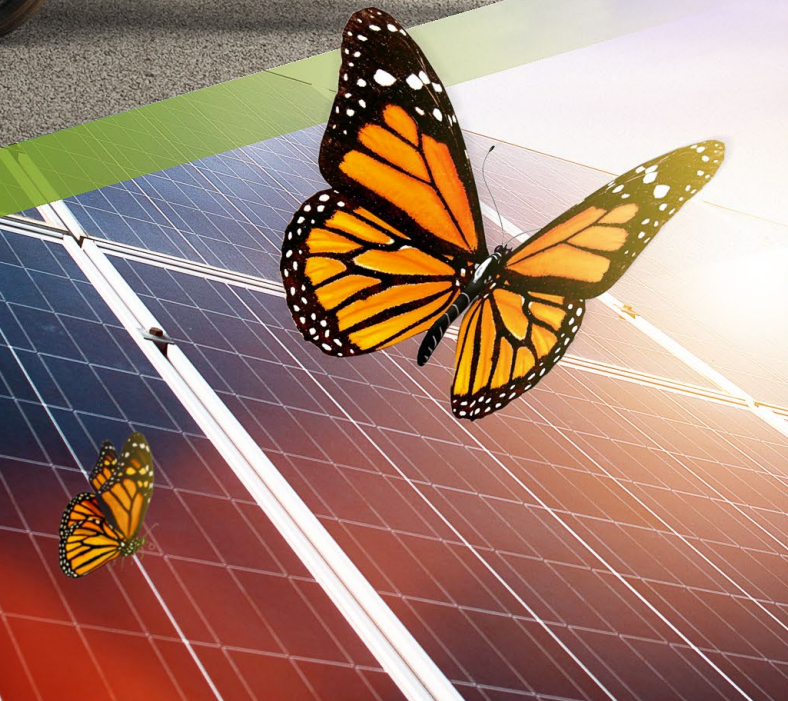




RETURPACK

HÅLLBARHETSREDOVISNING 2020

RETURPACK SVENSKA AB



OM VÅR HÅLLBARHETSREDOVISNING 2020

Den här hållbarhetsredovisningen är en sammanfattning av Returpack Svenska AB:s hållbarhetsarbete under verksamhetsåret 1 januari - 31 december 2020 och är den fjärde 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 2020

> 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 39
5. SAMHÄLLE	SID 47
> KOMPLETTERANDE INFORMATION	SID 52
> OM REDOVISNINGEN	SID 56
> GRI-INDEX	SID 59

VD-ORD

Ökad pantning trots ett annorlunda år

För oss på Returpack, liksom för de flesta verksamheter i stort och samhället i övrigt, visade sig 2020 bli ett av de mest annorlunda åren i vår historia. Anledningen till detta är de konsekvenser som den pågående Covid-19 pandemin fört med sig. Påverkan av nedstängningar och beteendeförändringar har varit stor. Ungefär 15 procent av den dryck som normalt säljs i Sverige säljs i gränshandeln längs gränsen till Norge. Under större delen av 2020 har gränsen varit stängd vilket naturligtvis har påverkat både försäljning och pantning. Detta har dock i stort kompenseras av en ökning av övrig försäljning och pantning i Sverige, drivet av minskad införsel av utländska burkar och flaskor och mer konsumtion i hemmen. När vi summerar 2020 kan vi därför konstatera att återvinningen i vårt retursystem med pant återigen är på rekordnivåer. Vi tog emot över 2,2 miljarder förpackningar, en ökning med drygt 3 procent och når en återvinningsgrad på drygt 88 procent, en ökning med mer än 3 procentenheter. Vi är tacksamma för det förtroende som visas oss genom att allt fler förpackningar lämnas tillbaka för återvinning. Det gagnar vårt samhälle och vår planet i minskad nedskräpning och resursförbrukning samtidigt som pantsystemet genom stödet till ideella organisationer, barn och ungdomar, föreningar och andra ytterligare kan bidra till en mer hållbar värld. Vi är en av instiftarna till Håll Sverige Rent, är huvudsponsor till Svenska Innebandyförbundet och har ett omfattande samarbete med Städa Sverige.

Hållbarhet i alla aspekter ligger i fokus på allt vi gör. Vi har fortsatt vår satsning och utveckling på våra Pantamera Express utomhusmaskiner. Nu finns över 50 maskiner utplacerade på återvinningscentraler runt om i Sverige. Liknande storpantarmaskiner finns hos många butiker. Detta är en del i vår ambition att förbättra och förenkla för den som vill återlämna sina förpackningar samtidigt som vi driver den tekniska utvecklingen framåt. Olika lösningar för digitala utbetalningar testas och vi har under året i Norrköping startat en första helt automatiserad pantmottagning inklusive kontantutbetalning som komplement till redan existerande mottagningar.

Returpack har länge varit drivande i ambitionen att alla transporter i vår insamling ska vara fossilfria. Med 98 procent är vi nu nära att nå det målet. Under året har vi tagit ytterligare steg framåt, bland annat genom beställningar av insamlingsfordon som är drivna av gas. En installation av solpaneler på taket av vår anläggning i Norrköping är påbörjad som ett led i att ytterligare minska vår energiförbrukning och klimatpåverkan. Totalt har vi under 2020 minskat vår egen klimatpåverkan med 252 ton till 774 ton, en minskning med 25 procent.



Våra medarbetare är vår viktigaste tillgång. Det visar sig inte minst i tider som dessa. Under det gångna året har vi lyckats upprätthålla ett väl fungerande pantsystem utan avbrott, samtidigt som vi anpassat vår verksamhet utifrån de nya utmaningar som vi har ställts inför. Insamlingen har fått ställas om från evenemang och festivaler till campingar och mer hemarbete. Planer inför 2020 har fått göras om. I allt större omfattning har vi på Returpack, precis som många andra, ändrat våra arbetssätt samt infört hemarbete när det har varit möjligt. Medarbetarnas hälsa och välbefinnande har alltid varit i fokus. År 2020 utnämndes vi till Sveriges friskaste företag.

Materialåtervinning och cirkularitet av vårt insamlade material har alltid varit i fokus på Returpack. De flaskor och burkar vi samlar in ska gå till nytillverkning av nya flaskor och burkar. Det är så vi säkerställer hållbarheten i systemet och det förtroende vi har bland allmänheten. Detta kan endast uppnås genom ett äkta pantsystem. Ett system som har full kontroll på alla flaskor och burkar som säljs och samlas in på marknaden, som säkerställer att de flaskor och burkar som säljs uppfyller kraven för att kunna materialåtervinnas, som själv samlar in och säkerställer att de förpackningar som rapporteras verkligen tillhör systemet och blir insamlade, som bara säljer de insamlade förpackningarna till materialåtervinnare som gör nya förpackningar av dem. Det är så ett äkta pantsystem fungerar, det är så vi uppnår ca 180 00 ton i CO₂e besparingar.

Cirkulariteten gäller dock inte bara materialet, det gäller alla som är inblandade i vårt retursystem med pant. Vi är alla beroende av varandra för att det här ska fungera. Tillverkare och importörer som ansluter och säljer sina förpackningar inom pantsystemet men som också köper det materialåtervunna materialet för tillverkningen av nya flaskor och burkar, butiker och andra inrättningar som både säljer och tar emot de tomma förpackningarna. Det är våra insamlare och övriga samarbetspartners som ser till att förpackningarna samlas in, bearbetas och materialåtervinnas, det är alla medarbetare på Returpack som ser till att systemet fungerar och sist men inte minst är det alla konsumenter som har förtroende för det svenska pantsystemet och ser till att lämna tillbaka sina tomma förpackningar, till nytta för ökad hållbarhet, minskad resursförbrukning och minskad nedskräpning.

Bengt Lagerman
VD Returpack

VÅRT UPPDRAG

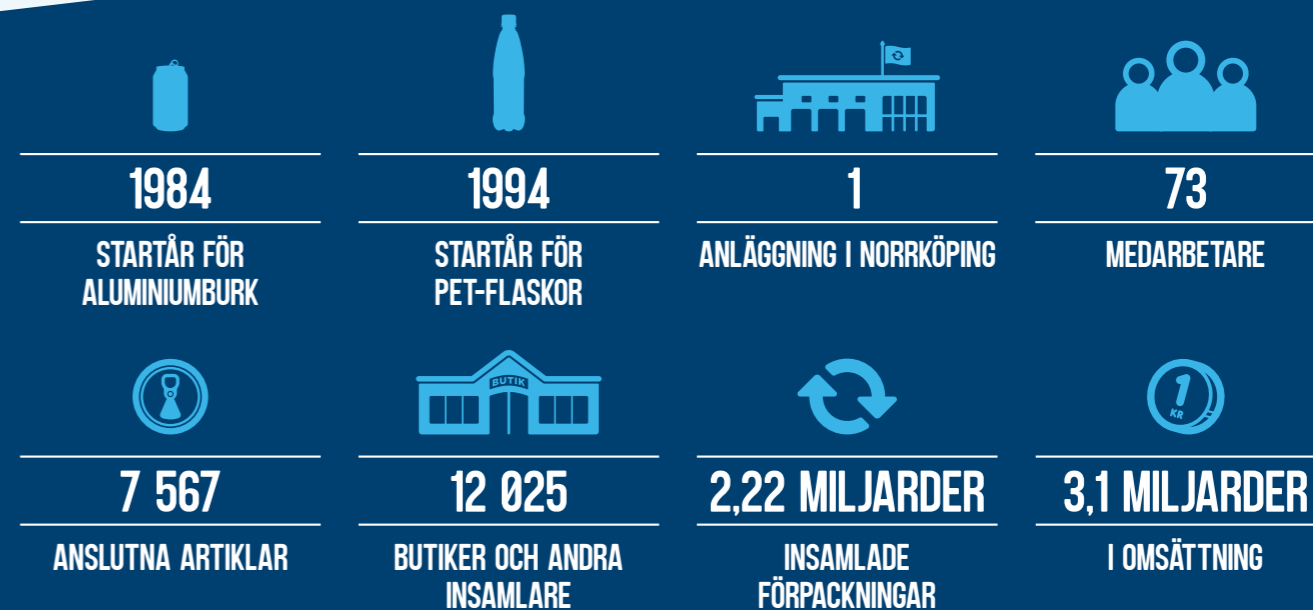
Vårt uppdrag är att driva det svenska pantsystemet för dryckesförpackningar av metall och plast. Det primära syftet med pantsystemet var att minska nedskräpning men har över tid utvecklats till ett hållbarhetssystem som i samverkan med andra aktörer i värdekedjan säkerställer att förpackningarna materialåtervinnas och kan bli nya burkar och flaskor igen.

Vi samordnar återtagningen av pantförpackningar, säkerställer materialåtervinning samt administrerar panter, avgifter och ersättningar. Vi arbetar kontinuerligt med att informera om och utveckla vårt pantsystem för att nå en ökad återvinning på ett kostnads-effektivt sätt och med minsta möjliga miljöpåverkan. Vårt pantsystem är idag en förebild för många och vi får ofta möjlighet att dela med oss av kunskap.

Företaget ägs gemensamt av Sveriges Bryggerier AB, Svensk Dagligvaruhandel Ekonomisk Förening samt Livsmedelshandlarna SSLF AB. Koncernen består av moderbolaget Returpack Svenska AB och dotterbolagen Returpack-Burk Svenska AB och Returpack-PET Svenska AB. Den här redovisningen avser koncernen Returpack Svenska AB som fortsättningsvis benämns Returpack.

Under verksamhetsåret 2020 hade Returpack en nettoomsättning på 3,1 miljarder SEK och vid utgången av året uppgick totala antalet anställda till 73 personer.

RETURPACK I SIFFROR 2020



Bolaget hade en balansomsättning på 993 miljoner SEK varav 405 miljoner SEK i eget kapital.

HISTORIA

Pantsystemet har funnits i över 35 år. 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 1982 bildade det gemensamma bolaget AB Svenska Returpack. År 1984 kom pantsystemet för burkar till. 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.



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, sorterar 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.

Sedan 2003 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.

Omkring 15 procent av den dryck som normalt säljs i Sverige säljs i gränshandeln längs Norge. Under större delen av 2020 har gränsen varit stängd, vilket har påverkat både försäljning och återvinning. Detta har dock i stort kompenseras av en ökning av försäljning och pantning i Sverige, drivet av minskad införsel av utländska burkar och flaskor och mer konsumtion i hemmen.

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 målet. 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 nästan uteslutande 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
2020 >	7 226	341	7 567

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 2020 uppnådde Returpack en återvinningsgrad på 88,1 % och en vinstmarginal på -0,6 %.

