



RETURPACK

HÅLLBARHETSREDOVISNING 2021

RETURPACK SVENSKA AB



OM VÅR HÅLLBARHETSREDOVISNING 2021

Hållbarhetsredovisningen 2021 utgör Returpack Svenska AB:s femte lagstadgade hållbarhetsredovisning och uppfyller kraven i årsredovisningslagen om hållbarhetsrapportering. Redovisningen sammanfattar företagets hållbarhetsarbete under verksamhetsåret från 1 januari - 31 december 2021 och redovisningsprinciperna följer Global Reporting Standards (GRI), nivå Core.

Revisorns yttranden avseende den lagstadgade hållbarhetsrapporten enligt RevR 12 återfinns på sida 62. Utöver detta har ingen extern granskning utförts.

Vår redovisning innehåller information om de lagstadgade kraven inom områdena miljö, socialt ansvar, personal, respekt för mänskliga rättigheter och antikorrup­tion. Utöver detta redovisar vi vårt arbete inom våra fem fokusområden; återvinning, klimat & miljö, affärsrelationer, medarbetare och samhälle. Redovisningen beskriver företagets hållbarhetsarbete, vår framtida inriktning, våra ambitioner och utmaningar. Resultat och mål inom respektive område redovisas i tabeller eller i löpande text. Redovisningen är till för alla våra intressenter och utgör en del av vår årsredovisning men presenteras som en fristående redovisning.

Kontaktperson gällande Hållbarhetsredovisningen:

Annelie Niva • Hållbarhetsstrateg, Returpack

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

HÅLLBARHETSREDOVISNING 2021

> VD-ORD	SID 4
> RETURPACKS VERKSAMHET	SID 6
> RETURPACKS HÅLLBARHETSARBETE	SID 11
1. ÅTERVINNING	SID 19
2. KLIMAT & MILJÖ	SID 25
3. AFFÄRSRELATIONER	SID 33
4. MEDARBETARE	SID 41
5. SAMHÄLLE	SID 49
> KOMPLETTERANDE INFORMATION	SID 56
> OM REDOVISNINGEN	SID 60
> GRI-INDEX	SID 63

VD-ORD

*Ett världsledande
retursystem med pant*



Precis som för år 2020, präglades vår verksamhet, i likhet med samhället i övrigt, av konsekvenserna av covid-19. Trots detta satte vi återigen nya rekord för pantsystemet i Sverige under 2021. Aldrig har vi samlat in så många flaskor och burkar under ett år, totalt blev det 2,4 miljarder förpackningar, en ökning med 200 miljoner förpackningar. Även pantningsgraden ökade och landade på 88,2 procent. I de marknadsundersökningar vi gör framgår att förtroendet för vårt pantsystem är orubbat högt vilket vi är tacksamma för och vilket bevisas genom att allt fler förpackningar pantas.

Retursystemet med pant är världsledande och unikt. Det bygger på 40 års framgångsrikt samarbete mellan dagligvaruhandeln och dryckesproducenterna. I Sverige var vi pionjärer och först i världen med att skapa ett pantsystem, eller ett *Retursystem med Pant*, som det egentligen heter. Vi är därför en modell och en inspiratör för alla de pantsystem som därefter har startats upp i andra länder, nu senast Lettland och Slovakien. Det som på ytan kan se ut som något så enkelt och självklart är i verkligheten en komplicerad och specialiserad process, som kräver djup kunskap och erfarenhet, för att uppnå den självklarhet som vi har uppnått i Sverige.

Totalt har Returpack och övriga aktörer kring pantsystemet investerat över 3 miljarder kronor för att få det att fungera så väl som det gör och för att vi ska kunna materialåtervinna våra burkar och flaskor till det bästa insatsmaterialet till nya burkar och flaskor som finns att tillgå i Europa. Exempel på sådana investeringar är butikernas och Returpacks investeringar i pantautomater, insamlingsfordonen som ska hämta de insamlade flaskorna och burkarna till vår anläggning i Norrköping, utrustningen för sortering och kvalitetsarbete i vår fabrik, investeringarna i anläggningar och maskiner hos våra köpare, men även våra system och processer, som är unikt specialiserade. In- och utbetalningar av panter och avgifter på över 3 miljarder kronor ska fungera med ett korrekt och kontrollerat återlämnande, tillika med utbetalningar vid varje panttillfälle. I Sverige pantas det under ett år 100 miljoner gånger – vilket är i genomsnitt 275 000 gånger per dag! Att sätta upp ett motsvarande, och helt fungerande retursystem med pant, tar 2 år från beslut till implementering.

På Returpack arbetar vi ständigt med att utveckla pantsystemet mot allt högre mål för återvinning, hållbarhet och materialkvalitet. Årligen investerar vi därför omkring 100 miljoner kronor i vidareutveckling av vårt system. Vi satsar vidare på utveckling av våra Pantamera Express-automater, där vi under året infört alternativa digitala utbetalningar. Vi testar också olika lösningar för digitala utbetalningar i butik och kompletterar nu vår helt automatiserade pantstation i Norrköping med en motsvarande pantmottagning i Stockholm. Vid dessa erbjuds även kontantutbetalning.

Hållbarhet ska genomsyra allt vi gör. Installationen av den senaste generationen av solceller på taket på vår anläggning i Norrköping ger ett ytterligare tillskott av fossilfri energi. På transportsidan har vi fortsatt vårt arbete mot att vara helt fossilfria till 2025, genom nya upphandlingar och beställningar av insamlingsfordon, drivna av gas. Till 2030 är vår ambition att vi som verksamhet ska vara helt klimatneutrala.

Under 2021 har vi byggt om våra lokaler i Norrköping och har, när pandemirestriktionerna upphör, en modernare och mer funktionell arbetsplats för våra medarbetare. Givetvis har hållbarheten varit ledstjärna även vid denna ombyggnation. Våra medarbetare är vår viktigaste tillgång och deras hälsa och välbefinnande är alltid i fokus.

Det svenska retursystem med pant som Returpack driver är ett världsledande och unikt förpackningskretslopp, med 99,1 % materialåtervinning av det insamlade materialet, motsvarande över 47 000 ton återvunnen råvara. Mycket högre kan man inte nå, även om vi nu arbetar med hur vi bättre kan materialåtervinna etiketterna. 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 ett äkta pantsystem fungerar, det är så vi uppnår över 180 000 ton i Co2e besparingar för vårt klimat.

Bengt Lagerman
VD Returpack

VÅRT UPPDRAG

Vårt uppdrag är att driva det rikstäckande och världsledande retursystemet med pant för dryckesförpackningar av metall och plast. Det ursprungliga primära syftet med det svenska pantsystemet var att minska nedkräpning och främja materialåtervinning och har över tid utvecklats till ett hållbarhetssystem som i samverkan med andra aktörer i värdekedjan säkerställer en allt högre grad av insamling och materialåtervinning.

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 kostnadseffektivt sätt och med minsta möjliga miljöpåverkan. Vårt mål/uppdrag är att uppnå en högre cirkulär effektivitet för insamlat material där de återtagna förpackningarna främst ska materialåtervinnas, i första hand till nya dryckesförpackningar, i andra hand till övriga livsmedelsförpackningar och i tredje hand som råvara till andra produkter. Vårt pantsystem är idag en förebild för många och vi får ofta möjlighet att dela med oss av vår 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 2021 hade Returpack en nettoomsättning på 3,4 miljarder SEK och vid utgången av året uppgick totala antalet anställda till 75 personer. Bolaget hade en balansomslutning på 1 091 miljoner SEK varav 447 miljoner SEK i eget kapital.

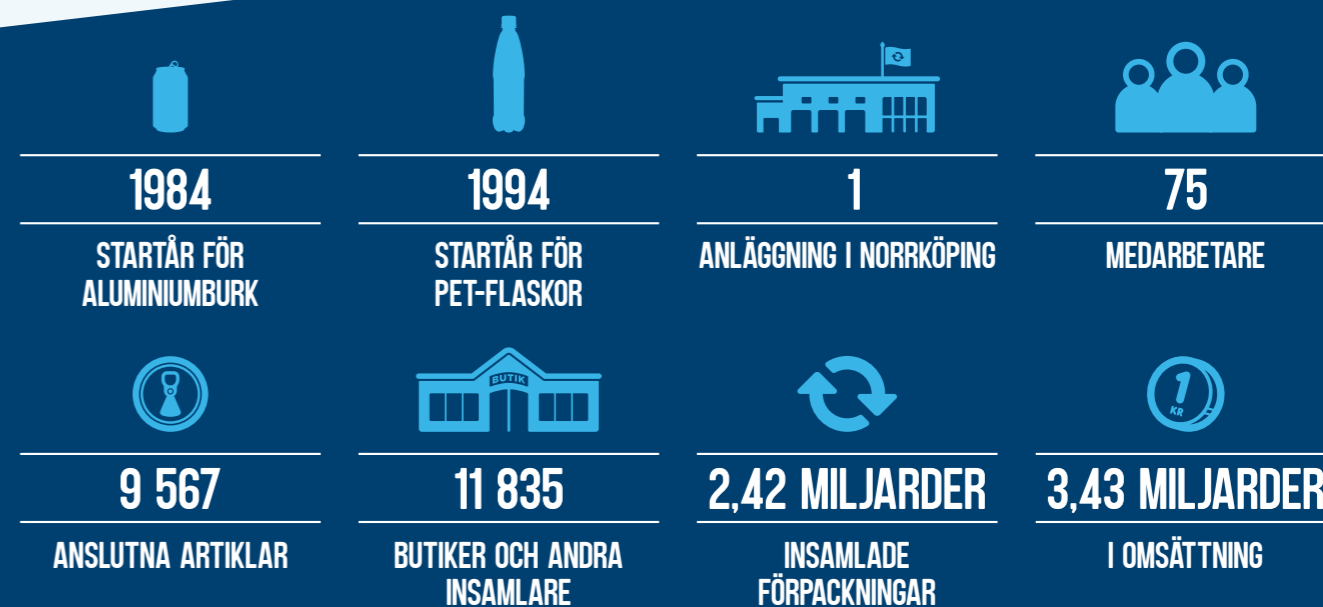
HISTORIA

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.

RETURPACK I SIFFROR 2021





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 materialåtervinns 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. Förpackningarna samlas in, sorteras i materialflöden och säljs vidare för framställning av råvara till nya burkar och flaskor.

Vi har öppnat upp pantsystemet för frivillig anslut-

ning av förpackningar för saft och juice. Frivillig anslutning innebär att förpackningarsom 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 2021 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.



PANTBELOPP OCH FÖRPACKNINGAR



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

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



De plastflaskor som ingår i pantsystemet idag är 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
2021 >	9 088	479	9 567

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. Då vi verkar i en föränderlig värld arbetar vi med ständiga förbättringar, där vi utvecklar både befintliga och nya lösningar. 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 2021 uppnådde Returpack en återvinningsgrad på 88,2 % och en vinstmarginal på -1,5 %.

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 att vara en attraktiv, inkluderande och trygg arbetsplats.
- **Utveckla framtidens pantsystem** – Vi ska utveckla ett dynamiskt pantsystem som möter morgondagens behov. Omvärldsbevaka, samverka vid lagstiftning och myndighetsbeslut samt vara en god samhällsaktör.

VISION

VI BIDRAR TILL ETT MER HÅLLBART SAMHÄLLE GENOM VÄRLDENS BÄSTA PANTSYSTEM, DÄR VI SAMLAR IN ALLA SÅLDA PANTFÖRPACKNINGAR OCH MATERIALÅTERVINNER DEM TILL NYA PANTBARA DRYCKESFÖRPACKNINGAR.

AFFÄRSIDÉ

RETURPACK ERBJUDER ETT RETURSYSTEM MED PANT FÖR MATERIALÅTERVINNING AV DRYCKESFÖRPACKNINGAR AV PLAST OCH METALL I SVERIGE, ETT SYSTEM SOM ÄR ETT VÄRLDSLEDANDE FÖRPACKNINGSKRETSLOPP, MED HÖG ATTRAKTIVITET I BÅDE KONSUMENT- OCH INTRESSENTLED.

Våra Värderingar

ANSVARSTAGANDE
NYSKAPANDE
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.

AFFÄRSMODELL

Returpacks affärsmodell bygger på vår affärsidé och vår huvudprocess som följer förpackningens och pantpengens 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.

ANSLUTA & PANTINBETALNING

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.

SAMLA IN & PANTUTBETALNING

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.

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:

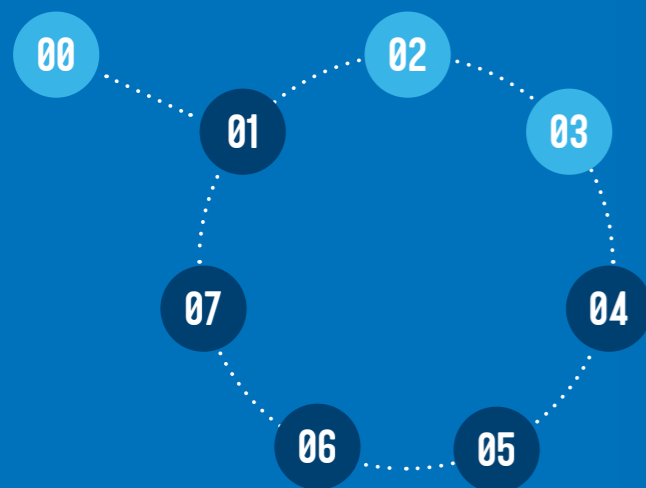
- Hanteringsersättning till pantmottagare
- Transportkostnader
- Drift av verksamheten, produktion, marknadsföring och utveckling.

RETURPACKS PÅVERKAN I VÄRDEKEDJAN

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 för att uppnå ökad materialåtervinning. Syftet är att alla förpackningar som är anslutna i pantsystemet ska fungera genom hela återvinningsprocessen och kunna materialåtervinnas igen till nya dryckesförpackningar.

I påverkansanalysen bedöms Returpacks positiva och negativa möjlighet att kunna påverka i respektive steg i värdekedjan.

Tillsammans med resultatet från intressentanalysen framkom ett antal högt prioriterade hållbarhetsområden. Av dessa är några bedömda som våra mycket väsentliga frågor, väsentliga frågor och betydande frågor.



● STOR PÅVERKAN

● LITEN ELLER INGEN PÅVERKAN

VAR I VÄRDEKEDJAN UPPSTÅR PÅVERKAN?

00. JUNGFRULIG RÅVARA: Minska växthusgasutsläpp (positiv). Hög kvalitet på materialet som återvinns (positiv).

01. FÖRPACKNINGSTILLVERKNING: Minska växthusgasutsläpp. Hög kvalitet på materialet som återvinns. Bra affärsrelationer som leder till ett ännu bättre pantsystem.

02. DRYCKESPRODUKTION

03. ÅTERFÖRSÄLJNING

04. KONSUMTION & PANTNING: Få fler att panta mer.

05. PANTMOTTAGNING: Få fler att panta mer. Bra affärsrelationer som leder till ett ännu bättre pantsystem.

06. INSAMLING & FÖRÄDLING: Miljöpåverkan från transporter (direkt). Hög kvalitet på materialet som återvinns. Bra affärsrelationer som leder till ett ännu bättre pantsystem.

07. MATERIALÅTERVINNING: Miljöpåverkan från transporter. Hög kvalitet på materialet som återvinns. Bra affärsrelationer som leder till ett ännu bättre pantsystem.

FAKTA VÄRDEKEDJAN

415 PRODUCENTER OCH IMPORTÖRER

9 567 ARTIKLAR I PANTSYSTEMET

(Varav juice: 363 och saft: 116 = 479)

3 160 BUTIKER MED PANTAUTOMAT

8 675 ÖVRIGA INSAMLARE

(T ex caféer, restauranger och föreningar)

4 260 PANTAUTOMATER

62 PANTAMERA EXPRESS PÅ ÅTERVINNINGSCENTRALER

30 TRANSPORT-LEVERANTÖRER

Insamling av förpackningar, utfrakt av material

2,42 MILJARDER

ÅTERVUNNA FÖRPACKNINGAR

FÖRÄDLING HOS RETURPACK

(Sortering och balning för ökad sluten materialåtervinning)

47 905 TON

(Aluminium, klar PET, färgad PET, stål och HDPE till materialåtervinning)

3 MATERIALKÖPARE SOM GARANTERAR ATT MATERIALET KAN BLI NYA FÖRPACKNINGAR

(Sverige, Frankrike, Tyskland)

INTRESSENTER OCH INTRESSENTDIALOG

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.

