

HÅLLBARHETSREDOVISNING 2014

INNEHÅLL

Spendrups tillverkar och säljer drycker och våra viktigaste produkter är öl, vatten, läsk, cider och vin. Vi är ett av Sveriges ledande bryggerier med några av marknadens mest kända varumärken, som, Norrlands Guld, Mariestads, Heineken, Spendrups Bryggeri, Loka, Schweppes, Briska, El Coto och Gallo. År 2014 sålde vi 411 miljoner liter dryck, och våra primära kunder är dagligvaruhandeln, hotell & restauranger och Systembolaget.

Spendrups har cirka 900 anställda och vårt huvudkontor finns i Vårby. Våra bryggerier ligger i Grängesberg, Hällefors och Visby.



STRATEGI OCH STYRNING 3
Hållbarhet är en grundpelare i Spendrups vision och centralt för företagets affärsstrategi. Ansvaret för hållbarhetsarbetet är fördelat i organisationen från styrelse till affärsenheterna.



MILJÖ 8
Spendrups har under många år satsat på resurseffektivisering och att minimera miljöbelastningen. Nu tar vi nästa steg mot att bli ett hållbart företag genom att tillämpa en cirkulär affärsmodell.



MARKNAD 14
Ett ansvarsfullt agerande på marknaden är avgörande för att Spendrups ska vara framgångsrika både idag och imorgon. Vi vill driva efterfrågan på mer hållbara produkter.



SAMHÄLLE 19
Vårt engagemang i det lokala samhället är en strategisk fråga. Vi prioriterar stöd och aktiviteter på de orter där vi är verksamma med särskilt fokus på ungdomar.



MEDARBETARE 22
En avgörande framgångsfaktor för Spendrups är att vi lyckas attrahera och behålla kompetenta och engagerade medarbetare.

GRI-INDEX 29
En förteckning för hur vi uppfyller riktlinjerna enligt Global Reporting Initiative,G4

REVISORS BESTYRKANDERAPPORT 32
KONTAKT 33



HÅLLBARHETSARBETET AVGÖRANDE FÖR ATT VARA BRANSCHENS BÄSTA BRYGGERI

SPENDRUPS ÄR ETT svenskt familjeföretag med en vision om att vara ett bryggeri i världsklass. Vi är övertygade om att ett proaktivt arbete med hållbarhet är avgörande för att ge oss de bästa tänkbara förutsättningarna för att vara framgångsrika både i dag och i morgon.

Spendrups har utvecklats från ett litet landsortsbryggeri till ett av Sveriges största bryggerier och som ledande aktör på marknaden behöver vi agera ansvarsfullt inom alla områden.

I dag baseras ett varumärkes värde till stor del på den trovärdighet företaget har hos konsumenterna. Här finns det en utmaning men även en möjlighet att balansera mellan det som kunderna och konsumenterna kräver samtidigt som vi behöver bli ännu bättre på att påverka marknaden och driva efterfrågan på mer hållbara produkter.

Under 2014 tog vi ett stort steg i Grängesberg, som innebär att vi blir oberoende av olja. Vi räknar med att vi kommer att minska våra CO_2-utsläpp med cirka 80 procent per producerad dryck redan år 2016. Genom unik teknik återanvänder vi mältat korn som blir kvar när ölet har bryggts och i och med detta blir vi ett av världens första bryggerier som är självförsörjande på bioenergi.

Våra kunder inom handel och restaurang vill se en resurseffektiv och klimatsmart produktion samt ett ökat ekologiskt produktutbud. Det är en central fråga att vi lever upp till kundernas och konsumenternas förväntningar. Därför är jag väldigt stolt över att Spendrups har Sveriges största och mest nyskapande klimatsmarta bryggeri, som är i linje med vår vision om en produktion fri från fossila bränslen. Det är ett bevis på att klimatåtgärder även kan kostnadseffektivisera vår produktion. Bättre win win-situation går inte att hitta.

> ***DÄRFÖR ÄR JAG VÄLDIGT STOLT ÖVER ATT SPENDRUPS HAR SVERIGES STÖRSTA OCH MEST NYSKAPANDE KLIMATSMARTA BRYGGERI.***

VI HAR UNDER en längre tid satsat systematiskt och målmedvetet på hållbarhetsfrågorna och att vi stärker vårt engagemang och vår närvaro i Dalarna är ett naturligt steg för Spendrups. Det var i Grängesberg vi en gång startade och det är där vi idag har vår största verksamhet. En central hållbarhetsfråga som är kopplad till vårt engagemang för ett levande lokalsamhälle är att se till att vi har kompetenta, engagerade och motiverade medarbetare som vill stanna kvar och utvecklas med oss. Det är en avgörande framgångsfaktor för att nå vår vision om att vara ett bryggeri i världsklass.



Fredrik Spendrup, vd



Del ett

STRATEGI OCH STYRNING

EN GRUNDPELARE I SPENDRUPS VISION

Spendrups har funnits i över hundra år. För oss betyder hållbarhet att Spendrups ska finnas i minst hundra år till. Spendrups är ett familjeföretag med en vision om att vara ett bryggeri i världsklass. För att lyckas med detta är ett långsiktigt hållbarhetsarbete avgörande.

SPENDRUPS VERKSAMHET är beroende av tre typer av kapital. Eftersom vi brygger öl, importerar vin och producerar kolsyrade drycker är naturkapitalet i form av jordbruksråvaror ett grundläggande kapital vi behöver. Genom kunder och konsumenter som köper våra produkter samt genom ägare och finansiärer som investerar i vår verksamhet får vi tillgång till ekonomiskt kapital för att driva och utveckla en långsiktigt lönsam verksamhet. Det tredje kapitalet vi behöver är humankapital i form av kompetenta och engagerade medarbetare.

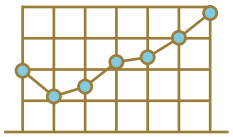
Syftet med vårt hållbarhetsarbete är att säkra tillgången till de olika kapitalen. Vi tror att ett proaktivt arbete med hållbarhet är avgörande för att säkerställa att Spendrups har de bästa tänkbara förutsättningarna för att vara framgångsrika både i dag och i morgon. Vårt sätt att göra detta är genom att aktivt arbeta med tio fokusområden inom de tre kategorierna av kapital som alla bidrar till att stärka Spendrups affär.

- För att säkra tillgången till naturkapital fokuserar vi på effektiv hantering av råvaror, energi och förpackningsmaterial samt minimering av vår klimatpåverkan.
- För att säkra tillgången till finansiering, kunder och leverantörer fokuserar vi på lönsamhet, kundnöjdhet, ansvarsfullt agerande på marknaden samt goda relationer med våra leverantörer.
- För att säkra tillgången till kompetenta och engagerade medarbetare fokuserar vi på att erbjuda en attraktiv arbetsplats och på att engagera oss i lokalsamhället på våra verksamhetsorter.



Säkrad tillgång till tre typer av kapital







	Naturkapital	Ekonomiskt kapital	Humankapital
Förutsättningar för Spendrups framgång	▶ Tillgång till råvaror och energi	▶ Tillgång till finansiering, kunder och leverantörer	▶ Tillgång till kompetenta medarbetare
10 fokusområden för hållbarhetsarbetet	▶ Råvaruhantering ▶ Energianvändning ▶ Klimatpåverkan ▶ Resursanvändning i förpackningar	▶ Ekonomisk lönsamhet ▶ Nöjda kunder och konsumenter ▶ Ansvarsfullt marknadsagerande ▶ Goda leverantörsrelationer	▶ Attraktiv arbetsplats ▶ Långsiktigt engagemang i lokalsamhället

Hela värdekedjan innefattas

För att hållbarhetsarbetet verkligen ska få effekt måste ansvaret fördelas i hela organisationen och integreras i det dagliga arbetet. Men vårt hållbarhetsarbete stannar inte vid vår egen verksamhet utan omfattar även våra kunder och leverantörer.

En väsentlig del av Spendrups hållbarhetspåverkan uppstår utanför vår egen verksamhet. Vår ambition är att hållbarhetsredovisningen ska spegla detta och att vi även ska redovisa vår hållbarhetspåverkan i leverantörs- och kundled. I denna redovisning redovisar vi påverkan från transporter och energianvändning i vårt närmaste leverantörsled, men vi kan inte redovisa all påverkan i primärproduktionen och kundled, eftersom vi inte kan garantera uppgifternas riktighet.

I vårt hållbarhetsarbete arbetar vi med att minska påverkan i vår egen verksamhet, men vi är medvetna om att vi är beroende av andra aktörer i värdekedjan för att lyckas. Som ett av Sveriges stora bryggerier utövar vi inflytande såväl bakåt som framåt i värdekedjan genom att ställa krav på våra leverantörer och genom att söka samverkan med våra kunder. Samtidigt vet vi att på vissa områden kan vi inte nå hela vägen ensamma och därför är vi medlemmar i ett flertal olika organisationer och nätverk som engagerar sig i relevanta frågor inom samhälle, näringsliv, ekonomi, miljö och hållbar utveckling. Några av de viktigaste är Sveriges Bryggerier, Livsmedelsföretagen, Dagligvaruleverantörernas förbund, Näringslivets miljöchefer, Stockholms Handelskammare, Sveriges Annonsörer, Swedish Standards Institute samt Alcohol Update Forum.

Våra intressenter blir vägledande

Intressenter är aktörer som påverkas av och påverkar Spendrups verksamhet. Våra viktigaste intressenter utgörs av kunder och konsumenter, leverantörer, ägare, finansiärer, medarbetare och samhälle. Valet av fokusområden bygger på våra intressenters förväntningar och krav samt deras betydelse för Spendrups affärsstrategi.

Väsentliga hållbarhetsområden



Primärproduktion
Begränsat inflytande

- Jordbruk med respekt för ekosystemtjänster
- Resurssmart användning av vatten, energi och näringsämnen
- Tillgång på råvaror
- Spårbarhet
- Arbetsförhållanden

Vårt angreppssätt

- Leverantörsval
- Leverantörssamarbete

Förädling
Inflytande

- Effektiv resursanvändning
- Transporter
- Produktkvalitet och livsmedelssäkerhet
- Leveranssäkerhet
- Arbetsförhållanden

Vårt angreppssätt

- Leverantörsval
- Leverantörssamarbete

Spendrups Bryggeri
Kontroll

- Effektiv resursanvändning
- Fossilfri produktion
- Lönsamhet
- Produktkvalitet och livsmedelssäkerhet
- Förtroende från intressenter
- Arbetsförhållanden
- Kompetens och etik
- Engagemang i lokalsamhället

Vårt angreppssätt

- Miljöledningssystem
- Kvalitetsledningssystem
- Effektiv verksamhetsstyrning
- Produktutveckling
- Ansvarsfullt marknadsagerande
- Systematiskt arbetsmiljöarbete
- Lokala inköp och sponsorskap

Kund
Inflytande

- Produktutbud
- Transporter
- Kundnöjdhet
- Goda kundrelationer
- Transparent och etiskt agerande

Vårt angreppssätt

- Produktutveckling
- Logistikstyrning
- Kundsamverkan
- Utbildning inom antikorruption

Konsument
Begränsat inflytande

- Produktutbud
- Förpackningsåtervinning
- Konsumentnöjdhet
- Attraktiva och säkra produkter
- Sund alkoholkultur
- Konsumenthälsa

Vårt angreppssätt

- Produktutveckling
- Livsmedelskontroller
- Ansvarsfull marknadsföring
- Samarbete med branschaktörer

För att få insikt i vilka frågor som är viktiga för våra intressenter för vi en kontinuerlig dialog med dem som en del av vår dagliga affärsverksamhet. Löpande intressentdialog är en naturlig del i Spendrups arbete. Detta sker bland annat i form av förhandlingar med leverantörer och finansiärer samt genom medarbetarundersökningar och ägardirektiv. För att förstå kunder och konsumenters behov använder vi oss av kund- och konsumentundersökningar. Vi får även viktig information om våra intressenters förväntningar genom att engagera oss i olika branschorganisationer och samarbeta med våra branschkollegor.

Arbetet integreras i hela organisationen

För att hållbarhet ska genomsyra företagskulturen behöver arbetet integreras i hela organisationen. Ansvaret för Spendrups hållbarhetsarbete är därför fördelat i organisationen och sträcker sig från styrelse till affärsenheterna.

Affärsenheterna bär ett stort ansvar för att säkerställa att miljö- och hållbarhetsstrategierna följs och tillämpas i processer och beslutssituationer. Enheterna får stöd och utbildning från hållbarhetsdirektören, som leder arbetet på ledningsnivå i nära samarbete med koncernstaberna och affärsområdena för varuförsörjning, marknadsföring och försäljning. Grunden för att säkra att hållbarhet är en del i allt Spendrups gör är våra värderingar som sammanfattas i Spendrups affärsetiska kod (se www.spendrups.se). Koden innehåller Spendrups ställningstaganden gällande vårt agerande på marknaden och i samhället samt vårt förhållningssätt till miljö och arbetsmiljö. Genom utbildning säkerställer vi att värderingarna är förankrade hos våra medarbetare.

Ett stöd i vårt hållbarhetsarbete utgörs av internationella och nationella standarder. Vi tillämpar FN:s Globala Compact, OECD:s principer för multinationella företag och försiktighetsprincipen i alla led i vår verksamhet. Vårt arbete med livsmedelssäkerhet styrs av FSSC 22000, vårt systematiska arbetsmiljöarbete av Arbetsmiljöverkets föreskrifter och vårt miljöarbete av ISO 14001. ●

Ansvarsfördelningen för Spendrups hållbarhetsarbete

Styrelse
Styrelsen får årligen rapportering om hållbarhetsarbetet och gör årligen en översyn av arbetets status och resultat.

Verkställande direktör
Verkställande direktör driver igenom styrelsens beslut och ansvarar för resultatet

Koncernstaber
Miljö- och hållbarhet, Kommunikation, HR, Ekonomi, IT och Juridik

Varuförsörjning
Affärsenheten driver hållbarhetsarbetet som rör inköp av råvaror och insatsvaror, produktionseffektivitet och transporter.

