
HÅLLBARHETSREDOVISNING
2015
Spendrups
GRUNDAT ÅR 1897

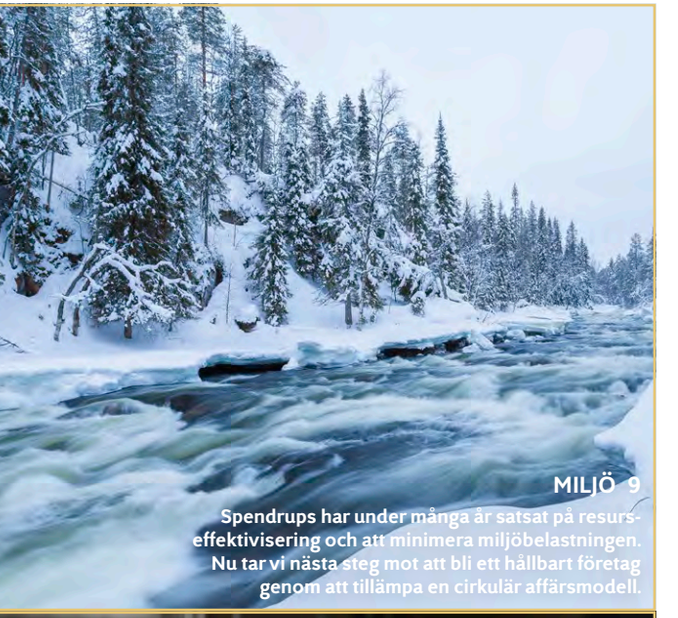
## INNEHÅLL 2015

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 2015 sålde vi 395 miljoner liter dryck, och våra primära kunder är dagligvaruhandeln, hotell & restauranger och Systembolaget.

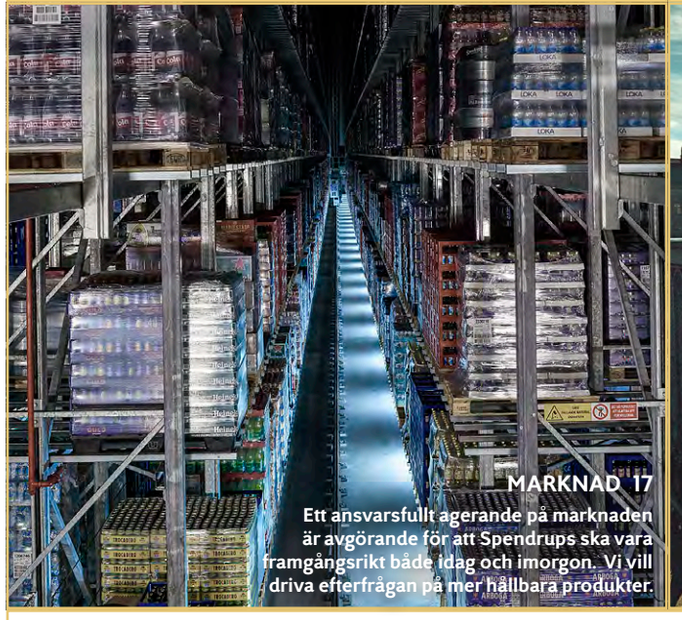
Spendrups har cirka 900 anställda och vårt huvudkontor finns i Vårby. Våra bryggerier ligger i Grängesberg, Hällefors och Visby.



**STRATEGI OCH STYRNING 4**
Hållbarhet är en grundpelare i Spendrups vision och centralt för företagets affärsstrategi. Ansvaret för hållbarhetsarbetet är fördelat i organisationen , från styrelse till affärsenheter.



**MILJÖ 9**
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 17**
Ett ansvarsfullt agerande på marknaden är avgörande för att Spendrups ska vara framgångsrikt både idag och imorgon. Vi vill driva efterfrågan på mer hållbara produkter.



**SAMHÄLLE 23**
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 26**
En avgörande framgångsfaktor för Spendrups är att vi lyckas attrahera och behålla kompetenta och engagerade medarbetare.

GRI-INDEX 32
En förteckning för hur vi uppfyller riktlinjerna enligt Global Reporting Initiative,G4

REVISORS BESTYRKANDERAPPORT 35
KONTAKT 36

# *Ett avgörande steg mot en klimatsmart produktion*

**I FEBRUARI 2015** skrev Spendrups industriell hållbarhetshistoria. Då invigdes vår biobränsleanläggning i Grängesberg, och olja ersattes med restprodukten drav från ölbryggningen. Ett resultat av flera års förberedelser i nära samarbete med ledande forskare. Spendrups är numera ett av Europas mest moderna bryggerier och har siktet inställt på att skapa en resurs- och klimatsmart produktion, där utsläpp av fossil koldioxid begränsas till ett minimum.

Driften går enligt plan, även om några utmaningar återstår innan vi uppnår vårt mål, nämligen en dravförbränning på 100 procent. Men vi räknar med att det ska kunna ske under 2016/2017. Därmed kommer vår oljeförbrukning att minska med 3,5 miljoner liter per år.

Det är både otäckt och spännande att ha investerat 100 MKR och vara pionjär inom ny teknik. Men det stora värdet som kan uppnås uppvägs mer än väl av riskerna. Spendrups har tagit ett avgörande steg mot visionen om en verksamhet fri från fossil koldioxid. Jag vet också att våra medarbetare är stolta över denna satsning på hållbarhet, och det betyder mycket för oss som organisation.

Med det ökande intresset för livsmedelskvalitet, följer ett ökande intresse för ekologisk mat och dryck. Efterfrågan på ekologiskt öl växer snabbare än tillgången på ekologisk malt och humle. En utmaning för branschen, men vi ser att utvecklingen går åt rätt håll. I dag ligger Spendrups i framkant vad gäller ekologiska produkter, och vi fortsätter att med bibehållen hög kvalitet möta intresset från kunder och konsumenter. Vi gör en stor investering i två nya silor för lagring av ekologisk malt. Investeringen motsvarar en volym på 1,5 miljon liter ekologiskt öl.

Även marknaden för alkoholfritt öl ökar. För att möta efterfrågan investerar vi i en avancerad anläggning för en ännu större produktion av alkoholfritt öl. Det innebär att vi kommer att ha Sveriges största produktionskapacitet för detta. I anläggningen bryggs ölet som vanligt, men därefter destilleras alkoholen bort. Smakupplevelsen är viktig för oss på Spendrups, och metoden bevarar ölets goda smak.

För oss på Spendrups är utveckling en del av kulturen. Vi arbetar ständigt för att bli ännu bättre, ännu mer effektiva och ännu mer ”gröna”. Den helheten är relevant för våra kunder, våra medarbetare och för miljön. Här finns alltså en stark win-win-effekt som inspirerar och motiverar oss.

Jag vågar påstå att utveckling som kultur är grunden för nyskapande och kreativitet. Därför är det ingen slump att Spendrups går i bräschen för en unik biobränsleanläggning.