VÅRA ÖVERGRIPANDE MÅL SKA UPPNÅS GENOM TRE ÖVERGRIPANDE STRATEGIER.

Dessa strategier ska stödja oss i vårt arbete med att öka återvinningen, ta ansvar för medarbetare, miljö och samhälle och att kontinuerligt utveckla ett pantsystem anpassat till dagens och morgondagens krav.

- › **Öka återvinningen mot våra mål** – 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.
- › **Hållbara processer** – Hållbarhet ska genomsyra allt vi gör. Med vår andra strategi, Hållbara processer, lägger vi särskild tyngd på att utveckla resurs-effektiva och samordnade processer, minska vår miljöpåverkan samt vara en attraktiv, inkluderande och trygg arbetsplats.
- › **Utveckla framtidens pantsystem** – Vi ska utveckla ett dynamiskt pantsystem som möter morgondagens behov. Omvärldsbevaka och påverka lagstiftning och myndighetsbeslut samt vara en god samhällsaktör.

VISION

VI BIDRAR TILL ETT HÅLLBART SAMHÄLLE GENOM VÄRLDENS BÄSTA PANTSYSTEM, DÄR VI SAMLAR IN ALLA SÅLDA PANTFÖRPACKNINGAR

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 betalning 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:

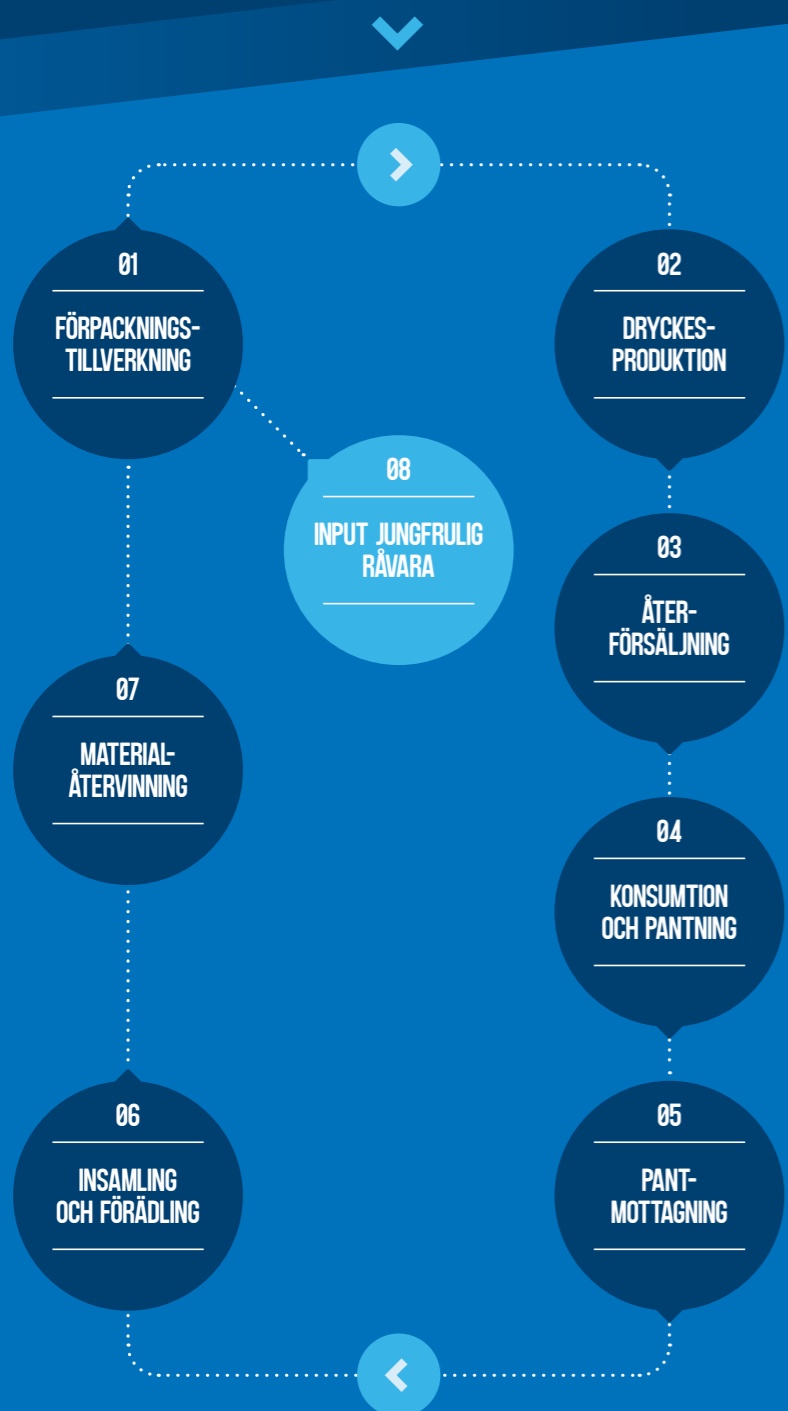
- › Försäljning av återvunnet material
- › Administrativa avgifter från producenter och importörer

KOSTNADER:

- › Hanteringsersättning till pantmottagare
- › Transportkostnader
- › Drift av verksamheten, produktion, 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 kunna materialåtervinna igen till nya dryckesförpackningar.



FAKTA VÄRDEKEDJAN

329 PRODUCENTER OCH IMPORTÖRER

7 567 ARTIKLAR I PANTSYSTEMET

(Varav juice: 240 och saft: 101 = 341)

3 153 BUTIKER MED PANTAUTOMAT

8 872 ÖVRIGA INSAMLARE

(T ex caféer, restauranger och föreningar)

4 224 PANTAUTOMATER

54 PANTAMERA EXPRESS PÅ ÅTERVINNINGSCENTRALER

30 TRANSPORT-LEVERANTÖRER

Insamling av förpackningar, utfrakt av material

2,22 MILJARDER

ÅTERVUNNA FÖRPACKNINGAR

FÖRÄDLING HOS RETURPACK

(Sortering och balning för ökad sluten materialåtervinning)

45 338 TON

(Aluminium, klar PET, färgad PET och HDPE till återvinning)

3 MATERIALKÖPARE SOM GARANTERAR ATT MATERIALET BLIR NYA FÖRPACKNINGAR

(Sverige, Frankrike, Tyskland)



Returpacks HÅLLBARHETSARBETE

Vår vision utgör grunden för vårt hållbarhetsarbete. Våra övergripande strategier ska stödja oss i vårt arbete med att öka återvinningen, ta ansvar för medarbetare, miljö och samhälle och att kontinuerligt utveckla ett pantsystem anpassat till dagens och morgondagens krav. 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

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 HÅLLBARHETSMÅL 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 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.

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 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. En 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.

RISKER OCH RISKHANTERING

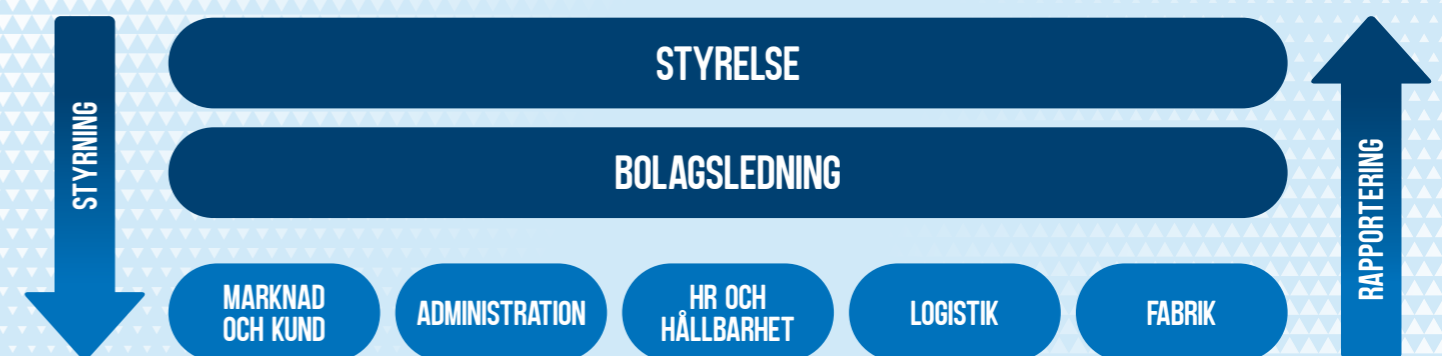
Syftet med riskbedömning är att identifiera, bedöma och hantera de risker som kan medföra att övergripande mål för företaget inte nås. Returpack utvärderar och hanterar verksamheten utifrån fem riskkategorier; affärsrelaterade, legala, miljömässiga, samt finansiella och operativa risker. En risk kan 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. Med utgångspunkt i vår värdekedja samt omvärlds- och intressentanalys identifieras risker för negativ påverkan på miljö, sociala förhållanden och personal, respekt för mänskliga rättigheter och motverkande av korrup-tion. 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 konsekvensen 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 det kostnadseffektiva och miljöeffektiva pantsystemet 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 Returpack 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 arbetsmiljö- och miljöarbete samt arbete med skydd skydd och säkerhet uppfyller alla krav som ställs av tillämplig lagstiftning, gällande branschbestämmelser och avtal. Arbetsmiljöarbetet är inkluderat i företagets ledningssystem och omfattar samtliga anställda och övriga, såsom inhyrd personal, konsulter och entreprenörer.

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 påverkan. En visselblåstjänst 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. Arbetsmiljöarbetet revideras internt samt står under myndighetstillsyn.

RETURPACKS POLICYER

Policyer och riktlinjer 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 materialåtervinnas 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

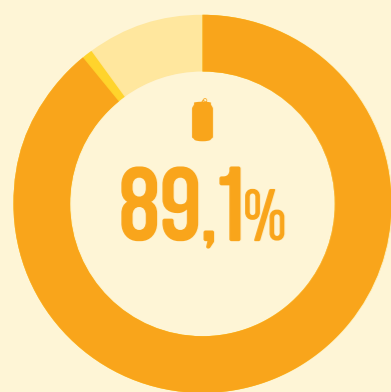
Returpack rankas av EcoVadis på Gold Level för vårt hållbarhetsarbete inom miljö, arbetsförhållanden, hållbar upphandling och god affärsetik. Metoden bygger på internationellt antagna principer för hållbarhetsredovisning som GRI - Global Reporting Initiative, FN:s Global Compact och ISO 26000 och revideras 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 upprättats i syfte att styra arbetet mot att bidra till långsiktig hållbar utveckling. Utfall visas nedan men även i de följande avsnitten som handlar om våra olika fokusområden.

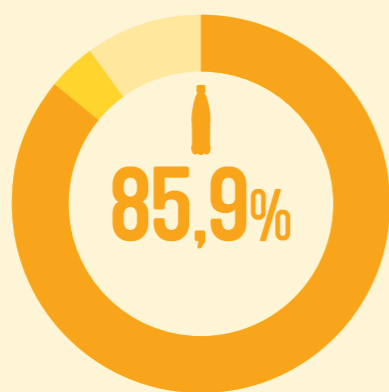
ÅTERVINNING

ÅTERVINNINGSGRAD BURK



MÅL:	90%
DELMAÅL 2020:	87,7%
■ UTFALL	■ MÅL

ÅTERVINNINGSGRAD PET



MÅL:	90%
DELMAÅL 2020:	85,7%
■ UTFALL	■ MÅL

PRODUKTKVALITET ALUMINIUM

FRÄMMADE MATERIAL I SORTERAD ALUMINIUM: **0,02%**

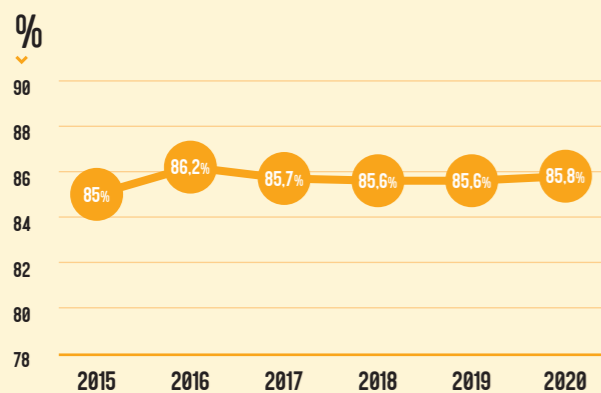
UTFALL 2019:	0,02%
AVTAL:	HÖGST 1,5%

PRODUKTKVALITET KLAR PET

FRÄMMADE MATERIAL I SORTERAD KLAR PET: **0,2%**

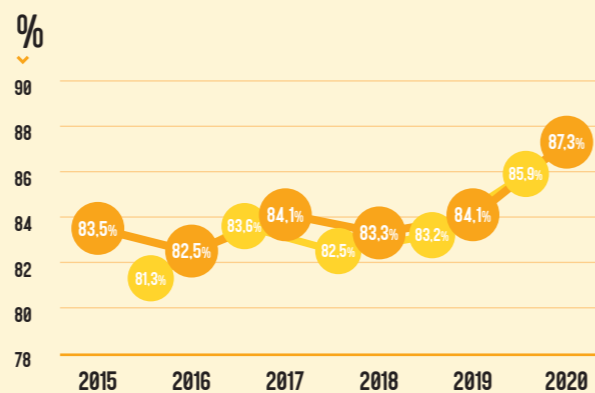
UTFALL 2019:	0,3%
AVTAL:	HÖGST 4%

ÖKAD ÅTERVINNING BURK



■ ÅTERVINNINGSGRAD BURK

ÖKAD ÅTERVINNING PET



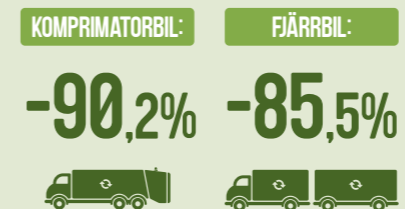
■ ÅTERVINNINGSGRAD PET EXKL. FRIVILLIG ANSLUTNING
■ ÅTERVINNINGSGRAD PET INKL. FRIVILLIG ANSLUTNING

För 2020 uppnådde Returpack en total återvinning på 88,1% vilket är en ökning med 3,2 procentenheter jämfört med föregående år. Om vi exkluderar de frivilligt anslutna produkterna ligger 2020 års återvinning på 88,6 procent.