Marknadsföring
Affärsenheten driver hållbarhetsarbetet som rör konsument- och kundnöjdhet samt ansvarsfull marknadsföring

Försäljning
Affärsenheten driver hållbarhetsarbetet som rör ett ansvarsfullt marknadsagerande och kundnöjdhet.

Spendrups viktigaste intressenter och deras förväntningar



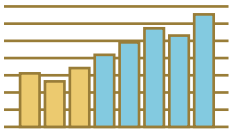
Ägare

För ägarna är det viktigt att vi agerar ansvarsfullt och hela tiden förbättrar oss när det gäller lönsamhet, effektivitet, innovation, miljö, arbetsmiljö och produktkvalitet.



Kunder och konsumenter

Kunder: Prioriterar frågor kring klimat, vatten, förpackningar och ekologiska och miljömärkta produkter. Systematiskt miljö- och arbetsmiljöarbete förväntas. **Konsumenter**: Vill ha säkra och naturliga produkter. En liten men växande andel vill ha ekologiska produkter.



Finansiärer

Finansiärerna förväntar sig öppenhet och transparens kring risker och möjligheter med fokus på ekonomiska konsekvenser.



Medarbetare

Våra medarbetare vill känna stolthet över att jobba i ett ansvarsfullt och hållbart företag. Särskilda intressen är miljöförbättringar, säker arbetsmiljö, utvecklingsmöjligheter och jämställdhet.



Leverantörer och samarbetspartners

Leverantörer: Är intresserade av vilka hållbarhetsfrågor vi prioriterar så att de i sin tur kan möta våra krav och förväntningar. **Samarbetspartners:** Förväntar sig att våra produkter är säkra och att vi agerar ansvarsfullt på marknaden.



Samhälle

Myndigheter, media och olika intresseorganisationer har olika krav och förväntningar kring miljö, ansvarsfull marknadsföring, öppenhet och transparens, samhällsansvar och alkoholfrågor.

Del två

MILJÖ

Nyckeltal

100 %

ALL EL SOM DRIVER SPENDRUPS PRODUKTION ÄR FÖRNYELSEBAR

30 000

SÅ MÅNGA TON ORGANISKT RESTAVFALL (DRAV) PER ÅR KOMMER ATT FÖRVANDLAS TILL BIOENERGI I VÅRT BRYGGERI I GRÄNGESBERG



50 %

AV VARUTRANSPORTERNA DRIVS AV BIODIESEL

CIRKULÄR EKONOMI – VIKTIGT STEG MOT HÅLLBARHET

Spendrups har under många år satsat på resurseffektivisering för att minimera miljöbelastningen. Nu tar vi nästa steg mot att bli ett hållbart företag med hjälp av en cirkulär affärsmodell som inspireras av naturens kretslopp och där våra egna biologiska restprodukter omvandlas till bioenergi.

CIRKULÄR EKONOMI har på senare tid blivit en viktig ledstjärna inom miljöområdet. Inom den cirkulära ekonomin existerar inget avfall, inga restprodukter, inget svinn. Allt som produceras kan återanvändas.

Enligt en rapport som konsultföretaget McKinsey gjorde 2012 om den cirkulära ekonomin och dess potentiella betydelse för världsekonomin skulle över 600 miljarder dollar kunna sparas om cirka 25 procent av alla material (byggnader, möbler, elektronik, fordon etc) cirkulerades/återanvändes. Förutom en kraftigt minskad miljöpåverkan skulle det också innebära att många nya jobb kunde skapas.

Även inom EU drivs utvecklingen mot cirkulär ekonomi. I juli 2014 antog EU-kommissionen ett förslag som syftar till att öka återvinningen i medlemsländerna. Kommissionen föreslår bland annat att deponering av återvinningsbart avfall förbjuds från och med 2025.

Genom att utveckla resurseffektiva och hållbara kretslopp värnar vi på Spendrups miljön och människors hälsa samtidigt som vi främjar vår egen tillväxt och konkurrenskraft. Vår satsning på en dravförbränningsanläggning i Grängesberg är ett tydligt exempel på detta, där vi återvinner vår biologiska restprodukt från öltillverkningen till klimatsmart bioenergi (mer om satsningen på nästa uppslag).

Fler exempel:

- Sedan flera år tillbaka renar vi vårt avloppsvatten vid våra anläggningar. Ur den processen bildas biogas som vi använder för uppvärmningen av våra lokaler.
- Vi planerar att investera i egen kolsyreåtervinning, vilket innebär att vi kommer att återanvända den kolsyra som uppstår i samband med öljäsningen.
- Vi köper all el vi använder från förnyelsebara källor.
- Vi satsar på förnyelsebara drivmedel för våra varutransporter. För närvarande går hälften av alla distributionsbilar på 100 procent rapsolja.
- Våra PET-flaskor består av 50 procent av återvunnen plast och burkarna består av 100 procent återvunnen aluminium. Totalt sett insamlas ca 90 procent av våra burkar och PET-flaskor.
- Vårt produktionsavfall (glaskross, trä, papper och plast) återvinns till 99 procent.

Förbättringar inom alla områden

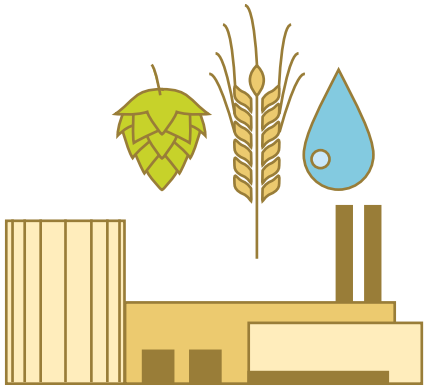
Spendrups påverkar den yttre miljön huvudsakligen genom utsläpp av syreförbrukande ämnen till vatten samt utsläpp av kväveoxid och koldioxid till luft. Vår klimatpåverkan härstammar främst från direkta utsläpp av koldioxid från bryggeriernas oljepannor samt indirekta från lastbilar för in- och utleveranser av insatsvaror och färdiga produkter.

Under 2014 minskade Spendrups totala miljöbelastning från verksamheten kraftigt. Vår miljöprestanda, mätt i såväl absoluta tal som per producerad enhet, har förbättrats inom alla områden. Aldrig tidigare har företaget haft så lite utsläpp i förhållande till produktionsvolymen. Orsaken är i huvudsak målmedvetna satsningar och betydande effektivitetsvinster i samband med nedläggning av Vårbybryggeriet och koncentration av produktionen till Grängesberg. Även ökade produktionsvolymer har bidragit till förbättrade nyckeltal per liter dryck.

Efter oljeförbrukningen i produktionen kommer största delen av Spendrups klimatpåverkan från transporter. 2014 ökade andelen biodiesel från 45 procent till drygt 50 procent och koldioxidutsläpp per liter levererad dryck har minskat med 20 procent. Tack vare vår effektiva biogasreaktor minskade avloppsbelastningen dramatiskt under året. (se alla miljönyckeltal på sid 13).

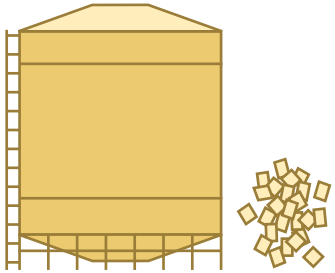


Cirkulär affärsmodell



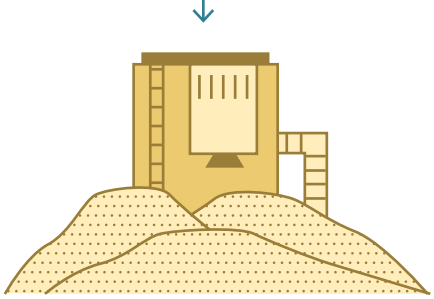
1. Av öl är du kommen

Drav är en restprodukt från ölbryggningen. För att brygga öl använder vi malt, humle, jäst och vatten. När just malten är färdiganvänd i processen transporteras den till silos och har nu även bytt namn till drav.



2. Drav blir till pellets

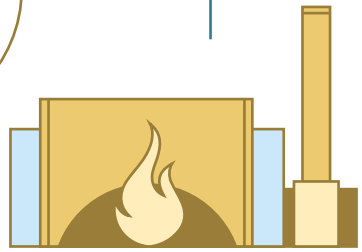
Draven torkas och från silos blåses draven in i torkhallen där den görs om till pellets och transporteras vidare till ytterligare en lagringssilo.



3. Kvarn skapar pulver

Från lagringssilon tas sedan draven in till en kvarn som maler ner den till ett fint pulver som sedan kan eldas i pannan.

Minskat oljeinköp: 3 500 000 liter olja per år.

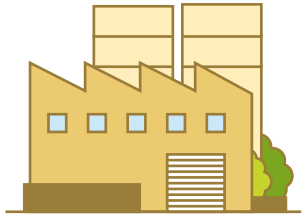


4. Eld blir energi

Från kvarnen transporteras pulvret till en behållare och därifrån doseras bränslet till brännaren i den mängd som svarar mot aktuellt effekt- och energibehov.

5. Tillbaka till bryggproceessen

Energin som skapas av brännaren skickas tillbaka till fabriken och används under bryggningsprocessen. Vilket i sig ger mer drav att förbränna!



Spendrups

Vår cirkulära energiförsörjning där våra egna biologiska restprodukter omvandlas till bioenergi.

Årlig minskning av koldioxidutsläpp: 10 000 ton/år, vilket motsvarar 80% minskning/liter dryck.
Ekonomisk besparing: 24 miljoner kr/år.



Gunnar Svensson

Varuförsörjningsdirektör

Hur ser er övergripande vision ut inom miljöområdet?

– Spendrups ska vara branschens bästa bolag inom hållbarhetsområdet. Vi eftersträvar en fossilfri och klimatneutral produktion – och en optimal resurshushållning i hela värdekedjan. Satsningen på bioenergianläggningen i Grängesberg är ett bra exempel på en cirkulär affärsmodell som omsatts i praktiken - där restprodukter tas tillvara och återförs till kretsloppet, samtidigt som detta leder till kostnads- och effektivitetsvinster.

Vad har ni gjort under 2014?

– Alla våra miljönyckeltal har förbättrats. Vi har bland annat sett till att koldioxidutsläppen har minskat kraftigt både när det gäller från produktion och kundleveranser.

Hur ser era närmaste mål ut?

– Hela vår affärsidé bygger på resurser från naturen; korn, vete, vatten etc. Det innebär att vi har ett stort ansvar för att se till att så mycket som möjligt av det vi producerar också kan återanvändas. Under 2014–16 räknar vi med att kunna fortsätta minska koldioxidutsläppen från produktionen med 80 procent. Även när det gäller energieffektivitet, avloppsbelastning och vattenanvändning räknar vi med fortsatta förbättringar.

CASE: *Klimatsmart bryggeri*

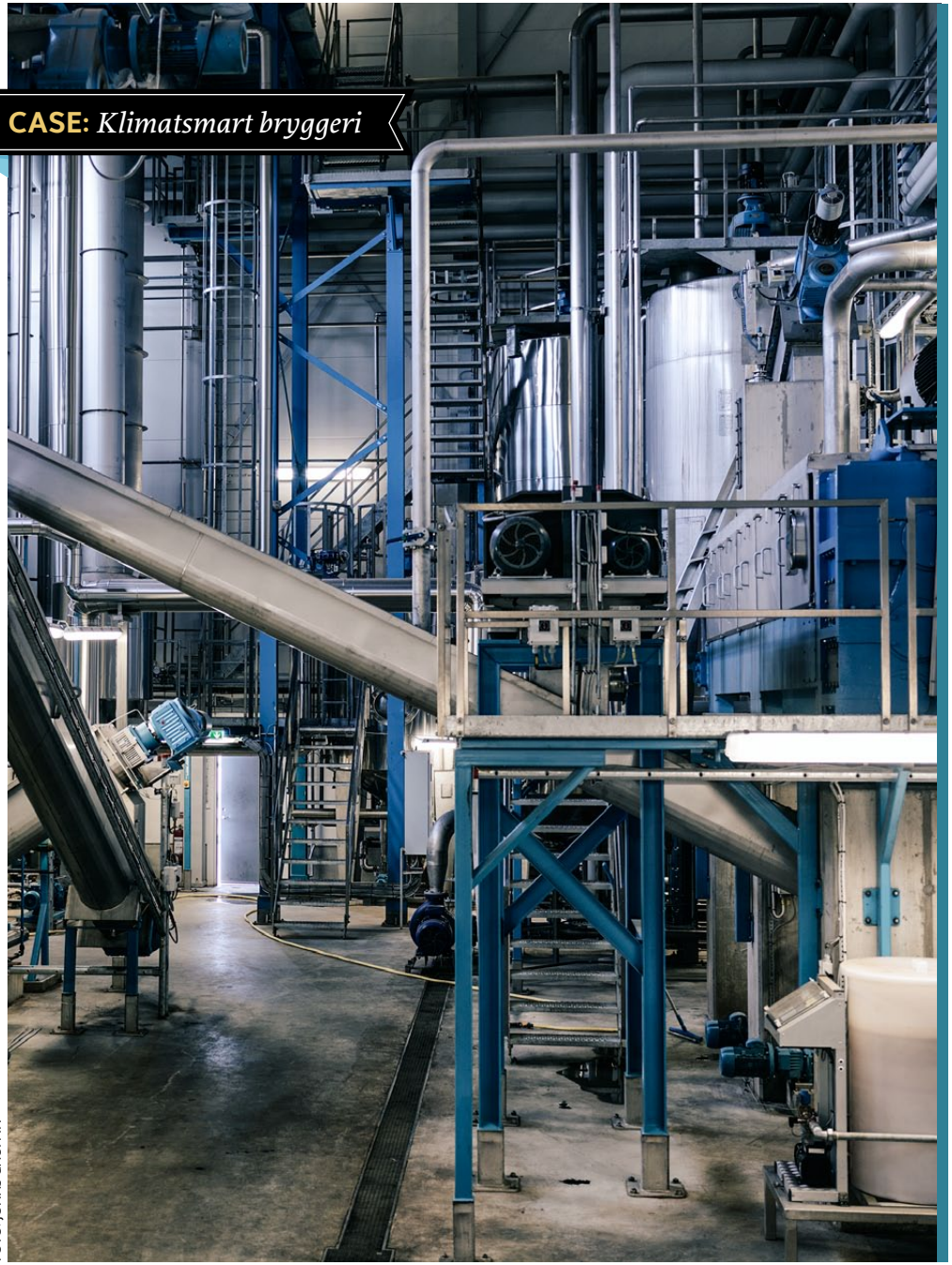


FOTO: JONAS GAUFFIN

SVERIGES STÖRSTA KLIMATSMARTA BRYGGERI

Den nya biobränsleanläggningen i Grängesberg gör Spendrups självförsörjande på bioenergi och näst intill oljeoberoende. Anläggningen är unik i Sverige och en av de första i världen.