*Fredrik Spendrup, vd*


1
STRATEGI

# KAPITAL FÖR ETT LÅNGSIKTIGT HÅLLBARHETSARBETE

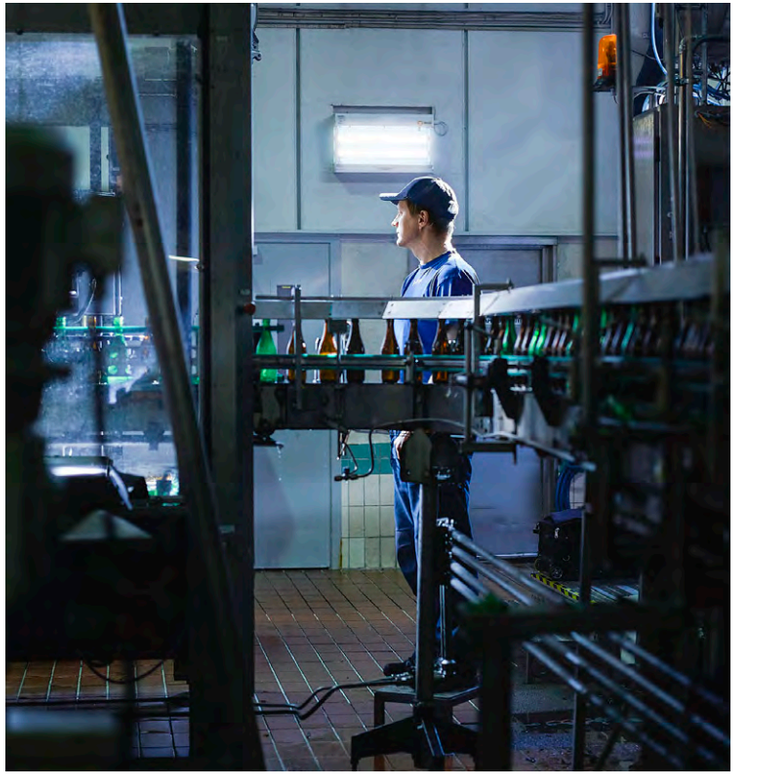
Spendrups är ett familjeföretag med visionen att vara ett bryggeri i världsklass. Ett långsiktigt hållbarhetsarbete är vägen dit. För att säkra den utvecklingen behöver vi engagerade medarbetare, återkommande kunder och kapital i form av råvaror och investerare.

**FAMILJEFÖRETAGET SPENDRUPS** har funnits i drygt 100 år. Vi är stolta över det, men vi tar inte utvecklingen för given. Vi tror att hållbarhet är avgörande för att säkerställa att Spendrups har bästa tänkbara förutsättningarna för att vara framgångsrikt både i dag och i morgon.

För en fortsatt långsiktigt hållbar utveckling är vår verksamhet beroende av tre typer av kapital. Jordbruksråvaror är ett grundläggande kapital för oss som brygger öl, importerar vin och producerar kolsyrade drycker. Genom kunder och konsumenter som köper våra produkter samt genom ägare och finansiärer får vi tillgång till ekonomiskt kapital. Vi är också beroende av humankapital i form av kompetenta och engagerade medarbetare.

För att säkra tillgången till kapital arbetar vi med flertalet fokusområden:

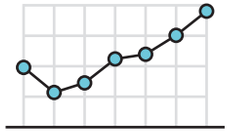
- För att säkra tillgången till naturkapital fokuserar vi på effektiv hantering av råvaror, energi och förpackningsmaterial samt minimering av vår klimatpåverkan.
- För att säkra tillgången till finansiering, kunder och leverantörer fokuserar vi på lönsamhet, nöjda kunder, ansvarsfullt agerande på marknaden 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. ▶



## Våra fokusområden



**NATURKAPITAL**



**EKONOMISKT KAPITAL**



**HUMANKAPITAL**

| | 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<br>▶ Energianvändning<br>▶ Klimatpåverkan<br>▶ Resursanvändning i förpackningar | ▶ Ekonomisk lönsamhet<br>▶ Nöjda kunder och konsumenter<br>▶ Ansvarsfullt marknadsagerande<br>▶ Goda leverantörsrelationer | ▶ Attraktiv arbetsplats<br>▶ Långsiktigt engagemang i lokalsamhället |

## 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, strategisk planering 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.

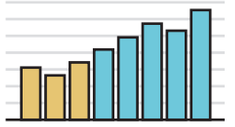
## Våra viktigaste intressenters förväntningar på oss



**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 växande andel vill ha ekologiska och klimatsmarta 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 arbeta 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.



*TRE FRÅGOR TILL*

**CLAES ÅKESSON**
Miljö & hållbarhetsdirektör

**Hur arbetar Spendrups med hållbarhet i den löpande affärsverksamheten?**
– Spendrups har en helhetssyn på hållbarhet, som genomsyrar hela verksamheten. Vi integrerar hållbarhet i det löpande arbetet, allt från administration till produktutveckling och produktion. Vi strävar efter att sluta kretsloppen inom område efter område, från energiåtervinning av restprodukter till förpackningsreturer. Allt enligt tankarna om cirkulär ekonomi.

**Ge några fler exempel på er helhetssyn på hållbarhet?**
– Vårt hållbarhetsarbete omfattar hela företaget. Vi utgår från FN:s Global Compacts internationella principer kring socialt ansvar, arbetsrättsliga frågor, miljö och affärsetik. Vi har mål och aktiviteter för alla dessa områden, som följs upp regelbundet. Vi är certifierade enligt relevanta internationella standarder inom miljö, livsmedelssäkerhet och kvalitet. Vi står för öppenhet och transparens och erbjuder faktabaserad information om det som görs inom hållbarhetsområdet, men också om våra utmaningar.

**Vilka förväntningar har era medarbetare på hållbarhetsarbetet?**
– Vi ska vara branschens bästa bolag, även på hållbarhet. Vi vet att våra ägare och våra medarbetare är måna om detta, och stolta över allt vi gör på området.

## Vi lyssnar noga på våra intressenter

Intressenter är aktörer som påverkas av och påverkar Spendrups verksamhet. Våra viktigaste intressenter är kunder och konsumenter, leverantörer, ägare, finansiärer, medarbetare och samhälle. Våra fokusområden är resultatet av deras förväntningar, krav och betydelse för Spendrups affärsstrategi .

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.

## Värderingar som förenar företaget

Från styrelse till affärsenheter är ansvaret för Spendrups hållbarhetsarbete tydligt fördelat i organisationen. Affärsenheterna bär ett stort ansvar för att säkerställa att miljö- och hållbarhetsstrategierna följs och tillämpas i processer och beslutssituationer. De får stöd och utbildning från hållbarhetsdirektören, som leder arbetet på ledningsnivå i nära samarbete med koncernstaberna och affärsområdena för varuförsörjning, marknadsföring och försäljning.

Spendrups värderingar är grunden för att säkra att hållbarhet är en del i allt företaget gör. De sammanfattas i Spendrups affärsetiska kod, som våra medarbetare tar del av under speciella utbildningar. Koden innehåller Spendrups ställningstaganden kring vårt agerande på marknaden och i samhället samt vårt förhållningssätt till miljö och arbetsmiljö. Läs mer om vår affärsetiska kod på www.spendrups.se

Nationella och internationella standarder är ett självklart stöd för vårt hållbarhetsarbete. Vi tillämpar FN:s Global 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.

## Inget företag är en ö

För att vårt hållbarhetsarbete ska få effekt måste ansvaret fördelas i hela organisationen och integreras i det dagliga arbetet. Det omfattar också våra kunder och leverantörer, och vi utövar vårt inflytande i hela värdekedjan, genom att söka samverkan med kunder och leverantörer.

Vi engagerar oss också i en rad olika organisationer och nätverk som engagerar sig i relevanta frågor inom samhälle, näringsliv, ekonomi, miljö och hållbar utveckling. Bland dem finns Sveriges Bryggerier, Livsmedelsföretagen, Dagligvaruleverantörernas förbund, Näringslivets miljöchefer, Stockholms Handelskammare, Sveriges Annonsörer, Swedish Standards Institute samt Alcohol Update Forum.

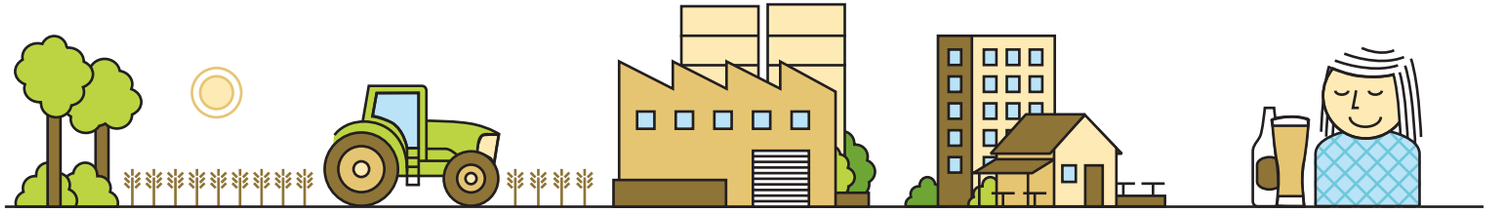
I denna rapport redovisar vi påverkan från transporter och energianvändning i vårt närmaste leverantörsled. Däremot kan vi inte redovisa all påverkan i primärproduktionen och kundled, eftersom vi inte kan garantera uppgifternas riktighet.