För oss är det viktigt att ta intryck av och lyssna på dem vi möter och samarbetar med. Det är avgörande för arbetet med att driva och 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 identifiera våra intressenters viktigaste hållbarhetsaspekter och förstå vilka förväntningar de har på oss. Under året har en fördjupad intressent- och påverkansanalys utförts som resulterat i en uppdaterad väsentlighetsanalys. Våra intressenter förväntar sig att vi agerar hållbart, levererar kvalitet, värnar om miljön och agerar etiskt korrekt i alla situationer. 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, styrelse och ägare, producenter och importörer, konsumenter/pantare, pantmottagare, leverantörer, materialköpare och medarbetare. Därutöver finns andra intressentgrupper som vi samverkar med såsom förpackningstillverkare, media, intresse- och branschorganisationer. Läs mer om vår dialog med intressenter och deras förväntningar på oss på sid 59.

VÄSENTLIGHETSANALYS

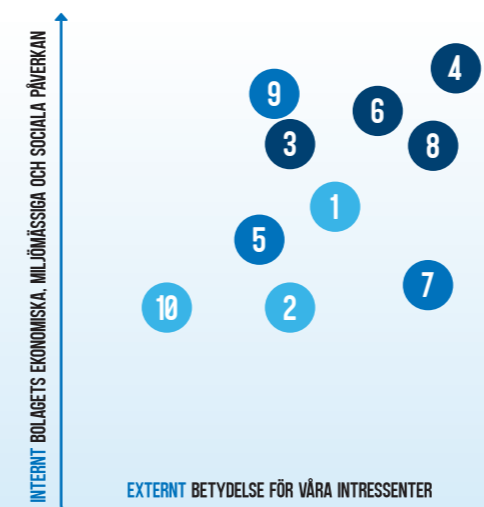
Väsentlighetsanalysens genomförs för att hjälpa oss identifiera de hållbarhetsfrågor som är mest relevanta

för våra intressenter och var vår påverkansmöjlighet är som störst. Påverkansanalysen följer vår värdekedja. Årligen utförs en övergripande översyn och genomgång av väsentlighetsanalysen för att identifiera och prioritera företagets viktigaste hållbarhetsfrågor, både ur ett intressentperspektiv och ur ett företagsperspektiv. I samband med vår intressentdialog genomfördes en ny väsentlighetsanalys. De frågor som bedöms ha stor betydelse både ur intressent- och påverkansperspektivet är de frågor som har högst prioritet. Företagets hållbarhetsarbete baseras därför utifrån denna analys.

Vi följer GRI Standards principer för att arbeta fram en väsentlighetsanalys och identifiera de viktigaste frågorna ur ett hållbarhetsperspektiv. En utförlig beskrivning av väsentlighetsanalysen finns att läsa på sid 59.

VÄSENTLIGA FRÅGOR

- 1. Ökad återvinning:** få fler att panta mer.
 - 2. Produktkvalitet:** hög kvalitet på material som återvinns.
 - 3. Växthusgaser:** minska växthusgasutsläpp och miljöpåverkan från transporter.
 - 4. Affärsrelationer:** bra affärsrelationer som leder till ett ännu bättre pantsystem och nöjda kunder.
 - 5. Hälsa och säkerhet**
- Utöver de mest prioriterade områdena redovisar företaget sitt arbete inom flera områden såsom leverantörsutvärdering, utbildning och utveckling, mångfald och jämställdhet, diskriminering och antikorrupcion.



MYCKET VÄSENTLIG

4. FÅ FLER ATT PANTA MER
8. MINSKA VÄXTHUSGASUTSLÄPP
6. HÖG KVALITET PÅ MATERIALET SOM ÅTERVINNS
3. BRA AFFÄRSRELATIONER SOM LEDER TILL ETT ÄNNU BÄTTRE PANTSYSTEM

VÄSENTLIG

9. NÖJDA KUNDER
7. MILJÖPÅVERKAN FRÅN TRANSPORTER
5. HÄLSA OCH SÄKERHET I ARBETET FÖR RETURPACKS ANSTÄLLDA

BETYDANDE

10. SPONSRING T EX. PANTINTÄKTER TILL FRIENDS, RÖDA KORSET
2. AVLOPP OCH AVFALLSHANTERING PÅ RETURPACKS ÅTERVINNINGSANLÄGGNING
1. ATT RETURPACKS LEVERANTÖRER OCH ANDRA SAMARBETSPARTNERS HAR EN HÖG HÅLLBARHETSSTANDARD



AGENDA 2030

Hållbarhetsarbetet är förankrat i företagets affärsmodell, strategier och styrning, och utgör en naturlig del i de val vi gör och de beslut vi fattar. Pantssystemet roll i värdekedjan ger oss möjlighet att bidra till att målen uppfylls. Fem mål är identifierade som tydligast kopplar till vår kärnverksamhet men även de övriga målen finns representerade i företagets hållbarhetsarbete.

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 MÅLEN för hållbar utveckling

1 INGEN FATTIGDOM	2 INGEN HUNGER	3 GOD HÄLSA OCH VÄLBEFINNANDE	4 GOD UTBILDNING FÖR ALLA	5 JÄMSTÄLLDHET
6 RENT VATTEN OCH SANITET FÖR ALLA	7 HÅLLBAR ENERGI FÖR ALLA	8 ANSTÄNDIGA ARBETSVILLKOR OCH EKONOMISK TILLVÄXT	9 HÅLLBARINDUSTR. INNOVATIONER OCH INFRASTRUKTUR	10 MINSKAD OJÄMLIKHET
12 HÅLLBAR KONSUMTION OCH PRODUKTION	13 BEKÄMPA KLIMAT-FÖRÄNDRINGARNA	14 HAV OCH MARINA RESURSER	15 EKOSYSTEM OCH BIOLOGISK MÄNGFALD	16 FREDLIGA OCH INKLUDERANDE SAMHÄLLEN
				17 GENOMFÖRANDE OCH GLOBALT PARTNERSKAP

RISKER OCH RISKHANTERING

Returpack arbetar systematiskt med att identifiera risker inom företaget och har under året implementerat ett systemstöd för riskhantering. Syftet med riskbedömning är att löpande identifiera, bedöma och hantera de risker som kan medföra att övergripande mål för företaget inte nås. Riskhanteringen utförs på alla avdelningar i företaget och är en viktig del i styrning och prioritering av aktiviteter som behöver genomföras eller säkras.

Vi har identifierat fem riskkategorier som vi arbetar med och dessa är; affärsrelaterade, legala, miljömässiga, 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.

Riskerna bedöms utifrån sannolikheten att de skall inträffa och vilka konsekvenserna blir om de inträffar och beroende på riskvärdet prioriteras åtgärder och aktiviteter för att eliminera risken, balansera och hantera den eller helt enkelt acceptera risken. VD och styrelsen arbetar vidare 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 korruption. En viktig faktor är att identifiera de möjligheter som finns relaterade till varje identifierad risk och dra nytta av de möjligheter som risken innebär. En möjlighet behöver inte vara en positiv aspekt av risken utan en möjlighet att hantera den identifierade risken och mildra dess påverkan.

Riskerna värderas i en femgradig skala utifrån både sannolikheten och konsekvens där produkten av dessa båda ger en risknivå. Se sid 57.

De fem RISKKATEGORIerna

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

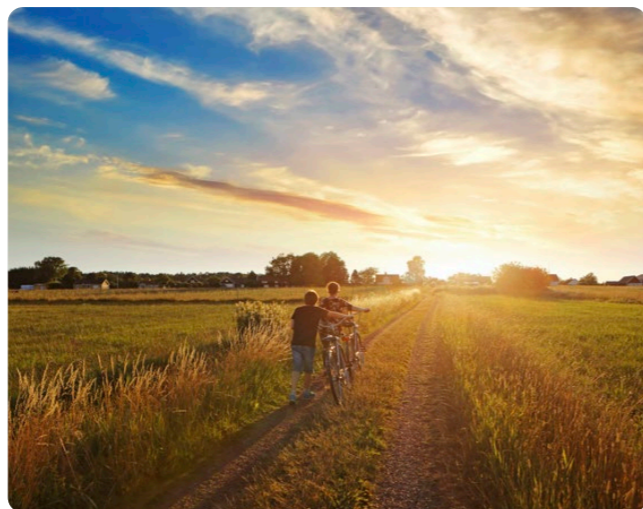


HÅLLBARHETSSTYRNING

Hållbarhet är ett integrerat arbetssätt och en naturlig del i företagets verksamhet. I ägardirektivet står att bolaget ska vara finansiellt stabilt samt driva ett kostnadseffektivt och miljöeffektivt pantsystem som ska öka återvinningen mot fastställda mål. Att detta uppnås är en mycket viktig del i ägarnas ansvarstagande. Styrelsen har det övergripande ansvaret att styra Returpacks verksamhet på ett hållbart sätt. Styrelsen fastställer den strategiska inriktningen för Returpacks hållbarhetsarbete och VD har i sin tur ansvar för att driva igenom styrelsens beslut och ansvarar för resultatet. Den beslutade strategin omsätts i praktik i nära samarbete med HR- och hållbarhetschefen som av VD delegerats ansvaret för att samordna och utveckla företagets övergripande hållbarhetsarbete. Detta görs i samarbete med respektive ansvarig chef som i sin tur ansvarar för att arbetet genomförs enligt tillämpliga metoder, riktlinjer och policyer. VD har alltid det yttersta ansvaret för yttre miljö och arbetsmiljö. Av praktiska skäl har arbetsuppgifter tillsammans med befogenheter att fatta beslut och vidta åtgärder, förts ned i linjeorganisationen genom delegering. 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

Hållbarhetsplanen är integrerad i företagets övergripande verksamhetsplan. Fem fokusområden är identifierade och dessa är återvinning, klimat och 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. Varje fokusområde innehåller ett långsiktigt åtagande med 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 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 visselblåsartjänst finns 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 kostnadskontroll genom hela inköpsprocessen, verka för en hållbar leverantörskedja och eftersträva minsta möjliga miljöpåverkan.

UPPFÖRANDEKOD FÖR LEVERANTÖRER

Förmedlar de krav som Returpack ställer på sina leverantörer, och deras underleverantörer, avseende arbete

och mänskliga rättigheter, hälsa och säkerhet, miljö och affärsetik.

POLICY FÖR SPONSRING

Anger riktlinjer för hur Returpack ska arbeta med sponsringssamarbeten på övergripande nationell nivå och på kundnivå.

ARBETSMILJÖPOLICY

Sätter ramarna för det arbetsmiljöarbete som ska säkerställa att Returpack är en säker och frisk arbetsplats, fri från särbehandling och diskriminering av någon form.

POLICY FÖR JÄMSTÄLLDHET OCH MÅNGFALD SAMT MOT KRÄNKANDE SÄRBEHANDLING

Förklarar grunden för Returpacks syn på en jämställd och mångfaldsinriktad arbetsplats och det ansvarsstagande som åligger verksamheten.

POLICY MOT OTILLÅTEN PÅVERKAN

Anger Returpacks regelverk rörande otillbörliga gåvor, intressekonflikter och mutor.



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.

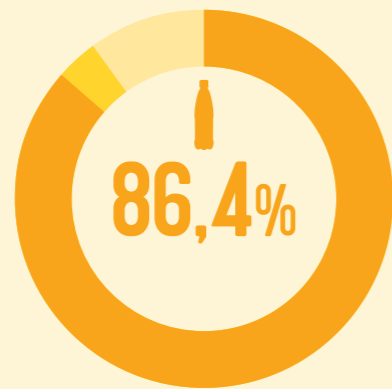
ÅTERVINNING

ÅTERVINNINGSGRAD BURK



MÅL:	90%
DELMAÅL 2021:	88,0%
■ UTFALL	■ MÅL

ÅTERVINNINGSGRAD PET



MÅL:	90%
DELMAÅL 2021:	87,00%
■ UTFALL	■ MÅL

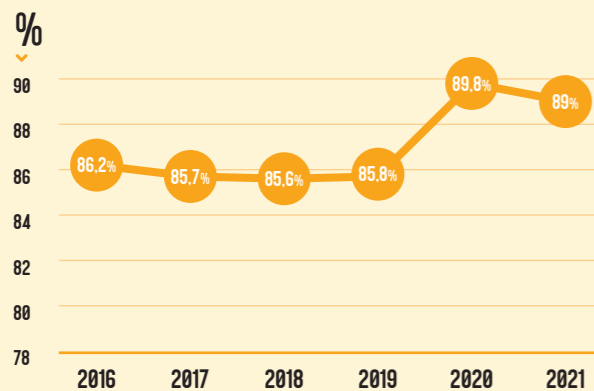
PRODUKTKVALITET ALUMINIUM

FRÄMMANDE MATERIAL I SORTERAD ALUMINIUM:	UTFALL 2021:
	0,03%
MÅL 2021:	0,2%
AVTAL:	HÖGST 1,5%

PRODUKTKVALITET KLAR PET

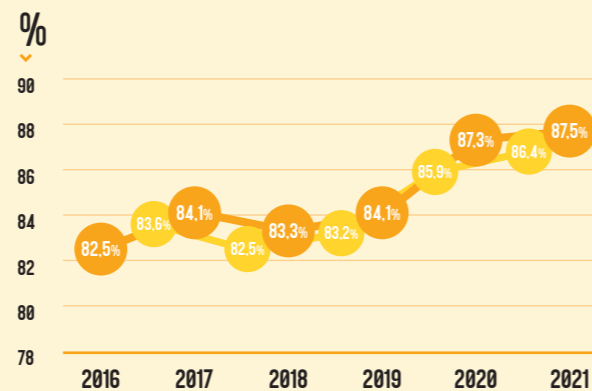
FRÄMMANDE MATERIAL I SORTERAD KLAR PET:	UTFALL 2021:
	0,12%
MÅL 2021:	0,25%
AVTAL:	HÖGST 4%

ÖKAD ÅTERVINNING BURK



■ ÅTERVINNINGSGRAD BURK

ÖKAD ÅTERVINNING PET



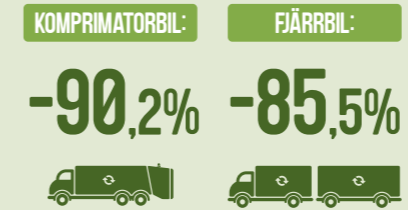
■ ÅTERVINNINGSGRAD PET EXKL. FRIVILLIG ANSLUTNING
■ ÅTERVINNINGSGRAD PET INKL. FRIVILLIG ANSLUTNING

För 2021 uppnådde Returpack en total återvinningsgrad på 88,2% vilket är en ökning med 0,1 procentenheter jämfört med föregående år. Om vi exkluderar de frivilligt anslutna produkterna ligger 2021 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 2021: Reducera CO₂ per förpackning med 90 % för transporter med kompressorbilar resp. 85 % för transporter med fjärrbilar. (Ref. år 2015).

UTSLÄPP AV VÄXTHUSGASER FRÅN TRANSPORTER:

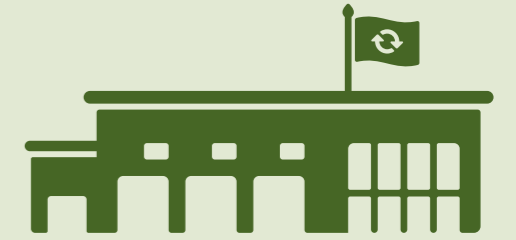
634 TON CO₂e

KLIMATPÅVERKAN ANLÄGGNINGEN

Elförbrukning:

+17,1%

ENERGIFÖRBRUKNING JÄMFÖRT MED FÖREGÅENDE ÅR



MÅL: MINSKA ENERGIÅTGÅNG

DELMAÅL 2021: Följa upp utsläpp av växthusgaser från anläggningen. 0,785 W/frp

UTFALL 2021: 0,78 W/frp

UTSLÄPP AV VÄXTHUSGASER FRÅN ANLÄGGNINGEN:
78 TON CO₂e

KLIMATPÅVERKAN AFFÄRSRESOR

MÅL: FÖLJA UPP UTSLÄPP AV VÄXTHUSGASER FRÅN AFFÄRSRESOR

UTSLÄPP AV VÄXTHUSGASER FRÅN AFFÄRSRESOR:
9 TON CO₂e

TOTALA UTSLÄPP 2021: 721 TON CO₂e

AFFÄRSRELATIONER

NÖJD KUND BUTIK



Utvärderingarna genomförs vartannat år. Nästa utvärdering sker 2023.