KLIMAT & MILJÖ

KLIMATPÅVERKAN TRANSPORTER

Reduktion av CO₂ per förp. ✓



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

DELMAÅL 2020: Reducera CO₂ per förpackning med 90 % för transporter med kompressorbilar resp. 80 % för transporter med fjärrbilar. (Ref. år 2015).

UTSLÄPP AV VÄXTHUSGASER FRÅN TRANSPORTER: **630 TON CO₂e**

KLIMATPÅVERKAN ANLÄGGNINGEN

Elförbrukning:



MÅL: MINSKA ENERGIÅTGÅNG, GENOMFÖRA ENERGIKARTLÄGGNING

DELMAÅL 2020: Följa upp utsläpp av växthusgaser från anläggningen. 0,785 W/frp

KLIMATPÅVERKAN AFFÄRSRESOR

MÅL: FÖLJA UPP UTSLÄPP AV VÄXTHUSGASER FRÅN AFFÄRSRESOR

UTSLÄPP AV VÄXTHUSGASER FRÅN ANLÄGGNINGEN: **133 TON CO₂e**

UTSLÄPP AV VÄXTHUSGASER FRÅN AFFÄRSRESOR: **11 TON CO₂e**

TOTALA UTSLÄPP 2020: **774 TON CO₂e**

AFFÄRSRELATIONER

NÖJD KUND BUTIK



Utvärderingarna genomförs vartannat år. Nästa utvärdering sker 2021.

7-GRADIG SKALA, DÄR 7 ÄR BÄST

MÅL: NÖJDA KUNDER

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

SAMHÄLLE

UNDER 2020 HAR:

91

INNEBANDYFÖRENINGAR

TILLSAMMANS SAMLAT IN:

637 842

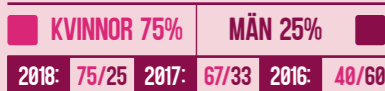
BURKAR OCH FLASKOR

MEDARBETARE

HÄLSA & SÄKERHET UTFALL



JÄMSTÄLLDHET UTFALL



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

UTBILDNING & UTVECKLING UTFALL



AV ANSTÄLLDA

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

KORRUPTIONSINCIDENTER UTFALL



RAPPORTERADE INCIDENTER

MÅL: INGA KORRUPTIONSINCIDENTER

DISKRIMINERINGSFALL UTFALL



RAPPORTERADE FALL

MÅL: INGA DISKRIMINERINGSFALL

MEDARBETARINDEX UTFALL

MEDARBETARINDEX 2015

71%

MEDARBETARINDEX 2017

75%

MEDARBETARINDEX 2019

84%

Medarbetarundersökning genomförs vartannat år. Mellan 2017 och 2019 bytte företaget samarbetspartner för medarbetarundersökningar vilket gör att direkta jämförelser ej är möjligt. Nästa medarbetarundersökning genomförs under 2021.



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 OCH PANTSTATISTIK

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

År 2020 var ett annorlunda år, även gällande vår pantning. Det visar sig att pantningen har ökat mer än vanligt på de flesta håll i landet medan antalet pantade burkar och flaskor har minskat i andra delar där gränshandeln vanligtvis är stor. En trolig förklaring till det ändrade pantningsmönstret är coronapandemin. Returpacks totala återvinning för 2020 är 88,1 procent, vilket är en ökning med 3,2 procentenheter jämfört med föregående år. Volymmässigt var även 2020 ett rekordår, då vi tog emot över 2,2 miljarder återvunna förpackningar i vår anläggning.

- Vi ser en ökning över i stort sett hela landet med undantag för Värmland, Jämtland, Västra Götaland och Norrbotten. Det är län som vanligtvis har stor gränshandel och som påverkats kraftigt när Norge stängde sin gräns till Sverige i mars. Sedan dess har norrmännen varken kunnat handla eller panta i Sverige med undantag för några få veckor under sommaren, säger Katarina Lundell kommunikationschef på Returpack/Pantamera.

- Sedan mars, då gränsen mellan Norge och Sverige stängde, har gränshandelspantningen minskat med 67 procent. Även om alla burkar och flaskor, som i normala fall säljs till Norge, inte kommer tillbaka till vårt svenska pantsystem, så påverkas pantningen av att gränshandeln upphört, säger Katarina Lundell.

I övriga delar av landet, förutom länen med stor gränshandel, har pantningen ökat, i vissa län så mycket som med 12 procent. Även ökningen kan härledas till coronapandemin.

- Det är högst troligt med tanke på att vi har förändrat vårt beteende och tillbringat mer tid hemma. De undersökningar vi gör regelbundet visar att vi är bättre på att panta de burkar och flaskor som vi konsumerar i hemmet än de vi konsumerar "on the go", säger Katarina Lundell.

Att vi i högre utsträckning har hållit oss hemma har också inneburit att mängden pant från restauranger har minskat. Likaså har antalet burkar och flaskor som en normal sommar kommer in från festivaler, konserter och evenemang minskat.

- Våra förändrade beteenden till följd av pandemin har gjort att vi, som så många andra organisationer, ställt om delar av vår verksamhet. I vanliga fall brukar vi delta och samla in burkar och flaskor på festivaler och konserter. Den här våren och sommaren har vi istället ökat vår närvaro på campingplatser och i skärgården som har haft fler besökare än normalt, säger Katarina Lundell.

IDAG PANTAS



PET-FLASKOR
85,9%

2020

METALLBURKAR
89,1%

2020

NATIONELLT
ÅTERVINNINGSMÅL: 90%



Att kommunicera

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. Men hur gör man den typen av fakta tillgängligt? Vi har under 2020 valt att kommunicera pantsystemets miljönytta dels genom vår övergripande marknadskommunikation, dels genom en riktad insats på Instagram.

SVERIGES MINSTA KLIMATRÖRELSE...

Sedan 1984 har vi genom Pantamera påmint konsumenterna om att panta, ofta med medryckande musik och humor. Och konsumenterna har varit bra på att haka på, att panta har blivit lite av en klimatrörelse i Sverige. Med det nya reklamkonceptet "Sveriges minsta klimatrörelse" lyfter vi fram den stora klimat-

nytta som skapas av den lilla rörelse som krävs för att lägga en burk eller flaska i pantautomaten.

Varje gång man pantar sparar man lite koldioxid och över tid blir besparingen enorm. Under insamlingsåret 2020 motsvarade all pant i Sverige en koldioxidbesparing på ca 180 000 ton. Sedan pantsystemet infördes har vi pantat över 42 miljarder burkar och flaskor.

- Vi pantar mer och mer i Sverige för varje år och egentligen är Pantamera kanske en av landets största klimatrörelser som innebär en enorm klimatnytta. I den nya kampanjen leker vi lite med den kroppsliga rörelsen, det är ju en väldigt liten rörelse som behövs för att lägga in burken eller flaskan i pantautomaten, säger Katarina Lundell.

99%
AV BEFOLKNINGEN
PANTAR

VÄRLDENS MEST PANTADE LAND



Visste du att det är mer självklart att panta än att gilla jordgubbar? Nästan alla svenskar, 99 procent, uppger att de pantar. Jämfört med 96 procent som tycker att jordgubbar är mums. I världens mest pantade land finns det gott om siffror som alla svenskar ska vara stolta över. Siffror som bevisar att det vi gör verkligen gör skillnad för miljön, människorna och samhället. Små insatser som ger stor effekt. Och stora insatser som ger enorm effekt. I en kampanj med fokus på unga vuxna började vi under senhösten 2020 förse världen med fakta om pantning. Främst handlar det om pantsystemets miljö- och klimatnytta, förpackat som tillgängliga och tankeväckande inlägg på Pantameras Instagram-konto.



PANTAMERA MED KALIFFA

Musik och humor ska få fler att panta mera

Vår utmaning är att få alla att alltid panta alla förpackningar. Och vi 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.

– För oss är det viktigt att finnas med vårt budskap där människor finns, utan att vi tränger oss på. Vi vill ge en positiv känsla kring pantning, där musiken får ta stor plats, säger Katarina Lundell, marknads- och kommunikationschef för Pantamera vid Returpack. Världsmiddborgaren Kaliffa stod för 2020 års version av den numera klassiska Pantamera-låten och hans tolkning blev en riktig afrobeat-dänga!

– Vi vill ge en positiv känsla kring pantning, där musiken får ta stor plats.

KATARINA LUNDELL
MARKNADS- OCH KOMMUNIKATIONSCHEF



SÅ JOBBAR VI FÖR ATT FÅ FLER ATT PANTA:

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

PANTAMERA MED ESPORTEN



Vårt mångåriga samarbete med esportcommunityn är ett exempel på hur vi arbetar med riktad kommunikation för att nå identifierade målgrupper. Under 2020, när alla stora fysiska event, som Dreamhack, fick lov att ställas in valde vi att ställa om. Under året spelade vi istället in åtta talkshows med våra värdar, de två välkända Youtube- och streamerprofilerna Samuel "SampeV2" Stronegger och Yacine "yzn" Laghamri för att öka engagemanget för pantinsamlingen till förmån för Musikhjälpen.



POPULÄRT ATT PANTA UTMOMHUS

Det kan konstateras att fler konsumenter har valt att panta sina burkar och flaskor i Pantamera Express-automaterna under 2020. Det är pantautomater som är placerade utomhus och där man kan panta många förpackningar samtidigt.

– Våra Pantamera Express-automater finns på återvinningscentraler. Vi vet att trycket på dessa har ökat i samband med coronapandemin, eftersom många lagt mer tid på renovering och att städa sina förråd. Samtidigt har man passat på att ta med sin pant och pantat utomhus, säger Carita Classon, produktchef för Pantamera Express vid Returpack.

› FAKTA PANTAMERA EXPRESS:

90 miljoner förpackningar samlades in via Pantamera Express under 2020. Det är en ökning med omkring 30 miljoner förpackningar från året innan.

Under 2020 har 9 nya automater installerats och 2 har bytts ut. Pantningen har ökat betydligt under året, den har gått upp med 55 procent jämfört med 2019.

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 2020 blev **0,02%** för aluminium och **0,2%** 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



Varje förpackning som godkänns i systemet ska kunna materialåtervinnas, det är grunden i det cirkulära pantsystemet. Det betyder att hårda krav ställs på förpackningen redan från början.

FUNGERA GENOM HELA ÅTERVINNINGSPROCESSEN

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

TÄTT SAMARBETE MED PRODUCENTER OCH IMPORTÖRER

- Vi fungerar ofta som ett bollplank när produktutvecklare hos producenterna tar fram nya förpackningstyper och material. Tillsammans utreder vi om de kommer att fungera i återvinningsprocessen. Det bästa samarbetet är när vi kan komma in tidigt i producenternas produktutveckling och komma med förslag som gör det lättare att återvinna förpackningen. Det kan handla om en form som inte roterar optimalt i pantautomaten eller ett lim på etiketten som är svårt att tvätta bort. Vi har också täta samarbeten med våra materialköpare, särskilt med Veolia som köper vår plast och ligger vägg-i-vägg med vår fabrik.