UNDER DEN SENASTE 10-årsperioden har Spendrups minskat sina koldioxidutsläpp med 50 procent per liter producerad dryck. För perioden 2014–2016 räknar vi med att ha minskat koldioxidutsläppen med ytterligare 80 procent.

Bryggeriet i Grängesberg är i dag ett av Europas modernaste och mest klimatsmarta. Under de senaste tre åren har Spendrups investerat 1,4 miljarder kronor i Grängesberg. En av satsningarna utgörs av en dravförbränningsanläggning (som invigdes i februari 2015). Genom att använda en förnyelsebar restprodukt som drav blir Spendrups i princip självförsörjande på bioenergi. Det ligger helt i linje med visionen om en produktion fri från fossil koldioxid. Satsningen på dravanläggningen är också ett bevis på att en klimatåtgärd kan kostnadseffektivisera produktionen.

Spendrups förbränning av drav kommer att stå för cirka hälften av bryggeriets energibehov. 30 000 ton drav per år förvandlas till pellets som bränns och ger energi motsvarande 3,5 miljoner liter brännolja. Totalt räknar vi med att den nya anläggningen i Grängesberg ska minska våra CO_2-utsläpp med över 80 procent per liter dryck (jämfört med 2013), eller cirka 10 000 ton CO_2 per år. Det motsvarar 110 000 bilresor mellan Stockholm och Göteborg.

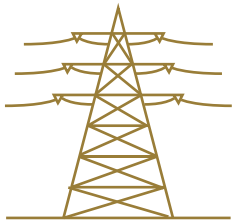
– Den skräddarsydda anläggningen är utvecklad i samarbete med ledande experter och leverantörer. Målet för satsningen har varit att radikalt minska Spendrups klimatpåverkan, säger Gunnar Svensson, varuförsörjningsdirektör på Spendrups.

Satsningen på bioenergianläggningen i Grängesberg är ett bra exempel på en cirkulär affärsmodell som omsatts i praktiken - där restprodukter tas tillvara och återförs till kretsloppet, samtidigt som detta leder till kostnads- och effektivitetsvinster.

– Hela vår affärsidé bygger på resurser från naturen. Det innebär att vi har ett stort ansvar för att se till att så mycket av det vi producerar också kan återanvändas, säger Gunnar Svensson.

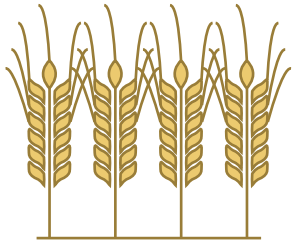
Kort om drav

Drav utgör huvuddelen av Spendrups restprodukter. Varje år producerar Spendrups cirka 160 miljoner liter öl, vilket innebär drav-restprodukter på cirka 30 000 ton per år. Spendrups är först i Sverige med att ta till vara på sitt drav och förädla det till eget biobränsle. Draven är helt organisk och består i huvudsak av kornmalt.



Energianvändning i produktion (MWh)

Total	**87 515**
FÖRNYELSEBAR ENERGI	
El	50 787
Biogas	783
Fjärrvärme (delvis)	1 433
ICKE-FÖRNYELSEBAR ENERGI	
Olja	52 912
SÅLD ENERGI	
Såld energi	-18 400



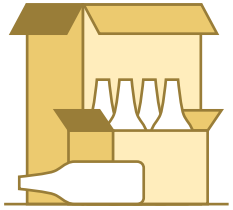
Livsmedelsråvaror & ingredienser (ton)

FÖRNYELSEBARA MATERIAL	
Total	**54 573**



Processmaterial och kemikalier (ton)

ICKE-FÖRNYELSEBARA MATERIAL	
Total	**1 420**



Förpacknings-material (ton)

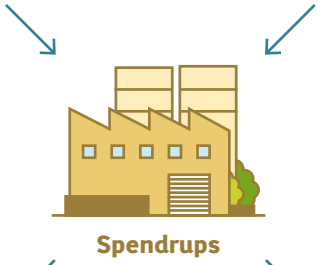
Total	**34 167**
FÖRNYELSEBARA MATERIAL	
Papp, wellpapp, etc.	2 381
ICKE-FÖRNYELSEBARA MATERIAL	
Glas	18 456
PET	6 176
Plast	1 745
Metall	5 319
Övrigt	90



Vattenanvändning (m^3)

Total	**1 251 103**
Kommunalt	1 099 694
Egna källor	151 409

Spendrups energi- och materialbalans visar hur koncernens inköp av råvaror, förpackningar, energi och vatten används till att producera och leverera drycker till våra kunder.



Spendrups



Transporter (ton CO_2)

Total	**15 690**
Kundtransporter	8 415
Intransporter av gods	5 333
Interna transporter	760
Tjänstebil	734
Företagsbil	448



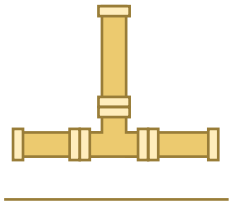
Tillverkade produkter (l)

Total	**398 925 899**
Öl	180 252 538
Läsk/stilldrink/cider	119 204 619
Vatten	99 319 109
Övrigt	149 633



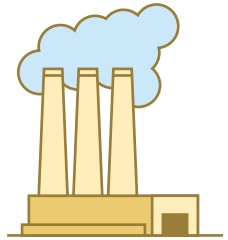
Restprodukter och avfall (ton)

Total	**47 332**
Drav för biogasframställning	36 800
Avfall till återvinning	9 354
Avfall till energiutvinning	956
Avfall till deponi	180
Farligt avfall	42



Avlopp

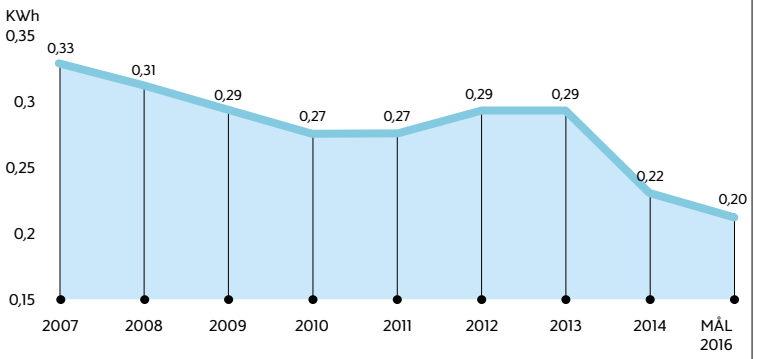
Volym (m^3)	**804 520**
COD (ton)	1 295
BOD (ton)	591



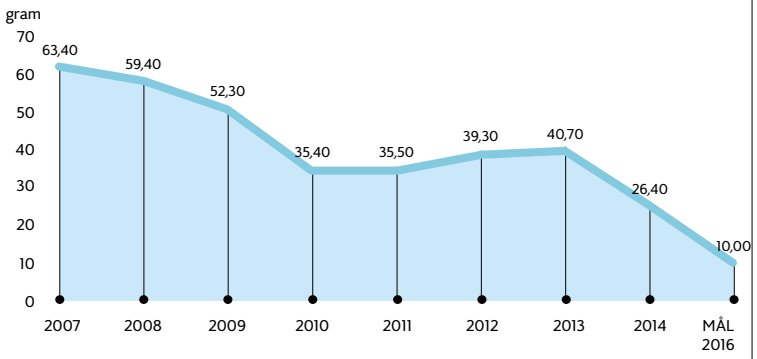
CO_2-utsläpp från produktion (ton)

Total	**10 532**
Oljepannor	14 792
El	0
Fjärrvärme	33
Såld energi	-4 293

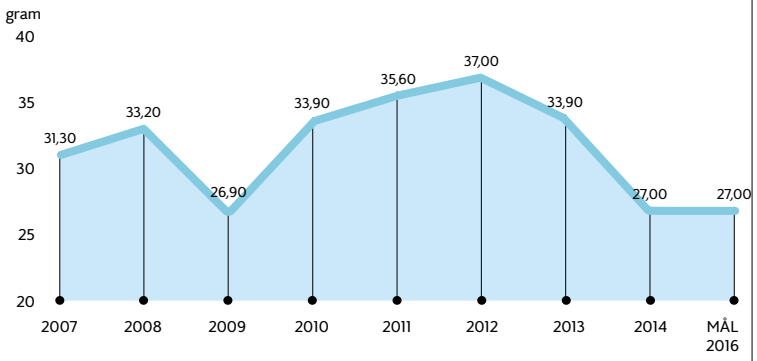
1. Energianvändning i produktionen per liter dryck



2. Koldioxidutsläpp i produktionen per liter dryck



3. Koldioxidutsläpp från kundleverans (gram) per liter distribuerad dryck



Under 2014 minskade den totala miljöbelastningen från verksamheten kraftigt. Förbättringen beror i huvudsak på effektivitetsvinster i samband med nedläggningen av Vårbybryggeriet och koncentration av produktionen till Grängesberg. Den förbättrade miljöprestandan 2014 har inneburit att vi har skärpt våra utsläppsmål inom flera områden.

1. Energianvändning i produktionen minskade med 24%.

2. Koldioxidutsläpp från produktionen minskade med 35%.

3. Koldioxidutsläpp från kundleveranserna minskade med 20%.

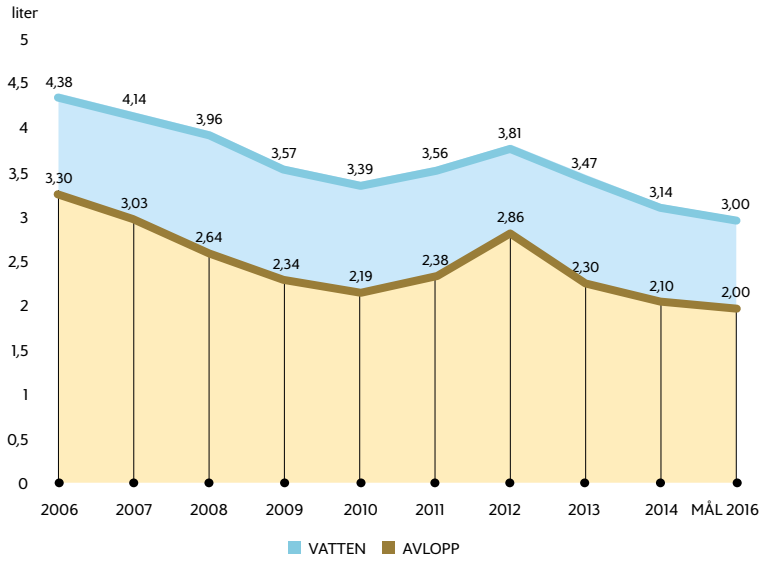
4. Vattenförbrukningen minskade med 10% och avloppsvolymerna med 9%.

5. Avloppsbelastningen i form av COD och BOD minskade med 40% respektive 55%.

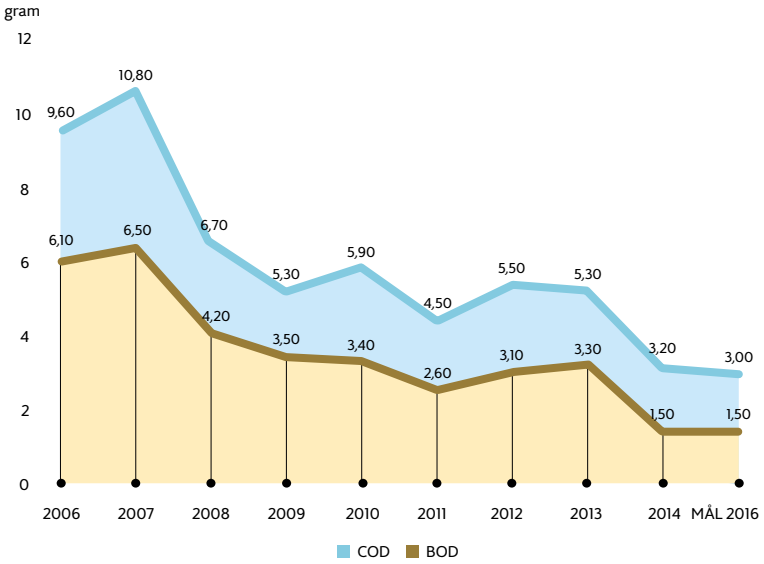
Total energianvändning och utsläpp

	Förbrukning (MWh)	Utsläpp (ton CO_2)
FÖRNYELSEBAR ENERGI		
El(vattenkraft)	50 787	0
Biogas	783	0
Biogas som drivmedel	40	0
Fjärrvärme(delvis förnyelsebar)	1 433	33
ICKE-FÖRNYELSEBAR ENERGI		
Olja	52 912	14 792
Diesel MK1	4 397	1 125
Bensin	222	57
SÅLD ENERGI		
Såld energi	-18 400	-4 293
Totalt	**92 174**	**11 714**

4. Vattenförbrukning och avloppsvolymer per liter producerad dryck



5. Avloppsbelastning COD och BOD per liter producerad dryck





Del tre

MARKNAD

Nyckeltal

86%

ÖKAD FÖRSÄLJNING AV EKOLOGISKA VINER SEDAN FÖREGÅENDE ÅR

410 600 000

SÅ MÅNGA LITER DRYCK SÅLDES UNDER 2014. AV DESSA VAR 44% ÖL, 29% LÄSK/STILLDRINK/CIDER, 23% VATTEN, 4% ÖVRIGT

30%

SPENDRUPS ANDELAR AV ÖLMARKNADEN

ETT BRYGGERI I VÄRLDSKLASS

Spendrups vision är att vara ett bryggeri i världsklass. Det är en målsättning som ställer stora krav på oss. För att lyckas med det måste vi tillfredsställa våra intressenters förväntningar både när det gäller våra drycker och hur vi som företag agerar ansvarsfullt.