7-GRADIG SKALA, DÄR 7 ÄR BÄST

MÅL: NÖJDA KUNDER

DELMAÅL 2021: NKI butik, övergripande uppfattning om Returpack, samma goda resultat som föregående mätning.

SAMHÄLLE

UNDER 2021 HAR:

103

INNEBANDYFÖRENINGAR

TILLSAMMANS SAMLAT IN:

381 018

BURKAR OCH FLASKOR

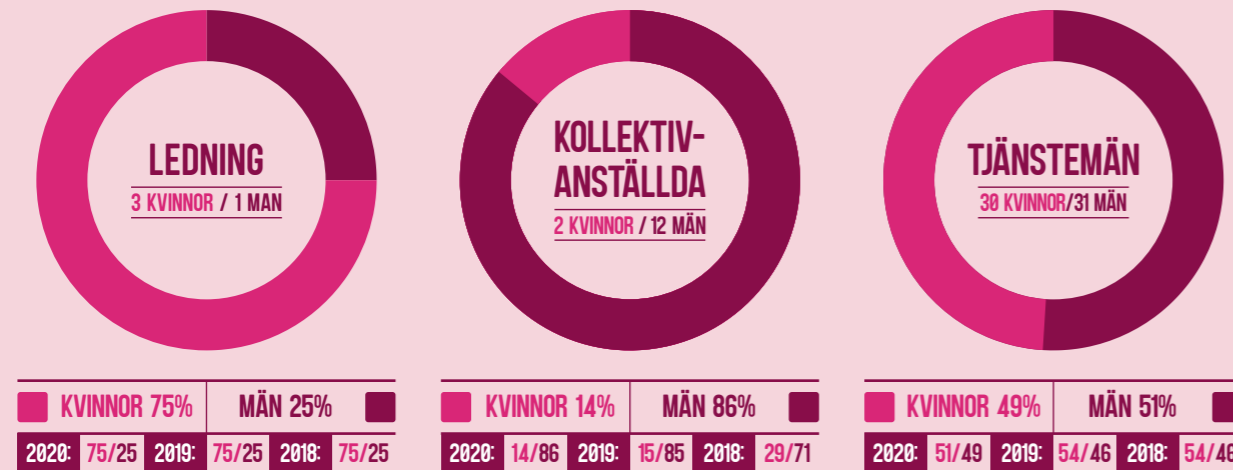
MEDARBETARE



HÄLSA & SÄKERHET UTFALL



JÄMSTÄLLDHET UTFALL



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

UTBILDNING & UTVECKLING UTFALL

100%

AV ANSTÄLLDA

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

KORRUPTIONSINCIDENTER UTFALL

0

RAPPORTERADE INCIDENTER

MÅL: INGA KORRUPTIONSINCIDENTER

DISKRIMINERINGSFALL UTFALL

0

RAPPORTERADE FALL

MÅL: INGA DISKRIMINERINGSFALL

MEDARBETARINDEX UTFALL



Medarbetarundersökning genomförs vartannat år. Nästa medarbetarundersökning genomförs under 2023.



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 & PANTSTATISTIK

Varje år sammanställer vi statistik över hur mycket som pantas i Sverige och därmed kan återvinnas till nya burkar och flaskor. Precis som året dessförinnan präglades även 2021 av coronapandemin, något som påverkade pantstatistiken.

Svenska folket har konsumerat dryck på burkar och PET-flaskor som aldrig förr. Hela 2,7 miljarder burkar och PET-flaskor såldes under 2021 vilket är en ökning med 9% jämfört med året innan. Detta trots att gränshandeln mot Norge påverkats av pandemin med stängda gränser under delar av året.

- Vi ser även under 2021 att en stängd gräns mellan Norge och Sverige starkt påverkar gränspanningen. Även om alla burkar och flaskor, som i normala fall säljs till Norge, inte kommer tillbaka till vårt svenska pantsystem, så påverkas pantningen ännu mer när gränshandeln tidvis upphört, säger Katarina Lundell, marknads- och kommunikationschef vid Returpack/Pantamera.

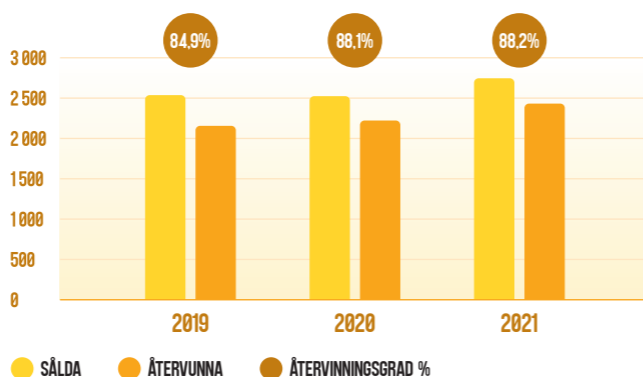
REKORDFÖRSÄLJNING OCH ÖKAD PANTGRAD

Returpacks totala återvinning för 2021 är 88,2 procent, vilket är en ökning med 0,1 procentenheter jämfört med föregående år. Volymmässigt var även 2021 ett rekordår, då vi tog emot över 2,4 miljarder återvunna förpackningar i vår anläggning.

- En ökning med 0,1 procentenheter kan låta som en liten skillnad, men i det här fallet handlar det om en ökning med 200 miljoner förpackningar som genom att de pantats kan återvinnas till nya burkar och flaskor, säger Katarina Lundell.

Den ökade försäljningen har drivits på dels av att gränshandeln kom i gång igen under 2021, dels av en högre hemmakonsumtion. Den höga konsumtionen i hemmet

➤ SÅLDA & ÅTERVUNNA 2019-2021



är även en viktig orsak till den ökade pantningsgraden.

- 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". Under pandemiåret 2021 har vi varit hemma både för arbete och studier i högre grad än vanligt, vilket troligtvis påverkat vårt pantbeteende, säger Katarina Lundell.

Insamlingsflödena har sett annorlunda ut även under 2021. Mängden pant från restauranger och caféer har fortsatt varit mindre än vanligt, även om en ökning kan ses under senare delen av året. Likaså har antalet burkar och flaskor som en normal sommar kommer in från festivaler, konserter och evenemang varit färre under 2021 till följd av pandemin.

IDAG PANTAS



PET-FLASKOR
86,4%
2021

METALLBURKAR
89,0%
2021

➤ NATIONELLT
ÅTERVINNINGSMÅL: 90%



SVENSKARNA & PANTSYSTEMET

Allt fler svenskar anser att de gör en insats för miljön när de pantar. Förtroendet för pantsystemet är fortsatt högt, 81 procent av svenskarna säger att de har stort eller mycket stort förtroende för pantsystemet. Det visar den SIFO-undersökning som Returpack lät genomföra under 2021.

Närmare 7 av 10 svenskar anser att pantautomaterna fungerar bra, en siffra som är extra glädjande då Returpack under 2021 bland annat utvecklat nya digitala utbetalningslösningar på storpantarautomaterna Pantamera Express.

- Vi vet att förändring alltid riskerar att uppfattas som försvårande, men våra svenska pantare visar att de var redo för nya sätt att få sin pant utbetald, säger Rickard Andersson, strategisk marknadsförare och ansvarig för SIFO-undersökningen.

Klimat- och miljöfrågor ligger högt på agendan hos många. Den senaste SIFO-undersökningen bekräftar den bilden. Närmare 8 av 10 svenskar känner att de gör en insats för miljön när de pantar sina burkar och flaskor. Det absolut viktigaste skälet till att panta är även det miljöorienterat - nämligen vetskapen om att burkarna och flaskorna återvinns.

Unga män och kvinnor är den grupp som sticker ut lite i undersökningen. De uppger sig panta något mindre än befolkningen som helhet, samtidigt som de har

en högre konsumtion av dryck på burk och flaska. Bland gruppen unga kvinnor sjunker förtroendet för pantsystemet mest, från 87 till 82 procent, just unga kvinnor har tidigare haft det högsta förtroendet för pantsystemet.

KAMPANJMÄTNING AV PANTAMERA HUMOR

Under 2021 gjorde vi även en kampanjmätning av vårt Instagramkonto Pantamera Humor. Resultaten är genomgående bra och visar att vi nått 1/3 av alla Unga Vuxna på Instagram under året. Det som sticker ut mest är att respondenterna svarar att de efter att ha sett filmerna "Kommer att panta". Bland dem som känner till Pantamera Humor och gillar filmerna är resultaten genomgående högre i undersökningen. Resultaten visar att Pantamerahumor har haft, och har, en positiv inverkan på viljan till att panta. 63 procent bland 16-23 åringar anser att filmerna haft en positiv påverkan på deras attityd till att panta.

VÄRLDENS MEST PANTADE LAND

Under 2021 fortsatte vi vår kampanj på Instagram, där vi lyfter fram fakta, statistik och nonsens om pantsystemet i Världens mest pantade land. Kampanjen har fokus på att nå unga vuxna och främst handlar det om att visa pantsystemets miljö- och klimatnytta, förpackat som tillgängliga och tankeväckande inlägg på Pantameras Instagram-konto.





PANTAMERA MED PETRA MARKLUND

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.

Under 2021 stod Petra Marklund, en av Sveriges mest folkkära popartister, för årets version av den numera klassiska Pantamera-låten, en låt med kärlek och cirkularitet i fokus.

- För oss är det viktigt att finnas med vårt budskap där människor finns, utan att vi tränger oss på.

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



I vår strävan att uppmuntra unga män att panta ännu mer samarbetar vi med e-sporten. Under 2021 rullade vi ut ytterligare åtta avsnitt av Pantamera med esporten Talkshow, intervju-serien på Youtube där våra värdar SampeV2 och Yacine Laghamri träffar svenska gamingprofiler och streamers. Vi fanns med under den virtuella sommarfestivalen, DreamHack Beyond och fick äntligen träffa alla härliga monterbesökare igen när DreamHack Winter tog plats i Elmia efter ett och ett halvt års uppehåll. Vi avslutade med en 12 timmars livestream till förmån för Musikhjälpen, där Viktor Leksell åter frontade insamlingen. Totalt landade årets bössa på 202 378 kronor!



FLER VÄLJER ATT STORPANTA

Storpantarautomater, där man snabbt och smidigt kan panta stora mängder burkar och PET-flaskor på en gång, blir allt populärare. Den första Pantamera Express-automaten installerades 2015, och nu är antalet uppe i 62 spridda över hela landet.

- Allt fler kunder väljer att storpanta. Under 2021 har över 119 miljoner förpackningar pantats i Returpacks Pantamera Expressautomater - en ökning med hela 31 procent jämfört med samma period i fjol, berättar Carita Classon, produktchef vid Pantamera/Returpack.

Idag står Returpacks egna storpantarautomater för mer än fem procent av den totala volymen pantförpackningar som samlas in i Sverige. Pantamera-Express automaterna finns främst installerade på återvinningscentraler runt om i landet.

Antalet storpantarautomater ökar även bland butikernas pantautomater, i dagsläget finns 132 storpantarautomater ute i butiksmiljö.

› FAKTA PANTAMERA EXPRESS:

119 miljoner förpackningar samlades in via Pantamera Express under 2021. Det är en ökning med drygt 28 miljoner förpackningar från året innan. Under 2021 har 7 nya automater installerats och 4 har bytts ut.

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 och med en hög kvalitet på sin slutprodukt. 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 våra insamlingsflöden 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 avtalad materialkvalitet till kund. Mätning sker två gånger per dag och följs upp löpande med åtgärder vid behov. Vi mäter halten fukt och föroreningar i aluminium, noggrannheten i sorteringen av fraktionerna klar och färgad PET och fukt och förekomst av föroreningar i korkmaterialet. I hållbarhetsredovisningen presenteras mål och utfall för föroreningar i aluminium och klar PET då dessa är våra viktigaste flöden att nå en hög produktkvalitet i.

› PRODUKTKVALITET ALUMINIUM

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

› PRODUKTKVALITET KLAR PET

Andel färgad PET i sorterad klar PET-fraktion. **Returpacks mål:** max 0,2% inblandning av färgad PET. Enligt vårt avtal ligger gränsvärdet på max 4%.

Utfallet 2021 blev 0,03% för aluminium och 0,12% 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.



HÖGRE NIVÅER AV ÅTERVUNNET MATERIAL I FÖRPACKNINGARNA



Flaskor som materialåtervinns flera varv och består av en högre andel återvunnen plast – det är framtidens melodi. ”Konsumenterna driver på mot mer återvinningsbarhet och högre andel återvunnet innehåll”, säger Sara Bergendorff, chef för material- och produktkvalitet.

Det svenska pantystemet är unikt och cirkulärt: en burk blir en ny burk, en flaska kan bli en ny flaska. Det material som lämnar anläggningen på Händelö måste hålla så pass hög kvalitet att producenterna vill och kan använda det igen till nya förpackningar.

- För att lyckas skapa cirkulära materialflöden krävs att alla delar av värdekedjan är med och gör sin del, från förpackningsdesign och materialval, till insamling, sortering och materialåtervinning. Under de senaste åren har medvetenheten kring vikten av materialåtervinning ökat, särskilt märks det hos producenter och konsumenter, säger Sara Bergendorff.

Enligt EU:s engångsplastdirektiv ska alla PET-flaskor bestå av minst 25 procent återvunnen plast från och med 2025. Redan idag finns det producenter som går betydligt längre och sätter förpackningar på marknaden som består av upp till 100 procent återvunnen plast. Sara Bergendorff och hennes team tittar närmare på hur detta påverkar produktkvaliteten.

- Det är positivt att allt fler producenter inkluderar högre andelar återvunnet material i sina förpackningar. Vi följer noga hur materialkvaliteten i vårt flöde påverkas av att en större andel av plasten snurrar flera varv i systemet. Varje gång plast bearbetas i en återvinningsprocess förloras lite av materialegenskaperna och färgen på plasten tenderar att få en något mörkare och gulare ton. Hur stor påverkan återvinningsprocessen får på materialet avgörs av flaskornas ursprungs material, tillsatser och olika föroreningar som kan komma från insamlingen.

ACCEPTANS HOS KONSUMENTERNA

Det kan vara så att framtidens PET-flaskor kommer att ha en något gråare eller gulare ton på grund av höga andelar återvunnet innehåll och att plasten har genomgått flera loopar i systemet. Frågan är då hur det kommer att tas emot av konsumenterna. Kan man acceptera en något mörkare ton, inte minst om man

vet om att flaskan är mer miljövänlig?

- Jag tror absolut att konsumenterna driver på mot högre innehåll av återvunnet material. Det blir allt svårare att försvara marknadsföringssyftet om det inte går hand i hand med konsumenternas krav på hållbarhet, säger Sara Bergendorff.

Så om flaskan är något gråare så är det ett gott tecken, då består den av en högre andel återvunnet material. Och allt fler producenter väljer att ansluta flaskor som består av 100 procent återvunnet material. Men samtidigt finns det begränsningar, plast kan inte återvinnas i all oändlighet.

LITEN MÄNGD NYRÅVARA

- All materialåtervinning bygger på att man blandar in en liten mängd nyråvara när man tillverkar en förpackning, både på grund av tillgång på material och för att bevara nödvändiga materialegenskaper och kvalitet. Alla flaskor kan inte bestå av 100 procent återvunnen PET. Dels samlar vi inte in 100 procent, så det finns inte nog med material, dels vet vi inte idag hur många gånger vi kan loopa plasten innan den tappar för mycket i kvalitet. Vårt fokus ligger på att hålla materialet på en hög nivå, samtidigt som vi kan möjliggöra att producenterna ökar halten återvunnen plast i sina flaskor. Däremot behöver inte den nyråvara som man tillsätter vara fossil, berättar Sara Bergendorff.

Det kommer många nya bioplastvarianter, också för PET. Och med nya tekniker som till exempel kemisk återvinning skapas också möjligheter att återvinna PET tillbaka till samma kvalitet som nyråvara.

- Framtidens dryckesflaskor kommer att bestå av en hög andel mekaniskt återvunnen PET med en inblandning av bio-PET eller kemiskt återvunnen PET. Jag tror också att vi kommer att se andra materialval när det kommer till etiketter och flaskfärg där ännu större hänsyn tas till återvinningsbarheten, avslutar Sara Bergendorff. ■



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.