En god dialog med kunder, konsumenter och andra intressenter är en viktig förutsättning för att vårt hållbarhetsarbete ska få effekt.

# Väsentliga hållbarhetsområden

I vårt hållbarhetsarbete arbetar vi med att minska påverkan i vår egen verksamhet, men vi är också beroende av andra aktörer i värdekedjan för att lyckas. Som ett av Sveriges stora bryggerier utövar vi inflytande såväl bakåt som framåt i värdekedjan. Här är några exempel på hur vi arbetar med detta.



## Primärproduktion
*Begränsat inflytande*

- Jordbruk med respekt för ekosystemtjänster
- Resurssmart användning av vatten, energi och näringsämnen
- Tillgång till 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**

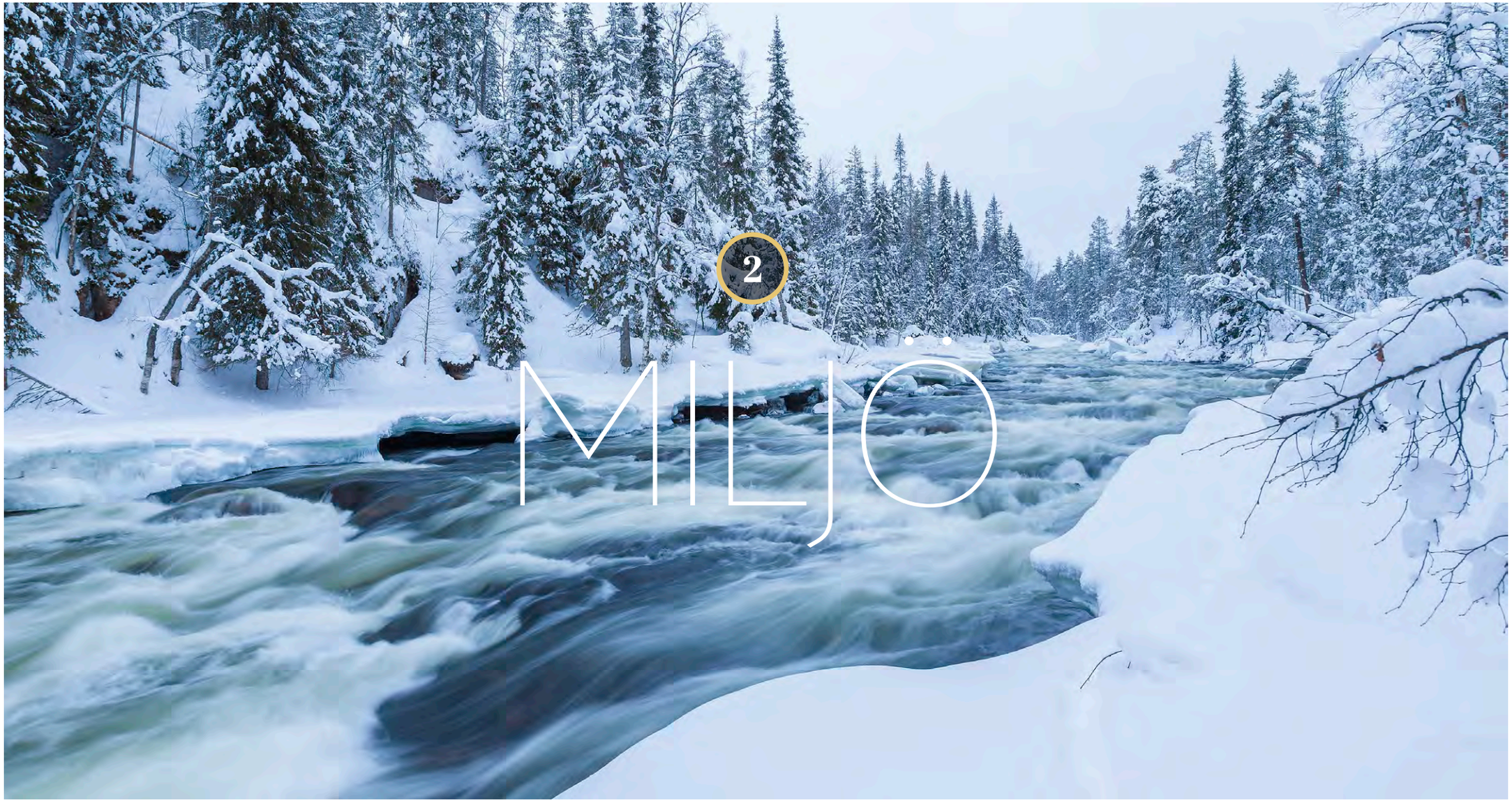
- Produktutveckling
- Logistikstyrning
- Kundsamverkan
- Utbildning inom antikorruption

## Konsument
*Begränsat inflytande*

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

**Vårt angreppssätt**

- Produktutveckling
- Livsmedelskontroller
- Ansvarsfull marknadsföring
- Samarbete med branschaktörer



2

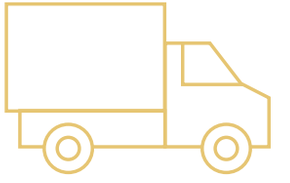
# MILJÖ

100%

All el som driver Spendrups produktion är förnyelsebar och kommer från vattenkraft

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*

Genom att utveckla resurseffektiva och hållbara kretslopp värnar Spendrups om miljön och människors hälsa. Samtidigt främjar vi vår egen tillväxt och konkurrenskraft. Nu har vi tagit ytterligare ett stort steg mot att bli ett hållbart företag. Med en cirkulär affärsmodell inspirerad av naturens kretslopp omvandlas våra biologiska restprodukter till bioenergi.

**SEDAN ELLEN MacARTHUR** lanserade begreppet cirkulär ekonomi, har det under 2000-talets andra decennium blivit en ledstjärna inom miljöområdet. Inom den cirkulära ekonomin existerar inget avfall, inga restprodukter, inget svinn. Spendrups arbetar målmedvetet med resurseffektivisering för att minimera vår miljöbelastning.

Det är vår satsning på en biobränsleanläggning i Grängesberg ett tydligt exempel på. Där återvinner vi vår biologiska restprodukt, drav, från öltillverkningen till klimatsmart bioenergi. Efter ett år i drift är vi nära målet vad gäller energiuttag. Läs mer om biobränsleanläggningen på sid 12 och framåt.

Biobränsleanläggningen i Grängesberg är unik i världen, men för Spendrups är energieffektiv tillverkning en del av vår vardag. Vi arbetar kontinuerlig för att hela vår tillverkning ska ha så hög verkningsgrad som möjligt. Under 2015 och 2016 har vi extra fokus på effektiv produktion.

Bland annat med projektet SMED, som syftar till att minska och korta återkommande produktionsstillestånd. Det är ett vedertaget system för att få ner omställningstiden till under tio minuter. Projektet omfattar produktionen i Grängesberg och i Hällefors. Resultatet påverkar både ekonomi och miljö.

– Med SMED effektiviserar vi kostnaden per producerad liter dryck. Tillsammans med varje skiftlag studerar vi hur vi gör i dag i samband med produktionsstillestånd, och vad vi kan göra bättre för att få full produktion på kortast möjliga tid, säger Hans Lindgren, platschef i Hällefors.