SPENDRUPS VERKSAMHET är i huvudsak tillverkning och försäljning av öl, vatten, läsk, vin och cider till konsumenter i Sverige. Tillverkningen sker främst i Sverige och verksamheten är fördelad på fyra bolag:

- ***Spendrups Bryggeri AB*** ägnar sig framför allt åt tillverkning av våra egna varumärken Spendrups, Mariestads, Norrlands Guld och Loka. Utöver detta licenstillverkar vi även Heineken och Schweppes för den svenska marknaden. Vi bedriver även en omfattande import av öl från andra länder med ölmärken såsom Murphys, Cruzcampo, Coors och Paulaner.
- ***Hellefors Bryggeri AB*** inriktar sin verksamhet på produktion av dagligvaruhandelns egna märkesvaror (EMW). Vi producerar bland annat öl, vatten, läsk och stilldrink till de största dagligvarukedjorna i Sverige.
- ***Gotlands Bryggeri AB*** utvecklar ölbrygder av olika slag och fokuserar på hantverksöl och specialdrycker.
- ***Spring Wine & Spirit*** bedriver importverksamhet från alla större vinländer och representerar ett 70-tal vinproducenter. Bland producenterna finns såväl internationellt kända producenter som små familjeägda gårdar.

Stärkt ekonomiskt resultat

En stark position på marknaden i kombination med en kostnadseffektiv verksamhet är en förutsättning för att vi ska upprätthålla en god ekonomisk lönsamhet över tid. 2014 fördubblades vårt resultat före skatt. Det förbättrade resultatet beror dels på effektivitetsvinster i produktionen och dels på ökade försäljningsvolymer.

Under 2014 ökade den svenska marknaden för bryggeriprodukter med 1,6 procent. Spendrups marknadsandelar uppgick under 2014 till 30 procent av ölmarknaden, 41 procent av vattenmarknaden och 17 procent av läskmarknaden. Våra importerade viner utgjorde drygt 20 procent av restaurangmarknaden.

Sustainable Brand Index

Sustainable Brand Index är nordens största varumärkesundersökning om hållbarhet där över 27000 konsumenter svarat på frågor om hållbara varumärken. I den senaste undersökningen var Spendrups återigen bäst i klassen bland bryggeriföretagen.

Kundundersökningar

Varje år utför vi kundundersökningar som ger svar på hur våra kunder uppfattar oss som företag, vårt sortiment samt våra drycker. Vi deltar sedan några år i den årliga Butiksbarometern, som mäter butikernas attityder gentemot olika dagligvaruleverantörer och deras personal. Kunderna värderar vår prestation utifrån en mängd olika parametrar, bland annat hur vårt marknads- och säljprogram fungerar, hur vårt sortiment presterar och hur vi som leverantör bidrar till butikens lönsamhet. Sedan 2014 deltar vi även i Kedjebarometern, en liknande undersökning, men som mäter attityderna till leverantörerna hos de centrala funktionerna inom kedjorna (till exempel inköpare). Undersökningen fokuserar på viktiga utvecklingsområden, baserat på vad kunderna prioriterar i sin egen verksamhet. Spendrups har stärkt sitt resultat väsentligt i de undersökningar man deltagit i de senaste tre åren, både i butik och centralt hos kedjorna. Undersökningarna visar tydligt att de initiativ vi tagit för att förändra dryckeskategorin, uppskattas av våra kunder.

Alkohol förpliktigar till ansvarstagande

Alkohol är en produkt som förpliktigar till ett ansvarsfullt agerande för att vi ska förtjäna våra kunders och leverantörers förtroende. Spendrups vill att alkoholhaltiga drycker ska vara en njutningsupplevelse, men njutas med ansvar. Det är därför viktigt att alkohol inte nyttjas av minderåriga och vi tillämpar branschens rekommendationer kring marknadsföring. Det innebär att vi inte riktar marknadsaktiviteter av alkoholhaltiga drycker till personer under 25 år.

Vi tar även avstånd från all illegal försäljning och alkoholförtäring i samband med bilkörning.

Samma ansvar som vi visar mot konsumenter strävar vi efter i förhållande till myndigheter, ▸



Leif Börjesson
Marknadsdirektör

Hur ser er övergripande vision ut inom ditt område?
– Från min horisont är den absolut viktigaste visionen att vara helt klimatneutrala i vår produktion så snart som det bara är möjligt. Det skulle göra oss helt unika i branschen. Det är viktigt för oss på alla plan, inte minst ur ett marknadsföringsperspektiv.

Det viktigaste ni gjort under 2014?
– Vår förstärkta satsning och ambition att producera fantastiska ekologiska öl. Rent konkret var Norrland Gulds ekologiska öl till Way Out West-festivalen en positiv och viktig lansering. Även Pistonhead Kustom Lagers exempellösa tillväxt på Systembolaget under 2014 var en stor seger för ekologisk öl – den är numera den största ekologiska ölen på Systembolaget. Under året utvecklade vi också Mariestads Dunkel som också är ekologisk produkt, samt Norrlands Guld Ljus som blev ekologisk under början av 2015.

Hur ser era närmaste mål ut?
– Att en växande andel av vår totala försäljning av primärt öl är ekologisk. Vi ska helt enkelt fortsätta en resa vi påbörjat.

leverantörer, affärspartners och konkurrenter. Samtliga kontakter måste ske med professionalism, respekt och ärlighet.

De avdelningar som främst berörs av affärsetiska risker som korruption och bestickning är säljpersonal, marknadsförare och inköpare. Medarbetare på dessa avdelningar har fått riktad information och utbildning om Spendrups affärsetiska riktlinjer samt regler om konkurrenshämmande aktiviteter, antikorruption och marknadsföring.

Säkra produkter skyddar konsumenten

Vårt viktigaste löfte till våra konsumenter är att de alltid ska kunna lita på att våra produkter är säkra att förtära. Alla våra anläggningar är certifierade enligt internationella standarder för styrning av livsmedelsäkerhet, kvalitet och hygien. Våra egenproducerade produkter utvärderas enligt HACCP-principer (Hazard Analysis & Critical Control Points). Det innebär riskbedömningar av alla råvaror och förpackningsmaterial, hela vägen från produktionsprocess till konsumenternas hantering.

Vi har en löpande dialog med våra kunder och konsumenter. Kontakten med kunder och konsumenter hjälper oss att förbättra våra interna system och processer och ersätta konsumenter för produkter som inte uppfyller förväntningarna. Vi för statistik över alla inkomna reklamationer och använder informationen för att systematiskt och målmedvetet förbättra vår verksamhet. Resultatet följs upp av koncernledningen och vi ser en nedåtgående trend över åren.

Goda råvaror för rena produkter

En annan del av livsmedelssäkerheten är att vi använder rena och naturliga ämnen. Vi tillämpar de tyska renhetslagarna, Reinheitsgebot, på våra egentillverkade ölmärken. Det innebär att endast vatten, malt, humle och jäst får användas. Aromer, omältat korn eller konserveringsmedel får inte användas. Denna ”renlighetsprincip” präglar även produktionen av våra övriga produkter. Vid tillverkning av läsk och vatten är målet att helt undvika icke-naturliga aromer och färgämnen. För närvarande är 80 procent av vår läsk- och vattentillverkning producerad med endast naturliga smak- och färgämnen. Inga av våra råvaror och ingredienser innehåller några genmodifierade organismer (GMO).

En annan viktig aspekt på konsumenthälsa är överkonsumtion av socker. Vi förordar måttlighet vad gäller läskkonsumtion och driver vår produktutveckling i riktning mot lägre sockerhalt. Vi utvecklar även sockerfria drycker, däribland smaksatt Loka, som ett mer hälsosamt alternativ till läsk.

Våra aluminiumburkar innehåller låga halter Bisfenol A. Detta ämne har varit föremål för diskussioner och har nyligen riskbedömts av EU:s livsmedelsmyndighet. Slutsatsen är att de halter som konsumenten får i sig via maten inte utgör någon risk för hälsan. Det gäller alla åldersgrupper, även foster. Spendrups följer dock utvecklingen av alternativa förpackningslösningar.

Leverantörer och affärspartners ansvar

Spendrups arbetar med ett stort antal leverantörer och affärspartners. En del av dessa har stor påverkan på vår kvalitet och på våra miljömässiga och etiska åtaganden. Våra relationer med leverantörer och andra affärspartners karaktäriseras av professionalism, respekt och ärlighet. Vi upprätthåller strikta affärsrelationer för att undvika misstanke om oegentligheter och säkerställer att inga obehöriga kan ta del av konfidentiella uppgifter som vi får från leverantörer eller andra samarbetspartners. Vi accepterar inga samarbeten med aktörer där vi har anledning att misstänka att olagligheter eller kränkning av grundläggande mänskliga rättigheter förekommer. Vi förväntar oss att våra samarbetspartners verkar för att deras affärspartners tar miljömässigt och socialt ansvar.

Utvärderingar

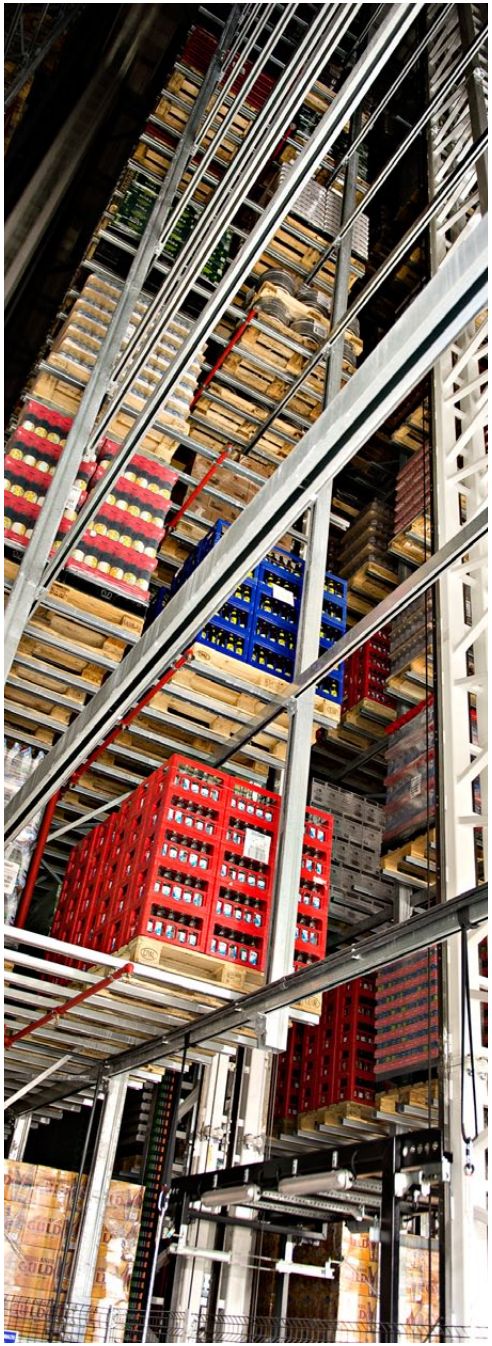
Spendrups vill ha de bästa leverantörerna och vi säkerställer detta genom att granska prioriterade leverantörer vid inköps- och investeringsbeslut. Vi kräver bland annat att våra leverantörer ska agera enligt Global Compacts principer, vilket bland annat innebär att de respekterar FN:s deklaration för mänskliga rättigheter, FN:s barnkonvention och ILO:s riktlinjer för rättigheter i arbetet. Under 2014 var 90 procent av våra 240 mest prioriterade leverantörer bedömda. Ambitionen är att utvärdera alla våra leverantörer ur ett hållbarhetsperspektiv.

Förpackningar – resurssmart utnyttjande av restprodukter

Förpackningen av våra drycker har ofta större miljöpåverkan än själva drycken i sig. Genom livscykelanalyser bedömer vi skillnaden mellan olika val av förpackningar för att hitta potential till förbättring. En sådan analys av IVL Svenska Miljöinstitutet har visat att det inte är materialet i förpackningen som är avgörande utan huruvida förpackningen återvinns eller inte.

Spendrups har under de senaste åren satsat på en övergång från returglas till PET-flaskor. PET-flaskan är lätt och tålig samt återförslutnings- och återvinningsbar. Ett omfattande arbete att minska PET-flaskornas miljöpåverkan har i dag resulterat i ny teknik som möjliggör ytterligare inblandning av återvunnet material. Numera består alla PET-flaskor till 50 procent av återvunnen plast. Flaskornas vikt har också under senare år minskat markant. Sammantaget innebär detta en minskning av nyutvunnen plast på 2 500 ton årligen.

Konsumenter har en viktig roll i återvinningen av förpackningar. Som medlem i branschorganisationen Sveriges Bryggerier är Spendrups delägare i Returpack och Svensk Glasåtervinning som ansvarar för pantsystemen av dryckesförpackningar. Svenska konsumenter är bland de bästa i världen på återvinning med cirka 1,5 miljarder pantade burkar och flaskor varje år. 90 procent av alla aluminiumburkar, mellan 80 och 90 procent av PET-flaskor och 90 procent av returglasen återvinns. Det återvunna materialet används till nya förpackningar, vilket minskar användningen av såväl råmaterial som energi. ●



TREND: *Ekologiskt*

EKOTRENDEN VÄXER SIG ALLT STARKARE

Efterfrågan på ekologisk mat och dryck ökar över hela världen. När det gäller öl har dock utvecklingen gått långsamt. Men en förändring är på gång. Och som en av de ledande aktörerna vill Spendrups ta aktiv del i utvecklingen.

SYSTEMBOLAGET HAR SATT ett mål att 10 procent av den totala försäljningen ska vara ekologisk år 2020. Vin står redan i dag för 11 procent, medan ekologisk öl endast ligger på 1,7 procent.