Returpack ligger STEGET FÖRE LAGEN

De närmaste åren kommer vi att få se flera nya lagkrav träda i kraft som rör plast, pant och återvinning. ”Vi har legat steget före lagstiftare och myndigheter, så är det ofta inom industrin om man har ett seriöst miljötänk”, säger Annelie Niva, hållbarhetsstrateg på Returpack.

Från och med 1 januari 2023 ingår förpackningar till juice och saft i pantsystemet enligt svensk lagstiftning. För konsumenten innebär det att fler förpackningar går att panta. Men eftersom Returpack redan 2015 erbjöd producenterna att frivilligt ansluta förpackningar för saft, och några år senare förpackningar för juice – så är många konsumenter redan medvetna om detta. Runt 75 procent av saft- och juiceförpackningar pantas redan idag.

- Även om det inte blir någon jätteskillnad för oss rent praktiskt när lagen träder i kraft så är vi väldigt glada över att det nu blir såhär, att lagstiftaren har förstått att pantsystemet är det bästa alternativet. För det är i det slutna pantsystemet som PET-flaskor gör mest nytta för klimatet och miljön, det har vi kunnat konstatera med hjälp av flera olika livscykelanalyser, säger Annelie Niva.

PANT ÄVEN PÅ MEJERIBASERAT

Nästa steg som ska genomföras i direktivet är att även dryckesförpackningar för mejeri skall ingå i retursystemet med pant.

- Det finns dock svårigheter vid insamling av dessa

förpackningar då de kan ge upphov till dålig lukt och bidra till en eventuell bakterie- och mögeltillväxt. Men vi är på frågan och har redan utfört en del försök i fabriken och i vissa butiker för att skapa oss en bild av hur problemen ser ut, så vi rustar redan nu för detta, säger Annelie Niva.

KORKEN MÅSTE SITTA KVAR

Under 2022 träder också EU:s nya engångsplastdirektiv i kraft i Sverige. Det innebär att vissa produkter blir förbjudna: bomullstops, ballonger, engångsmuggar av plast. PET-flaskor som ingår i pantsystemet berörs på så sätt att från 2024 skall korkarna sitta kvar på flaskan vid återvinning för att t.ex. förhindra nedskräpning.

- Även här har vi gjort försök och tester på hur det ska fungera på ett bra sätt. Men det är inte helt okomplicerat då dessa förpackningar fortsatt måste fungera i pantautomaterna så att en eventuell löst hängande kork inte förhindrar



återvinningen. Dessutom så ska ju korken kunna separeras från flaskan och omhändertas för sig när den kommer in till oss, då den består av en annan typ av plast. Redan idag återvinner vi korkarna.

Ett annat krav som kommer i och med direktivet är att flaskorna skall innehålla en viss mängd återvunnen plast, upp till 25 % till 2025 och 30% till 2030, detta för att gynna efterfrågan på återvunnen material och den cirkulära tanken. Redan idag innehåller en nytillverkad svensk PET-flaska i genomsnitt 50% återvunnen PET-material.

MER PANTINSAMLING UTMOMHUS

EU:s plastdirektiv har kommit till för att minska nedskräpning och resursslöseri med plast. I direktivet finns krav på insamling av plast i utemiljöer, vilket innebär att vi framöver kommer att se fler alternativ för pant-

- Det är i det slutna pantsystemet som PET-flaskor gör mest nytta för klimatet och miljön, det har vi kunnat konstatera med hjälp av flera olika livscykelanalyser.

ANNELIE NIVA • HÅLLBARHETSSTRATEG PÅ RETURPACK

insamling i utomhusmiljöer, berättar Annelie Niva.

- Även här har vi varit tidigt ute och tagit fram pant-rör, ett rör för både pantflaskor och burkar som kan fästas på soptunnor, stolpar eller liknande. Men nu kommer lagkravet och vi kommer att se ännu mer samarbeten mellan oss, kommunerna och producenterna för att få in ännu fler förpackningar på till exempel badstränder och i parker, säger Annelie Niva. ■

ÅTERVUNNET MATERIAL

	2017	2018	2019	2020	2021
ALUMINIUM	16 740 TON	18 356 TON	19 870 TON	20 993 TON	22 745 TON
KLAR PET	16 515 TON	17 822 TON	21 077 TON	21 246 TON	21 963 TON
FÄRGAD PET	3 767 TON	4 539 TON	2 167 TON	1 665 TON	1 801 TON
KORKMATERIAL	-	1 354 TON	1 377 TON	1 418 TON	1 376 TON
HDPE	-	-	-	16 TON	100 TON
STÅL	-	-	-	-	20 TON

RETURPACKS KLIMATMÅL

Vår ambition är att Returpack skall vara klimatneutral av ”egen kraft” till 2030.

En viktig del i företagets hållbarhetsstrategi är att minska klimatavtrycket från vår verksamhet. Därför har vi antagit nya klimatmål om att vara klimatneutrala av egen kraft till 2030. Denna resa påbörjades sedan ett antal år tillbaka men då med stort fokus på transporter och beslut om att redovisa våra utsläpp enligt Greenhouse Gas Protocol (GHG) och i Scopen 1, 2 och 3.

Det svenska klimatmålet är ett av världens mest ambitiösa klimatmål som innebär att Sverige senast år 2045 inte skall ha några nettoutsläpp av växthusgaser till atmosfären, för att därefter nå negativa utsläpp. Detta klimatmål vill vi på Returpack vara med och driva och vårt mål är att nå noll i nettoutsläpp till senast 2030. Detta är ett mycket tufft satt mål som skall nås på kort tid men som vi tror är möjligt. Vi kommer under 2022 ta fram aktiviteter och handlingsplaner för

att bli klimatneutrala till 2030.

Transportsektorn står för en stor bidragande del av Sveriges växthusgasutsläpp och på Returpack är växthusgasutsläppen från transporter den allra största utsläppskällan. Redan 2017 var Returpack en av de första företagen att signera Fossilfritt Sveriges utmaning vilket innebär att företaget till senast 2025 endast ska köpa fossilfria inrikestransporter - 100 % fossilfritt till 2025. Även detta mål är mer ambitiöst än vad Sveriges Riksdag har beslutat för inrikes transporter där målet är att sänka utsläppen av växthusgaser med 70 procent till 2030 jämfört med 2010.

Under 2021 har vi nått 99 % fossilfritt i våra transporter och är väldigt nära vårt mål på 100 % men det är nu det svåra arbetet börjar, att reducera den sista procenten. Läs mer om vårt arbete med transporter på sidan 30.





REN EL PÅ HÄNDELÖ

I mars 2021 inleddes ett nytt kapitel i Returpacks historia: egen produktion av ren el. Med 621 solpaneler på Händelöanläggningens tak.

Returpack är ett företag som ständigt strävar efter att utvecklas och som vill ligga i framkant. Kjell Petersson är fabrikschef och har jobbat på Returpack sedan starten i Norrköping 2003.

- Jag är väl lite av en inventarie på företaget, säger Kjell med ett skratt.

- Men det är ett fantastiskt företag att jobba på, jag har fått väldigt stora möjligheter att ständigt utveckla och förbättra fabriksmiljön.

Ett sådant utvecklingsområde är fabriken energi-effektivitet. Maskinerna ska drivas stora delar av dygnet, lokalerna ska värmas upp och belysas. Att ständigt leta efter sätt att spara energi är en viktig del i Returpacks hållbarhetsarbete.

- Redan 2010 fattade vi ett tydligt beslut och bestämde oss för att bara köpa el från vindkraft. Vi är ju ett miljöföretag och vill att hållbarheten ska in i alla delar av vår verksamhet. Sedan tittade vi vidare på våra CO₂-utsläpp och kom fram till att vi skulle kunna göra ännu större skillnad genom att själva producera ren el, berättar Kjell Petersson.

TEKNIK I FRAMKANT

Solenergi på taket dök upp i diskussionerna som ett tydligt alternativ och Kjell och hans team bjöd in ett antal leverantörer för vidare diskussioner. Valet föll på PPAM Solkraft, ett bolag från Linköping med spännande teknik.

- Jag gillar ju teknik i framkant och PPAM har lite annan teknologi i sina paneler jämfört med de flesta andra leverantörer. Kanske inte det billigaste, men de kunde presentera en yteffektivitet som var imponerande, säger Kjell Petersson.



Bland annat fungerar solcellerna så att de även tar tillvara på solreflektionen. Det är alltså inte bara solstrålen som träffar själva solcellen som tas upp, utan även den strålning som studsar tillbaka när solstrålen belyser ytan runt om. Därför har taket målats vitt innan solpanelerna monterades.

- Vår leverantör påstår att vi har Sveriges mest yteffektiva solpaneler. De är förvånade själva över hur effektiv produktionen faktiskt blir, säger Kjell Petersson.

ÖKAD BELASTNING PÅ TAKET

Taket, ja. Den största utmaningen har handlat om att säkerställa att taket faktiskt kommer att hålla för den ökade belastningen.

- Det är vad som har tagit längst tid, att se till att taket håller. Men vi har utrett det noggrant och det var naturligtvis en grundförutsättning, säkerheten kommer alltid först.

Solpanelerna täcker en yta på 1 275 kvadratmeter och sattes i drift den tionde mars 2021, och facit för första året blev 284 322 kWh egenproducerad sol. PPAM hade lovat en årseffekt på 290 000 kWh, som beräknas utifrån en medelstrålning på en tio-årsperiod. Den verkliga effekten kan dock variera från år till år beroende på väder och klimat.

- För oss innebär det 15,2 procent av vår elförbrukning i fabriken, vilket är över vår förväntan. Det är lång livslängd på solpanelerna men inte jättelång återbetalningstid, så det är ingen tvekan om att det här är en bra investering. Och varje del är viktig i vår strävan att vara så energieffektiva som möjligt, säger Kjell Petersson. ■

ELFÖRBRUKNING RETURPACKS ANLÄGGNING



Totalt förbrukades 1 871 141 kWh el i anläggningen under 2021, en ökning med 17,1% från året innan. Ökningen beror dels på den volymökning som skett under året, dels på ombyggnationen av vår anläggning. Från och med mars 2021 var våra solcellspaneler igång och vi producerade 284 680 kWh egentillverkad solenergi under året.

TOTAL
ELFÖRBRUKNING
KWH

2017	>	1 262 127
2018	>	1 469 836
2019	>	1 618 103
2020	>	1 597 891
2021	>	1 871 141



ELFÖRBRUKNING
/FÖRPACKNING
W/FRP

2017	>	0,69
2018	>	0,72
2019	>	0,75
2020	>	0,72
2021	>	0,78

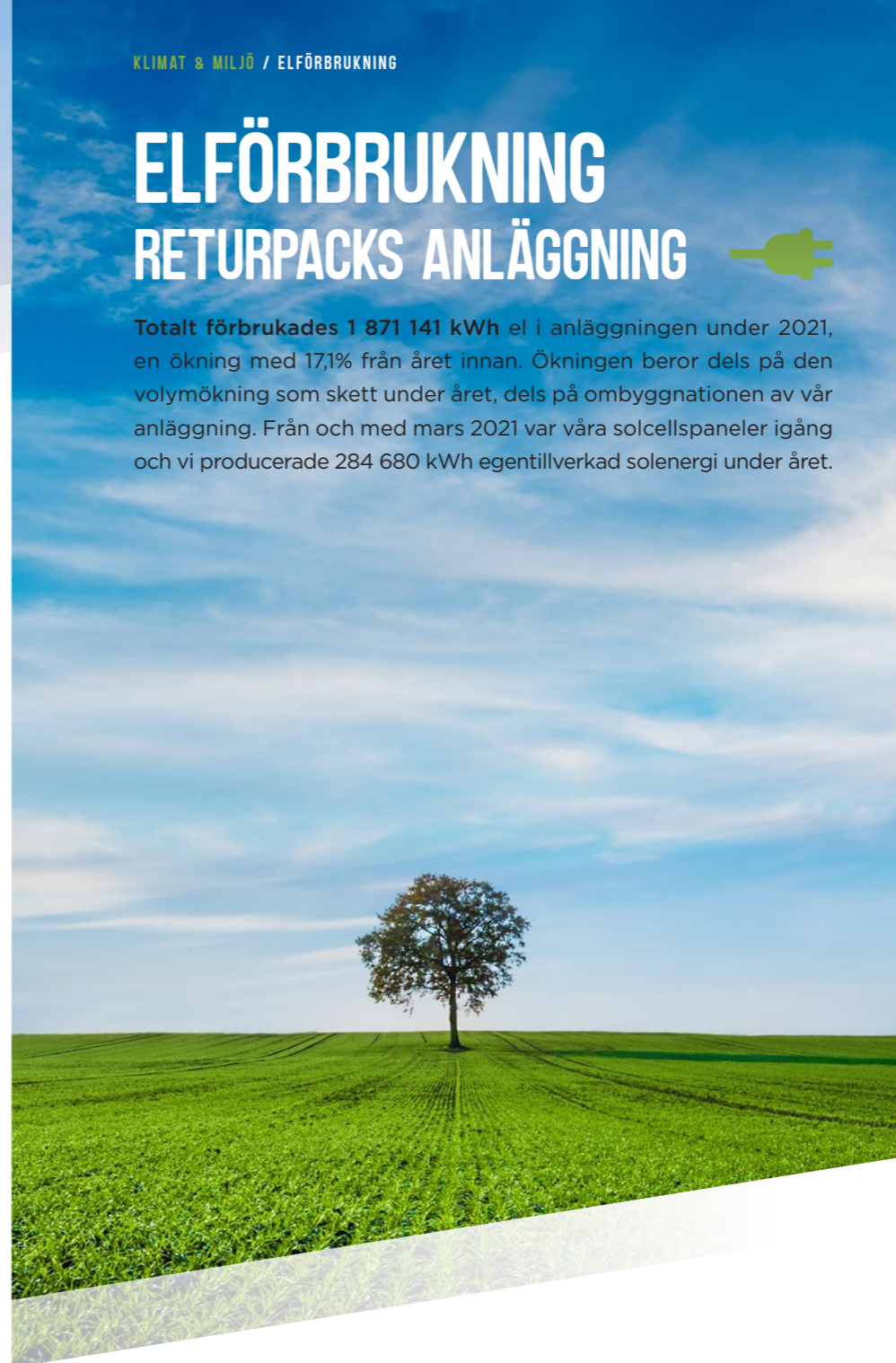


ANTAL
FÖRPACKNINGAR
MILJARDER FRP

2017	>	1,86
2018	>	2,05
2019	>	2,15
2020	>	2,22
2021	>	2,42



Från och med 2018 redovisar vi elförbrukningen inklusive anläggningen för korkbearbetning som installerades under 2017.



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.





Transporteffektivitet för MINSKAT KLIMATAVTRYCK

Den mest hållbara transportkilometern är den som aldrig behöver köras - det är något som Returpack gärna skriver under på. För att hitta de "onödiga" kilometerna utvecklas och används till exempel ruttoptimeringsprogram, nivåmätare och analys av pantdata genom AI.

PROJEKT FÖR HÅLLBARARE TRANSPORTER

Under 2021 avslutades ett projekt kring utvecklad kommunikation med butikernas pantautomater, där resultatet är att data från automaterna läses av tåtare och på så sätt skapar förutsättningar för bättre planering, uppföljning och estimering/prognostisering av rutter. Det ger också bättre grund för framtida behovsstyrd upphämtning i butik, information om vilka pantmaskiner som tillkommit, avvecklats eller råkat ut för driftsavgift.

Ett projekt som startats under 2021 är test av Nivåmätare. Nivåmätare har installerats på våra pantbehållare vid turistanläggningar. Projektet kommer göra en utvärdering av nivåmätare och dess nytta gällande besparing på miljö och kostnad.

Återbruk Pantamera Express är ett projekt som startade under 2021. I projektet ser vi över möjligheterna att återbruka våra storpantarautomater Pantamera Express. Projektet ska ge svar på om det finns ytterligare livslängd och användningsområden av vår storpantarlösning, samt se över komprimering närmare kund i det manuella flödet för att minska antal körda kilometer både i insamlingsflödet och för våra fjärrtransporter till Norrköping.