VARFÖR ÄR DET VIKTIGT?

- Producenterna har en dubbel roll i pantsystemet, de sätter produkterna med pant på marknaden och

de köper tillbaka det återvunna materialet. För dem är det viktigt att deras förpackningar är återvinningsbara så att de kan köpa tillbaka återvunnet material av hög kvalitet och använda i nya flaskor. Idag är det ungefär 50 procent återvunnen plast i de flesta dryckesflaskor av PET medan den återvunna burkplåten kan användas till nya burkar direkt och i aluminiumburkarna är andelen återvunnet material ännu högre.

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.

- Vi får in omkring 30-40 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. Testerna som utförs på förpackningarna är att kontrollera att streckkoden är av god kvalitet (att läsbarheten är ok), kontroll av vilka material som ingår, formen och dimensionerna på förpackningarna. Resultaten jämförs med vår tekniska specifikation och märkningsmanual för att säkerställa att alla krav är uppfyllda. Ibland behöver vi även göra utökade tester av t.ex. lim eller kompression av förpackningen.



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.





Fyra livscykelanalyser på tre år

SKAPAR VÄRDEFULLA INSIKTER

Sedan våren 2018 har Returpack låtit genomföra fyra livscykelanalyser (LCA). Syftet har varit att i detalj ta reda på vilka miljövinster och miljöbelastningar som pantsystemet skapar, var i värdekedjan de skapas samt skillnader i miljöpåverkan mellan olika förpackningsmaterial. Samtliga analyser har genomförts av Linköpings universitet och materialspecialist Sara Bergendroff, har varit Returpacks projektledare. Här svarar Sara på varför livscykelanalyser är viktiga, vad man kommit fram till i de olika analyserna och vilken nytta de har skapat.

Sara är materialspecialist på Returpack och ansvarar för att de flaskor och burkar som är anslutna till det svenska pantsystemet går att samla in, sortera och återvinna. Det är hon och hennes producent- och importörsteam som ställer kraven på förpackningarnas design och material. Utöver kravställningen hanterar de olika frågor från producenter och importörer som rör anslutningen till pantsystemet. Och frågorna blir fler och fler eftersom antalet nya produkter för registrering har ökat kraftigt de senaste åren. År 2015 var det totalt 667 nya artiklar att hantera och under 2020 är antalet uppe i 1 800. Vid sidan av sina ordinarie arbetsuppgifter har Sara projektlett inte mindre än fyra LCA:er de senaste tre åren.

LCA:er är ett jätteviktigt verktyg för oss för att veta var i värdekedjan som utsläppen skapas och var miljövinster finns. Det är ju först när vi vet det som vi kan sätta in de rätta åtgärderna som skapar störst miljönytta. I vår första LCA som gjordes under 2018 ville vi undersöka miljöprestandan i pantsystemet och jämföra det med annan återvinning för att kunna svara på

frågan varför man ska panta, berättar hon.

Då jämfördes skillnaden i miljöpåverkan om en urdrucken PET-flaska eller burk slängdes i hushållssoporna, i plast- respektive metallåtervinningen, eller om den pantades. Miljöpåverkan mättes i fyra kategorier; global uppvärmning som mäts i CO₂-ekvivalenter, övergödning, försurning och marknära ozon.

Resultatet var tydligt och visade att allra minst utsläpp får man om man pantar. Det är nästan dubbelt så stor koldioxidbesparing att panta jämfört med om man sorterar dem i plast och metallåtervinningen och mer än tre gånger så stor besparing som om de slängs bland hushållssoporna och förbränns, förklarar Sara.

VILKEN DEL AV FÖRPACKNINGENS LIVSCYKEL HAR STÖRST MILJÖPÅVERKAN?

I de följande två livscykelanalyserna som genomfördes under 2019 tittade man på en större del av förpackningarnas livscykel. Där inkluderades även framställningen av jungfruligt material och tillverkningen av förpackningen. De delarna som utslöts var påverkan

från dryckesproducenterna och fram till att konsumenten gjort sig av med förpackningen. Syftet här var att ta reda på var i förpackningens livscykel som den största miljöpåverkan sker.

Efter de analyserna kunde vi konstatera att den delen i livscykeln som skapar störst utsläpp när det gäller burken är utvinningen av aluminium och ytbehandlingen. Och när det gäller PET-flaskan är det framställningen av PET-materialet och formblåsningen som genererar mest utsläpp. Just de här delarna i processen är ju utanför vår kontroll på Returpack. Men det betyder samtidigt att det är en stor miljövinster när vi genom pantsystemet ökar det återvunna materialet som kan användas i framställningen av nya förpackningar och därmed kan undvika produktion av jungfruliga materialet, säger Sara.

STÖRRE FÖRPACKNINGAR HAR LÄGRE KLIMATPÅVERKAN

Under våren 2020 genomfördes ytterligare en LCA, för att kunna jämföra olika förpackningsmaterials miljöpåverkan. Den här gången valde man att titta på två olika förpackningsstorlekar (33 cl och 50 cl) av fyra olika material; PET, aluminium, glas och vätskekartong (som exempelvis mjölkförpackningar).

- Resultatet visade att glasflaskan är den förpackning som har den absolut största miljöpåverkan ur samtliga miljöpåverkanskategorier. Det beror till stor del på att det är ett tungt material vilket leder till tunga transporter, både av råvaran och färdiga förpackningar, förklarar Sara.

Medan glasflaskan påverkar miljön mest så har de övriga tre materialen en likvärdig total miljöpåverkan. Samtidigt kan studien fastslå att om materialåtervinningen ökar så reduceras miljöpåverkan, oavsett vilket av de fyra materialen som förpackningen är tillverkad av. PET-flaskan är den förpackning som har den störst förbättringspotential genom återvinning, eftersom det sker mycket utsläpp vid förbränning av PET.

➤ **Det är nästan dubbelt så stor koldioxidbesparing att panta jämfört med om man sorterar dem i plast och metallåtervinningen och mer än tre gånger så stor besparing som om de slängs bland hushållssoporna och förbränns.**

Studien visade också att ju större förpackning desto lägre klimatpåverkan, vilket är logiskt eftersom det behövs mindre material per liter dryck. När det gäller PET, aluminium och vätskekartong är de ganska likvärdiga. Dessutom slår den fast att alla fyra förpackningsmaterial minskar sin miljöpåverkan vid högre insamlings- och materialåtervinningsnivåer vilket visar att förpackningsmaterialen har ett värde som bör tas till vara i högre utsträckning, säger Sara.

INSIKTER FÖR ATT STYRA VERKSAMHETEN

Genom de livscykelanalyser som gjorts de senaste åren har Returpack fått värdefulla insikter som används för att styra verksamheten och sitt hållbarhetsarbete framåt.

De analyser som gjorts visar att vårt svenska pantsystem bidrar till stora miljövinster, något vi har haft stor nytta av kanske främst i vår externa kommunikation där vi, svart på vitt, kan visa på miljövinster med att panta. Men vi nöjer oss inte med de miljövinster vi skapar idag, vi ska fortsätta att exempelvis minska våra utsläpp som vår anläggning och våra transporter ger upphov till. Ett annat viktigt mål är att fortsätta öka andelen material som går till slutet materialåtervinning vilket vi vet ger en stor miljövinster. Det handlar bland annat om att förädla större andel korkmaterial och minimera förlusten av klara flaskor som hamnar i den färgade PET-fraktionen, avslutar Sara. ■

➤ ÅTERVUNNET MATERIAL

	2016	2017	2018	2019	2020
ALUMINIUM	16 361 TON	16 740 TON	18 356 TON	19 870 TON	20 993 TON
KLAR PET	16 655 TON	16 515 TON	17 822 TON	21 077 TON	21 246 TON
FÄRGAD PET	3 990 TON	3 767 TON	4 539 TON	2 167 TON	1 665 TON
KORKMATERIAL	-	-	1 354 TON	1 377 TON	1 418 TON
HDPE	-	-	-	-	16 TON

MINSKAD KLIMATPÅVERKAN

Under 2020 gav pantsystemet en total besparing motsvarande ca 180 000 ton koldioxidekvivalenter, 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.

SOLCELLSPANELER OCH ENERGIKARTLÄGGNING

Under 2020 har vi påbörjat installation av solpaneler på vår anläggning 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. Vi har även under året genomfört en energikartläggning och energi-effektivisering för att ytterligare minimera och effektivisera vår verksamhet.

Returpack klimatkompenserar för de växthusgasutsläpp som redovisas i klimatberäkningen på sid 32. 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 samtliga scope ser vi en minskning av växthusgasutsläppen under 2020.

UNDER 2020 GAV PANTSYSTEMET EN TOTAL BESPARING MOTSVARANDE CA: **180 000** TON CO₂e



VÅR LOGISTIKPLANERING 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. Avtalen följs upp regelbundet.



GODA MÖJLIGHETER TILL ÅTERLAST

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



TÅGTRANSPORT AV UTFRAKTEN

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

ELFÖRBRUKNING RETURPACKS ANLÄGGNING



Totalt förbrukades 1 597 891 kWh el i anläggningen under 2020, en minskning med 1,2% från året innan. Minskningen beror på stopp i samband med ombyggnationen av korkbearbetningsanläggningen.



TOTAL
ELFÖRBRUKNING
KWH

2016	>	1 287 939
2017	>	1 262 127
2018	>	1 469 836
2019	>	1 618 103
2020	>	1 597 891

ELFÖRBRUKNING
/FÖRPACKNING
W/FRP

2016	>	0,73
2017	>	0,69
2018	>	0,72
2019	>	0,75
2020	>	0,72

ANTAL
FÖRPACKNINGAR
MILJARDER FRP

2016	>	1,77
2017	>	1,86
2018	>	2,05
2019	>	2,15
2020	>	2,22

FOSSILFRIA TRANSPORTER TILL 2025

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





Resan mot 100 procent fossilfria TRANSPORTER RULLAR VIDARE

Sedan 2003 ansvarar logistikchefen Marie Skoog för transporter av alla burkar och flaskor som samlas in i landet. Både till anläggningen i Norrköping och transporter av det sorterade materialet från fabriken till kunderna. Då 2003, när hon började sin resa, var hon ensam på logistikavdelningen. Idag är de tio personer, som alla jobbar mot samma mål – 100 procent fossilfritt år 2025. Och nu, när resultatet är sammanställt för 2020, som visar på 98 procent fossilfria transporter, har de goda möjligheter att uppnå målet innan 2025.

– Vi har lyckats ställa om ytterligare ett antal åkerier till fossilfritt bränsle under året och därmed har vi ökat antalet fossilfria transportkilometer från 95 procent 2019 till 98 procent i år. Till nästa år vill vi nå upp till 99 procent. Det låter kanske som ett lågt uppsatt mål, men det är de sista procentenheterna som är de svåraste, säger Marie.

Resan mot fossilfria transporter började så smått i samband med att insamlingssystemet ställdes om från säckar och kartonger till lösvikt för drygt tio år sedan. Då fanns en gasbil och fyra RME-fordon (rapsdiesel). Den större omställningen påbörjades dock i samband med att en ny större transportupphandling gjordes år 2014/15.

– Vi skapade ett projekt i samband med den upphandlingen där vi utforskade alla drivmedel och tekniker som fanns då. Vi lärde oss massor om fordon och drivmedel under den här tiden. Den teknik vi slutligen valde då var HVO100 (biodiesel) och orsakerna var flera. Den största anledningen var flexibiliteten eftersom det går att köra HVO på en dieselmotor och dessutom går dieselmotorn även att köra på RME. Det betyder att oavsett vilka politiska beslut som skulle komma att fattas kring drivmedel och skatter så hade vi större möjlighet att anpassa oss, förklarar Marie.

I december 2015 började de första HVO-transporterna att rulla ut. Men då var utmaningen att det inte fanns någonstans att tanka HVO, där-

för inleddes ett samarbete med Energifabriken som satte ut tankar på de aktuella åkerierna. Året efter började HVO bli publikt och finns nu tillgängligt över i princip hela landet.

KLIMATUTMANINGEN FOSSILFRIA TRANSPORTER

År 2017 var Returpack ett av de första företagen att skriva på Fossilfritt Sveriges utmaning om fossilfria transporter till år 2030. Men vår Vd Bengt Lagerman nöjde sig inte där utan ville öka takten ytterligare och ändrade därför året för målsättningen till år 2025.