Under perioden 2004-2015 minskade

## Fler exempel på hur vi arbetar för att minimera vår miljöbelastning



Sedan flera år tillbaka renar vi avloppsvattnet 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.



All el vi använder köps från förnyelsebara källor.



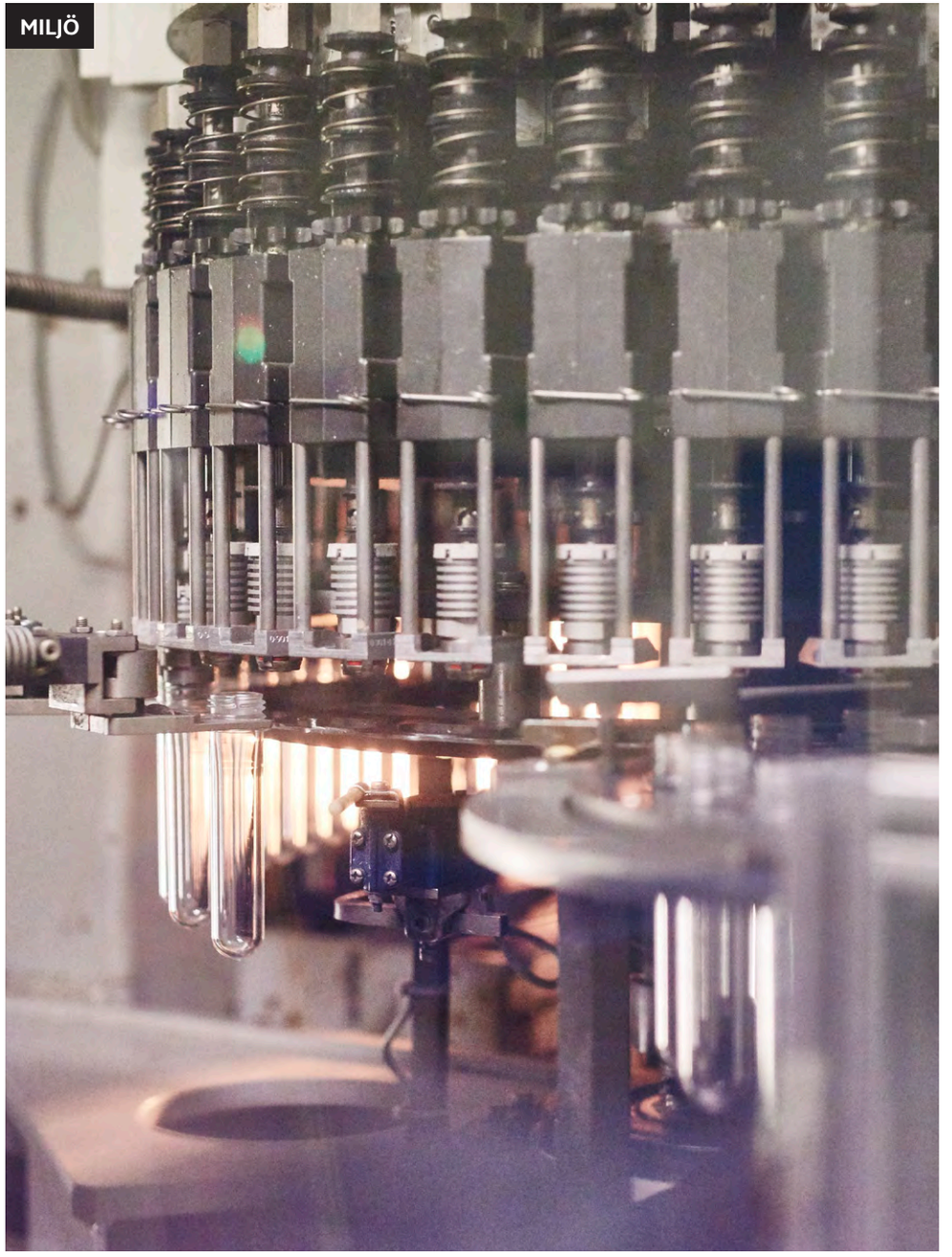
Vi satsar på förnyelsebara drivmedel för våra varutransporter. För närvarande går hälften av alla distributionsbilar på 100 procent rapsolja.



Våra PET-flaskor består av 50 procent återvunnen plast och burkarna består av 100 procent återvunnen aluminium. Totalt sett återvinns 80–90 procent av våra burkar och PET-flaskor.



Vårt produktionsavfall (glaskross, trä, papper och plast) återvinns till 98 procent.



koldioxidutsläppen per liter tillverkad produkt med ca 65 procent och under 2016/2017 kommer vi att minska koldioxidutsläppen med ytterligare 65 procent.

### Stabil miljöprestanda, men ökad energianvändning

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 2015 har Spendrups driftsatt den nya dravförbränningsanläggningen i Grängesberg. Förbränning av drav, som är en restprodukt från ölbryggningen, kommer på sikt att stå för cirka hälften av bryggeriets energibehov. 30 000 ton drav per år förvandlas till pellets som bränns och beräknas ge energi motsvarande 3,5 miljoner liter brännolja per år. Under det första året har vi brottats med flera intrimningsproblem, vilket var väntat i detta unika pilotprojekt. Under 2016/2017 räknar vi med att dessa problem är lösta och att vi uppnår fullt biobränsleutnyttjande av draven. Till följd av intrimningsproblemen ökade energianvändningen per producerad enhet. Tack vare minskad oljeanvändning blev dock de fossila koldioxidutsläppen från produktionen markant lägre än för 2014. Koldioxidutsläpp per liter dryck från kundtransporterna ökade, främst på grund av lägre volymer jämfört med föregående år.

Vattenanvändningen och avloppsvolymerna ökade marginellt. Jämfört med föregående år försämrades nyckeltalen med 8 respektive 16 procent. Tack vare effektiv vattenrening i biogasreaktorn i Grängesberg visar nyckeltalen för avloppsbelastningen på en fortsatt minskning av utsläppen av syreförbrukande ämnen till vatten (Chemical Oxygen Demand; COD och Biochemical Oxygen Demand; BOD). Se alla miljönyckeltal på sid 16.



*TRE FRÅGOR TILL*

**SISKO NAUTSCH-RÖNNMARK**
Kvalitets- och miljöchef

**Berätta om ditt uppdrag?**
– Spendrups tar mycket seriöst på begreppet kvalitet. Mitt uppdrag är bland annat att utveckla kvalitetssäkringen under produktionsprocessen. Det handlar om många olika delmoment som ska fungera felfritt under hela kedjan. När vi gör rätt från början minskar svinnet och därmed miljöbelastningen.

**Har ni gjort någon extra satsning på kvalitet under 2015?**
– Vi har bland annat arbetat mycket med driftagning av en ny etiketteringsmaskin. Vi var inte nöjda med den gamla maskinen, men nu är resultaten mycket bättre. Etiketter handlar både om snygg layout och om lagstadgade krav på information.

**Vilka utmaningar väntar under 2016?**
– Vi arbetar vidare med ständiga förbättringar, bland annat för att minska svinn och kassationer. Bästa sättet att förebygga fel är att ta hand om dem där de uppstår. Våra medarbetare har en hög kompetens och förståelse för produktionen, så vi har alla förutsättningar att lyckas.

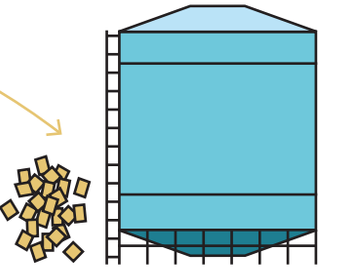
**Vad är du extra stolt över?**
– Loka Crush. Det är en produkt av hög kvalitet och många inblandade som gjort ett jättebra jobb.