- Att vi ska lyckas med vårt mål Fossilfria transporter till 2025 är inget vi tvivlar på, årets utfall ligger nära 99%. Nu har vi siktet inställt på att bli klimatneutrala. För att Returpack ska lyckas med detta krävs att man inom transportsektorn ökar takten, att nya fordon utvecklas, att funktionell elkraftinfrastruktur skapas och en investeringsvilja från alla aktörer, menar

Marie Skoog, logistikchef vid Returpack/Pantamera.

UTVECKLA LOGISTIKOMRÅDET

Returpack vill ligga i framkant och tillsammans med andra delta och bidra till utvecklingen bland annat inom logistikområdet. Ett bidrag till utvecklingen är de externa kunskapsnätverk och projekt som vi deltar i. Det senaste i raden är att Returpack signerat en avsiktsförklaring att delta i ett pilotprojekt som ska utvärdera den konceptuella lösningen Battery swapping, för elektrifiering av tunga lastbilar. Battery swapping är en teknik där man helt enkelt byter till ett fulladdat batteri på lika lång tid som en konventionell tankning. Batterierna laddas kontrollerat i en automatiserad swapping-station och fordonet slipper stillestånd. Detta system ger även fördelar som billigare infrastruktur, effektivare nyttjande av fordon, långsammare laddning som kan verka för att balansera elnätet samt mindre yta för stillastående fordon under laddning.

LÄRDOMAR OCH ERFARENHETER

- Sedan vi startade resan mot fossilfria transporter har utvecklingen av teknik och drivmedel accelererat. Men det som har utvecklats mest är kunskapen och mognaden hos våra leverantörer och oss själva. Vi har tillsammans med våra leverantörer sökt och delat kunskap och det är med den styrkan i ryggen som jag ser positivt på att Returpack kommer lyckas med sina mål gällande hållbara transporter, avslutar Marie Skoog. ■



FAKTA TRANSPORTFLÖDEN

Vårt största insamlingsflöde utgörs av lösviktsinsamlingen. Där hämtar vi förpackningar i butik och Pantamera Express 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 2021

14 951
ST RUTTER GENOMFÖRDES



357 842
MIL KÖRDES

DET VILL SÄGA NÄSTAN
89 VARV
RUNT JORDEN

Vår logistikplanering GER SMARTA LÖSNINGAR

- EFFEKTIV PANTMOTTAGNING I FABRIKEN**
 Våra regelbundna leveranser av pant till fabriken gör att antalet drifttimmar reducerats trots att pantmängden ökar.
- HÅLLBARA FÖRHÅLLANDEN FÖR FÖRARNNA**
 I alla våra transportavtal har vi ställt krav på kollektivavtal och därmed förarnas löner, arbetsmiljö och trafik-säkerhet. 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 har vi anpassat balstorlekarna utifrån tågagnens utformning. Mindre balar på toppen gör att vi kan fylla vagnen ända upp.

24
MELLAN-
LAGER

16
TRANSPORT-
LEVERANTÖRER

52
TVÅFACKS-
BILAR

20 INSAMLINGSOMRÅDEN

1 599 901
ST KÄRL HANTERADES PÅ
300 857
HÄMTNINGAR

CO₂ FJÄRRBILAR

(VOLYMBILAR & SÄCK/KARTONG)

MÅL > -85% MOT BAS 2015
UTFALL > -86%

CO₂ KOMPRIMATORBILAR

MÅL > -90% MOT BAS 2015
UTFALL > -90%

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	> 2021
SCOPE 1	> 1	> 2	> 1	> 1	> 0
SCOPE 2	> 330	> 527	> 228	> 133	> 78
SCOPE 3	> 931	> 902	> 797	> 640	> 643
TOTALA UTSLÄPP	> 1 262	> 1 431	> 1 026	> 774	> 721

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	> 2021
TRANSPORTER	> 917	> 878	> 778	> 630	> 634
ANLÄGGNINGEN	> 330	> 527	> 228	> 133	> 78
AFFÄRSRESOR	> 15	> 26	> 21	> 11	> 9
TOTALA UTSLÄPP	> 1 262	> 1 431	> 1 026	> 774	> 721

> 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

Utmärkelsen Årets hållbarhetsinitiativ 2021 går till stormarknadschef Markus Wahlgren på Stora Coop Visby, för butikens arbete med att bekämpa brödsvinn och returer av bröd. Priset delades ut på Dagligvarugalan den 15 november. Bakom utmärkelsen står Svenska Retursystem och Pantamera.

Varje år slängs drygt 80 000 ton bröd i Sverige. Detta sker i hela värdekedjan, det vill säga hos bagerier, livsmedelsbutiker, restauranger och hushåll. Brödsvinnet utmärker sig då en stor andel av brödet slängs direkt i butikerna. Coop Visby ville undersöka om de kunde göra något åt problemet och på bara två månader lyckades de halvera sitt brödsvinn.

OM DAGLIGVARUGALAN

Den trettonde upplagan av Dagligvarugalan genomfördes den 15 november i regi av Fri Köpenskap.

MOTIVERING

JURYNS MOTIVERING TILL

ÅRETS HÅLLBARHETSINITIATIV LYDER:

Utmärkelsen Årets Hållbarhetsinitiativ går i år till något som verkligen bör kunna tjäna som inspiration till hela dagligvarubranschen. Inledningsvis var många tveksamma, men årets pristagare har lyckats övertyga såväl leverantörer som andra intressenter om vikten av att minska miljöpåverkan. Detta genom att bekämpa onödigt svinn och returer av bröd och dessutom se till att svinn som ändå uppstår får nytt liv i en "stark" produkt. Årets Hållbarhetsinitiativ 2021 tilldelas Markus Wahlgren vid Stora Coop Visby.



Årets bästa PANTBUTIKER UTSEDDA

För tredje året i rad har Årets Pantbutiker prisats, och aldrig tidigare har engagemanget varit så stort. Sammanlagt nominerade konsumenterna över 850 butiker i hela landet till tävlingen, vilket visar på hur viktigt pantutrymmet är i en butik. Pantamera kan nu presentera de fem vinnarna.

- Vi är duktiga på att panta i Sverige och butikerna spelar en avgörande roll för att det ska vara enkelt och en bra upplevelse för den som pantar. Handlarna gör ett stort jobb med att hålla det rent, snyggt och tillgängligt för kunderna. Det är extra kul att många kunder också uppskattar det och tar sig tid till att uppmärksamma sin favoritbutik, säger Lil Berger, projektledare på Pantamera/Returpack.

Sammanlagt kom 857 nomineringar in och av dem utsågs fem butiker i fem olika kategorier; Årets effektivaste, Årets vänligaste, Årets personligaste, Årets omtänksammaste och Årets tillgängligaste. Butikerna vinner 15 000 kr var att använda till välgörenhet, hylla sin personal och kunder eller utveckla sitt pantutrymme.

ÅRETS VINNARE ÄR:

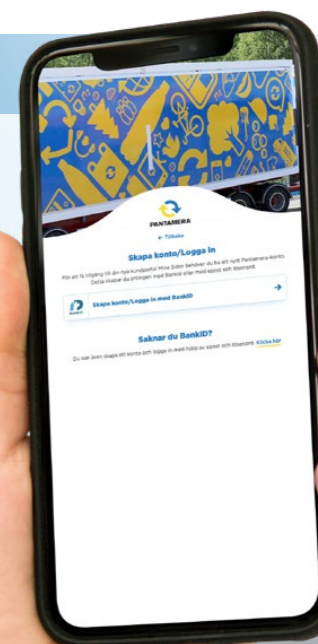
- CITY GROSS BORÅS
Årets Effektivaste pantbutik
- STORA COOP ÖRNÄSET LULEÅ
Årets Vänligaste pantbutik
- ICA SUPERMARKET ÖRKELLJUNGA
Årets Personligaste pantbutik
- ICA KVANTUM HOVÅS
Årets Omtänksammaste pantbutik
- ICA NÄRA ÖRARNNA
Årets Tillgängligaste pantbutik

NY KUNDPORTAL PÅ WEBBEN

Under våren 2021 lanserade Pantamera sin nya webbplats. Utgångspunkten har varit att utveckla en kundorienterad och nyttobaserad webb, där användarnas behov ska vara i fokus.

På webbplatsen finns numera ingången Mina Sidor – där alla Pantameras kunder kan logga in och sköta sina ärenden när det passar bäst för var och en, när som helst på dygnet. Här skapar användaren enkelt ett personligt konto med hjälp av BankID och kan sedan ansluta aktuella verksamheter till det. Resultatet blir en ingång för samtliga kundgrupper.

Utöver kundportalen har den nya webben också uppdaterade publika sidor med bla helt nya kartfunktioner för att enklare hitta sin närmaste pantstation, en ny statistikportal och språkstöd för en helt engelsk webb oavsett var på webben man är. Dessutom är webbplatsen helt responsiv och fungerar alltså precis lika bra i mobil som på dator.





MATERIALKÖPARE MÖJLIGGÖR ÅTERVINNING

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 – då den cirkulära tanken är avgörande för oss. Kontinuiteten är viktig och avtalen med våra materialköpare löper över lång tid. Dessutom ser Axjo till att vårt korkmaterial återvinns till kabeltrummor.

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

Föreningskonceptet

VÅRT SÄTT ATT STÖTTA SVENSKT FÖRENINGSLIV

Alla ideella föreningar har möjlighet att kostnadsfritt anmäla sig till Pantameras föreningskoncept och tjäna pengar på sin pant. Föreningskunder får dessutom ersättning för skadade och importerade burkar – det är vårt sätt att stötta föreningslivet i Sverige. Alla föreningar som är anslutna till vårt föreningskoncept finns valbara på storpantautomaterna Pantamera Express – så det blir enkelt för supportrar att stötta sin favoritförening!

Föreningskunder kan välja att lämna in panten i Pantameras förenings säckar till inlämningsställen. Då betalas en schablonersättning på 200 kr per säck ut. Under 2021 har vi även utvecklat föreningskonceptet så att föreningar även kan välja att panta i våra storpantautomater Pantamera Express, som finns över hela landet. Då sätts pantpengarna in på föreningens eller lagets gironummer inom någon vecka.

I Pantamera Express-automaten kan man även skänka pantpengarna till sin favoritförening, oavsett var föreningen finns i landet. Det enda kravet är att föreningen är ansluten som föreningskund hos Pantamera.

– Om mormor i Hudiksvall vill skänka till barnbarnets fotbollsförening på Visingsö så går det fint. Genom den nya betalösningen skapar vi också möjlighet för de som vill att skänka sina pantpengar och på så vis stötta det lokala föreningslivet, säger Katarina Lundell.



FÖRENINGARNA
2021

ANTAL FÖRENINGAR
SOM DELTOG I
FÖRENINGSKAMPEN:

2 652 >

TOTALT ANTAL
FÖRPACKNINGAR
SOM SAMLATS IN:

15 308 472

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.

Den 1 september öppnades pantsystemet för frivillig anslutning av mejeridrycker i metallburk. Det innebär att producenter och importörer av dessa produkter kan välja att ansluta sig till pantsystemet och att dessa burkar kommer kunna pantas och återvinnas till nya burkar.



STARK UTVECKLING FÖR TIDIGARE FRIVILLIGT ANSLUTNA PRODUKTER

Sedan 2015 är det möjligt att frivilligt ansluta saftprodukter till pantsystemet och sedan 2018 gäller detsamma för juiceprodukter med mer än 50 procents frukt-, bär- eller grönsaksinnehåll. Alla större aktörer inom saftsegmentet, liksom ett stort antal juiceproducenter har valt att ansluta sina produkter och pantningen av dessa produkter ökar för varje månad. Och nu har alltså turen kommit till mejeridrycker på metallförpackning.

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%
2021 >	22 460 068	18 222 542	81%

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%
2021 >	46 870 395	32 750 720	70%

LIVSMEDELSBUTIKERNA HAR EN NYCKELROLL

Livsmedelsbutikerna har en mycket viktig roll för vårt svenska pantsystem. Av all pant som samlas in kommer hela 92,5 procent från landets butiker. Och de anser att en välskött panthantering är viktig för deras kunder visar Returpacks senaste NKI-undersökning.

Returpack genomför regelbundet NKI (Nöjd Kund Index)-undersökningar. I den senaste framgår det att livsmedelsbutikerna i hög grad har en positiv övergripande uppfattning om Returpack att de känner stolt-

het över att vara en del av pantkedjan.

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

NKI 2021

5,8

NYA UTBETALNINGS- LÖSNINGAR



Nu kan du få dina pengar direkt in på ditt bankkonto när du pantar. Pantamera har, tillsammans med fintech-bolaget Payer, utvecklat den nya tjänsten som har installerats på storpantautomaterna Pantamera Express, som finns på 62 återvinningscentraler runt om i landet. Under 2021 påbörjades även ett testprojekt tillsammans med handeln för att utvärdera om det på sikt går att implementera på fler pantautomater.

- Vi jobbar ständigt med att utveckla pantsystemet för att göra det så smidigt som möjligt att panta. Nu har turen kommit till att se över betalningslösningen, säger Carita Classon, produktchef för Pantamera Express på Returpack/Pantamera.

TESTBÄDDAR FÖR FRAMTIDENS PANTSYSTEM

Samarbetet med det svenska fintech-bolaget Payer inleddes under 2019. Den nya utbetalningslösningen finns nu installerad på storpantautomaterna Pantamera Express som Pantamera själva äger och som finns installerade på återvinningscentraler runt om i landet.

- Pantamera Express-automaterna är en viktig del i vårt utvecklingsarbete kring framtidens pantsystem. Här har vi haft möjlighet att testa den nya utbetalningslösningen i stor skala och kan nu erbjuda en enkel och smidig tjänst för överföring av pantpengar direkt in på bankkontot, säger Carita Classon.

APPEN MIN PANT GER MÖJLIGHETER

Den nya utbetalningslösningen bygger på att man laddar ned appen Min Pant, där man kopplar det bankkonto man vill få pantpengarna utbetalda till. Alla större svenska banker är anslutna till den nya utbetalningslösningen. Via appen skannar man QR-koden på pant-

kvittot och har sina pantpengar på kontot inom en bankdag. Identifiering sker via mobilt BankID.

RULLA UT NYA UTBETALNINGSLÖSNINGEN I BUTIK

Nästa steg är att testa den nya betalningslösningen i de "vanliga" pantautomaterna i livsmedelsbutiker. Sammanlagt finns 4 260 pantautomater i livsmedelsbutiker runt om i landet. Under 2021 påbörjades ett testprojekt tillsammans med handeln för att utvärdera om konsumenterna på sikt ska kunna få sina pantpengar överförda till bankkontot även när de pantar i butik.

ETT NYTT SÄTT FÖR FÖRENINGAR ATT PANTA

I Pantamera Express-automaterna kan man även skänka pantpengarna till sin favoritförening, oavsett var föreningen finns i landet. Det enda kravet är att föreningen är ansluten som föreningskund hos Pantamera. Då finns den valbar på skärmen på storpantautomaten.

KONTANTUTBETALNINGAR I PANTSTATIONER I CITYNÄRA LÄGEN

Redan 2020 öppnade Pantamera en pantstation i köpcentrat Spiralen i centrala Norrköping, och under 2021 har vi arbetat med en motsvarande pantstation

i Stockholm city - i tunnelbaneplanet vid Hötorget, som öppnar i början av 2022. Dessa nya pantstationer underlättar framförallt för dem som har stora mängder pant och erbjuder en unik möjlighet att få ersättningen utbetald kontant, vid sidan av de traditionella utbetalningslösningarna.

- Vi jobbar ständigt med att utveckla pantsystemet för att göra det så smidigt som möjligt att panta. Nu har turen kommit till att se över utbetalningslösningen.

CARITA CLASSON • PRODUKTCHEF PANTAMERA EXPRESS

- Vi på Pantamera arbetar ständigt för att göra det enklare och mer tillgängligt att panta. Vår nya pantstation är ett viktigt komplement till de butiker i city som idag har svårt att ta emot större volymer pant. Det fina läget blir också en bra plattform för att nå ut med budskap till pantarna om vilket miljösmart pantsystem vi har och vilken miljöinsats de gör som pantar, säger Lil Berger, projektledare för satsningen på citynära pantstationer vid Returpack/Pantamera. ■

Pantahemma NU ÄR VI IGÅNG

I Pantameras uppdrag ligger att ständigt öka och förbättra tillgängligheten, att det ska vara enkelt att panta:

- För oss är det viktigt att möta ett förändrat konsumtionsbeteende, där livsmedelsinköpen via nätet ökar. Vi vill säkerställa att det är lika enkelt att panta sina burkar och PET-flaskor för dem som handlar över nätet som det är för dem som handlar i butiken, säger Lil Berger, projektledare vid Pantamera/Returpack.