– Det är ett rimligt mål och jag tror att vi kommer nå dit innan 2025. Vår stora utmaning är att ställa om de sista transportkilometrarna som ofta handlar om mindre och kortare avtal som exempelvis från en festival som sker en gång om året. Då är det svårt som inköpare att ställa så hårda krav. Därför försöker vi nu att lägga in även de små transportuppgifterna i våra större avtal. Anledningen till att det tar tid handlar om att avtalen löper på många år och det är svårt att justera i befintliga avtal, säger Marie.

NÄSTA STEG – KOMPRIMERAD OCH FLYTANDE BIOGAS

90 procent av allt drivmedel till Returpacks transporter, i liter räknat, tankas idag med HVO. Det används också en del RME och biogas. Men sedan den senaste stora transportupphandlingen gjordes har andra tekniker utvecklats.

– HVO kommer fortsatt att vara en viktig del under ganska lång tid framöver. Men vi har tagit nästa steg i omställningen och kommer att byta teknik i några regioner redan under nästa år. Där har vi valt komprimerad och flytande biogas så kallad CBG och LBG. I Stockholm rullar åtta bilar med komprimerad gas ut i juni och senare under 2021 rullar ytterligare fyra bilar ut i Göteborg.

EN FLORA AV BRÄNSLEN OCH TEKNIKER

Marie och hennes kollegor på logistikavdelningen omvärldsbevakar den senaste utvecklingen där det just nu är mycket fokus på el och vätgas. De är aktiva i Fossilfritt Sverige och Östgötautmaningen samt har tackat ja att delta i Eons projekt om elvägar för tunga transporter.

– Intresset för och kunskapen om drivmedel och ny teknik har exploderat de senaste åren och det händer väldigt mycket spännande. El är ett naturligtvis en teknik vi tittar mycket på, men än så länge fungerar den bara för kortare sträckor. Det mest intressanta tycker jag är vätgasen – ett drivmedel som enbart släpper ut vattenånga. Men det krävs alltför mycket

energi att ta fram vätgas och bilarna är inte utvecklade än. Jag tror inte att det kommer att finnas ett enda drivmedel i framtiden, vi kommer ha en flora av många olika beroende på tillgänglighet och användningsområde, avslutar hon. ■

FAKTA TRANSPORTFLÖDEN

Vårt största insamlingsflöde utgörs av lösviktsinsamlingen. Där hämtar vi förpackningar i butik med komprimerande 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 2020

14 452
ST RUTTER GENOMFÖRDES



349 277
MIL KÖRDES

DET VILL SÄGA NÄSTAN

87 VARV
RUNT JORDEN

26
MELLAN-
LAGER

17
TRANSPORT-
LEVERANTÖRER

49
TVÅFACKS-
BILAR

21 INSAMLINGSOMRÅDEN

1 535 744
ST KÄRL HANTERADES PÅ
293 252
HÄMTNINGAR

CO₂ FJÄRRBILAR (VOLYMBILAR & SÄCK/KARTONG)

MÅL > -80% MOT BAS 2015
UTFALL > -85,5%

CO₂ KOMPRIMATORBILAR

MÅL > -90% MOT BAS 2015
UTFALL > -90,2%

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 (TON CO ₂ e)	> 2017	> 2018	> 2019	> 2020
SCOPE 1	> 1	> 2	> 1	> 1
SCOPE 2	> 330	> 527	> 228	> 133
SCOPE 3	> 931	> 902	> 797	> 640
TOTALA UTSLÄPP	> 1 262	> 1 431	> 1 026	> 774

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 SCOPE (TON CO ₂ e)	> 2017	> 2018	> 2019	> 2020
TRANSPORTER	> 917	> 878	> 778	> 630
ANLÄGGNINGEN	> 330	> 527	> 228	> 133
AFFÄRSRESOR	> 15	> 26	> 21	> 11
TOTALA UTSLÄPP	> 1 262	> 1 431	> 1 026	> 774

> 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 PANTSYSTEMET OCH 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

Den 8 oktober var det dags att dela ut utmärkelsen Årets Hållbarhetsinitiativ vid Dagligvarugalan, en kategori som Pantamera/Returpack tillsammans med Svenska Retursystem tog över 2019. Årets vinnare blev projektet Framtidens mat, som drivs av Axfoundation. Årets Dagligvarugala blev i år ett helt digitalt evenemang.

För att ytterligare uppmärksamma årets fantastiska finalister bjöd Pantamera och Svenska Retursystem in till ett digitalt seminarium i november där Madeleine Linins Mörner från Axfoundation tillsammans med de övriga finalisterna i kategorin - forskarteamet Helén Williams och Fredrik Wikström samt Ekotipsets upphovskvinna Ellinor Sirén - medverkade. Dessutom medverkade 2019 års vinnare Lidl vid seminariet.

OM DAGLIGVARUGALAN

Den tolfte upplagan av Dagligvarugalan genomfördes den 8 oktober i regi av Fri Köpenskap.

MOTIVERING

JURYNs MOTIVERING TILL

ÅRETS HÅLLBARHETSINITIATIV LYDER:

Genom nya innovativa lösningar utmanar vår vinnare en bransch som har stor påverkan på både hälsa och miljö. Årets vinnare samlar forskare, lantbrukare, livsmedelsförädlare och kockar för att hitta goda och hållbara alternativ till kött. Ett arbete som fått stort genomslag i både butiker och restauranger runt om i landet. Arbetet ute på Torsåker har stor potential att göra avsevärd skillnad för framtidens hållbara livsmedelsförsörjning.



Årets bästa PANTBUTIKER UTSEDDA

För andra året i rad har Årets Pantbutiker prisats, och intresset bland landets pantare var stort. Sammanlagt nominerade konsumenterna över 270 butiker i hela landet till tävlingen, vilket visar på hur viktigt pantutrymmet är i en butik. Pantamera kan nu presentera de fem vinnarna.

- Butikerna är oerhört viktiga kuggar i pantsystemet, under 2020 kom 93 procent av alla pantade förpackningar kommer in den vägen. Att deras kunder, våra pantare, visar ett sådant engagemang för sina butiker och deras pantutrymmen visar verkligen på vilken betydelsefull roll de har, säger Lil Berger, projektledare på Pantamera/Returpack.

Sammanlagt kom 272 nomineringar in och av dem utsågs fem butiker i fem olika kategorier; Årets smartaste, Årets mest personliga, Årets mest maxade, Årets peppigaste och Årets flitigaste. Butikerna vinner 15 000 kr var att använda till välgörenhet, hylla sin personal och kunder eller utveckla sitt pantutrymme.

ÅRETS VINNARE ÄR:

- #MINMATBUTIK I BORLÄNGE
Årets smartaste pantbutik
- ICA NÄRA SÄLLNÄS
Årets mest personliga pantbutik
- MAXI ICA STORMARKNAD UNIVERSITETET
Årets Mest Maxade pantbutik
- MAXI ICA STORMARKNAD LINKÖPING
Årets Peppigaste pantbutik
- COOP SIMRISHAMN
Årets Flitigaste pantbutik

UNGA PANTARE

Vi vet genom våra undersökningar att unga vuxna - 16-29 år - uppger att de konsumerar mer dryck än genomsnittet och att de pantar mindre än genomsnittet. Vi behöver påverka de unga att tycka att det är viktigt att panta samtidigt som vi måste finnas på platser där de finns.

UNDER 2020 GENOMFÖRDE VI EN UNDERSÖKNING TILLSAMMANS MED UNGDOMS-BAROMETERN SOM GER FLERA VIKTIGA INSIKTER OM UNGAS PANTBETEENDE:

- Att panta sina tomburkar och PET-flaskor anses vara en självklarhet för många unga, men inte för alla. Främst får unga med sig sitt pantbeteende hemifrån varpå föräldrarnas pantvanor spelar stor roll.
- Det upplevs som svårare att panta i skolan, men framförallt på offentliga platser, än det är hemma.
- Pantpengen är viktig, men inte avgörande, för ungas pantbeteende. Även om många unga uppger att det inte hade varit lockande att panta utan att få ersättning pantas det i hög grad på ställen där ersättning inte utgår, såsom i skolans gemensamma pantinsamling.
- Den främsta anledningen till att unga pantar är den utbredda pantnormen, med andra ord pantas det för att "man ska det", följt av miljöaspekten i handlingen. Först efter det kommer den ekonomiska aspekten.





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 det material 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 ersättning 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.

– Det har naturligtvis varit tuffare för föreningarna att samla in pant med de begränsningar som pandemin har inneburit med färre sammankomster, cuper, matcher och lagaktiviteter. Att så många föreningar ändå valt att samla in pant som ett sätt att få in pengar till föreningskassan och samtidigt göra en fin insats för miljön är mycket glädjande, Rickard Andersson, strategisk marknadsförare på Pantamera/Returpack.

En undersökning som genomfördes bland våra föreningskunder under 2020 visar att de är mycket nöjda med pantsystemet och relationen till Returpack. Av 817 tillfrågade föreningar svarade 91 procent att de anser att föreningserbudandet 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 föreningarna bättre.



FÖRENINGARNA
2020

ANTAL FÖRENINGAR
SOM DELTOG I
FÖRENINGSKAMPEN:

2 256

TOTALT ANTAL
FÖRPACKNINGAR
SOM SAMLATS IN:

18 243 448



Fler produkter

ANSLUTS TILL PANTSYSTEMET

Producenterna och importörerna som är anslutna till vårt svenska pantsystem ser till att deras förpackningar uppfyller en rad 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 utgången 2020 dvs årsskiftet 2020/2021 var 329

företag anslutna som producenter och importörer i det svenska pantsystemet, vilket innebär en ökning med 41 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	11%
2016 >	10 365 405	3 015 317	29%
2017 >	15 148 967	9 091 413	60%
2018 >	18 995 694	12 378 589	65%
2019 >	19 839 239	14 139 187	71%
2020 >	21 730 919	16 885 341	78%

JUICE	ANTAL SÅLDA, ST	ANTAL ÅTERVUNNA, ST	ÅTERVINNINGSGRAD
2018 >	8 798 428	4 309 685	49%
2019 >	19 446 132	11 839 447	61%
2020 >	35 335 738	21 588 410	61%

ENORM TILLVÄXT PÅ
JUICEPRODUKTER
UNDER 2020



HÅLLBARA INKÖP

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. Då modellen är relativt ny har vi fortfarande ett arbete att göra med de leverantörerna som ännu inte har implementerats. Vi jobbar ständigt med att utveckla våra leverantörssamarbeten och för att ha en uppdaterad leverantörsbas. Under 2020 minskade vi vår leverantörsbas med 28 procent.

Uppförandekoden beskriver de minimikrav vi ställer på oss själva, våra leverantörer samt underleverantörer avseende arbete, mänskliga rättigheter, hälsa och säkerhet, miljö och affärsetik. På icke komplexa och mindre inköp intygar leverantören att den uppfyller våra krav genom att signera uppförandekoden digitalt. 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.