Leif Börjesson, marknadsdirektör på Spendrups, tror att det delvis hänger ihop med att mikrobryggeritrenden varit betydligt starkare än ekotrenden på ölsidan.

– En annan förklaring är den begränsade tillgången på ekologisk malt och dess kvalitet, säger han.

Till festivalen Way Out West 2014 lanserade Norrlands Guld ett ekologiskt öl i PET-flaska. Det var första gången som den öl som serverades vid en stor musikfestival var ekologisk. Norrlands Guld Ekologisk innehåller endast rena och naturliga ämnen; malt, humle och vatten.

Under 2014 hade Spendrups fyra ekologiska öl i sitt sortiment: Spendrups Premium Lager EKO, Spendrups Bistro Lager, Pistonhead Kustom Lager och Hale to Nothing. Försäljningsvolymen ökade med 21 procent under fjolåret. Under 2015 kommer vi att lansera ytterligare flera ekologiska öl.

SPENDRUPS HADE FYRA EKOLOGISKA ÖL OCH ETT TRETTIOTAL EKOLOGISKA VINER I SITT SORTIMENT 2014. UNDER 2015 KOMMER VI ATT LANSERA FLER EKOLOGISKA DRYCKER.

– Vår största utmaning ligger i att hitta rätt råvaror för att kunna få samma bredd och smakupplevelse som för vårt övriga sortiment, men i och med att efterfrågan på ekologisk öl ökar så ökar även utbudet på ekologiska råvaror, säger Richard Bengtsson, chefbryggmästare på Spendrups.

När det gäller ekologiska viner har Spendrups ett 30-tal i sitt sortiment. En ökad efterfrågan märks bland annat på Fair Trade-certifierade viner, där det finns en social aspekt med fokus på bra arbetsmiljö och arbetsrättsliga frågor. Försäljningen av Spendrups ekologiska viner uppgår till 7,9 procent av den totala vinförsäljningen. ●



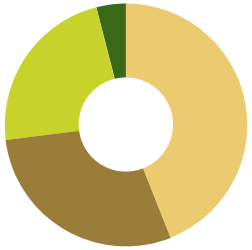
Koncernöversikt de senaste fem åren

Koncernöversikt fem år (MSEK)	2014	2013	2012	2011	2010
Intäkter före avdrag	4 426	4 072	3 958	4 008	483
Intäkter	3 264	3 057	2 967	3 003	3 086
Rörelseresultat	257	152	96	157	185
Resultat före skatt	215	107	77	130	159
Balansomslutning	2 982	2 769	2 599	2 237	2 218
Soliditet	35 %	32 %	31 %	33 %	34 %
Medelantal anställda	893	914	990	986	972

Fördelat ekonomiskt värde 2014



Försäljningsvolymer



ÖL 44 % 181,8 miljoner liter
LÄSK/STILLDRINK/CIDER 29 % 120,9 miljoner liter
VATTEN 23 % 95,2 miljoner liter
ÖVRIGT 4 % 12,7 miljoner liter
TOTALT 410,6 miljoner liter

Marknadsandelar

17 % Läsk

41 % Vatten

30 % Öl

20 % Vin (restaurangmarknaden)

Koncernens resultat:

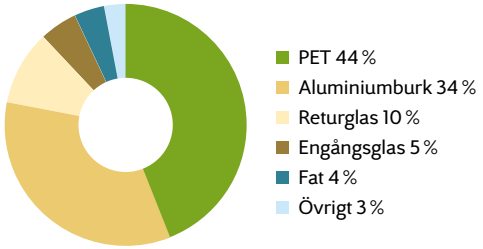
Årets resultat före skatt uppgick till 215 MSEK (107 MSEK). Ökningen beror dels på effektivitetsvinster i produktionen och dels på ökad försäljning samt en positiv kundmix-förskjutning och den lyckade Loka Crush lanseringen på dagligvaru- och servicehandeln.

Försäljning och marknadsandelar:
Vattenförsäljningen ökade med 3,2 procent vilket innebar 41 procentandelar (42) av vattenmarknaden.

Ölförsäljning i Sverige ökade med 5 procent vilket gav 30 procentandelar (29) av ölmarknaden.

Läskförsäljningen var på samma nivå som 2013. Dock med en mix förskjutning till varumärkenas förde, bland annat genom Loka Crush lanseringen.

Fördening förpackningsslag av sålda volymer %



Ekologiska produkter

32 Antal ekologiska viner

7,9% Andel av försäljningen

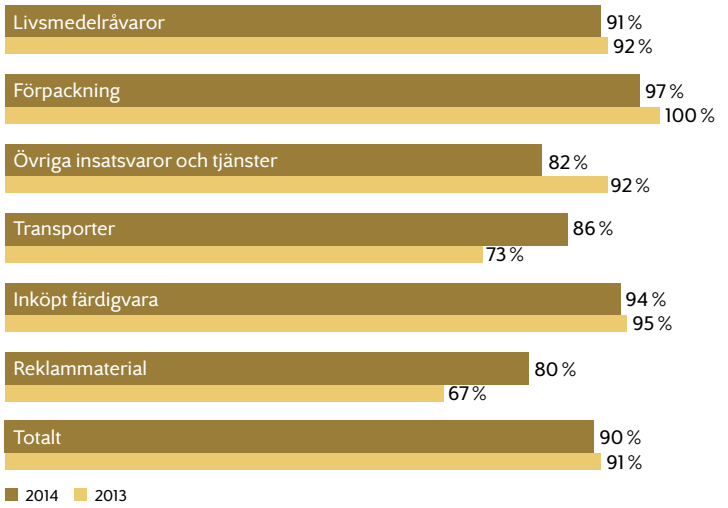
86% Volymökning jämfört med föregående år

4 Antal ekologiska öl

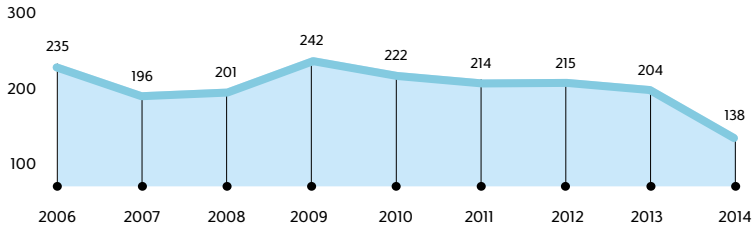
1% Andel av försäljningen

21% Volymökning jämfört med föregående år

Andel hållbarhetsbedömda leverantörer



Antalet reklamationer per 100 miljoner förpackningar





Del fyra

SAMHÄLLE

ENGAGEMANG I LOKALA SAMHÄLLET – EN STRATEGISK FRÅGA

Spendrups vill bidra till ett välmående samhälle. Det gör vi både för att vi tror att vår verksamhet mår bättre om våra verksamhetsorter blomstrar och för att vi vill ta ett ansvar för samhället vi verkar i. Vi prioriterar stöd och aktiviteter som stimulerar ett positivt samhällsklimat på de orter där vi bedriver betydande verksamhet. Vi har ett särskilt fokus på ungdomsverksamhet och god dryckeskultur.

ETT FÖRETAG VERKAR alltid i ett sammanhang där företagets verksamhet påverkar samhället och samhällets välmående påverkar företagets möjlighet till framgång. På våra verksamhetsorter är vårt engagemang i lokalsamhället en strategisk fråga eftersom det är en viktig del i att säkra kompetenta medarbetare som vill stanna kvar inom företaget. Våra andra engagemang handlar om att ge ett positivt bidrag till samhället genom att satsa på ungdomar och motverka en osund alkoholkonsumtion. Utöver detta kan vi samverka med andra aktörer i syfte att främja en positiv samhällsutveckling i en vidare bemärkelse. Detta sker genom finansiellt stöd till välgörande ändamål, egna aktiviteter eller genom sponsringsåtaganden.

Vi arbetar för ett levande lokalsamhälle

Spendrups spelar en betydande roll för samhällsutvecklingen i Dalarna och Bergslagen generellt och i Grängesberg och Hällefors i synnerhet. Genom vår expansion av produktionsanläggningen i Grängesberg har vi blivit den största arbetsgivaren på orten och vi engagerar oss mycket i lokalsamhället. Utbyggnaden av anläggningen i Grängesberg invigdes 2013 av Dalarnas Landshövding Maria Norrfalk och vi är numera ett toppmodernt bryggeri i världsklass. Den nya anläggningen i Grängesberg har även inneburit att vi stärkt vår närvaro i Dalarna. Vi vill bidra ▶



GRÄNGESBERG
SPENDRUPS ÄR IDAG DEN STÖRSTA ARBETSGIVAREN PÅ ORTEN.

till utvecklingen av näringslivet i Dalarna och till att göra regionen mer attraktiv. Vi gör detta bland annat genom att prioritera lokala leverantörer när det är möjligt vid inköp av varor och tjänster. Vi bidrar även till att stärka näringslivet genom att samarbeta med andra organisationer och myndigheter. Vi samarbetar bland annat med Samarkand 2015, ett utvecklingsbolag som arbetar med att utveckla regionen. Samarkand verkar för att attrahera och behålla kvalificerad arbetskraft, genom att erbjuda bland annat inflyttarservice, utbildningsmöjligheter och mötesplatser mellan näringsliv och arbetssökanden. Vi deltar även i ett forum för personalchefer i Dalaföretag med syfte att utbyta information om våra respektive personalbehov och för att åstadkomma samverkan. Även om vi tävlar om arbetskraften, tror vi att Spendrups har mycket att vinna på att hjälpa till att lyfta hela regionens attraktionskraft på arbetsmarknaden.

Målmedvetna satsningar på ungdomars utvecklingsmöjligheter

Spendrups är grundat på entreprenörskap och det är därför självklart för oss att stödja entreprenörskap bland ungdomar. För sjunde året i rad har Familjen Spendrup under 2014 delat ut ett stipendium för Ung Företagsamhet. Syftet är att uppmuntra och stärka unga företagare som visat prov på god affärsmässighet och utmärkande entreprenörsegenskaper. 2014 gick stipendiet till UF-företaget eLOTS, ett företag som startades för att utbilda framförallt seniorer i hur man använder internet/teknik.

På de orter där vi bedriver verksamhet stödjer vi föreningsliv och fritidsaktiviteter, framförallt kopplat till ungdomar. Syftet är att skapa ett socialt sammanhang som har betydelse för lokalsamhället och som kan vara till nytta för våra medarbetare och deras familjer.

Ytterligare exempel på vårt engagemang är vårt samarbete med Fryshuset. Fryshuset driver alkohol- och drogfria aktiviteter bl.a inom idrott, kultur och antivåldsfrågor. Vårt samarbete med Fryshuset handlar om att stödja Riksnätverket för Nattvandrare i Sverige. De senaste åren har vi även ökat vårt långsiktiga engagemang i Maskrosbarn, en ideell organisation som stödjer ungdomar som har föräldrar med missbruk eller psykisk ohälsa.

Vi vill främja en god dryckeskultur

Vi försöker även främja en god dryckeskultur genom att bedriva en ansvarsfull marknadsföring som inte riktar sig till minderåriga. Vi stödjer även initiativ som syftar till att förebygga skadeverkningarna av en osund alkoholkonsumtion. ”Prata om alkohol” är ett initiativ av Sveriges Bryggerier och bygger på ett material för samtalsbaserad undervisning med syfte att lära ungdomar att motstå social press och grupptryck och säga nej till alkohol.

För Spendrups handlar en god dryckeskultur om att njuta rätt dryck till rätt tillbehör och om att njuta alkoholhaltiga drycker med ansvar. Vi har ett gediget engagemang och intresse inom området. Därför vill vi bidra till den svenska matkulturen genom att vara en av huvudsponsorerna till Årets Kock. Vår förhoppning med samarbetet är att framhålla dryckens självklara och positiva del av matupplevelsen och att skapa utrymme för utbyte av kunskap och utveckling av våra produkter. ●