# Cirkulär affärsmodell

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

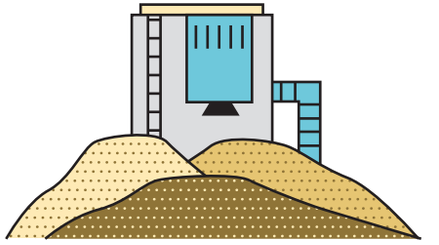


**1. AV ÖL ÄR DU KOMMEN**
Drav är en restprodukt från ölbryggningen. För att brygga öl använder vi malt, humle, jäst och vatten. När just malten är färdiganvänd i processen transporteras den till silor och har nu även bytt namn till drav.

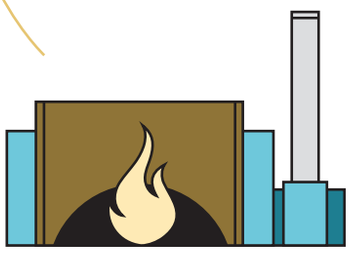


**2. DRAV BLIR TILL PELLETS**
Draven torkas och från silor blåses draven in i torkhallen där den görs om till pellets och transporteras vidare till ytterligare en lagringssilo.

**Minskat oljeinköp:** 3 500 000 liter olja per år.



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



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

**Årlig minskning av koldioxidutsläpp:** 10 000 ton/år, vilket motsvarar 80 % minskning/liter dryck.*

**Ekonomisk besparing:** 24 miljoner kr/år.

*Resultatet är beräknat på minskade koldioxidutsläpp mellan 2013 och 2016.

# EN GOD START FÖR EN UNIK SATSNING PÅ BIOENERGI

Den nya biobränsleanläggningen i Grängesberg ersätter fossil olja med restprodukten drav från ölbryggningen. Nu är vi på god väg att skapa en klimatsmart produktion där utsläpp av fossil koldioxid begränsas till ett minimum.

**BRYGGERIET I GRÄNGESBERG** är ett av Europas modernaste och mest klimatsmarta. Under de senaste åren har Spendrups investerat 1,4 miljarder kronor i Grängesberg. En av satsningarna är dravförbränningsanläggningen som invigdes i februari 2015. Förbränning av drav, som är en restprodukt från ölbryggningen, 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.

Genom att använda en förnyelsebar restprodukt som drav blir Spendrups i princip självförsörjande på bioenergi. Det ligger helt i linje med vår vision om en produktion fri från fossil koldioxid.

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

Satsningen på dravanläggningen är också ett bevis på att en klimatåtgärd kan kostnadseffektivisera produktionen. Under 2015 har Spendrups utnyttjat 3/4 av allt drav som biobränsle, och oljeanvändningen har därmed minskat. Under det första året har vi sett några intrimningsproblem, men det var väntat i detta unika pilotprojekt. Under 2016/2017 räknar vi med att uppnå 100 procent biobränsleutnyttjande av draven.

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 leder detta 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.



Satsningen på biobränsleanläggningen i Grängesberg är cirkulär ekonomi i industriell verklighet.

**Kort om drav**

**Drav utgör huvuddelen av Spendrups restprodukter. Varje år producerar Spendrups 160-180 miljoner liter öl, vilket innebär dravrestprodukter på drygt 30 000 ton per år. Spendrups är först i världen med att ta vara på sitt drav och förädla det till eget biobränsle. Draven är helt organisk och består i huvudsak av kornmalt.**




**Började på Spendrups:** 2011, har bland annat arbetat på Studsvik tidigare.
**Familj:** Gift, två barn
**Bor:** Hus i Falun
**Fritid:** Spelar akustisk blues, jagar älg när tiden finns, kör snöskoter.
**Dricker:** Wisby Pils är mycket gott, och så blir det en hel del Loka också.

**HANS LINDGREN**
Produktionschef, Hällefors

# *”Det är unikt att ett företag satsar så mycket på miljöarbetet som Spendrups gör.”*

**Hej Hans, vad gör du på Spendrups?**
– Jag är produktionschef och ansvarig för tillverkningen i Hällefors. Jag är också projektledare för biobränsleanläggningen i Grängesberg med ansvar för projektets två delmoment – torkning och förbränning av drav. Det är ett unikt och spännande projekt som jag är stolt över att vara en del av.

**Hur känns det efter första året med biobränsleanläggningen i drift?**
– Det är fantastiskt att se anläggningen i gång, med full respekt för att de som jobbar i driften påverkas av att den inte riktigt nått full kapacitet. I år landade vi på 76 procent förbränt drav, och nu jobbar vi vidare för att nå målet 100 procent.

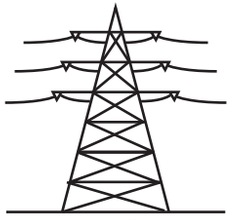
**Vad betyder Spendrups miljöengagemang för organisationen?**
– Det är unikt att ett företag satsar så mycket på miljöarbetet som Spendrups gör. Jag tycker det är jätteroligt att vara med och driva den utvecklingen. Det finns också ett tydligt engagemang kring dravprojektet som omfattar hela företaget. Vi är med och bryter ny mark och det skapar en utbredd stolthet i organisationen.

**Förutom miljöengagemanget, vad tycker du kännetecknar företaget?**
– Vi är duktiga på att jobba med ständiga förbättringar. Det är en del av kulturen här och något som är speciellt för Spendrups, tycker jag.

**Hur kommer ni att jobba med ständiga förbättringar i år?**
– Just nu kan vi se tillbaka på en tung investerings- och projektfas. I år fortsätter vi med utvecklingen av dessa investeringar. Vi kommer bland annat att fortsätta att arbeta med att förbättra vår effektivitet, och därmed resurshushållning. Målet är att effektivisera kostnaden per liter dryck genom att korta och minska produktionsstilleståndet. Vi kallar det SMED-projektet.

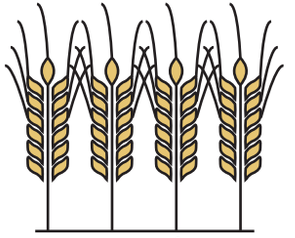
**Vad ser du fram mot under 2016?**
– Självklart att se biobränsleanläggningen i full drift. Men också att jobba vidare med SMED-projektet tillsammans med alla skiftlag. Det breda engagemanget för miljö- och produktionseffektivitet ger oss mycket att bygga vidare på.

# 2015 i siffror: Energi- och materialbalans



## ENERGIANVÄNDNING I PRODUKTION (MWh)

| | |
|---|---|
| **Total** | **114 481** |
| FÖRNYELSEBAR ENERGI | |
| El | 48 567 |
| Biogas | 112 |
| Fjärrvärme (delvis) | 1 364 |
| Dravförbränning | 33 866 |
| Dravtorkning | –11 176 |
| ICKE FÖRNYELSEBAR ENERGI | |
| Olja | 41 748 |



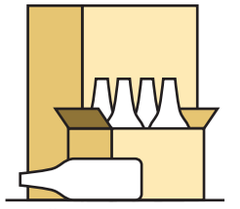
## LIVSMEDELSRÅVAROR & INGREDIENSER (TON)

| | |
|---|---|
| FÖRNYELSEBARA MATERIAL | |
| **Total** | **52 750** |



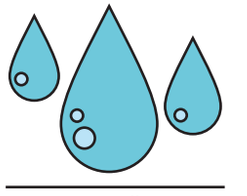
## PROCESSMATERIAL OCH KEMIKALIER (TON)

| | |
|---|---|
| ICKE FÖRNYELSEBARA MATERIAL | |
| **Total** | **1 704** |



## FÖRPACKNINGS-MATERIAL (TON)

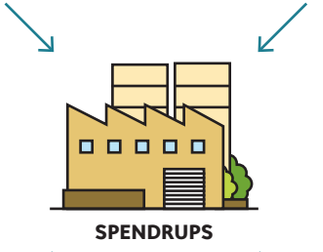
| | |
|---|---|
| **Total** | **36 501** |
| FÖRNYELSEBARA MATERIAL | |
| Papp, wellpapp, etc. | 2 252 |
| ICKE FÖRNYELSEBARA MATERIAL | |
| Glas | 21 238 |
| PET | 6 057 |
| Plast | 1 553 |
| Metall | 5 323 |
| Övrigt | 78 |