INKÖP

En inköpsansvarig ansvarar för Returpacks inköpsstrategier och inköpsprocesser, och ett stort fokus läggs på att förbättra våra processer för att göra dem mer kostnads-effektiva och hållbara. För att få detta att fungera är det viktigt att processen är enkel att följa. Under 2020 har vi köpt in ett nytt inköps- och ordersystem som kommer att implementeras i liten skala under 2021. ■

1. ANGE FÖRVÄNTNINGAR

- > PRODUKTSPECIFIKA KRAV
- > GRUNDKRAV
- > UPPFÖRANDEKOD

3. ENGAGERA LEVERANTÖRER

- > SJÄLVUTVÄRDERING
- > AVTAL

2. BEDÖMNING AV RISKER & PÅVERKAN

- > RISKMODELL

4. UTVÄRDERA & RAPPORTERA

- > LEVERANTÖRSUTVÄRDERING & UPPFÖLJNING
- > NYCKELTAL & RAPPORTERING

Fakta LEVERANTÖRER & INKÖP

RETURPACK HAR TOTALT CA:

685 AKTIVA
LEVERANTÖRER

INKÖP VAROR & TJÄNSTER TOTALT:

387 MILJONER
KRONOR

TRANSPORT- & LOGISTIKTJÄNSTER:

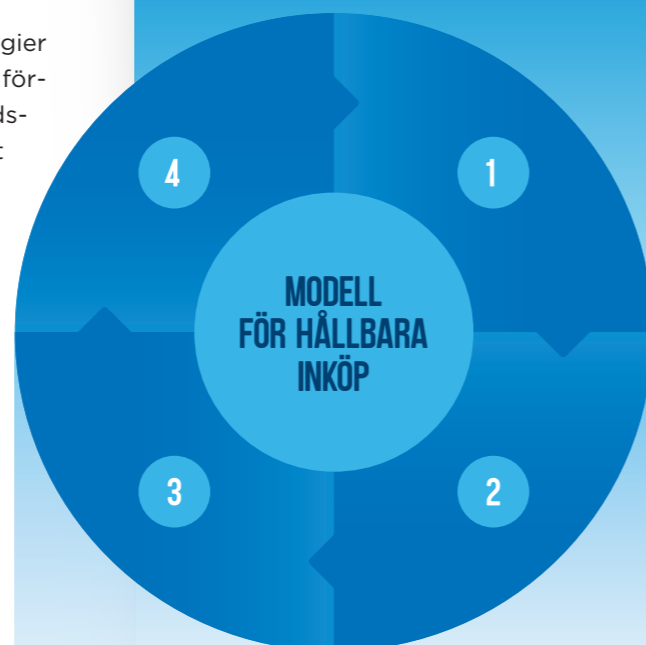
52% AV 387
MILJONER KRONOR

INFORMATION & MARKNADSFÖRING:

19% AV 387
MILJONER KRONOR

PRODUKTIONSMASKINER
& PANTAUTOMATER:

14% AV 387
MILJONER KRONOR



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 TRYGG ARBETSMILJÖ

Returpack har ett proaktivt och förebyggande arbetsmiljöarbete med stort fokus på medarbetarnas hälsa och välbefinnande. Under pandemiåret 2020 blev fokus på medarbetarnas hälsa och trygghet på arbetsplatsen än tydligare. Vi har under året bland annat säkerställt att de medarbetare som kan ha fått möjlighet att arbeta hemifrån. Vårt arbetsmiljöarbete omfattar all verksamhet och medarbetarens totala arbets-situation 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.



UNDER PANDEMIÅRET 2020 BLEV FOKUS PÅ MEDARBETARNAS HÄLSA OCH TRYGGHET PÅ ARBETSPLATSEN ÄN TYDLIGARE.

MEDARBETARE I SIFFROR

73 ST TOTALT ANTAL ANSTÄLLDA

79/21% TJÄNSTEMÄN (58 ST) /KOLLEKTIV-ANSTÄLLDA (15 ST)

2,8% SJUKFRÅNVARO TOTAL

44 ÅR MEDELÅLDER

56/44% MÄN (41 ST) /KVINNOR (32 ST)

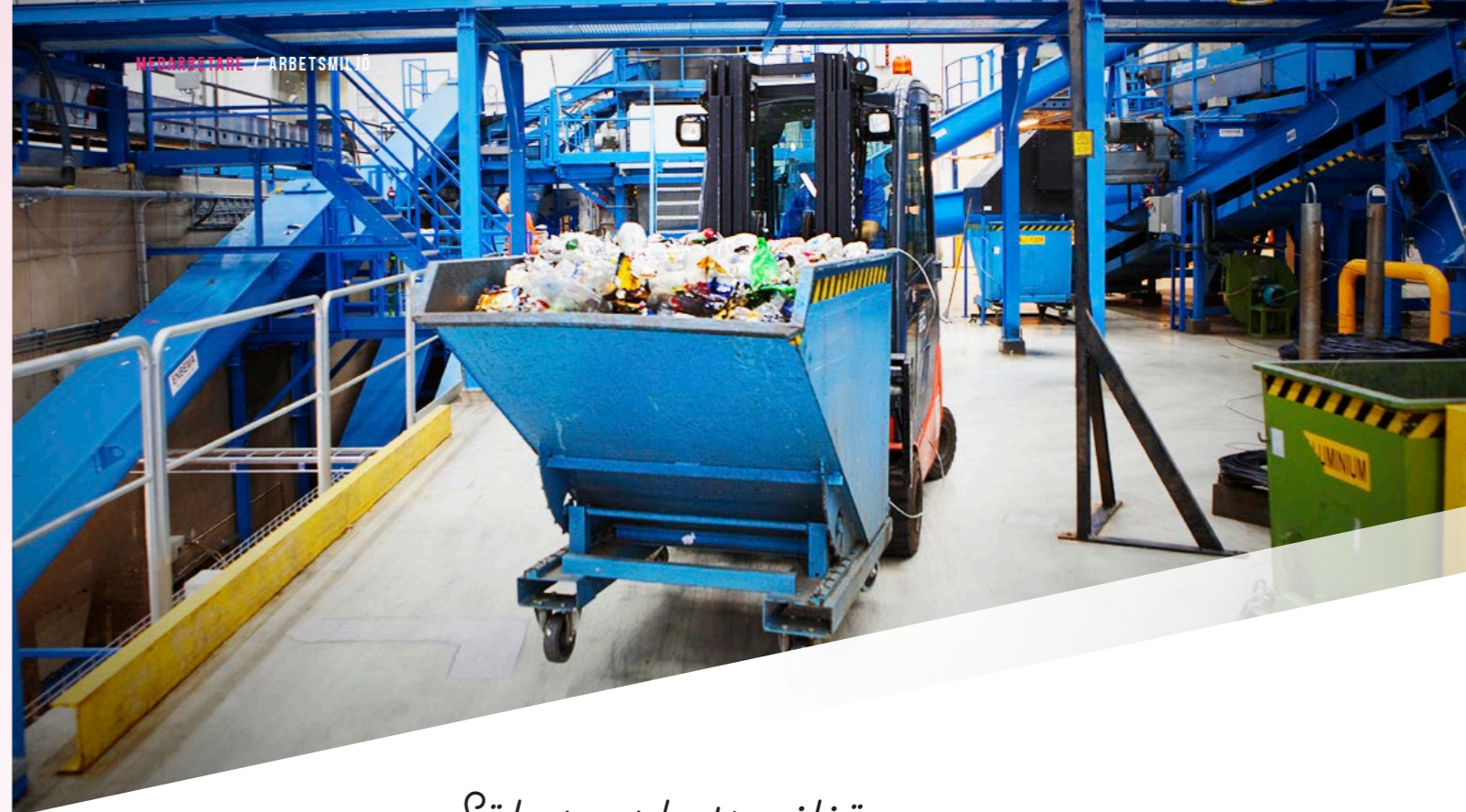
SJUKFRÅNVARO

	2016	2017	2018	2019	2020
Sjukfrånvaro total, %	3,1	3,9	4,1	3,7	2,8
Män	2,1	3,1	2,1	1,9	2,0
Kvinnor	4,3	4,6	6,2	5,7	3,6
Sjukfrånvaro korttid, %	1,7	1,6	1,8	1,5	1,8
Män	1,7	1,8	1,9	1,5	1,7
Kvinnor	1,8	1,3	1,6	1,7	2,0

OLYCKOR & TILLBUD

	2016	2017	2018	2019	2020
Arbetsplatsolyckor	2	0	5	2	6*
Tillbud	46	104	105	54	41
Riskobservationer	-	-	-	109	119

*Varav en medförde sjukfrånvaro.



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 pantmot-tagning 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 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 2020 har vi kommit igång med vårt ombyggnadsprojekt av våra lokaler och vår utemiljö där målsättningen är att ytterligare skapa en attraktiv och hållbar arbetsplats som främjar innovation och samarbete och upplevs som personlig, säker och välkomnande. ■

ARBETSPLATSOLYCKOR	TYP/ANTAL: RETURPACK	TYP/ANTAL: ENTREPRENÖRER
Dödsfall pga. arbete	0	0
Allvarliga olyckor på arbetsplatsen (ej dödsfall)	0	0
Totalt antal olyckor med skada på person	6*	0
Huvudsakliga typer av skador	Fallande föremål, klämskada, sträckning, halka	-
Totalt arbetade timmar	127 652	17 344

*Varav en medförde sjukfrånvaro.

EN ARBETSMILJÖ SOM SPEGLAR VÅRT VARUMÄRKE



När Ulrika Magnusson började sin tjänst som HR- och hållbarhetschef på Returpack, våren 2018, blev hon samtidigt ansvarig beställare för den ombyggnation av företagets lokaler som var planerad sedan tidigare. Med en ökad tillväxt och fortsatt behov av nya medarbetare var det nödvändigt att uppdatera de befintliga lokalerna. I slutet av 2020 påbörjades produktionsfasen och i december 2021 kommer medarbetarna att kunna installera sig på en hållbar och framtidsinriktad arbetsplats.

– Den fysiska miljön är en viktig del för den totala arbetsmiljön. Vi har fokuserat mycket på den sociala hållbarheten i utformningen av våra nya lokaler, som ska vara både innovativa och effektiva. Miljön ska bjuda in och stimulera till möten eftersom vi ofta jobbar i projekt. Det kommer också finnas rum för återhämtning och det ska vara lätt att byta arbetsställning och miljö, berättar Ulrika.

Kontorsmiljön kommer fortsatt att vara öppen men med större fokus på naturliga samlingsplatser. För att den öppna kontorsmiljön ska bli mer trivsamt utformas den i så kallat timglasflöde, där de öppna landskapen bryts av med arbetsrum och samtalsrum.

TILL RÄTT PRIS, I RÄTT TID, MED RÄTT KVALITET

I november 2019 anlätades Nina Vogel på teknikonsultföretaget Rejlers som projektledare för ombyggnationen. Ninas uppgift är att ta projektet från start till mål till rätt pris, i rätt tid och med rätt kvalitet. Hon har

spenderat stora delar av sin arbetstid hos Returpack det senaste året.

Initialt var ambitionen att kunna uppnå önskemålen enbart genom en ombyggnation av befintliga lokaler. Men Nina insåg ganska snart att det skulle bli svårt att möta de krav som satts upp utan en utbyggnad.

– Entreprenaden är en totalentreprenad och vi har valt att genomföra den som en partnering eller i så kallad utökad samverkan. Samverkansformen är ett öppet, transparent och förtroendebaserat sätt att jobba på. Entreprenörerna kom in ganska tidigt i processen och vi jobbar nära tillsammans och tar tillvara på alla olika kompetenser genom alla skeden. Gällande ekonomin i projektet så arbetar vi med så kallade öppna böcker och där vi har total insyn i alla kostnader. Det ger oss som beställare god kontroll och det blir enklare att påverka och justera saker längs vägen. Dessutom gör det att alla blir delaktiga och kan känna stolthet över projektet tillsammans, säger Ulrika Magnusson.

HÅLLBARHET HARGENOMSYRAT HELA PROJEKTET

I alla val som görs under hela ombyggnadsprojektet har hållbarhet varit en viktig aspekt. Och det är många val som ska göras i ett så omfattande projekt. Dessutom är det inte alltid självklart vad som är det mest hållbara valet.

– Vissa miljöval är enklare än andra. När det gäller både ombyggnationen av de befintliga ytorna och tillbyggnaden har vi sneglat lite på certifieringssystemet Miljöbyggnad och dess kriterier avseende energi, inomhusmiljö och material. Det handlar exempelvis om att optimera byggnadens energianvändning, säkerställa en god ljudmiljö och att registrera de material som byggs in i byggnaden i en loggbok. Andra val kan vara svårare, som till exempel när det kommer till vad som ska återanvändas och inte. Där är det inte självklart att det alltid är mest hållbart att återanvända allt befintligt, säger Nina.

Ambitionen hos Returpack har varit att återanvända allt som går, det ligger ju i företagets natur. Exempel på saker som bibehålls är vissa komponenter i värme- och ventilationssystemen, vissa belysningsarmaturer och en hel del andra installationer. Likaså kommer en hel del kontorsmöbler att finnas kvar.

OM OMBYGGNADSPROJEKTET

Ambitionen hos Returpack har varit att återanvända allt som går, det ligger ju i företagets natur.

ALLA PÅVERKAS – ALLA SKA FÅ TYCKA TILL

Redan från start har medarbetarna varit delaktiga i utformningen av de nya lokalerna. Man har fått svara på enkäter kring vad som är viktigt och deltagit i fokusgrupper. Det finns också en projektgrupp som träffas en gång i veckan samt en grupp med sakkunniga och en referensgrupp där personer ur alla personalgrupper finns representerade. Dessutom har Ulrika och Nina täta avstämningsmöten.

– Nina fungerar som bryggan mellan oss och entreprenörerna, det är hon som fångar upp våra önskemål och ser till att det blir verklighet. Hon är spindeln i nätet och under sitt dryga år på Returpack har hon blivit en i gänget, säger Ulrika.