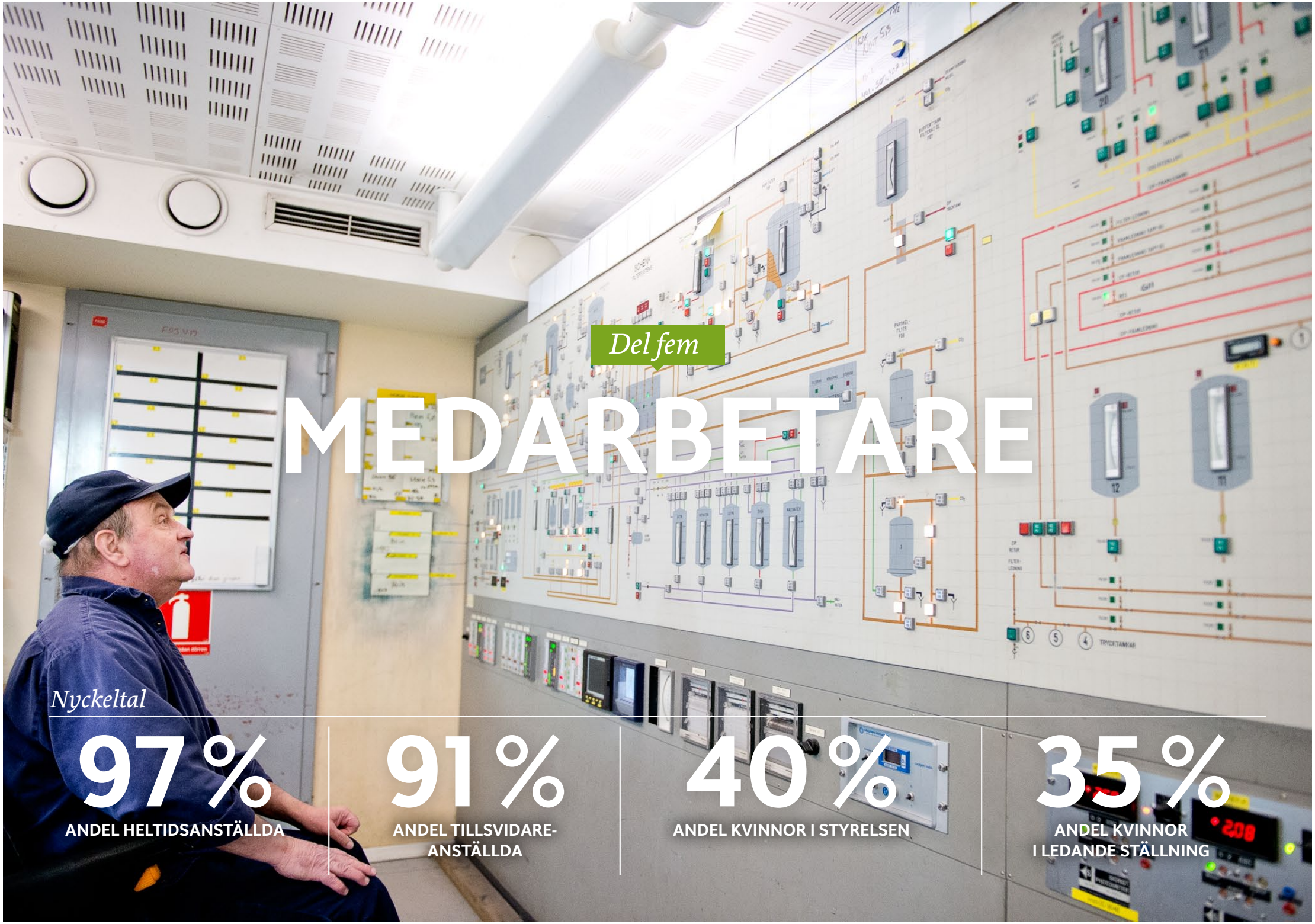


Annika Molander
Kommunikationsdirektör

Varför stöder Spendrups Nattvandrare i Sverige?
Vi har tidigare haft kontakter med Fryshuset och har enbart positiva erfarenheter av det. Vi vill bidra till en positiv samhällsutveckling och stödjer aktiviteter som främjar ungdomars utvecklingsmöjligheter. Genom Nattvandrarna kan vi bidra till en ökad social trygghet. En annan positiv effekt är att Spendrups medarbetare känner sig stolta över att arbeta på ett företag som engagerar sig.

De flesta tänker väl på öl när de hör namnet Spendrups?
Ja, Spendrups är ju ett bryggeri som tillverkar öl, men vi gör ju också alkoholfria drycker. Och vi förespråkar måttlighet när det gäller alkohol. Vi tar starkt avstånd från att minderåriga ska dricka alkohol, likaså tar vi avstånd från illegal handel med alkoholhaltiga drycker.

Vad gör ni för att förbygga alkoholkonsumtion bland minderåriga?
Ett initiativ är ”Prata om alkohol” som vi bidrar till genom medlemskapet i Sveriges Bryggerier. Det är ett forskningsbaserat material kring hälsofrämjande arbete med ungdomar som kan beställas gratis av alla högstadie- och gymnasieskolor i Sverige. Fokus ligger på att lära ungdomar att motstå social press, grupptryck och att lära sig att säga nej till alkohol. Pedagogiken bygger på gruppdynamiska övningar, värderingsövningar, samtal i grupp, rollspel samt dramatiseringar.



Del fem

MEDARBETARE

Nyckeltal

97 %
ANDEL HELTIDSANSTÄLLDA

91 %
ANDEL TILLSVIDARE-ANSTÄLLDA

40 %
ANDEL KVINNOR I STYRELSEN

35 %
ANDEL KVINNOR I LEDANDE STÄLLNING

KOMPETENTA MEDARBETARE – VÅR STÖRSTA TILLGÅNG

En avgörande framgångsfaktor för Spendrups är att vi lyckas attrahera och behålla kompetenta och engagerade medarbetare.

MÅLET MED SPENDRUPS HR-ARBETE är att se till att våra medarbetare har de bästa förutsättningar att prestera såväl enskilt som tillsammans. För att lyckas med det arbetar vi målmedvetet med säkerhet, kompetensutveckling och ledarskap. Arbetsplatsen ska upplevas som trygg, våra medarbetare ska ges möjlighet att utvecklas och stimuleras och vi har ansvar för att våra ledare har rätt verktyg för att leda och samverka.

En grundsten i vårt HR-arbete är medarbetarundersökningen som genomförs vartannat år, senast hösten 2014. Undersökningen, som hade en svarsfrekvens på 87 procent, visar att en majoritet av de anställda är mycket engagerade i företaget och stolta över att arbeta på Spendrups. Men den visar också att arbetsglädjen i vissa delar av företaget inte är så stor som den borde vara och att inte alla medarbetare mår så bra som man kan önska.

Krävande omställningsarbete

En orsak till det är att vi under 2014 slutfört ett stort omställningsarbete som pågått under de senaste åren parallellt med att verksamheten också präglats av god försäljning och hög produktion. Detta har varit krävande för många av våra medarbetare. Som en följd av detta kommer vi under första kvartalet 2015 att upprätta handlingsplaner för samtliga team inom organisationen utifrån medarbetarundersökningen. Vi kommer också genomföra workshops kopplade till ämnet. Prioriterade fokusområden är ledarskap, kommunikation och arbetsmiljö.

Investeringar i en trygg arbetsplats

En självklar del i att vara en attraktiv arbetsplats är att våra medarbetare känner sig trygga och skyddade både från fysiska och psykiska risker. Våra viktigaste åtgärder för att skapa en trygg arbetsplats är investeringar i modern utrustning och maskiner samt utbildningsinsatser.

Under 2014 har ett nytt standardiserat system för rapportering av olycksfall och tillbud satts i drift. Syftet med systemet är att mer effektivt kunna registrera och följa upp olyckor, men också att få medarbetare att rapportera in händelser som kunde lett till en olycka för att vi därmed ska kunna göra förebyggande ändringar av ▸



> ***SPENDRUPS SKA VARA ETT FÖRETAG DÄR MEDARBETARNA TRIVS, VILL STANNA OCH HAR ROLIGT.***

våra rutiner. Under 2015 kommer vi att säkra att systemet används fullt ut. Vi kommer även att inkludera brandskyddsronder och psykosociala skyddsronder i systemet.

Vi kommer också att se över och förtydliga roller och ansvar i skyddsarbetet. Målet är att etablera en hög och stabil nivå på skyddsarbetet efter en lång period av omställning. Under 2015 kommer vi också att göra större arbetsmiljöinvesteringar i både Grängesberg och Hällefors med fokus på ett bra inomhusklimat året om.

Fokus på ledarskap i nytt forum

Att se till att våra nyanställda känner sig välkomna och snabbt får en kunskap om företaget är mycket viktigt för oss. Under 2014 har vi implementerat nya introduktionsprogram för våra medarbetare. Vi har också etablerat ett driftschefsforum för våra cirka 20 driftschefer med fokus på ledarskap samt erfarenhets- och kompetensutbyte. Gruppen kommer att träffas två gånger per år. Detta är en förlängning av det ledarforum för mellanchefer som etablerades för ett par år sedan. Syftet är att skapa transparens och samarbete på tvären genom att ge ledare från olika avdelningar möjlighet att träffas och diskutera gemensamma lösningar samt säkerställa att alla får samma information.



En stor utmaning för oss är att kunna attrahera rätt kompetens på de orter där vi är verksamma. Under 2014 har vi förstärkt vårt rekryteringsarbete i Grängesberg och Hällefors genom att tillsätta en rekryterare på plats samt genom att utöka vårt samarbete med skolorna i området.

Varje form av diskriminering utesluten

I Spendrups personalpolitik finns uttalat att Spendrups ska vara ett företag där medarbetarna trivs, vill stanna och har roligt på jobbet. Detta ska utesluta varje form av diskriminering, trakasserier eller annan negativ särbehandling på grund av kön, könsöverskridande identitet eller uttryck, etnisk tillhörighet, religion eller annan trosuppfattning, funktionshinder, sexuell läggning eller ålder.

Inga fall av diskriminering har registrerats under året. I vår medarbetarundersökning följer vi upp frågor kring mångfald och jämställdhet och genomför regelbundet undersökningar kring löneskillnader mellan kvinnor och män. Under 2014 uppgick andelen kvinnor i koncernen till 26 procent, medan andelen kvinnor i ledande befattningar respektive styrelsemedlemmar var 35 respektive 40 procent.



Einar Botten
HR-direktör

Hur ser er övergripande vision ut inom ditt område?
– Vårt mål är att vara den attraktivaste arbetsgivaren inom vår bransch. Vi tar stort ansvar för att medarbetarna trivs, är engagerade, samverkar med varandra, presterar väl och har roligt. Genom detta skapar vi förutsättningar för utveckling.

Det viktigaste ni gjort under 2014?
– Vi har stärkt upp rekryteringsarbetet i Grängesberg och Hällefors. Vi har också utvecklat processerna kring medarbetarsamtal och medarbetarundersökningen. Dessutom har vi implementerat nya introduktionsprogram inklusive e-learningprogrammet "Om Spendrups" samt implementerat ett nytt system för att rapportera tillbud och olycksfall.

Vilka är era prioriteringar för 2015?
– Vi kommer att implementera en ny varumärkesplattform där vi bland annat tydliggör våra värderingar. Vi ska också byta lönesystem, implementera systemstöd för medarbetarsamtalen samt säkerställa att introduktionsprocessen för nyanställda fungerar fullt ut.

INTERVJU: *Johannes*



FOTO: JONAS GAUFFIN

Yrke: Driftschef/bryggmästare.
Började på Spendrups: 2009.
Ålder: 36.
Bor: Ludvika.
Familj: Fru och ett barn.
Fritid: Jakt.
Dricker helst: Old Gold.

”Jag är uppvuxen alldeles intill ett bryggeri, det har säkert bidragit till mitt yrkesval.”

JOHANNES OBERMEIER, DRIFTSCHEF/BRYGGMÄSTARE, GRÄNGESBERG

Vad gör du på Spendrups?
– Jag är ansvarig för brygghuset och filtreringen i Grängesberg. En av mina och mina medarbetares viktigaste arbetsuppgifter är att se till att filtreringen sker i rätt tid så att det alltid finns öl till tappningslinjerna.

Varför sökte du dig till hit?
– Jag jobbade som bryggmästare på Krönleins Bryggeri och fick tips om att bryggeriet i Grängesberg skulle byggas ut. Jag hade arbetat hos Krönleins i fem år och kände mig redo för en ny utmaning. I botten har jag en bryggarutbildning från mitt hemland Tyskland. Jag är uppvuxen alldeles intill ett bryggeri, det har säkert bidragit till mitt yrkesval.

Vilka är de främsta utmaningarna i ditt jobb?
– Att peppa och motivera alla medarbetare. Verksamheten här i Grängesberg har vuxit väldigt mycket under de senaste åren. Man kan nu säga att vi numera är ett gigantiskt mikrobryggeri, totalt har vi hela 130 olika ölsorter i trycktankarna som ska gå till tappning.

Vad är det bästa med ditt jobb?
– Som bryggarmästare är det fantastiskt roligt att få jobba på ett bryggeri som håller sig till den tyska renhetslagen från 1500-talet som säger att öl endast får bryggas av malt, humle och vatten. Genom att undvika onödiga tillsatser kvalitetssäkrar vi vår produktion.

Vad får dig att känna dig extra nöjd efter en dag på jobbet?
– Med tanke på att vi i snitt brygger 15 miljoner liter öl i månaden är jag stolt och glad över att vi så sällan stöter på några större problem. Men det hänger förstås samman med att vi ständigt har förbättringsarbeten på gång. Varje dag klockan 11.30 provsmakar vi alla nytappade öl från föregående dag. Om alla blir godkända utan anmärkning och kan släppas till försäljning känner jag mig riktigt nöjd.

Vilka erfarenheter och egenskaper efterfrågar du om du ska anställa en ny medarbetare?
– Erfarenhet från livsmedelsbranschen och/eller processindustrin väger tungt. Men allra viktigast är nog att du är väldigt intresserad av öl! ●

INTERVJU: *Monica*



Yrke: Projektledare.
Började på Spendrups: 1999.
Ålder: 49.
Bor: Älvsjö, utanför Stockholm.
Familj: Maken Mats samt barnen Caroline, 21, och Johan, 12.
Fritid: Tillbringas helst i fjällen eller på sjön med min familj.
Dricker helst: Vatten, Loka Crush Citron eller väldigt gärna ett gott mousserande vin. Ett kraftfullt, mustigt rött vin till älgskav med pressad potatis är också en höjdare.

”Det känns inspirerande att ha en ägare som arbetar aktivt för att företaget ska utvecklas.”

MONICA NORDQVIST, PROJEKTLEDARE, VÅRBY

Vad jobbar du med?
– Jag ansvarar för en del av de affärsutvecklingsprojekt som vi driver tillsammans med våra restaurangkunder. Jag arbetar nära vår restaurangsäljkår. Nyligen lanserade vi en digital plattform som innebär att säljarna har med sig en Ipad vid kundbesök och presenterar skräddarsydda lösningar för restauranger och pubar direkt på plats.

Vad har det inneburit?
– Det har förenklat arbetet för säljarna, som nu på ett snabbt och professionellt sätt kan presentera våra olika produkter och erbjudanden för rätt kund. Tack vare den digitala plattformen kommer de också lätt åt produktbilder, lanseringsblad, utbildningsdelar etc.

Varför sökte du dig till Spendrups?
– Jag jobbade som restaurangchef på ett hotell där Spendrups var leverantör. Jag blev erbjuden ett jobb som restaurangsäljare och kände mig sugen på att prova på något nytt. Efter nio år som säljare blev jag projektledare inom kundmarknad.