I linje med detta lanserades i slutet av september tjänsten Pantahemma tillsammans med Mathem. Pantahemma går ut på att man som Mathem-kund köper en pantpåse på Mathem.se till självkostnadspris. Påsen levereras i samband med Mathem-leveransen, och återlämnas sedan vid nästa leverans när pant-påsen är fylld. När panten är inlöst adderas summan till kundens Mathem-konto och kan sedan användas som betalning vid nästa köp.

Under 2019 genomfördes en pilotstudie av Pantahemma i Göteborg, och i år var det dags att lansera det som en fast tjänst på Mathem. Under hösten 2021 startade tjänsten först i Göteborg och därefter i Malmö.



HÅLLBARA AFFÄRER

För oss på Returpack är hållbara affärer av största vikt och med hållbara affärer menar vi långsiktiga, stabila relationer som bygger på förtroende, förståelse och engagemang. Vår modell för hållbara inköp tillsammans med vår uppförandekod för leverantörer och policy mot otillåten påverkan är grundläggande för vårt samarbete med våra leverantörer. Modellen för hållbara inköp används för att kvalitetssäkra vårt inköpsarbete. Affärsetik är en grundsten i vårt sätt att göra affärer och detta är krav som vi inte bara ställer på våra leverantörer utan gäller självklart vårt eget arbete också. Vi vill i alla sammanhang vara en seriös affärspartner i linje med företagets värderingar och uppförandekod. Alla nyanställda medarbetare får en genomgång av Returpacks inköspolicy, vår uppförandekod för leverantörer och utbildas i hur vi motverkar mutor och otillåtna förmåner. Vår uppförandekod beskriver de minimikrav vi ställer på oss själva, våra leverantörer samt underleverantörer avseende arbete, mänskliga rättigheter, hälsa och säkerhet, miljö och affärsetik.

VAD ÄR HÅLLBARA INKÖP PÅ RETURPACK

För att klassas som ett hållbart inköp på Returpack ska leverantören ha signerat vår uppförandekod och vi ska ha gjort en riskanalys samt en kreditbedömning. I riskanalysen bedöms inköpet bland annat utifrån ursprungsland och produktkategori och i kreditbedömningen kontrolleras att leverantören har en hållbar ekonomi. Vid alla inköp ska vi beakta miljöpåverkan och om möjlighet finns välja leverantörer med miljöprofilering. Vi har fortsatt vårt systematiska arbete för att nå vårt långsiktiga mål, att samtliga av våra leverantörer och inköp kan klassas som hållbara inköp.

Våra leverantörer delas in i A, B, C och D leverantörer där vi bedömer och rangordnar dem utifrån komplexitet och risk. En A leverantör har högst komplexitet och risk medan en D leverantör klassas som låg komplexitet och risk. För A och B leverantörer var målet för hållbara inköp 70 % och för C och D leverantörer hade vi som mål att nå 25 %. Resultatet för A och B leverantörer nåddes med marginal medan vi har en bit kvar för att nå målet för C och D leverantörer. Vi har aktivt arbetat med att reducera antalet leverantörer, där målet var 620 st och där vi lyckades komma ned till 552 st vid årsskiftet.

UPPFÖLJNING AV VÅRA LEVERANTÖRER

Under året har vi påbörjat arbetet med att göra revisioner hos våra leverantörer för att kontrollera att de efterlever de krav vi ställer. Revisionerna innefattar flera delar, där vi granskar leverantörernas dokumentation och besöker produktionen för att bland annat kontrollera arbetsförhållanden, säkerhet och att avfall hanteras på rätt sätt. Därefter skriver vi en rapport som ofta innehåller flera förbättringspunkter. Under 2022 kommer vi fokusera på att genomföra flera revisioner. ■

A OCH B MÅL

76,5%

MÅL: 70%

C OCH D MÅL

20,8%

MÅL: 25%

ANTAL LEVERANTÖRER

552ST

MÅL: 620 ST

Fakta LEVERANTÖRER & INKÖP

RETURPACK HAR TOTALT CA:

552 AKTIVA
LEVERANTÖRER

INKÖP VAROR & TJÄNSTER TOTALT:

412 MILJONER
KRONOR

TRANSPORT- & LOGISTIKTJÄNSTER:

54% AV 412
MILJONER KRONOR

INFORMATION & MARKNADSFÖRING:

18% AV 412
MILJONER KRONORPRODUKTIONSMASKINER
& PANTAUTOMATER:17% AV 412
MILJONER KRONOR

MEDARBETARE

DET ÄR GENOM VÅRA MEDARBETARE SOM VI KAN BIDRA TILL ETT HÅLLBART SAMHÄLLE OCH DRIVA SVERIGES FANTASTISKA PANTSYSYSTEM.

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. Vårt arbetsmiljöarbete omfattar all verksamhet och medarbetarens totala arbetssituation där både fysiska, psykiska och sociala aspekter beaktas. Vi arbetar systematiskt med att minimera riskerna för arbetsskador, olycksfall och tillbud. Vi arbetar också för en arbetsmiljö som är fri från särbehandling och diskriminering.

Under 2021 har företagets ledning haft veckovisa möten för att följa utvecklingen av coronapandemin avseende sjukfrånvaro. Där har även beslut fattats om vad som gäller för Returpack i takt med att restriktionerna har ändrats. Personalen har löpande uppdaterats om vad som gäller kring hemarbete, karantän mm. Glädjande kan vi se att trots coronapandemin har Returpacks sjukfrånvaro sjunkit ytterligare under 2021, till totalt 2,2%. Sveriges friskaste företag har blivit ännu friskare.



MEDARBETARE I SIFFROR

75 ST TOTALT ANTAL ANSTÄLLDA

81/19% TJÄNSTEMÄN (61 ST) /KOLLEKTIV-ANSTÄLLDA (14 ST)

2,2% SJUKFRÅNVARO TOTAL

43 ÅR MEDELÅLDER

57/43% MÄN (43 ST) /KVINNOR (32 ST)

SJUKFRÅNVARO

	2016	2017	2018	2019	2020	2021
Sjukfrånvaro total, %	3,1	3,9	4,1	3,7	2,8	2,2
Män	2,1	3,1	2,1	1,9	2,0	2,5
Kvinnor	4,3	4,6	6,2	5,7	3,6	1,9
Sjukfrånvaro korttid, %	1,7	1,6	1,8	1,5	1,8	1,6
Män	1,7	1,8	1,9	1,5	1,7	1,6
Kvinnor	1,8	1,3	1,6	1,7	2,0	1,6

OLYCKOR & TILLBUD

	2016	2017	2018	2019	2020	2021
Arbetsplatsolyckor	2	0	5	2	6*	2*
Tillbud	46	104	105	54	41	53
Riskobservationer	-	-	-	109	119	53

*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 pantmottagning i Kungens Kurva i Stockholm.

Vi har två arbetsmiljöombud som företräder medarbetarna i arbetsmiljöfrågor.

Arbetsmiljökommittén 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, varken medarbetare, entreprenörer eller besökare ska förolyckas eller skadas på Returpack. En viktig del i förebyggandet av olyckor är att säkerställa rapportering av riskobservationer och tillbud.

Total arbetade timmar 2021 uppgick till 137 392 för egna medarbetare och 24 606 för entreprenörer. Under året hade vi inga allvarliga olyckor eller dödsfall. Vi hade en färdolycka med cykel som medförde sjukfrånvaro samt en entreprenör som skadade handen vid rengöring av maskin. Huvudsakliga typer av skador som rapporterats är klämskada och skelett-skada samt fraktur.

De arbetsmiljömål vi arbetade särskilt med under 2021 fokuserade på säkerhet, sammanhållning och positivt arbetsklimat med både ombyggnation och

pandemi i åtanke. Vi ville säkerställa att alla medarbetare kunde bibehålla sin hälsa, arbetsglädje och effektivitet trots de aktuella utmaningarna i samhället. Vi säkerställde också att alla medarbetare har god kännedom om hur Returpack arbetar med arbetsmiljön.

Under 2021 har vi byggt om och flyttat in våra nya kontorslokaler samt arbetat med vårt trafikflöde och vår utomhusmiljö. Målsättningen; att ytterligare skapa en attraktiv och hållbar arbetsplats som främjar innovation och samarbete och som upplevs som personlig, säker och välkomnande, har uppnåtts.

VÅRA FOKUSOMRÅDEN OCH ARBETSMILJÖMÅL FÖR 2022

- Säkerhet
- Sammanhållning och samarbete
- Främja hälsa, arbetsglädje och effektivitet
- Stressfrågor

Vi kommer under 2022 genomföra en rad aktiviteter där vi ser över vårt framtida arbetssätt, med dessa frågor i fokus. Vi påbörjade arbetet med stressrelaterade frågor under 2021 och för 2022 har detta ett särskilt fokus vid medarbetarsamtalen. Fabrikspersonalen kommer utbildas i ständiga förbättringar som ett led i att ytterligare höja säkerheten. Vi har också en särskild plan för att utreda och implementera ett hållbart framtida arbetssätt som främjar arbetsglädje, sammanhållning och effektivitet.



EN MODERNISERAD ARBETSPLATS

I slutet av 2020 påbörjades ombyggnationen av Returpacks lokaler och ett år senare kan vi se det färdiga resultatet. Hållbarhet har varit i fokus under hela projektet som – förutom möbler, inredning och lokalytor – även handlat om hur företaget ska möta framtidens krav på nya arbetssätt och kreativa miljöer. Ulrika Magnusson är HR- och hållbarhetschef på företaget och ansvarig beställare för ombyggnationen.

- Det är i våra medarbetare som innovationskraften finns. För att utveckla pantsystemet, för att driva igenom våra hållbarhetsambitioner och för att skapa den företagskultur vi har, är våra medarbetare den viktigaste förutsättningen för hur vi lyckas. Att skapa en hållbar både fysisk och digital miljö som passar våra medarbetare har varit ledstjärnan i projektet.

NYA ARBETSSÄTT MED UPPDATERAD TEKNIK OCH SYSTEMSTÖD

Under ombyggnationen satsade Returpack också på ny teknik med mottot "det ska vara lätt att göra rätt". Konferensrummen har försetts med modern utrustning för att fullt ut stödja olika behov av mötesformer, såväl fysiska, digitala som hybrid. Flera olika systemstöd och digitala verktyg har uppdaterats och implementerats i syfte att förtydliga, kvalitetssäkra och utveckla bland annat intern kommunikation och interna processer.

Under året har Returpack lanserat sin nya samarbetsplattform som består av ett intranät integrerat med Microsoft Teams och ett nytt ledningssystem. Där kan medarbetarna ta del företagsinformation, dela med sig av nyheter och skapa engagemang genom kommentar och reaktioner samt följa företagets utveckling för att nå de övergripande målen. För att lyfta fram arbetet med ständiga förbättringar och locka fram idéer till nya innovationer har rapporteringen för avvikelser och förbättringsförslag fått en central plats på intranätet. All funktionalitet i samarbetsplattformen finns även tillgänglig i mobil app för att öka tillgängligheten på intern information.

HÅLLBARA MATERIALVAL – OCH ÅTERBRUK

Tillsammans med företag som jobbat med återbruk har Returpack gjort undersökningar för att kunna utforma lokalerna på ett så hållbart sätt som möjligt när det



kommer till byggmaterial och val av färg till exempel.
- Vi ville ha en arbetsplats som främjar hälsa och kreativitet. Men vi ville också säkerställa att kontoret var så hållbart som möjligt, både när det kommer till våra medarbetares mående och de produkter som finns på kontoret. Vi har mixat både nytt och återvunnet, så vi har använt oss av en hel del återbruk, berättar Ulrika.

NÖJDA MEDARBETARE

Personalen på material- och produktkvalitet var de första som fick sina arbetsplatser ombyggda. Erik Wall arbetar som produktsamordnare och inköpsadministratör på Returpack och har till stor del varit på plats under ombyggnationen.

- Labbet där vi arbetar i idag var det första som färdigställdes i ombyggnationen och det är nog där jag ser den största skillnaden personligen. Innan hade vi mycket av vår testutrustning ute i fabriken. Idag har vi ett riktigt labb med all utrustning samlad och en



► **OM OMBYGGNADSPROJEKTET**
Att skapa en hållbar både fysisk och digital miljö som passar våra medarbetare har varit ledstjärnan i projektet.

arbetsplats som är perfekt för sitt syfte. I övrigt tycker jag att kontoret har fått en härlig modern känsla och planerats väl med gott om konferensrum och arbetsrum, berättar Erik.

Pero Cicak, som arbetar som produktionsledare vid Returpack, är också nöjd över ombyggnationen. Pero och hans gäng har varit på plats under hela ombyggnadsperioden och har kunnat följa projektet på nära håll. Också han är nöjd med resultatet.

- Det känns som att det är mycket ljusare i lokalerna nu. Vi har även fått fler konferensrum och matsalen är fantastisk, berättar Pero. ■



- Rummen är skapade på olika sätt för att släppa lös den kreativa och innovativa ådran hos oss.

ULRIKA MAGNUSSON
HR- OCH HÅLLBARHETSCHEF



- Det känns som att det är mycket ljusare i lokalerna nu. Vi har även fått fler konferensrum och matsalen är fantastisk.

PERO CIIKAK
PRODUKTIONSLEDARE



- Idag har vi ett riktigt labb med all utrustning samlad och en arbetsplats som är perfekt för sitt syfte.

ERIK WALL • PRODUKTSAMORDNARE
OCH INKÖPSADMINISTRÄTOR



KOMPETENS- UTVECKLING FÖR ALLA

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.

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 genomförde vi två utvecklingsdagar, en på våren med fokus på hållbarhet, mångfald och kommunikation och en på hösten med temat stress och återhämtning.

Kompetensutvecklingsinsatser har genomförts inom bland annat projektledning där ett antal medarbetare utbildades i företagets projektledningsmodell. Vi har även fortsatt vårt arbete med innovationer och har under året vidareutbildat ett antal innovationsledare.

Under 2021 implementerades systemstöd, för identifiering av kompetensutvecklings- och utbildnings-

OM KOMPETENSUTVECKLING

Vi arbetar med att ständigt höja kompetensnivån inom företaget och uppmuntrar medarbetarna att själva vara drivande i sin utveckling tillsammans med närmaste chef.

behov. Bland annat har processen för medarbetarsamtal förenklats och förbättrats samt kopplingen mellan kompetens och löneutveckling förfinats. Medarbetare kan nu enklare anmäla sig till ett flertal utbildningar.

LEDARSKAPSUTVECKLING

Under 2021 genomfördes en rad utbildnings- och utvecklingsinsatser för att stärka ledarskapet inom Returpack. Till grund för utbildningarna låg resultatet från tidigare års medarbetarundersökning, en kompetenskartläggning utifrån våra kritiska verksamhetsområden samt vårt systematiska arbetsmiljöarbete.

Vid fyra tillfällen under året samlades cheferna för gemensam ledarskapsutveckling. Fokus var samarbete, hållbart ledarskap, kommunikation och innovation. Under våren tränade vi vår förmåga att leda på distans och bibehålla motivation och på hösten fördjupade vi kunskaperna i arbetsmiljöfrågor.

Under 2022 kommer våra chefer och medarbetare fortsätta resan med en än mer innovativ företagskultur.

MEDARBETARUNDERSÖKNING

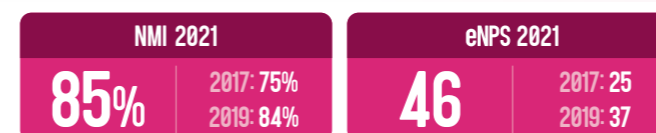
Vartannat år genomför vi en medarbetarundersökning. Bland annat mäter vi Nöjd medarbetarindex (NMI) och Employee Net Promoter Score (eNPS) som visar hur våra medarbetare trivs och hur benägna medarbetare är att rekommendera sin arbetsgivare till andra.