## VATTENANVÄNDNING (m³)

| | |
|---|---|
| **Total** | **1 268 118** |
| Kommunalt | 1 136 769 |
| Egna källor | 131 349 |

*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** | **14 187** |
| Kundtransporter | 6 974 |
| Intransporter av gods | 5 632 |
| Interna transporter | 517 |
| Tjänstebil | 667 |
| Företagsbil | 397 |



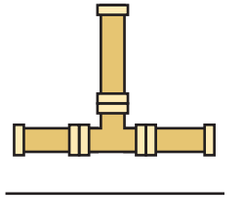
## TILLVERKADE PRODUKTER (LITER)

| | |
|---|---|
| **Total** | **373 869 500** |
| Öl | 179 782 500 |
| Läsk/stilldrink/cider | 102 151 500 |
| Vatten | 91 935 500 |



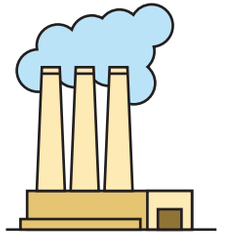
## RESTPRODUKTER OCH AVFALL (TON)

| | |
|---|---|
| **Total** | **19 486** |
| Drav till återvinning | 8 152 |
| Avfall till återvinning | 10 155 |
| Avfall till energiutvinning | 750 |
| Avfall till deponi | 376 |
| Farligt avfall | 53 |



## AVLOPP (m³)

| | |
|---|---|
| **Volym** | **874 136** |
| COD (ton) | 795 |
| BOD (ton) | 334 |

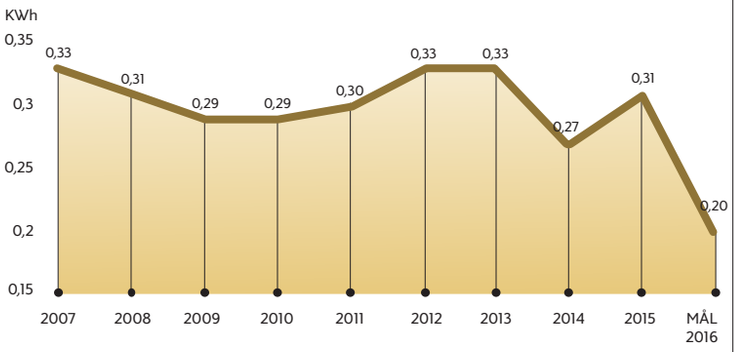


## PRODUKTION (TON $CO_2$)

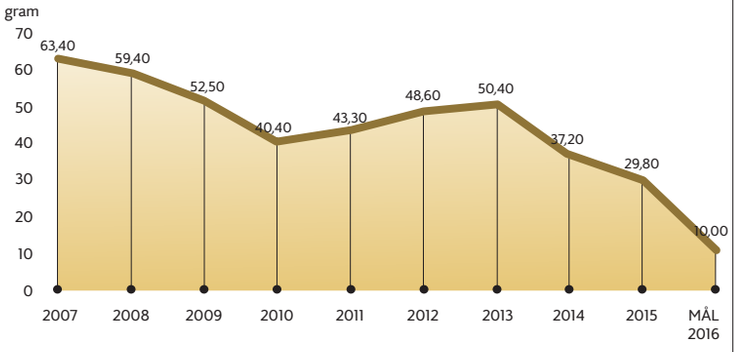
| | |
|---|---|
| **Total** | **11 126** |
| Oljepannor | 11 094 |
| El | 0 |
| Fjärrvärme | 32 |

# 2015 i siffror

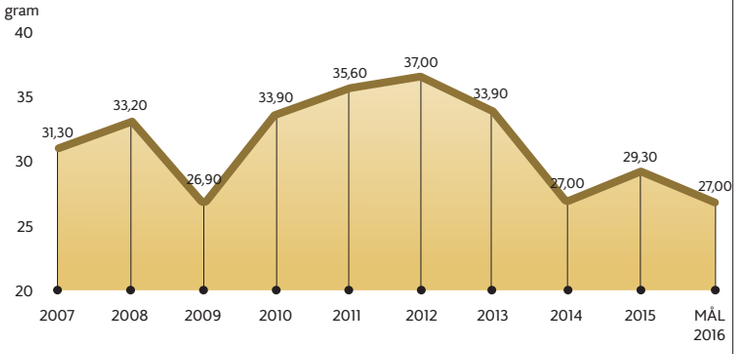
### 1. Energianvändning i produktionen (KWh ) per liter dryck




### 2. Koldioxidutsläpp i produktionen (gram) per liter dryck




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




Under 2015 har Spendrups driftsatt den nya dravförbränningsanläggningen i Grängesberg. Förbränning av drav, som är en organisk restprodukt från ölbryggningen, kommer på sikt att ge energi motsvarande 3,5 miljoner liter brännolja per år. Under det första året har vi dock brottats med en del intrimningsproblem. Till följd av intrimningsproblemen ökade energianvändningen per producerad enhet med 15 procent. Under 2016/2017 räknar vi med att intrimningsproblemen är lösta och att vi uppnår fullt biobränsleutnyttjande av draven.

Tack vare dravförbränningsanläggningen minskade oljeanvändningen och därmed de fossila koldioxidutsläppen per liter dryck med 20 procent jämfört med 2014. Koldioxidutsläpp per liter dryck från kundtransporterna ökade med 10 procent, främst på grund av något lägre volymer jämfört med föregående år.

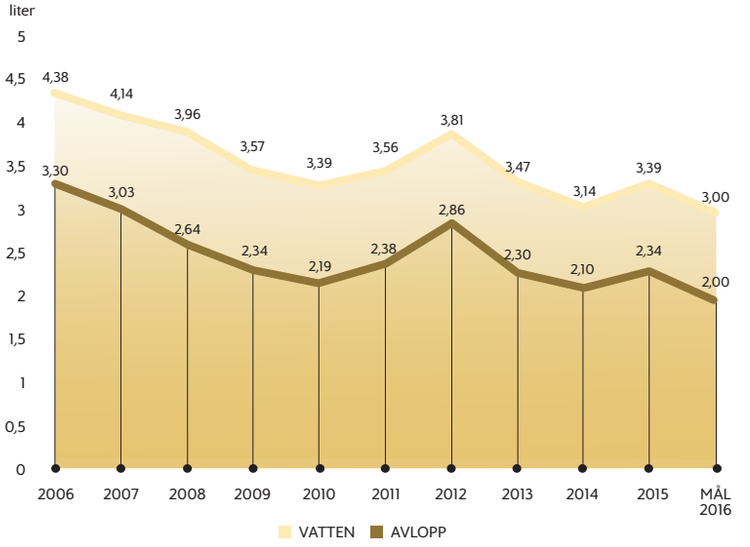
Vattenanvändningen och avloppsvolymerna ökade marginellt. Jämfört med föregående år försämrades nyckeltalen med 8 respektive 16 procent.

Genom biogasreaktorn i Grängesberg har vi en effektiv avloppsrening, vilket medfört att nyckeltalen för utsläpp av syreförbrukande ämnen till vatten (COD och BOD) förbättrats ytterligare.