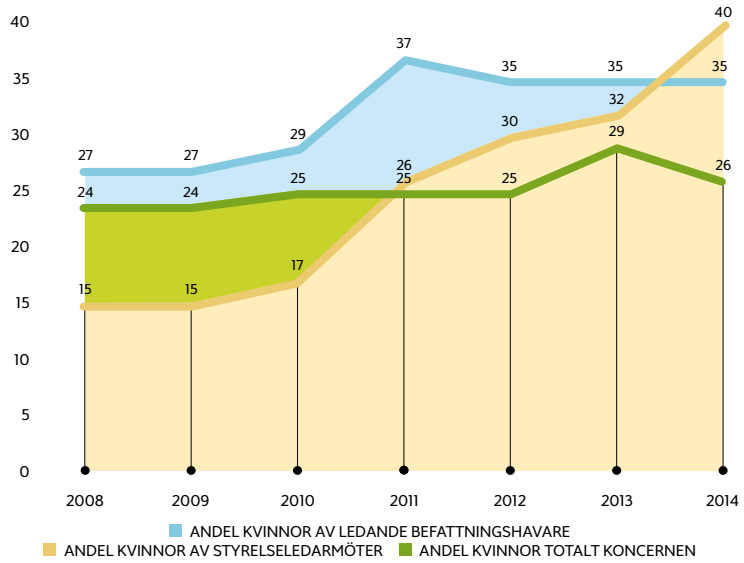
Hur ser ditt samarbete med andra avdelningar ut?
– Jag har ett nära samarbete med många avdelningar. Vårt jobb på kundmarknad går till stora delar ut på att vara en länk mellan marknadsavdelningen och säljkåren. Det gäller att ha respekt för varandras olika roller samtidigt som det är viktigt att alla drar åt samma håll. Jag jobbar också nära bryggmästaren och de som sköter våra dryckesutbildningar.

Vad är det bästa med ditt jobb?
– Jag gillar verkligen att Spendrups är ett familjeföretag. Det känns inspirerande att ha en ägare som arbetar aktivt för att företaget ska utvecklas. Frihet under ansvar är något som kännetecknar den anda som råder här. Jag är stolt över att vi levererar så högklassiga produkter. Men vi är inte alltid så duktiga på att berätta om alla bra saker som vi gör, det borde vi bli bättre på.

Vad får dig att känna dig extra nöjd?
– Att delta i ett möte och interagera med drivna kollegor ger mig massor med energi. Jag känner att jag lever när det blir spännande och öppna diskussioner. Viktigt också att det finns utrymme för feedback, både positiv och negativ.

Vad skulle du vilja ge för råd till någon som är på väg ut i arbetslivet?
– Våga tro på dig själv – även i motgång. Håll humöret uppe även om du inte får det första jobb du söker. Förr eller senare löser det sig. Och stäng inga dörrar, ett jobb du från början inte trodde var rätt kan visa sig vara rena drömjobbet. ●

Könsfördelning (%)



Medelantal anställda

893

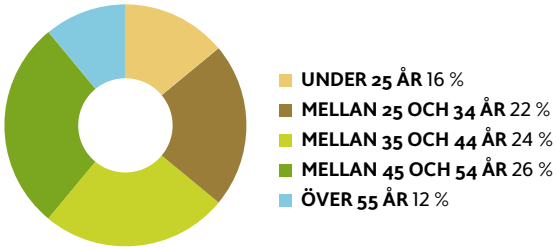
Jämställdhet
Andelen kvinnor i koncernen uppgår till 26 procent, medan andelen kvinnor i ledande befattningar respektive styrelsemedlemmar var 35 respektive 40 procent.

Olycksfall och tillbud
Genom införandet av ett nytt inrapporteringssystem fångar vi numera upp fler olyckor. Den ökade inrapportering har en positiv effekt på vårt förebyggande arbete inom arbetsmiljö. Vi har utbildat chefer, lagledare och skyddsombud i systemet för att öka användbarheten och därmed uppnå en god arbetsmiljö.

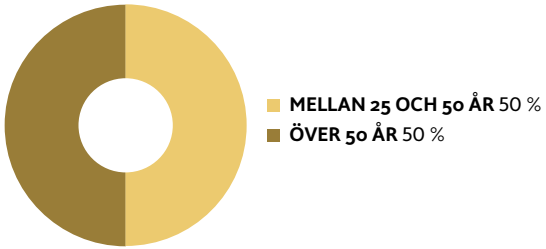
Sjukfrånvaro
Under året har sjukfrånvaron i förhållande till anslagen arbetstid minskat. Orsaken kan främst härledas till att ett flertal långtidssjukskrivna medarbetare har avslutat sin anställning i samband med nedläggning av Vårby-bryggeriet.

Centrala skyddskommitén
I den centrala skyddskommitén är 30 procent av ledamöterna representanter för företagsledningen och 70 procent representanter för all personal.

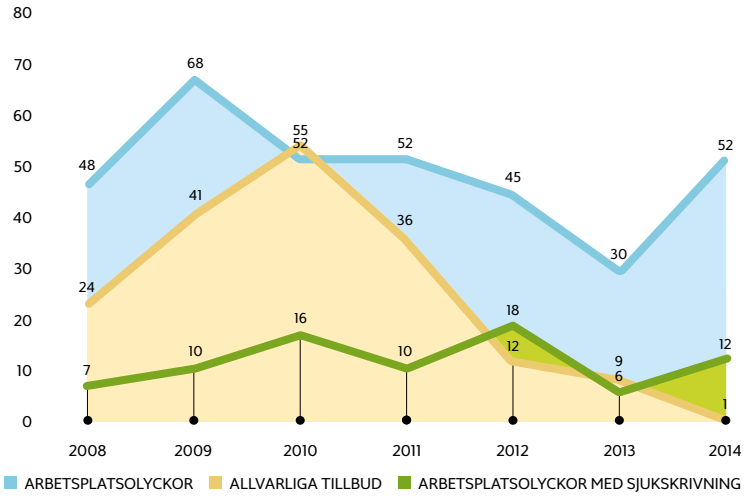
Åldersfördelning, personalen



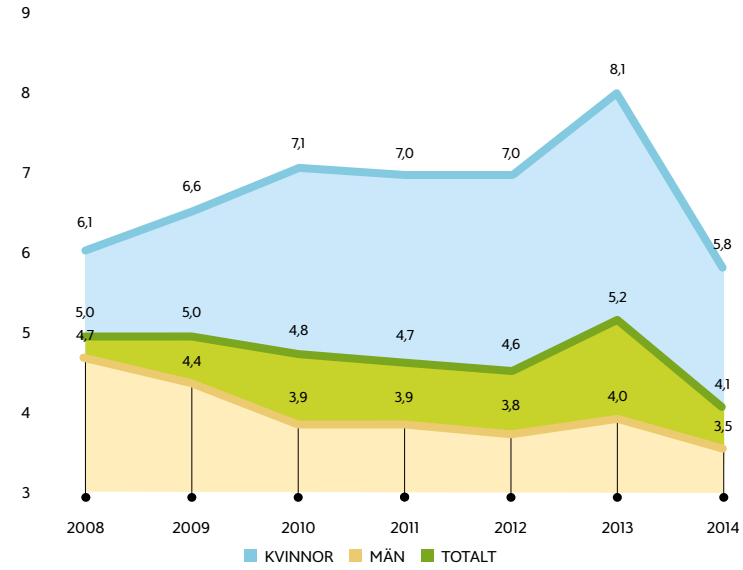
Åldersfördelning, styrelsen



Antal rapporterade olycksfall och tillbud



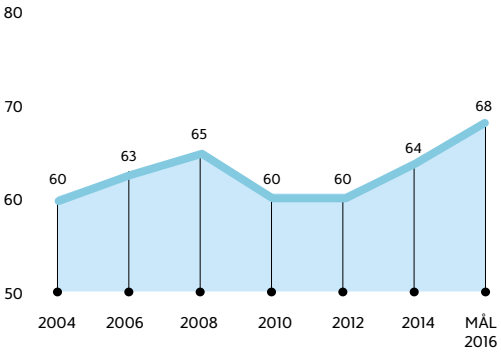
Andel sjukfrånvaro av anslagen arbetstid (%)



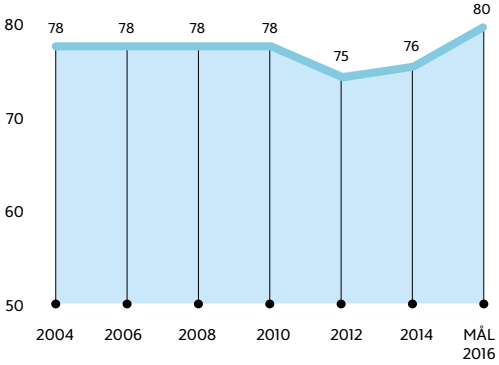
En grundsten i HR-arbetet är medarbetarundersökningen som genomförs vartannat år. Resultatet från den sammanfattas i ett flertal index som bygger på ett urval av frågor från medarbetarundersökningen som vägts samman.

Den senaste medarbetarundersökningen visar att indexen för arbetsmiljö, motivation, ledarskap och jämställdhet ligger på en relativt hög och stabil nivå.

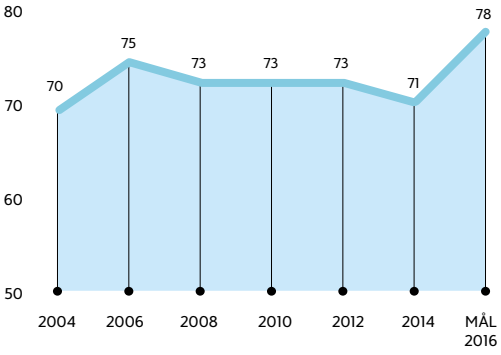
Arbetsmiljöindex



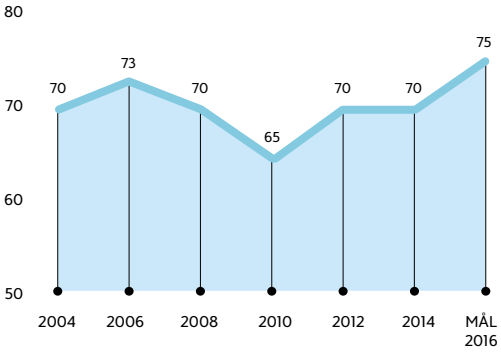
Jämställdhet och mångfaldsindex



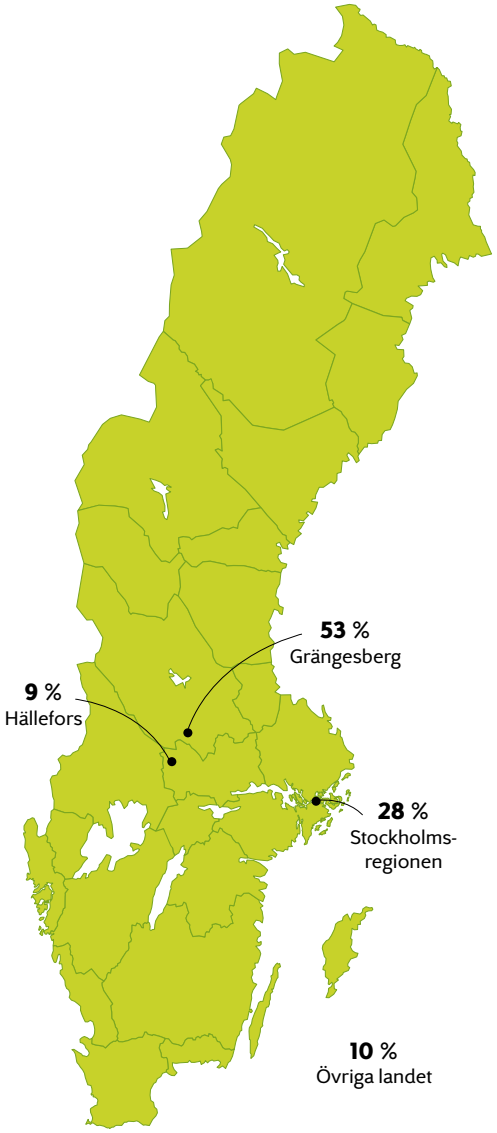
Motivationsindex



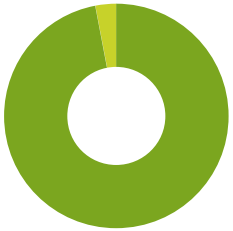
Ledarskapsindex



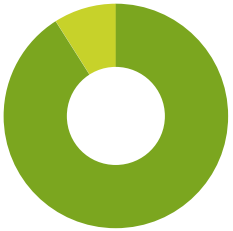
Geografisk fördelning av anställda



Anställdas anställningsformer



97%
Heltidsanställning

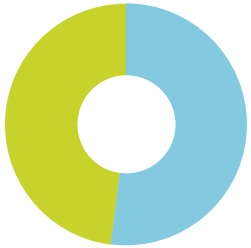


91%
Tillsvidareanställning

Medarbetare som omfattas av kollektivavtalet.

100%

Anställdas yrkeskategorier



KOLLEKTIVANSTÄLLDA 52 %
TJÄNSTEMÄN 48 %

GRI-INDEX

Denna hållbarhetsredovisning är den sjätte som redovisas enligt Global Reporting Initiative (GRI) och sammanfattar Spendrups hållbarhetsarbete under 2014. Redovisningen görs årligen och den senaste rapporten utkom i maj 2013. Redovisningens innehåll utgår ifrån GRI G4:s riktlinjer för core-nivå och är reviderad av en oberoende revisor.

SPENDRUPS BRYGGERI AB ägs av Spendrup Invest AB och omfattar dotterbolaget Spring Wine & Spirits AB, Hellefors Bryggeri AB, Gotlands Bryggeri AB och Loka Medical Spa AB. Denna redovisning omfattar all verksamhet inom moderbolaget samt dotterbolagen Spring Wine & Spirits och Hellefors Bryggeri. Ett undantag är försäljnings- och produktionsvolymer där även Gotlands Bryggeri räknas in och de ekonomiska siffrorna som omfattar hela koncernen.

En förändring har skett av indexen för arbetsmiljö, motivation, ledarskap och jämställdhet. Orsaken är att Spendrups bytt leverantör för genomförande av medarbetarundersökningen 2014, och därmed har även indexskalorna ändrats. I diagrammen på sidan 28 har förändringen uppdaterats retroaktivt för att få jämförbarhet i resultatberäkningen över åren.

Urvalet av materiella aspekter och indikatorer och hur dessa hanteras baserar sig på dess inverkan på Spendrups strategi och betydelse för intressenter. Principen för urvalet redovisas på sidorna 5-7.