2021 visade åter igen ett positivt resultat där vi ökade NMI från 84 procent till 85 procent och där eNPS höjdes från 37 till 46, att jämföras med ett referensvärde på 20 som anses mycket bra. 96 procent av våra medarbetare (72 av 75) svarade på undersökningen.

Resultatet visar att merparten av de anställda är nöjda med sin arbetssituation och med Returpack som arbetsgivare. Förbättringar uppnåddes inom samtliga mätområden med jämförbara data, med undantag för förtroendet för företagsledningen som ligger kvar på samma höga nivå (4,44 på en skala från 0-5) som 2019.

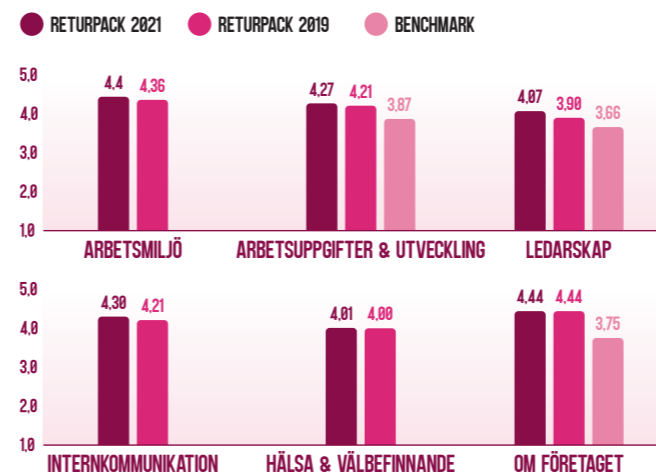
Sedan medarbetarundersökningen 2019 har Returpack arbetat med att stärka ledarskapet samt förbättra medarbetarnas utvecklingsmöjligheter och förfina vår internkommunikation. Vi kan notera att dessa områden har förbättrats och gett utslag i vår senaste medarbetarundersökning.

De öppna svaren bekräftar att våra medarbetare uppskattar Returpack som arbetsgivare och det hållbarhetstänk som företaget står för. Vi har bra och trevliga kollegor och dessutom utmanande, varierade, utvecklande arbetsuppgifter.



ÖVERGRIPANDE RESULTAT (HUVUDOMRÅDEN)

Nedan diagram visar de totala resultaten för undersökningens 6 huvudområden. Resultaten redovisar det genomsnittliga värdet för samtliga påståenden inom respektive område.



* Blocket "Om företaget" består i år av 2 extra frågor "Returpack är ett företag som främjar innovation och nyskapande" och "På Returpack arbetar vi dagligen utifrån ett hållbarhetsperspektiv som genomsyrar allt vi gör (både internt och externt)" varför resultatet över tid inte är helt jämförbart

Introduktion av NYA MEDARBETARE

Under 2021 har vi förstärkt organisationen med ytterligare kompetens inom IT, Produktion, Marknad, HR samt Material och Produktkvalitet.

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



Affärsetik och ANTIKORRUPTION

Returpack kan aldrig acceptera korruption eller annan form av oetiskt agerande. Att arbeta med antikorrupktion är därför viktigt för oss. Dels för att kunna vara en seriös affärspartner och dels för att säkerställa ett etiskt uppförande i linje med företagets värderingar och uppförandekod. Vi har en intern uppförandekod och en policy mot otillåten påverkan. Dessutom har vi etablerat ett förebyggande arbete bestående av kontinuerliga riskbedömningar och utbildningsinsatser. Alla nyanställda medarbetare får en genomgång av uppförandekoden och utbildas i hur vi motverkar mutor och otillåtna förmåner.



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 2021 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.

➤ MÅLSÄTTNING

Vi har en målsättning på en könsfördelning inom spannet 40-60 procent på alla nivåer över tid.

RETURPACKS FÖRETAGSHÄLSOVÅRD

Vi har ett nära och proaktivt samarbete med vår företagshälsovård. Utöver mätningar och riskbedömningar hjälper de oss att tidigt upptäcka och framför allt förebygga ohälsa på arbetsplatsen. Under 2021 har ett antal utbildningsinsatser genomförts i samarbete med företagshälsovården. Arbetsmiljöingenjör och ergonomirådgivning i samband med ombyggnationen av våra kontorslokaler, ledarskapsutveckling, arbetsmiljöutbildning samt utvecklingsdag med temat stress och återhämtning. Vi har även haft möjlighet att erbjuda våra anställda fästingvaccin och covid-vaccinering samt ergonomigenomgång vid återflytt till våra nya lokaler.

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 många år är säkerheten högt upp på agendan hos Returpack och har en naturlig plats på alla fabriksmöten.

Utifrån analys av genomförda riskobservationer har Returpack under 2021 arbetat med att minimera och eliminera ett antal risker. Det gäller trucktrafiken, skydd och säkerhet, skador som uppstår pga. vassa föremål samt tung trafik på Returpacks område. Bland annat har ett antal rutiner uppdaterats och förenklats för att säkerställa att det är lätt att förstå våra säkerhetsinstruktioner. Vi har sett över våra Pantamera Expressmaskiner och installerat fallskydd och vi har fortsatt arbetet med trucktrafiken och varningssymboler i fabriken. I samband med ombyggnationen genomfördes ett omfattande arbete med att ändra trafikflödet så att vi kunde separera gång- och lastbilstrafik.



SAMHÄLLE

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

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



TOTALT ANTAL ANSTÄLLDA	2017		2018		2019		2020		2021	
	ANSTÄLLDA (ST)	ANDEL KVINNOR	ANSTÄLLDA (ST)	ANDEL KVINNOR	ANSTÄLLDA (ST)	ANDEL KVINNOR	ANSTÄLLDA (ST)	ANDEL KVINNOR	ANSTÄLLDA (ST)	ANDEL KVINNOR
Antal tillsvidareanställda	63	46%	68	49%	68	46%	73	44%	75	43%
➤ Varav heltid	63	46%	68	49%	68	46%	73	44%	75	43%
➤ Varav deltid	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%
Antal visstidsanställda	2	50%	2	50%	1	100%	2	50%	2	100%
Totalt antal anställda	65	46%	70	49%	69	46%	75	44%	77	44%

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



En annorlunda VINTER- & SOMMARSÄSONG

2021 var ett riktigt rekordår gällande pantning på våra svenska turistorter. Pantinsamlingen ökade med 25% jämfört med 2020.

- **Insamlingen av pantförpackningar** på svenska turistorter nådde rekord under 2021 – över 4,9 miljoner förpackningar samlades in, berättar, säger Carita Classon, produktchef för Pantamera vid Returpack.

Även under 2021 kunde vi se en stark trend att semestra på hemmaplan. Antalet svenska gästnätter på campingplatser ökade med 5 procent i juni jämfört med 2020 och på skidanläggningarna ökade antalet skiddagar med 15 procent jämfört med 2020.

- Förutom vår insamling via pantigloos och pantkårl fortsatte vi även med det vinnande konceptet från

2020, att åka runt med vår Pantobil i syfte att öka tillgängligheten att kunna panta, påminna och tacka samt skapa mervärde genom roliga event berättar Carita Classon.

➤ **1,1 MILJONER KRONOR**
donerades till olika välgörenhets-satsningar genom besökare vid Sveriges campinganläggningar.

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 arbete med att förbättra produktkvaliteten har vi under 2021 haft en mastersstudent från Linköpings universitet knuten till oss. Dessutom gjorde två studenter från Grafisk design och kommunikation (GDK) vid Linköpings universitet sin praktik hos oss.



ÖVER 350 000 PANTKRONOR TILL MUSIKHJÄLPEN



När de insamlade pantpengarna i bössorna Pantamera med esporten och Maxa panten summeras kan Pantamera bara buga inför Sveriges generositet – över 350 000 kronor har skänkts till Musikhjälpen via dessa bössor.

- Pengarna kommer från burkar och flaskor som alla fantastiska panthjältar över hela landet valde att skänka till förmån för Musikhjälpen. Tillsammans maxade vi verkligen panten, säger Lovisa Lannerstedt, projektledare för Pantameras Musikhjälpen-satsning 2021.

STORSATSNING PÅ PANTINSAMLING FÖR MUSIKHJÄLPEN

Musikhjälpen har en fin historia av att lyckas samla ett enormt engagemang från människor runt om i hela landet. Inte minst i den stad som får äran att vara värd för evenemanget. I år gick Musikhjälpen av stapeln i Norrköping - Pantameras egna kvarter och självaste panthuvudstaden.

- Vi valde att storsatsa med ett flertal aktiviteter och hög närvaro för att samla in pant till förmån för Musikhjälpen. Vi har haft vår Pantobil på Kärlekens torg, en turné bland stadens butiker för att samla in pant, pantamerabud på stan och en pantjour som hämtat pant hos kontor, arbetsplatser och privatpersoner. Dessutom bemannade vi vårt pantrum i Spiralen under hela veckan, berättar Lovisa Lannerstedt.

Sedan mitten av november har samtliga Pantamera Express-automater runt om i landet ställt om sina donationsknappar till förmån för Musikhjälpen. Redan innan Musikhjälpen startade hade donationerna från Pantamera Express passerat 40 000 kronor.

PANTAMERA MED ESPORTEN

För femte året i rad arrangerade Pantamera insamlings-

- Vi på Pantamera vill rikta ett stort tack till alla storpantare, pyttepantare, gamer-pantare, mysbralle-pantare – och alla andra som varit med och bidragit till Musikhjälpen.

LOVISA LANNERSTEDT • PROJEKTLEDARE
FÖR PANTAMERAS MUSIKHJÄLPEN-SATSNING 2021

kampanjen Pantamera med esporten, där stora aktörer inom esport tillsammans med gamers över hela landet donerat sina pantpengar till Musikhjälpen. De första aktiviteterna startade redan i början av året, bland annat genom Pantamera med esporten Talkshow på Youtube samt genom pantinsamling på evenemang som DreamHack Winter. Under Musikhjälpen-veckan sändes Pantameras 12 timmar långa insamlingsstream live från DreamHacks studio, vilken Musikhjälpen besökte via länk. Pantameras ambassadörer - Streamern och Valorant-proffset Yacine Laghmari och Youtubern SampeV2 var också på plats i Norrköping under fredagen för att tillsammans med artisten Viktor Leksell berätta om insamlingen och avslöja den totala summan, som till sist landade på över 200 000 kronor.

- Vi på Pantamera vill rikta ett stort tack till alla storpantare, pyttepantare, gamer-pantare, mysbralle-pantare – och alla andra som varit med och bidragit till Musikhjälpen, avslutar Lovisa Lannerstedt.



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 Ståda 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 2021 erbjöd vi säkra och trygga arbetstillfällen för unga. Vi engagerade närmare 25 ungdomar i samband med de aktiviteter som gick att genomföra på ett coronasäkert sätt; bland annat vid Stadium SportsCamp och Musikhjälpen, och som 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.



Pantresan THE TALKSHOW

Med ett nytt format sprängde vi under 2021 1 000-klassvallen för Pantresan. Totalt i årets båda omgångar deltog 1 225 klasser – en ökning med hela 43% jämfört med 2020. Förstapriset i höstens omgång av Pantresan gick till Bilingual Montessori School of Lund.

Pantresan är ett kombinerat utbildningspaket och tävling som riktar sig till barn från förskoleklass till årskurs 6. Syftet är att förmedla kunskap och inspiration kring miljö, energi, återvinning och pantning. Den visar på ett enkelt sätt hur ett cirkulärt system fungerar. Årets koncept har varit en interaktiv talkshow med Beppe Singer, känd från Barnkanalen, tillsammans med en barnpanel och fem kunniga experter.

– Pantamera vill bidra med tillgänglig och trovärdig kunskap, som samtidigt förmedlar hopp om att det faktiskt går att påverka i rätt riktning – alla kan göra något, säger Katarina Lundell, kommunikationschef för Pantamera/Returpack.

DELTAGANDE KLASSER 2021: 1 225 SKOLKLASSER
DELTAGARE SEDAN STARTEN: ÖVER 100 000 ELEVER

Huvudsponsor till SVENSK INNEBANDY

Returpack har varit huvudsponsor till Svenska Innebandyförbundet (SIBF) sedan 2015, sponsorskapet involverar sedan 2020 även Föreningen Svenska Superligan (FSSL). Samarbetet har bland annat omfattat exponering hos landslagen och i arenor, framtagande av hemsidor med tips och tricks, Fair Playutmärkelser, samt de senaste samarbetena kring Schysst Spel och Schysst Lag.

– I samband med Innebandy-VM för damer i Uppsala fanns vi på plats som huvudsponsor med ett "schysst innebandy event" för att stötta vårt svenska landslag och bidra till schysst stämning, säger Rickard Andersson, strategisk marknadsförare och ansvarig för sponsorskapet till Svensk Innebandy och FSSL.

Runt om i hela landet finns det nu innebandy-

föreningar 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 2021 har 103 av Sveriges innebandyföreningar samlat in 381 018 burkar och flaskor.



PRIS FÖR FAIR PLAY

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



Ett unikt smörjmedel SOM FUNGERAR

”Panten smörjer systemet”, är VD Bengt Lagermans svar på frågan om vad som gör pantsystemet så unikt.

Och nog är det ett smörjmedel som har fungerat utmärkt sedan Sverige, som första land i världen, införde pant på glasflaskor år 1885 för att handlaren skulle få tillbaka sin flaska. Sedan dess har ju glas kommit att ersättas av andra material och återigen var Sverige först år 1984 med att sätta pant på förpackningar som inte var återanvändningsbara – men väl återvinningsbara. Riksdagen har satt som mål att 90 procent av alla dryckesförpackningar i pantsystemet ska pantas. Det är inte långt kvar: år 2021 ligger pantnivån på 88,2 procent.

SYSTEM SOM KRÄVER KONTROLL

Framgången är odiskutabel jämfört med alla andra återvinningssystem. Panten är det ekonomiska incitament som motiverar konsumenten att lämna tillbaka förpackningen, ”pantpengen smörjer systemet”, som Bengt Lagerman uttrycker det. Men det är också ett system som kräver kontroll för att fungera.

- Det dyker upp mängder av system som påstår sig vara pantsystem, men som inte är det. För att ett pantsystem ska fungera krävs ett kontrollerat återtagande av förpackningen men också hantering av avgifter och kvalitetssäkring av förpackningarna. Det är en stor skillnad mot andra återvinningssystem, säger Bengt Lagerman.

ALLT FLER LÄNDER INFÖR PANTSYSTEM

Sverige var först, men många andra länder har infört pantsystem sedan dess. Norden, Tyskland, Nederländerna, Baltikum och Slovakien har infört pantsystem och diskussioner förs i de flesta andra europeiska länder. Även i delar av USA och Australien kan man numera panta flaskor och burkar.

- Det är klart att jag är stolt över att vi i Sverige var först och är bäst i världen på att panta. Men också för att vi som företag är med och driver utvecklingen framåt, vi håller oss i framkant, säger Bengt Lagerman.



SPONSRING & INSAMLINGSARBETEN

Vår sponsringpolicy tydliggör hur vi ser på sponsring. För oss är det avgörande att engagemanget ska innehålla socialt ansvar och miljövinster, och tydligt vara kopplat till pantsamling och/eller kunskapsinhämtning. Vi sponsrar enbart initiativ som är förenliga med våra värderingar och övriga policyer. Exempel på sponsring kan vara pantkärl, säckar, hjälp med transporter eller marknadsmaterial. Som kund i pantsystemet kan man ansöka om stöd till aktiviteter som bidrar till en ökad insamling av pantförpackningar.

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



Pantameras FÖRSTA HUMOR- STIPENDIAT

Pantamera har sedan länge använt humor för att få ännu fler att panta ännu mer. En strategi som har visat sig vara framgångsrik – under 2021 pantades över 2,42 miljarder burkar och flaskor i Sverige. Humorstipendiet som lanserades under året omfattar 50 000 kronor och innebär en möjlighet att medverka i produktionen för Pantameras virala humorsuccé - Pantamera Humor.

- Vårt Instagramkonto 'Pantamera Humor' är en mycket uppskattad kanal som idag har närmare 50 000 följare. Det kan vi tacka de fantastiska komiker-talangerna som driver kontot för. Att göra digital humor är en konstform som vuxit sig allt starkare under pandemin. Genom humorstipendiet vill vi uppmuntra fler att våga ta steget fullt ut och satsa på en humorkarriär, säger Lovisa Lannerstedt, projektledare på Pantamera.