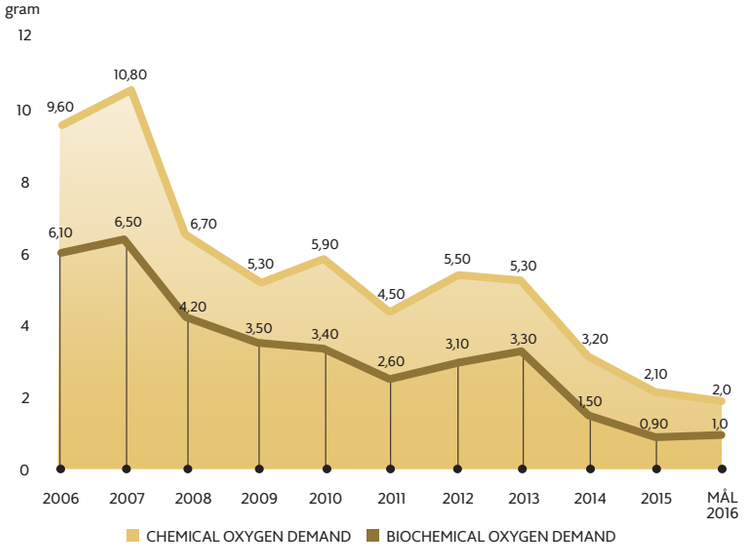
### Total energianvändning och utsläpp

| | Förbrukning (MWh) | Utsläpp (ton $CO_2$) |
|---|---|---|
| FÖRNYELSEBAR ENERGI | | |
| El (vattenkraft) | 48 567 | 0 |
| Biogas | 112 | 0 |
| Fjärrvärme (delvis förnyelsebar) | 1 364 | 32 |
| Drav och trä | 33 866 | 0 |
| ICKE FÖRNYELSEBAR ENERGI | | |
| Olja | 41 748 | 11 094 |
| Diesel MK1 | 4 568 | 1 552 |
| Bensin | 112 | 29 |
| **Totalt** | **130 337** | **12 707** |

### 4. Vattenförbrukning och avloppsvolymer (liter) per producerad dryck




### 5. Avloppsbelastning COD och BOD (gram) per liter producerad dryck





3

# MARKNAD

**86 %**

Så mycket ökade försäljningen av ekologiska viner

**394 600 000**

Så många liter dryck såldes under 2015. Av dessa var 44 % öl, 28 % läsk/stilldrink/cider, 23 % vatten, 3 % vin och sprit

**31 %**

Spendrups andel av ölmarknaden

# *Ett bryggeri i världsklass*

Spendrups vision är att vara ett bryggeri i världsklass. För att lyckas behöver vi motsvara våra intressenters förväntningar. Det gäller både produktkvalitet samt vårt etiska och juridiska ansvar som ledande företag i livsmedelsbranschen.

**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 utveckling och tillverkning av de egna varumärkena Spendrups, Mariestads, Norrlands Guld och Loka. Utöver detta licenstillverkar vi även Heineken och Schweppes för den svenska marknaden.

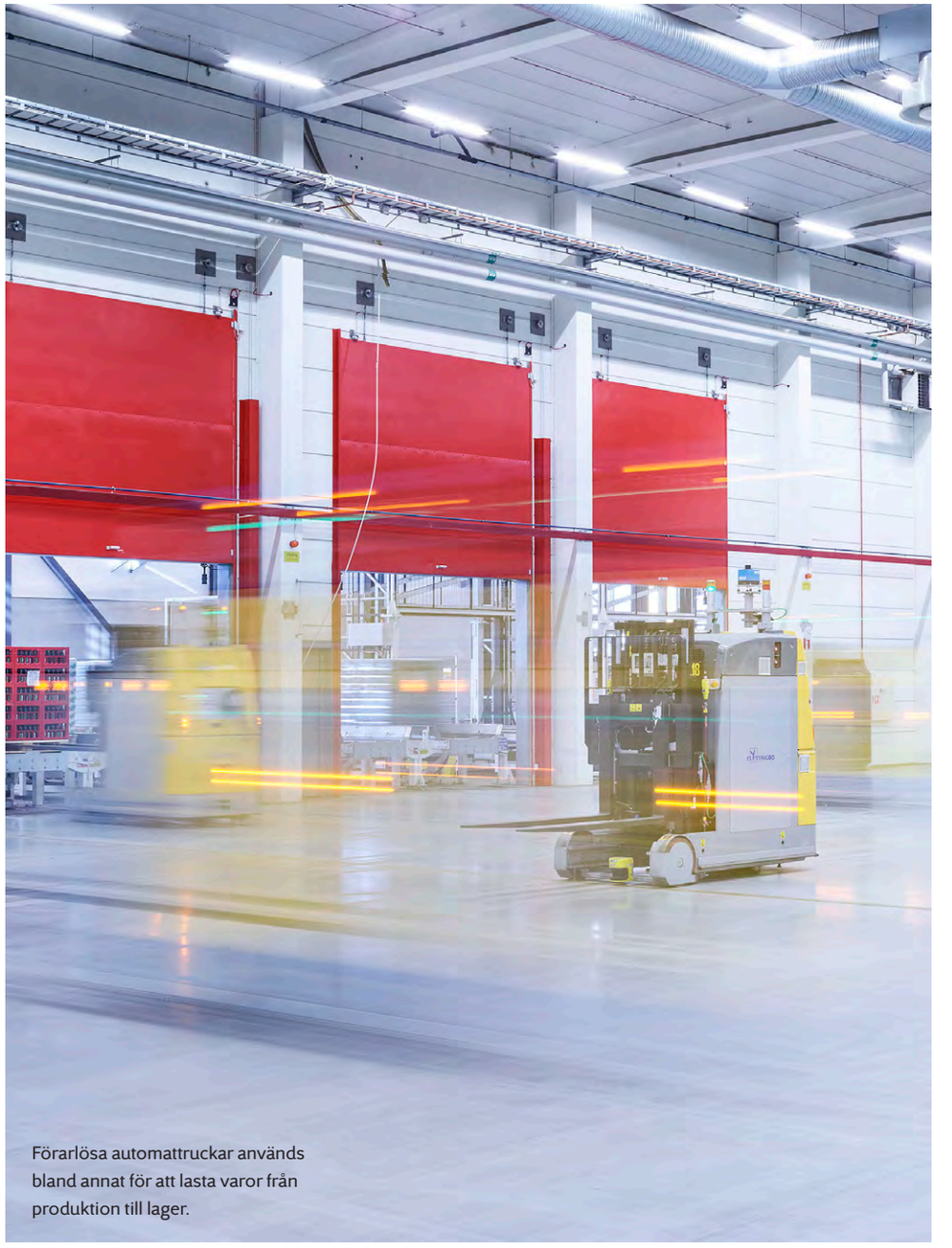
  Vi bedriver också en omfattande import av öl från andra länder med ölmärken såsom Murphys, Cruzcampo, Coors och Paulaner.
- ***Hellefors Bryggeri AB*** inriktar sin verksamhet på produktion av dagligvaruhandelns egna märkesvaror (EMV). Vi producerar bland annat öl, vatten, läsk och stilldrink till de största dagligvarukedjorna i Sverige.
- ***Gotlands Bryggeri AB*** utvecklar ölbrygder av olika slag och fokuserar på hantverksöl och specialdrycker.
- ***Spring Wine & Spirits*** bedriver importverksamhet från alla större vinländer och representerar ett 70-tal vinproducenter. Bland producenterna finns internationellt kända producenter och små familjeägda gårdar.