ÄVEN 2021 BLIR ETT ANNORLUNDA ÅR

Trots coronapandemin har ombyggnadsprojektet löpt på enligt tidplan. Däremot har situationen gjort att man har tänkt om lite i planeringen av de nya lokalerna. Returpack har, som så många andra verksamheter, anpassat sig till den rådande situationen och många på kontoret har delvis jobbat hemifrån.



– Pandemin har inte påverkat vårt kommande behov av större lokaler, även om vi kanske fortsatt kommer att jobba en del hemifrån. Under den här perioden har många av oss insett hur viktigt det är med samarbete och vilket utbyte vi har av varandra när vi möts i verkliga livet. Däremot har vi tänkt om lite exempelvis i utformningen av den nya matsalen, för att säkerställa att det inte blir för trångt på vissa ställen. Likaså gör vi det möjligt att tvätta händerna vid våra kaffemaskiner. De nya lokalerna blir också luftigare och då blir det enklare att hålla avstånd, säger Ulrika.

I början av december flyttade halva kontorsstyrkan till tillfälliga kontorslokaler på gångavstånd från Returpack. Planen är att allt ska vara klart för inflyttning i de nya lokalerna i december 2021. ■





LEDARSKAPSUTVECKLING

I arbetet med Returpacks ledarskapsutveckling gjordes under 2020 en satsning för att för att stärka samarbete, ledarskap och kommunikation i enlighet med Returpacks värdegrund samt utifrån resultatet i medarbetarundersökningen 2019.

Utifrån verksamhetskritiska fokusområden genomfördes en kompetenskartläggning där chefsgruppen gick igenom och diskuterade alla avdelningarnas ansvar, uppdrag och mål. Målet är att skapa förståelse för de utmaningar varje avdelning står inför och att fånga upp eventuella ansvars- och kompetensgap.

Under hösten inplanerades en fortsättning på chefsutvecklingen i fyra block med fokus på hållbart ledarskap, kommunikation och innovation. Målet är att alla chefer på Returpack, oavsett erfarenhet och kompe-

tensnivå, ska lära sig något nytt om sig själva och sitt ledarskap. De känner sig trygga i ledarrollen och har tillägnat sig både kunskap och verktyg för att skapa förutsättningar till motivation och engagemang hos Returpacks medarbetare. Dessutom har alla chefer påbörjat resan till att öka Returpacks innovationskraft.

Första utvecklingstillfället genomfördes i augusti 2020 och pausades därefter med anledning av restriktionerna i samband med Covid-19. Fortsättning är inplanerad till sen vår 2021.

► OM LEDARSKAPSUTVECKLINGEN

Arbetsmiljö är obligatoriskt i chefsutbildningen.

KOMPETENSPLANERING

Inför 2020 identifierades ett antal verksamhetskritiska fokusområden för organisationen att arbeta vidare med under kommande år. Utifrån fokusområdena genomfördes en kompetenskartläggning på avdelningsnivå med gapanalys för att identifiera eventuella kompetensutvecklingsbehov. Resultatet av kartläggningen har tagits med i ett antal aktiviteter i 2021-2023 års verksamhetsplan samt ingår i företagets kompetensutvecklingsplan. Under 2021 kommer utvecklingsdagar fokusera på hållbarhet och mångfald. Kompetens-

utvecklingsinsatser kommer framförallt genomföras inom projektledning, innovation och ledarskap. Under de närmaste åren kommer Returpack även fokusera på att vidareutveckla analysförmågan inom ett antal verksamhetsområden samt fortsätta att förbättra och förtydliga processer gällande omvärldsbevakning, innovation och projektledning. Under 2021 kommer även systemstöd, för identifiering av kompetensutvecklings- och utbildningsbehov, att implementeras för att underlätta Returpacks framtida kompensationsförsörjning.



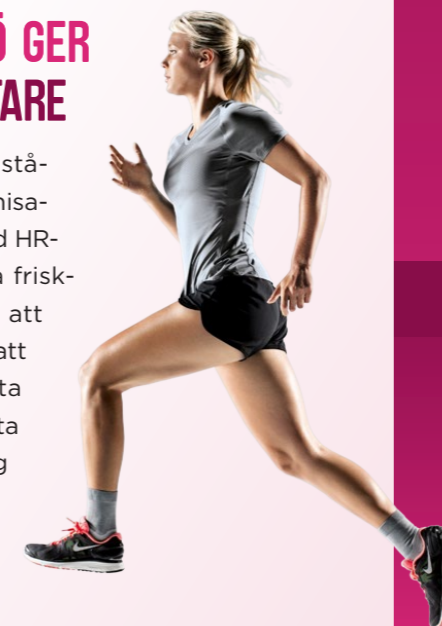
RETURPACK HÖJER MEDVETENHETEN KRING SIN SÄKERHETSKULTUR

God säkerhetskultur innebär att alla bidrar till att minska våra risker, att vi undviker och förebygger tillbud och olyckor.

Sedan flera år är säkerheten högt upp på agendan hos Returpack. Under 2020 fanns ett antal aktiviteter och satsningar inplanerade för att ytterligare höja medvetenhet och kunskap. För att vara väl förberedd vid en eventuell händelse var en större utbildningsinsats i kris inplanerad att äga rum under 2020. Med coronapandemin ställdes nu vår krisgrupp och våra medarbetare inför en skarp kris, istället för en övning. Under året har rutiner, instruktioner och vårt samarbete prövats och vår kunskap om krisledning har utvecklats.

GOD ARBETSMILJÖ GER FRISKA MEDARBETARE

Vi har en Hälsogrupp bestående av medarbetare i organisationen som tillsammans med HR-avdelningen planerar olika friskvårdsaktiviteter. Syftet är att ha ett varierat program så att alla medarbetare kan delta utifrån sin förmåga. Till detta har vi ett friskvårdsbidrag och tillgång till massage på arbetsplatsen.



Sveriges FRISKASTE FÖRETAG

Returpack har under många år arbetat med att sätta medarbetarna i fokus. Det är en viktig och självklar del i företagets hållbarhetsuppdrag. Ett arbete som gett utdelning då man våren 2020 fick utmärkelsen Sveriges Friskaste företag.

– Att få den här utmärkelsen när vi är mitt uppe i en pandemi kan ju kännas lite märkligt. Men det är ett bevis på att vårt långsiktiga arbete kring hållbarhet i alla aspekter givit resultat. För oss är medarbetarnas välbefinnande, engagemang och sociala hållbarhet en mycket viktig del av hållbarhetsarbetet. Att våra medarbetare mår bra, är friska, engagerade och trivs på jobbet är en viktig anledning till att vi i Sverige har ett av världens bästa pantsystem, säger Bengt Lagerman, vd på Returpack.

► RETURPACKS FÖRETAGSHÄLSOVÅRD

Vår företagshälsövård hjälper oss att utföra olika typer av riskbedömningar och mätningar. Vi har ett nära och proaktivt samarbete med vår företagshälsövård. Utöver mätningar och riskbedömningar hjälper de oss att tidigt upptäcka och framförallt förebygga ohälsa på arbetsplatsen.

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 2020 är jämn, 56 procent män och 44 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 närmaste 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 2020 har de företagsövergripande utvecklingsinsatserna fokuserat på innovation och idéutveckling. På grund av coronapandemin har dessa företagsgemensamma aktiviteter fått ställas om till mer digitala varianter och i några fall även ställts in. Vi har under 2020 utsett en Processledare för innovation samt utbildat en grupp innovationsprojektledare och workshopledare.

AFFÄRSETIK OCH ANTIKORRUPTION

Returpack kan aldrig acceptera korrupcion eller annan form av oetiskt agerande. Att arbeta med antikorrupcion är därför viktigt för oss. Dels för att kunna vara en seriös affärspartner och dels för att säkerställa ett etiskt uppförande i linje med företagets värderingar och uppförandekod.

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

Under 2020 har inga diskrimineringsfall eller korrupsionsincidenter rapporterats.

INTRODUKTION AV NYA MEDARBETARE

Under 2020 har vi förstärkt organisationen med ytterligare kompetens inom IT, kundtjänst, 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, bland annat inom arbetsmiljöområdet.

TOTALT ANTAL ANSTÄLLDA	2016		2017		2018		2019		2020	
	ANSTÄLLDA (ST)	ANDEL KVINNOR	ANSTÄLLDA (ST)	ANDEL KVINNOR	ANSTÄLLDA (ST)	ANDEL KVINNOR	ANSTÄLLDA (ST)	ANDEL KVINNOR	ANSTÄLLDA (ST)	ANDEL KVINNOR
Antal tillsvidareanställda	64	45%	63	46%	68	49%	68	46%	73	44%
> Varav heltid	64	45%	63	46%	68	49%	68	46%	73	44%
> Varav deltid	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%
Antal visstidsanställda	0	0	2	50%	2	50%	1	100%	2	50%
Totalt antal anställda	64	45%	65	46%	70	49%	69	46%	75	44%

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



SAMHÄLLE

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

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





En annorlunda VINTER- & SOMMARSÄSONG

Att coronapandemin gav stora effekter på Sveriges turistnäring under 2020 är väl känt. Skidsäsongen avslutades i förtid – och campingsäsongen kom igång sent. De förändrade förutsättningarna för turismen i Sverige påverkade i hög grad vilka aktiviteter Pantamera kunde genomföra för att öka pantinsamlingen på ställen där människor väljer att turista.

- En normal sommarsäsong finns vi med på konserter, festivaler, stadsfester och andra evenemang för att påminna om att panta. I år ställdes i princip alla den typen av evenemang in. Då valde vi att ställa om istället för att bara ställa in och satsade på att synas på campinganläggningar och marinor och samla upp gästernas pant, säger Carita Classon, produktchef för Pantamera vid Returpack.

Trots att många utländska turister valde bort att turista i Sverige i år, ökade antalet svenska gästnätter i juli jämfört med 2019. Det gjorde att minskningen i antalet insamlade förpackningar från svenska campingplatser bara blev ungefär 5% jämfört med i fjol. Ett mycket bra resultat trots allt. Sammanlagt fick vi in drygt 2,4 miljoner förpackningar genom insamling via turistorter.



1,1 MILJONER DONERADES TILL OLIKA VÄLGÖRENHETSATSNINGAR GENOM BESÖKARE VID SVERIGES CAMPINGANLÄGGNINGAR.

Pantpengar till MUSIKHJÄLPEN

Den 14 december rullade Musikhjälpen igång i Sverige, med temat "Ingen människa ska lämnas utan vård". För att göra det enkelt och tryggt för Norrköpingsborna att bidra med sina pantpengar till Musikhjälpen valde vi att satsa på en Pantobil som under veckan hämtade upp pant på olika platser runt om i Norrköping.

- Det är lätt att tro att en liten burk eller flaska inte gör så stor skillnad. Men genom insamlingsaktiviteten till Musikhjälpen fick vi in över 140 000 kronor, säger Rickard Andersson, strategisk marknadsförare vid Pantamera och projektledare för insatserna kring Musikhjälpen-veckan.

Insamlingen till Musikhjälpen genomfördes dels på plats i Norrköping, dels genom att en majoritet av Pantamera Express-automaterna runt om i landet valde att ställa om sina donationsknappar till förmån för Musikhjälpen under veckan. Totalt gav insamlingen 144 290 kronor till Musikhjälpen.



NY PANTSTATION ÖPPNADE I NORRKÖPINGS CITY

I anslutning till Musikhjälpens insamlingskampanj öppnade Pantamera tillsammans med fastighetsägaren Lundbergs en pantstation i city. Pantstationen innehåller två pantautomater, en där pantaren enkelt kan hålla i sin pant och en vanlig för den som vill panta enstaka förpackningar. Pantstationen är inte direkt kopplad till en butik utan man kan få ut sina pengar i kontanter direkt i samband med pantningen. Under våren 2020 kommer man även kunna få in pengarna på sitt konto via en digital lösning. Pantstationen är obemannad och utbetalningen sker via en kontantmaskin i lokalen där man skannar sitt pantkvitto.



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 pantkärll, 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 2020 fortsatt arbeta fram delanalyser, genomförda av mastersstudenter vid Linköpings universitet.



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. Även under pandemiåret 2020 erbjöd vi säkra och trygga arbetstillfällen för unga. Under sommaren 2020 engagerade vi närmare 25 ungdomar i samband med de aktiviteter som gick att genomföra på ett corona-säkert sätt; till exempel cyklande pantamerabud på campingplatser och marinor.

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.