Det sägs att tristess föder kreativitet och kanske har pandemitiden varit bland det tråkigare vi upplevt? Över 200 ansökningar gjordes till Humorstipendiet 2021. Den som till sist vann juryns hjärtan och därmed fick motta årets Humorstipendium var Anna Claesson - hjärnan bakom humorkontot @claessonpataket på Instagram och TikTok. Juryn bestod av bland andra TikTok-mästarna Aya Samarit och Galadrius, komikern Torbjörn Averås Skorup samt psykologen och författaren Per Naroskin.



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 6 och 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 6 och 37 .
Pantare Kundgrupp	<ul style="list-style-type: none"> Kundtjänst Sociala medier Hemsida Konsumentundersökning minst vartannat år - (2021: inställningar till att pant) Andra undersökningar 	<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 - Mina sidor Kundundersökning (2021: nöjd kund) Besök och möten 	<ul style="list-style-type: none"> Förpackningskrav Avtalsvillkor Materialutveckling Återvinningsgrad Utvidgning av pantsystemet 	Läs mer om produktkvalitet, sid 23, 34, 62 , och om frivillig anslutning, sid 6 och 37 .
Pantmottagare Kundgrupp	<ul style="list-style-type: none"> Kundtjänst Hemsida Webbportal - Mina Sidor Besök och möten Kundtidning Kundundersökning vartannat år (Nöjd kund 2021) Kundundersökning Föreningar 2021 	<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, sid 23-24 , utfrån sid 31 , transporter sid 30-31
Medarbetare	<ul style="list-style-type: none"> Daglig avstämning och interaktion Möten och konferenser Årligt utvecklingssamtal 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 trivsam arbetsplats i avsnittet Medarbetare, sid 41 .
Leverantörer (transportörer)	<ul style="list-style-type: none"> Daglig kontakt via Returpacks transportledning Årliga uppföljningsmöten 	<ul style="list-style-type: none"> Insamlingseffektivitet Kundbemötande Drivmedel 	Läs mer om våra transporter, sid 29-31 , och arbetet med hållbara inköp, sid 40 .
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 24 , och arbetet med hållbara inköp, sid 40 .

RISKANALYS

UTIFRÅN VÅRA FEM RISKKATEGORIER OCH VÅRA VÄSENTLIGA FRÅGOR

OMRÅDE	RISK	HANTERING/(ÅTGÄRD)	RISKNIVÅ	AFFÄRSMÖJLIGHET
Miljö (affärsrelaterad)	<p>Minskat förtroende/relevans för pantsystemet</p> <ol style="list-style-type: none"> Minskad pantning beroende på att kund/konsument inte uppfattar pantsystemet som ett hållbart, tillgängligt system. Ändrade konsumtionsvanor. Politiker/myndigheter uppfattar inte pantsystemet som ett hållbart, tillgängligt system. Renoméensnyltning och vilseledande marknadsföring av andra aktörer. 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"> Goodwill Varumärke Ökat förtroende för företaget, varumärket hos intressenterna. Ökad medvetenhet om pantsystemets hållbarhetsvinst. Ökad kundnöjdhet. Attraktiv arbetsgivare. Utveckla nära och långsiktiga relationer med kunder och leverantörer. Ökad återvinning
Miljö (miljö)	<p>Oönskade miljökonsekvenser i form av:</p> <ol style="list-style-type: none"> emissioner till luft (växthusgaser) 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 Pandemi 	<ul style="list-style-type: none"> Samverkan med närliggande verksamheter samt räddningstjänst Förbyggande åtgärder Krisberedskap, plan, utbildning Beredskapsplan Utbildning av räddningsledare Backup, kontinuitetsplan, katastroflösning och återställningsplan 	Mellan	<ul style="list-style-type: none"> Minska eller eliminera allvarlig påverkan från omgivande händelser på människa, miljö, fastigheter, utrustning. Minimera negativ påverkan på verksamheten och våra intressenter
Miljö (operativ)	<ul style="list-style-type: none"> Bristfällig kvalitet på levererat material (konsekvenser: försämrade materialintäkter, försämrade återanvändning till nya burkar och flaskor, kvalitetsproblem hos förpacknings- och dryckes-tillverkare) Ökad materialåtervinning medför sämre kvalitetsegenskaper på vår insamlade PET. Ökad efterfrågan ger risk för materialbrist 	<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. Allvarlig arbetsplatsolycka Pandemi Händelse eller aktivitet som medför negativ publicitet och minskat förtroende för pantsystemet. 	<ul style="list-style-type: none"> Returpacks värderingar och intern uppförandekod Förebyggande arbetsmiljöarbete Medarbetare- och utvecklingssamtal Lönekartläggning Krisberedskap, plan, utbildning Hälsogruppen Följa FHM restriktioner och riktlinjer Rehabiliteringsplaner 	Mellan	<ul style="list-style-type: none"> Säkerhet och hälsa främjar medarbetarnas produktivitet och moral. Attraktiv arbetsplats Bättre arbetsvillkor i leverantörskedjan

RISKANALYS FORTSÄTTNING

OMRÅDE	RISK	HANTERING/(ÅTGÄRD)	RISKNIVÅ	AFFÄRSMÖJLIGHET
Sociala frågor & medarbetare (operativ)	<ul style="list-style-type: none"> Brist på kompetens idag och i framtiden 	<ul style="list-style-type: none"> Medarbetarsamtal och utvecklingsplaner Samarbete med skolor och universitet samt deltagande vid arbetsmarknadsdagar Erbjuda praktik och projektplatser Erbjuda konkurrenskraftiga anställningsvillkor och kompetensutveckling. 	Mellan	<ul style="list-style-type: none"> Motiverade och kompetenta medarbetare, chefer ökar möjligheten att uppnå företags-specifika mål. Attraktiv arbetsplats
Mänskliga rättigheter (operativ)	<ul style="list-style-type: none"> Kränkningar och särbehandling Diskriminering, trakasserier & mobbing. 	<ul style="list-style-type: none"> Tillämpning av inköpspolicy och uppförandekod för leverantörer; miljö, mänskliga rättigheter, arbetsvillkor. Returpacks värderingar och intern uppförandekod Plan för jämställdhet med mångfaldsperspektiv Plan för motverkande av kränkande särbehandling Visselblåsarsystem Utbildningar i mångfald och inkludering för chefer och alla medarbetare 	Mellan	<ul style="list-style-type: none"> Attraktiv arbetsgivare Varumärke Goda relation till ägare och investerare. Stark affärsetik främjar intern stabilitet och framtida affärer.
Risker för korruption och bedrägeri (affärsrelaterad, finansiell)	<p>Mutor/Bedrägeri/Korruption</p> <ol style="list-style-type: none"> Bedrägerier som syftar till felaktiga utbetalningar från Returpack. Korruption i samband med avtal eller andra relationer mellan Returpack och extern part 	<ul style="list-style-type: none"> Interna kontroller av pantdata och utbetalningar Kontroller av returautomater och i butik Utbildning och uppföljning av intern uppförandekod och värderingar; miljö, mänskliga rättigheter, arbetsvillkor. Tillämpning av inköpspolicy och uppförandekod för leverantörer Säkra affärssystem, delegationsordning och utbetalningskontroller 	Låg	<ul style="list-style-type: none"> Att arbeta mot korruption och bedrägerier ger en positiv inverkan på Returpack som arbetsgivare, ökar trovärdighet och transparens gentemot företagets intressenter (kunder, pantare, leverantörer, medarbetare, ägare/ investerare). Attraktiv arbetsplats
Legala risker	<ul style="list-style-type: none"> Förändrad lagstiftning som påverkar, förändrar eller begränsar företagets verksamhet. Pandemi 	<ul style="list-style-type: none"> Omvärldsbevakning Utvidgning av pantsystemet på frivillig basis. Materialåtervinning Samverkan och dialog 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. Falsa fakturor, bedrägeriförsök. Utbetalning av pant/hanteringsersättningar - ej betalt i tid eller felaktiga utbetalningar Leverantörsberoende avseende kritiska system (ex. Payer, Swish) 	<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

En ny fördjupad väsentlighetsanalys identifierade flera viktiga hållbarhetsområden, varav fem identifierades som mycket väsentliga hållbarhetsfrågor. Målet med väsentlighetsanalysen är att identifiera de mest väsentliga hållbarhetsfrågorna för Returpack baserat på organisationens ekonomiska, miljömässiga och sociala påverkan. Resultatet är vägledande för vilka frågor organisationen redovisar enligt GRI. Väsentlighetsanalysen valideras årligen.

Intressenter identifierades genom analys av värdekedjan samt genomgång av vilka andra aktörer som påverkar eller påverkas av Returpacks verksamhet. 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 hållbarhetsfrågor som med rimlig säkerhet kunde vara av intresse för våra intressenter. Intressentdialogen bestod huvudsakligen av enkäter (1 132). Därutöver genomfördes ett mindre antal intervjuer (15). 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 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 få fler att panta mer, minska växthusgasutsläpp, hög kvalitet på materialet som återvinns, bra affärsrelationer som leder till ett ännu bättre pantsystem samt hälsa och säkerhet.

Miljöpåverkan från transporter införlivas i att minska växthusgasutsläpp då de bedöms som snarlika utifrån vilken påverkan de har. Ökad återvinning eller att få fler att panta mer är en viktig del i Returpacks uppdrag från ägarna och en integrerad del av företagets verksamhet. Därför behandlas även att få fler att panta mer som en väsentlig hållbarhetsfråga. Nöjda kunder kopplas samman med bra affärsrelationer som leder till ett ännu bättre pantsystem. Ledningsgruppen valde dessutom att lyfta upp och prioritera hälsa och säkerhet som en mycket väsentlig fråga. Därutöver finns ett antal frågor som Returpack förväntas omhänderta i sitt hållbarhetsarbete; cirkulär ekonomi, utveckla pantsystemet, förnybar energi, förhindra nedskräpning och vara en förebild för andra pantsystem i världen.

MEDLEMSKAP & ENGAGEMANG 2021

Nedan listas Returpacks engagemang och samarbeten 2021.

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

Medlem: Dagens Industris Nätverk för HR-direktörer

HÖGSKOLA OCH UNIVERSITET

Examensarbete:

Materialegenskaper hos återvunnen PET i dryckesflaskor, KTH

ARBETSGIVARORGANISATION

Medlem: IKEM - Innovations- och kemiarbetsgivarna.

ÖVRIGT

Stiftare och styrelseuppdrag:

Håll Sverige Rent

Yrkesutveckling: Samhall

Utvecklat samarbete: Städa Sverige



OM REDOVISNINGEN



Returpack rapporterar för femte 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 företagens 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 2021 - 31 december 2021

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 företagens verksamhet, där innehållet bestämts utifrån de hållbarhetsfrågor som är viktigast för verksamheten och för företagens 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 63-65. 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 2021 återvanns totalt 2 423 827 180 förpackningar. Siffran inkluderar de frivilligt anslutna saft- och juiceprodukterna. Utan saft- och juiceprodukter är siffran 2 372 853 918 förpackningar. Returpack väljer att avrunda till 2,42 miljarder förpackningar i hållbarhetsredovisningen. Alla beräkningar är baserade på det totala antalet återvunna förpackningar.

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

ÖKAD ÅTERVINNING

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

Återvinningsgrad beräknas som antalet återtagna förpackningar dividerat med antalet sålda förpackningar. Antalet återtagna förpackningar baseras primärt på streckodsavläsning i pantautomat eller avläsning i Returpacks fabrik alternativt vägning av material eller schablon. Antalet sålda förpackningar baseras på rapporterad försäljning från producenter och importörer. Vid beräkning av återvinningsgraden

för metallförpackningar inkluderas även den mängd importburk som samlats in och återvinns via Returpack i antalet återtagna förpackningar. Hantering av data sker i verksamhetssystemet Pandum.

VÄXTHUSGASER Klimatberäkningar

Returpacks metod för att mäta och redovisa utsläpp av växthusgaser bygger på riktlinjer i GHG-protokollets Corporate Standard. Returpack använder sig av kontrollmetoden och tillämpar kriteriet för finansiell kontroll för att definiera organisationens systemgränser och 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 T5 (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.

HÅLLBARHETRAPPOR

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 2021 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 17 mars 2022

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, 63
102-5	Ägandestruktur och bolagsform	5, 60
102-6	Marknader	6-7, 34
102-7	Organisationens storlek	5, 18, 42
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. 42-43, 48, 62
102-9	Beskrivning av företagets leverantörskedja	10, 40
102-10	Väsentliga förändringar under redovisningsperioden beträffande storlek, struktur, ägande eller leverantörskedja.	Inga väsentliga förändringar har skett i ägandestruktur eller leverantörskedja under redovisningsåret 2021. 63
102-11	Försiktighetsprincipens tillämpning	14
102-12	Externa initiativ/riktlinjer som efterlevs	29, 59
102-13	Medlemskap i organisationer	59
STRATEGI		
102-14	VD-ord	4
ETIK OCH INTEGRITET		
102-16	Värderingar, principer och etiska riktlinjer	8, 14-15, 47-48
STYRNING		
102-18	Bolagsstyrning	5, 14, 60
INTRESSENTENGAGEMANG		
102-40	Lista över intressentgrupper	56
102-41	Andel anställda som omfattas av kollektivavtal	Samtliga anställda omfattas av kollektivavtal. 63
102-42	Identifiering och urval av intressenter	11, 56
102-43	Metoder för samarbete med intressenter	11, 56, 59
102-44	Viktiga ämnen och frågor som framkommit i dialog med intressenter	11, 56, 59

UPPLYSNING	KOMMENTAR	SIDA
REDOVISNINGSPARAMETRAR		
102-45	Enheter som inkluderas i redovisningen	5, 60
102-46	Process för att definiera redovisningens innehåll	11, 59
102-47	Frågor som identifierats som väsentliga	11, 59
102-48	Förklaring till korrigeringar från tidigare rapporter	Inga korrigeringar har gjorts. 64
102-49	Förändringar i redovisningen	Inga förändringar jämfört med tidigare rapporteringsperiod. 64
102-50	Redovisningsperiod	2, 60
102-51	Senaste redovisningen	Returpacks hållbarhetsredovisning för 2020 publicerades på pantamera.nu den 22 april 2021. 64
102-52	Redovisningscykel	Årligen, kalenderår 64
102-53	Kontaktperson för frågor om redovisningen	2
102-54	Anspraak på rapportering i enlighet med GRI Standards	2, 60
102-55	GRI-index	63-65
102-56	Extern granskning	2, 60
<i>Väsentliga frågor, avgränsningar, styrning och indikatorer</i>		
VÄXTHUSGASER		
103-1	Beskrivning av frågan och dess avgränsning	27-32, 61
103-2	Metod för hållbarhetsstyrningen	14-15, 17, 28-32, 57
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	42-43
103-2	Metod för hållbarhetsstyrningen	14-15, 42-46
103-3	Utvärdering av hållbarhetsstyrningen	42-43, 46-48
403-1	Systematisk arbetsmiljö	11, 14, 18, 42-43
403-2	Riskvärdering	13, 42-43, 48, 57-58
403-3	Företagshälsovård	48
403-4	Samverkan i arbetsmiljöfrågor	43
403-5	Arbetsmiljöutbildning	48
403-6	Hälsofrämjande arbete	42, 45, 47, 62
403-7	Arbetsmiljöarbete hos kunder	14-15, 31, 40, 57-58
403-9	Arbetsrelaterade skador	42-43
103-1	Beskrivning av frågan och dess avgränsning	5-7, 60
103-2	Metod för hållbarhetsstyrningen	11, 13-15

UPPLYSNING	KOMMENTAR	SIDA
103-3	Utvärdering av hållbarhetsstyrningen	16, 20-21, 37
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, 62
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		Referensår för produktkvalitet klar PET är 2017. 16, 23
KUNDNÖJDHET - FÖRETAGSSPECIFIK VÄSENTLIG FRÅGA		
103-1	Beskrivning av frågan och dess avgränsning	34, 37, 62
103-2	Metod för hållbarhetsstyrningen	11, 14-15, 34-39
103-3	Utvärdering av hållbarhetsstyrningen	17, 37
Företagsspecifikt nyckeltal NKI (Uppföljning av kundnöjdhet, butik) Nästa uppföljning utförs 2023.		17, 65





Följ oss på:



facebook.com/pantamera



youtube.com/user/pantameranu



instagram.com/pantameranu