Metoder enligt vedertagna standarder

- Skador och sjukfrånvaro utgår från Arbetsmiljöverkets principer och riktlinjer
- Uppgifter om avfallsvikter baserar sig på uppgifter från externt anlitade avfallshanteringsföretag
- Uppskattade beräkningar av växthusgasutsläpp från produktion och transporter är framtagna av Spendrups. Beräkningsmetodiken för uppskattning av Spendrups koldioxidutsläpp är den internationella standarden Greenhouse Gas Protocol.

Standardinnnehåll	Sida
STRATEGI OCH ANALYS	
G4-1 VD:s vision och strategi	3, 5, 9–11, 17
ORGANISATIONSPROFIL	
G4-3 Organisationsprofil	29
G4-4 Huvudsakliga produkter och tjänster	2, 15–16
G4-5 Lokalisering av huvudkontoret	2
G4-6 Länder där verksamhet bedrivs	15
G4-7 Ägarstruktur och bolagsform	29
G4-8 Marknader som organisationen är verksam på	15
G4-9 Organisationens storlek och omfattning	2, 18
G4-10 Antal anställda	22, 27–28
G4-11 Anställda som omfattas av kollektivavtal	28
G4-12 Beskrivning av företagets värdekedja	6
G4-13 Väsentliga förändringar beträffande storlek, ägande eller lokalisering	3, 23
G4-14 Applicering av försiktighetsprincipen	6–7
G4-15 Externa riktlinjer och initiativ som efterlevs	6–7
G4-16 Medlemskap i väsentliga organisationer	6–7
IDENTIFIERADE VÄSENTLIGA ASPEKTER OCH AVGRÄNSNINGAR	
G4-17 Affärsenheter som inkluderas i redovisningen	29
G4-18 Process för att fastställa redovisningsinnehåll och begränsningar	5– 7, 29
G4-19 Aspekter som identifierats som väsentliga	29
G4-20 Avgränsningar av väsentliga aspekter inom organisationen	6, 10–13, 29
G4-21 Avgränsningar av väsentliga aspekter utanför organisationen	5–6
G4-22 Förklaringar av korrigeringar från tidigare redovisningar	29
G4-23 Redovisa väsentliga förändringar i väsentliga aspekter och avgränsningar från tidigare redovisningar	29
INTRESSENTRELATIONER	
G4-24 Förteckning över intressenter som organisationen har en dialog med	6–7
G4-25 Principen för identifiering av intressenter	6
G4-26 Organisationens metod för intressentdialog	6–7, 20–21, 23
G4-27 Rapportera frågor som lyfts fram av intressenter	6–7
REDOVISNINGSPROFIL	
G4-28 Redovisningsperiod	29–31
G4-29 Datum för senaste redovisning	29
G4-30 Redovisningscykel	29
G4-31 Kontaktuppgifter för frågor om redovisningen	33
G4-32 Redovisningsprofil och GRI-index	29–31
G4-33 Policy och nuvarande praxis för externt bestyrkande av redovisningen	29
STYRNING	
G4-34 Struktur för styrning	6-7
ETIK OCH INTEGRITET	
G4-56 Organisationens värderingar och uppförandekoder	6-7

Väsentliga aspekter	Indikatorer	Omfattning* och övriga kommentarer	Sida	Gransk.
EKONOMI				
Ekonomiska resultat	EC 1 Skapat och levererat direkt ekonomiskt värde	Omfattar hela koncernen.	18	x
MILJÖ				
Material	EN1 Materialanvändning	Omfattar råmaterial i dryckesproduktion samt förpackningsmaterial.	11	x
Energi	EN3 Energianvändning inom organisationen	Omfattar energianvändning i produktion. Energianvändning i primärproduktion och i produktion av förpackningar anses väsentlig, men redovisas inte i dagsläget eftersom Spendrups saknar kontroll över dessa.	11, 13	x
	EN5 Energiintensitet		11, 13	x
Vatten	EN8 Total vattenanvändning	Omfattar vattenanvändning i produktion. Vattenanvändningen i primärproduktionen anses väsentlig, men redovisas inte i dagsläget eftersom Spendrups saknar kontroll över dessa.	11, 13	x
Utsläpp	EN15 Direkta utsläpp av växthusgaser	Omfattar utsläpp från drivmedel samt Spendrups transporter av varor och anställda.	11, 13	x
	EN16 Indirekta utsläpp av växthusgaser	Omfattar utsläpp från drivmedel samt Spendrups transporter av varor och anställda.	11, 13	x
	EN18 Utsläppsintensitet		11, 13, 29	x
Avlopp och avfall	EN22 Totalt utsläpp till vatten	Omfattar utsläpp till avlopp från Spendrups egen produktion.	11, 13	x
	EN23 Total avfallsvikt	Omfattar avfall som uppkommit i Spendrups egen produktion.	13, 29	x
	EN27 Åtgärder för att minska miljöpåverkan från produkten	Omfattar miljöbesparingar från ekologiskt öl.	10	x
Efterlevnad	EN29 Betydande böter och sanktioner till följd av överträdelser av miljölagstiftningen	Inga incidenter under året.	–	x
Transport	EN30 Väsentlig miljöpåverkan genom transport av produkter, varor och medarbetare	Omfattar Spendrups transporter av varor och anställda samt intransporter av gods. Transporter i kundled anses väsentliga, men redovisas inte eftersom Spendrups saknar kontroll över dessa.	11	x
Miljöbedömning av leverantörer	EN32 Andel nya leverantörer som bedömts för sin miljöprestanda	Eftersom indikatorn inte redovisats tidigare redovisas bedömningen av tidigare och nya leverantörer.	18	x
ANSTÄLLNINGSFÖRHÅLLANDEN OCH ARBETSVILLKOR				
Anställning	LA5 Andel av personalstyrkan som är representerad i formella kommittéer för hälsa och säkerhet	Omfattar Spendrups egna anställda.	27	x
	LA6 Omfattningen av skador och sjukfrånvaro		23, 24	x
Utbildning	LA11 Andel anställda som får regelbunden utvärdering av sin prestation	Omfattar Spendrups egna anställda	16	x
Mångfald och jämställdhet	LA12 Sammansättning av styrelse och ledning samt utvärdering av sin prestation	Omfattar Spendrups egna anställda. Minoritetsgrupper redovisas inte eftersom denna typ av information inte får registreras	27	x
Bedömning av arbetsförhållanden hos leverantörer	LA14 Andel nya leverantörer som bedömts för sina arbetsförhållanden	Redovisas som andel av alla leverantörer.	16	x

* Alla väsentliga aspekter redovisas för Spendrups Bryggeri AB, Spring Wine & Spirits AB och Hellefors Bryggeri AB om inget annat anges.

RIKTLINJER / FÖRETAGETS RESULTATINDIKATORER FORTS.

Väsentliga aspekter	Indikatorer	Omfattning* och övriga kommentarer	Sida	Gransk.
MÄNSKLIGA RÄTTIGHETER				
Likabehandling	HR3 Antal fall av diskriminering	Omfattar Spendrups egna anställda.	24	x
Bedömning av mänskliga rättigheter hos leverantörer	HR10 Andel nya leverantörer som bedömts för sin hantering av mänskliga rättigheter.	Redovisas som andel av alla leverantörer.	18	x
SAMHÄLLSFRÅGOR				
Anti-korruption	SO3 Andel och antal affärsenheter som analyserats avseende risk för korruption	Omfattar Spendrups egen verksamhet.	16	x
	SO4 Kommunikation och utbildning avseende korruption	Omfattar Spendrups egen verksamhet.	16	x
	SO5 Bekräftande korruptionsincidenter och vidtagna åtgärder	Inga incidenter under året.	–	x
Konkurrenshämmande beteende	SO7 Antal rättstvister rörande konkurrenshämmande beteende	Omfattar Spendrups egna verksamhet. Inga incidenter under året.	–	x
Efterlevnad	SO8 Böter och övriga sanktioner för bristande lagefterlevnad	Omfattar Spendrups egna verksamhet. Inga incidenter under året.	–	x
PRODUKTANSVAR				
Konsumenthälsa	PR2 Antal fall där regler och frivilliga koder gällande hälso- och säkerhetspåverkan från produkter inte efterlevts	Omfattar Spendrups egna verksamhet. Inga incidenter under året.	–	x
Produktinformation	PR4 Antal överträdelser av lagar för produktinformation och märkning	Omfattar Spendrups egna verksamhet. Inga incidenter under året.	–	x
	PR5 Resultat av kundundersökningar		15	x
	PR7 Incidenter som rör överträdelser inom marknadskommunikation	Inga incidenter under året.	–	x

* Alla väsentliga aspekter redovisas för Spendrups Bryggeri AB, Spring Wine & Spirits AB och Hellefors Bryggeri AB om inget annat anges.

Revisors rapport över översiktlig granskning av Spendrups Bryggeri AB:s hållbarhetsredovisning:

Till läsarna av Spendrups Bryggeri AB:s hållbarhetsredovisning

Inledning

Jag har fått i uppdrag av direktören för miljö & hållbar utveckling i Spendrups Bryggeri AB (556079-6871) att översiktligt granska innehållet i Spendrups Bryggeri AB:s hållbarhetsredovisning för år 2014. Det är styrelsen och företagsledningen som har ansvaret för det löpande arbetet inom miljö, arbetsmiljö, kvalitet, socialt ansvar och hållbar utveckling samt för att upprätta och presentera hållbarhetsredovisningen i enlighet med tillämpliga kriterier. Mitt ansvar är att uttala en slutsats om hållbarhetsredovisningen grundad på min översiktliga granskning.

Den översiktliga granskningens inriktning och omfattning

Jag har utfört min översiktliga granskning i enlighet med RevR 6 Bestyrkande av hållbarhetsredovisning utgiven av FAR. En översiktlig granskning består av att göra förfrågningar, i första hand till personer som är ansvariga för upprättandet av hållbarhetsredovisningen, att utföra analytisk granskning och att vidta andra översiktliga granskningsåtgärder. En översiktlig granskning har en annan inriktning och en betydligt mindre omfattning jämfört med den inriktning och omfattning som en revision enligt IAASB: s standarder för revision och kvalitetskontroll och god revisionssed i övrigt har.

De granskningsåtgärder som vidtas vid en översiktlig granskning gör det inte möjligt för oss att skaffa oss en sådan säkerhet att jag blir medveten om alla viktiga omständigheter som skulle kunna ha blivit identifierade om en revision utförts. Den uttalade slutsatsen grundad på en översiktlig granskning har därför inte den säkerhet som en uttalad slutsats grundad på en revision har.

De kriterier som min granskning baseras på är de delar av Sustainability Reporting Guidelines G4, utgiven av The Global Reporting Initiative (GRI), som är tillämpliga för hållbarhetsredovisningen, samt de redovisnings- och beräkningsprinciper som företaget särskilt tagit fram och angivit. Jag anser att dessa kriterier är lämpliga för upprättande av hållbarhetsredovisningen.

Min översiktliga granskning har, utifrån en bedömning av väsentlighet och risk, bl.a. omfattat följande:

a. uppdatering av min kunskap och förståelse för Spendrups Bryggeri AB: s organisation och verksamhet,
b. bedömning av kriteriernas lämplighet och tillämpning avseende intressenternas informationsbehov,
c. bedömning av resultatet av företagets intressentdialog,
d. intervjuer med ansvariga chefer, på koncernnivå och på utvalda enheter, i syfte att bedöma om den kvalitativa och kvantitativa informationen i hållbarhetsredovisningen är fullständig, riktig och tillräcklig,
e. tagit del av interna och externa dokument för att
f. bedöma om den rapporterade informationen är fullständig, riktig och tillräcklig,
g. utvärdering av design för de system och processer som använts för att inhämta, hantera och validera hållbarhetsinformation,
h. utvärdering av det system som använts för att mäta och analysera utsläpp,
i. analytisk granskning av rapporterad information,
j. avstämning av finansiell information mot företagets årsredovisning för år 2014,
k. bedömning av företagets uttalade tillämpningsnivå core avseende GRI: s riktlinjer,
l. övervägande av helhetsintrycket av hållbarhetsredovisningen, samt dess format, därvid övervägande av informationens inbördes överensstämmelse med tillämpade kriterier, och
m. avstämning av den granskade informationen mot hållbarhetsinformationen i företagets årsredovisning för år 2014.

Slutsats

Grundat på min översiktliga granskning har det inte kommit fram några omständigheter som ger mig anledning att anse att hållbarhetsredovisningen inte, i allt väsentligt, är upprättad i enlighet med de ovan angivna kriterierna.

Stockholm den 27 maj 2015
Grant Thornton Sweden AB



Markus Håkansson
Specialistmedlem i FAR/Auktoriserad Revisor

Grant Thornton
An instinct for growth™




CLAES ÅKESSON

KONTAKT:
För frågor eller kommentarer kring Spendrups övergripande miljö- och hållbarhetsarbete, kontakta Claes Åkesson, direktör för miljö & hållbar utveckling.

Telefon: 08–672 78 43
claes.akesson@spendrups.se

Adress
Spendrups Bryggeri AB
Huvudkontor: Vårby Allé 39, 143 03 Vårby
Telefon (växel): 08–672 77 00
Hemsida: www.spendrups.se



Spendrups
GRUNDAT ÅR 1897

Spendrups Bryggeri grundades 1897. Vi är ett bryggeri med ett brett sortiment. Engagemanget och passionen är lika stor nu som då. För oss är alltid hantverket och dryckesupplevelsen i fokus. Bland våra varumärken finner du Spendrups Bryggeri, Norrlands Guld, Mariestads, Heineken, Loka, Schweppes, Briska, El Coto, Gallo m fl. Familjeföretaget Spendrups är ett svenskt och oberoende bryggeri som förenar starka traditioner med nytänkande. Vi är idag ca 850 medarbetare och omsätter ca 3,0 MDKR. I Spendrupskoncernen ingår dotterbolagen Spring Wine & Spirits, Gotlands Bryggeri och Hellefors Bryggeri.

www.spendrups.se