DELTAGANDE KLASSER 2020: 856 SKOLKLASSER
DELTAGARE SEDAN STARTEN: ÖVER 100 000 ELEVER

För 15:e året delade vi ut PRIS I PANTRESAN

Trots ett annorlunda år har intresset för miljö- och klimatfrågan varit fortsatt stort hos landets skolbarn. Tävligen har under året dessutom blivit än mer digitalt anpassad för att kunna möta de nya behoven av undervisning i hemmet. Förstapriset i höstens omgång av Pantresan gick till Lindbacka Grundsärskola i Lindesberg.

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.

Redan under vårens omgång valde Pantamera att corona-anpassa materialet. Detta genom att ta fram en kompletterande elevhandledning samt att texta filmerna för att göra det enklare för elever som inte kunde följa undervisningen i klassrummet.

– Det känns väldigt viktigt att vi har kunnat anpassa tävlingen detta märkliga år. Både genom att stötta de elever som behöver hålla sig hemma, och att ge pedagogerna ett digitalt läromedel som fungerar även på distans, säger Katarina Lundell.

Huvudsponsor till SVENSK INNEBANDY

Returpack har varit huvudsponsor till Svenska Innebandyförbundet (SIBF) sedan 2015. Samarbetet har bland annat omfattat exponering hos landslagen och i arenor, framtagande av hemsidor med tips och tricks, Fair Play-utmärkelser, samt de senaste samarbetena kring Schysst Spel och Schysst Lag.

Under 2020 förlängdes avtalet med ytterligare tre år och involverar även Föreningen Svenska Superligan (FSSL).

– Svensk innebandy står för de grundvärderingar som även är viktiga för oss. Samarbetet har alltid varit framgångsrikt och vi har lyckats nå rätt målgrupper med våra budskap, säger Bengt Lagerman, VD på Returpack.

Runt om i hela landet finns det nu innebandyföreningar anslutna till vårt föreningskoncept, som alla

på så vis gör en insats för miljön samtidigt som de drar in en extra slant till klubbkassan. Under 2020 har 91 av Sveriges innebandyföreningar samlat in 637 842 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.

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 - (2021: inställningar till att pant) Andra undersökningar (2020: Ungdomsbarometern) 	<ul style="list-style-type: none"> Vilka förpackningar som ingår i pantsystemet Tillgänglighet till pantautomater och hygien Utbetalningslösningar Pantbelopp Miljönyttan med pantsystemet 	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 om frivillig anslutning, sid 37 .
Pantmottagare Kundgrupp	<ul style="list-style-type: none"> Kundtjänst Hemsida Webbportal - kundwebb Besök och möten Kundtidning Kundundersökning vartannat år (Nöjd kund 2021) Kundundersökning Föreningar 2020 	<ul style="list-style-type: none"> Utbetalning av pant och hanteringsersättning Lastbärare och hämtningar Skräp/kvalitet vid insamling Miljönyttan med pantsystemet och pantmottagarens roll Avtalsvillkor Vilka förpackningar som ingår i pantsystemet 	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, produktkvalitet sid 23-24 , utfrakter sid 28 , transporter sid 30-31
Medarbetare	<ul style="list-style-type: none"> Daglig avstämning och interaktion Möten och konferenser Årligt utvecklingsamtal Medarbetarundersökning vartannat år (2021) 	<ul style="list-style-type: none"> Arbetsmiljö Samarbetet inom organisationen Kompetensutveckling God affärsetik 	Läs mer om vårt aktiva arbete för en trivsamt arbetsplats i avsnittet Medarbetare, sid 39 .
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 28-31 , och arbetet med hållbara inköp, sid 38 .
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 38 .

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, katastrofönsning 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 utvecklingsamtal Lönekartläggning Krisberedskap, plan, utbildning Friskvård #orkamera och #hälsamera Rehabiliteringsplaner 	Mellan	<ul style="list-style-type: none"> Ambition att implementera och arbeta enligt ISO45001. Säkerhet och hälsa främjar medarbetarnas produktivitet och moral. Attraktiv arbetsplats Bättre arbetsvillkor i leverantörskedjan

RISKANALYS FORTSÄTTNING

OMRÅDE	RISK	HANTERING/(ÅTGÄRD)	RISKNIVÅ	AFFÄRSMÖJLIGHET
Sociala frågor & medarbetare (operativ)	<ul style="list-style-type: none"> Brist på kompetens idag och i framtiden 	<ul style="list-style-type: none"> Medarbetarsamtal och utvecklingsplaner Samarbete med skolor och universitet samt deltagande vid arbetsmarknadsdagar Erbjuda praktik och projektplatser Erbjuda konkurrenskraftiga anställningsvillkor och kompetensutveckling. 	Mellan	<ul style="list-style-type: none"> Motiverade och kompetenta medarbetare, chefer ökar möjligheten att uppnå företags-specifika mål. Attraktiv arbetsplats
Mänskliga rättigheter (operativ)	<ul style="list-style-type: none"> Kränkningar och särbehandling Diskriminering, trakasserier & mobbning. 	<ul style="list-style-type: none"> Tillämpning av inköpspolicy och uppförandekod för leverantörer; miljö, mänskliga rättigheter, arbetsvillkor. Returpacks värderingar och intern uppförandekod Plan för jämställdhet med mångfaldsperspektiv Plan för motverkande av kränkande särbehandling Visselblåsarsystem Utbildningar i mångfald och inkludering för chefer och alla medarbetare 	Mellan	<ul style="list-style-type: none"> Attraktiv arbetsgivare Varumärke Goda relation till ägare och investerare. Stark affärsetik främjar intern stabilitet och framtida affärer.
Risker för korruption och bedrägeri (affärsrelaterad, finansiell)	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 2020

Nedan listas Returpacks engagemang och samarbeten 2020.

SPONSRING

Huvudsponsor: Svensk innebandy

HÅLLBARHETSNETVERK

Medlem: Cleantech Östergötland

Medlem: CSR East Sweden

Medlem: Östgötautmaningen

Medlem: Norrköpings Miljönätverk

Deltagare: Fossilfritt Sverige

Medlem: Hållbarhetsnätverk Enacts

Medlem: Motala Ströms vattenvårdsförbund

Medlem: Altinget

ANDRA NÄTVERK

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

Medlem: Trampolin, kunskapsnätverk för innovationsledning

Medlem: Östsvenska handelskammaren

Medlem: SIS tekniska kommitté inom förpackningar och miljö

HÖGSKOLA OCH UNIVERSITET

Forskningssamarbete:

Pantsystem i en cirkulär ekonomi - att förstå sociala värden, Örebro universitet

Identifiering av incitament för hållbar plastanvändning i förpackningsindustrin, nov 2019 – mars 2020,

drivet av IVL utlysning av Naturvårdsverket

Examensarbete:

Materialegenskaper hos återvunnen PET i dryckesflaskor, KTH

”Livscykelanalys av PET och aluminium”, Linköpings universitet

ARBETSGIVARORGANISATION

Medlem: IKEM - Innovations- och kemiarbetsgivarna.

ÖVRIGT

Stiftare och styrelseuppdrag:

Håll Sverige Rent

Yrkesutveckling: Samhall

OM REDOVISNINGEN



Returpack rapporterar för fjärde året i rad sitt hållbarhetsarbete enligt riktlinjerna för Global Reporting Initiatives (GRI) Standarder med tillämpningsnivå Core. Redovisningen är granskad av revisionsbyrå Ernst & Young AB för att säkerställa att kraven enligt ÅRL uppfylls, utöver det har ingen extern granskning utförts.

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 2020 till 31 december 2020.

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 företagsspecifikt nyckeltal för den företags-specifika hållbarhetsfrågan, se GRI-indexet på sid 59-61. Några av de generella upplysningskraven återfinns direkt i indexet. I indexet ges även information om eventuella undantag såsom ofullständig data.

MÄT- OCH BERÄKNINGSMETODER

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

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

Under 2020 återvanns totalt 2 223 803 818 förpackningar. Siffran inkluderar de frivilligt anslutna saft- och juiceprodukterna. Utan saft- och juiceprodukter är siffran 2 185 327 389 förpackningar. Returpack väljer att avrunda till 2,22 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 återvinnas 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 allokerar utsläpp mellan olika scope. Utsläpp inkluderas från Returpack Svenska AB, Returpack-Pet Svenska AB och Returpack-Burk Svenska AB. Data samlas in och redovisas gemensamt för koncernen.

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

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

Returpack har ett egenutvecklat system för att beräkna växthusgasutsläppen. Systemet samlar in underlag från stödsystem, utför beräkningar och samman-

ställer 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 elleverantör respektive leverantör av fjärrvärme. Endast grön el från vindkraft används medan fjärrvärmens baseras på faktisk mix av bränsle för den period som beräkningarna avser. Leverantörernas utsläppsfaktorer används. Till kategorin anläggningen räknas även egenägda pantautomater utplacerade på kommunernas återvinningscentraler och mobila komprimatorer som finns i anslutning till ett antal större butiker. Elförbrukning för varje installation uppskattas utifrån en schablonmässigt framräknad förbrukning per förpackning och antalet förpackningar som tagits emot.

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

Affärsresor

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

MEDARBETARE/HÄLSA OCH SÄKERHET

Begreppet medarbetare omfattar av Returpack anställd personal i anställningsformerna tillsvidare-, visstids-, heltids- och deltidsanställda och de arbetstagare som ej är anställda av Returpack men vars arbete eller arbetsplats kontrolleras av organisationen. 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 2020 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. Kvalitetskontroller görs två gånger per dag genom att en förbestämd mängd material tas ut direkt från flödet för aluminiumburk respektive klar PET. Uttaget material sorteras och vägs vilket ger underlag till beräkning av nyckeltalen.

HÅLLBARHETRAPPORT

ENLIGT ÅRSREDOVISNINGSLAGEN

I enlighet med ÄRL 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 bolagsstämman i Returpack Svenska AB, org.nr 556753-4259

UPPDRAG OCH ANSVARSFÖRDELNING

Det är styrelsen som har ansvaret för hållbarhetsrapporten för år 2020 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 26 mars 2021

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, 56
102-9	Beskrivning av företagets leverantörskedja	10, 38
102-10	Väsentliga förändringar under redovisningsperioden beträffande storlek, struktur, ägande eller leverantörskedja.	Inga väsentliga förändringar har skett i ägandestruktur eller leverantörskedja under redovisningsåret 2020. 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, 46
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 2019 publicerades på pantamera.nu den 6 maj 2020. 60
102-52	Redovisningscykel	Årligen, kalenderår 60
102-53	Kontaktperson för frågor om redovisningen	2
102-54	Anspraak på rapportering i enlighet med GRI Standards	2, 56
102-55	GRI-index	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, 57-58
305-3	Andra indirekta utsläpp av växthusgaser (scope 3)	Referensår för våra klimatberäkningar är 2017. 17, 32, 57-58
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
403-1	Systematisk arbetsmiljö	11, 14, 40-41, 53
403-2	Riskvärdering	13, 40-41, 45
403-3	Företagshälsovård	45
403-4	Samverkan i arbetsmiljöfrågor	41
403-5	Arbetsmiljöutbildning	44, 46, 53
403-6	Hälsofrämjande arbete	45, 53
403-7	Arbetsmiljöarbete hos kunder	14-15, 28, 38, 53
403-9	Arbetsrelaterade skador	40-41
103-1	Beskrivning av frågan och dess avgränsning	6-7, 56
103-2	Metod för hållbarhetsstyrningen	11, 13-15

UPPLYSNING	KOMMENTAR	SIDA
103-3	Utvärdering av hållbarhetsstyrningen	21, 35
Företagsspecifikt nyckeltal Återvinningsgrad burk		
		16, 20
Företagsspecifikt nyckeltal Återvinningsgrad PET		
		16, 20
PRODUKTKVALITET - FÖRETAGSSPECIFIK VÄSENTLIG FRÅGA		
103-1	Beskrivning av frågan och dess avgränsning	23, 58
103-2	Metod för hållbarhetsstyrningen	14-15, 23-24
103-3	Utvärdering av hållbarhetsstyrningen	23
Företagsspecifikt nyckeltal Produktkvalitet aluminium		
		16, 23
Företagsspecifikt nyckeltal Produktkvalitet klar PET		
	Basår för produktkvalitet klar PET är 2017.	16, 23
KUNDNÖJDHET - FÖRETAGSSPECIFIK VÄSENTLIG FRÅGA		
103-1	Beskrivning av frågan och dess avgränsning	34, 58
103-2	Metod för hållbarhetsstyrningen	14-15, 35-37
103-3	Utvärdering av hållbarhetsstyrningen	14, 35
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