## Högt rankat som hållbart varumärke

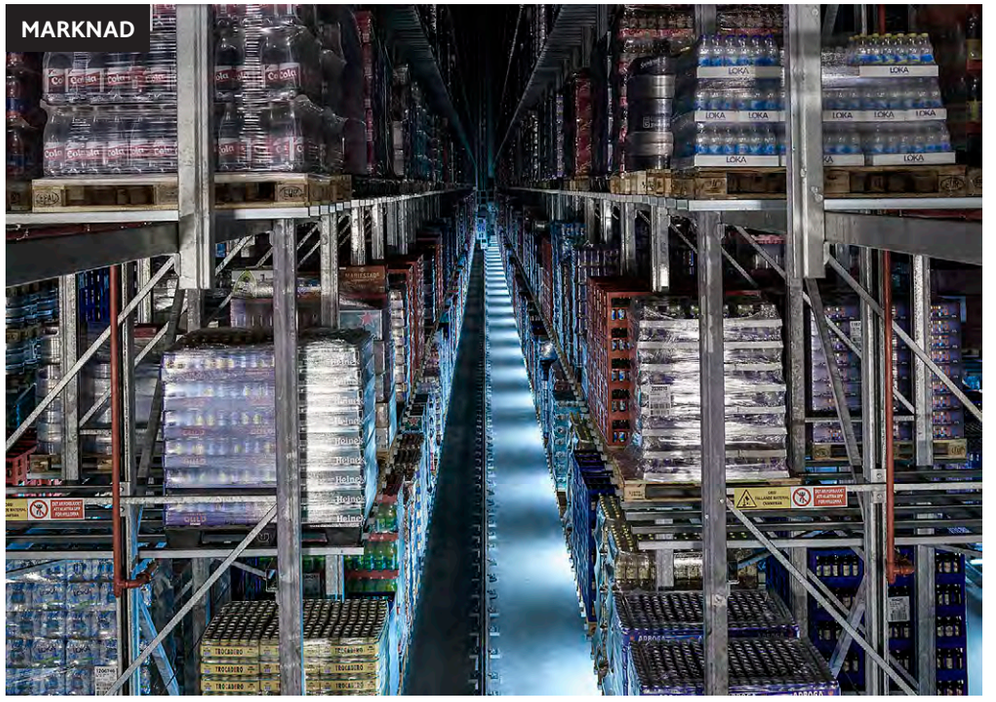
Sustainable Brand Index är Nordens största varumärkesundersökning om hållbarhet där över 27 000 konsumenter svarat på frågor om hållbara varumärken. I 2015 års undersökning var Spendrups bäst i klassen bland bryggeriföretagen.

## Stärkt ekonomiskt resultat

En stark position på marknaden i kombination med en kostnadseffektiv verksamhet är en ▶



Förarlösa automattruckar används bland annat för att lasta varor från produktion till lager.



Spendrups höglager är cirka 130 meter högt och 40 långt, med 45 426 pallplatser.

förutsättning för att vi ska upprätthålla en god ekonomisk lönsamhet över tid. Årets resultat före skatt uppgick till 252 MSEK (215 MSEK). Det ökade resultatet beror främst på den positiva mixförskjutningen, tack vare andelstillväxten på Systembolaget och hotell och restaurang. Finansnettot minskade kraftigt, tack vare dels lägre skuldsättning, dels lägre räntesatser.

Under 2015 minskade den svenska bryggerimarknaden med 1,4 procent. Mineralvattenmarknaden minskade med 3,4 procent och läskmarknaden minskade med 1,2 procent. Ölmarknaden minskade med 0,7 procent. Sammantaget var den dåliga sommaren huvudorsaken till marknadsnedgången.

Spendrups ölförsäljning i Sverige ökade under året med 1,5 procent vilket gav 31,3 procentandelar (30,6) av ölmarknaden. Framgångar för de prioriterade varumärkena Mariestads, Norrlands Guld, Heineken och Gotlands Bryggeri på Systembolaget samt hotell och restaurang förklarar ökningen.

Spendrups vattenvolymer minskade med 6,8 procent under året vilket innebar 39,5 procentandelar (40,9) av vattenmarknaden. Loka tappade 0,7 andelar. Andelstappet hänförs till förlorade avtal inom affärsområdet restauranggrossister. Loka tar andelar i både detaljhandeln och servicehandeln.

Läskförsäljningen minskade med 9,2 procent då vi lämnat vissa produktionsavtal för handelns egna märkesvaror av kapacitetsskäl för PET-flaskor. Loka Crush växte dock med 0,7 andelar till 2,4 andelar av marknaden. Andelstillväxten för Loka Crush förklaras av fortsatt framgångsrik smakutveckling. Spendrups marknadsandel av läskmarknaden i Sverige uppgick till 17 procent.

Spendrups dotterbolag Spring Wine & Spirits har importerat vin sedan 1995. Bolaget har sedan starten vuxit till att bli en ledande distributör av vin till Sveriges restaurangmarknad och har för närvarande en marknadsandel på 20 procent.

## Alkoholhaltiga drycker medför ansvar

Spendrups vill att alkoholhaltiga drycker ska vara en njutningsupplevelse som njuts med ansvar. Därför är det viktigt att alkohol inte brukas av minderåriga. Vi tillämpar branschens rekommendationer kring marknadsföring. Alltså riktar vi inga marknadsaktiviteter kring alkoholhaltiga drycker till personer under 25 år. Vi tar också avstånd från olaglig försäljning och från alkoholförtäring i samband med bilkörning.

Samma ansvar som vi tar gentemot konsumenter, vill vi ta i förhållande till myndigheter, leverantörer, affärspartners och konkurrenter. Alla kontakter ska präglas av professionalism, respekt och ärlighet.

Försäljning, marknadsföring och inköp är de avdelningar som främst berörs av affärsetiska risker som korruption och bestickning. Medarbetare på dessa avdelningar får riktad information och utbildning om Spendrups affärsetiska riktlinjer, men även gällande regler om konkurrenshämmande aktiviteter, antikorruption och marknadsföring.

## Vi värdesätter reklamationer

Varje år utför vi kundundersökningar som ger svar på hur våra kunder uppfattar oss som företag, vårt sortiment och våra drycker. Vi deltar sedan några år i den årliga Butiksbarometern, som mäter butikernas attityder gentemot olika dagligvaruleverantörer. Sedan 2014 deltar vi även i Kedjebarometern, en liknande undersökning som mäter attityderna till leverantörerna hos de centrala funktionerna inom kedjorna (till exempel inköpare). ▶



TRE FRÅGOR TILL

**ANETTE STJERNKVIST**
Försäljningsdirektör

**Vilka krav har Spendrups kunder på ert hållbarhetsarbete?**

– När vi redogör för vårt hållbarhetsarbete överträffar vi ofta våra kunders förväntningar. Arbetet spänner över många områden och vår utmaning är att kommunicera allt vi gör och skapa trygghet i det.

**Hur påverkar arbetet er försäljning?**

– I dag specificerar många kunder sina krav på hållbarhetsarbete i sina upphandlingsunderlag. Det innebär att vi behöver redogöra för vårt konkreta arbete och våra nyckeltal inom de områden som kunderna efterfrågar. Arbetet är en viktig del i hur vi presenterar oss som företag.

– Engagemanget i ”ren mat och dryck” har ökat dramatiskt de senaste åren och där ser vi en ökande efterfrågan på ekologisk öl och cider. Under 2016 lanserar vi vår första ekologiska cider.

**Någon del av Spendrups hållbarhetsarbete som du är extra stolt över?**

– Under åren 2004-2015 minskade koldioxidutsläppen per liter tillverkad produkt med cirka 65 procent, och fram till och med 2016/2017 räknar vi med att ha minskat koldioxidutsläppen med ytterligare 65 procent. Vi är på god väg mot en produktion som är helt fri från fossil koldioxid. Det visar att det går om man bestämmer sig, är kreativ och vågar investera i framtiden. Det gör både oss medarbetare och våra kunder stolta över att vara en del av Spendrups.

*”Synpunkter från konsumenterna ger oss värdefull information i vårt arbete med ständiga förbättringar.”*

SISKO NAUTSCH-RÖNNMARK,
KVALITETS- OCH MILJÖCHEF

Spendrups har stärkt sitt resultat i undersökningarna under de senaste åren. Resultaten visar tydligt att kunderna uppskattar våra initiativ för att förändra dryckeskategorin.

Vi för en löpande dialog med våra kunder och konsumenter, och är måna om att ta vara på reklamationer.

– Konsumenternas synpunkter är viktiga för oss och visar om en vara levererar enligt förväntningar och krav. Det vill säga om vi levererar den höga kvalitet som vi förutsatt oss. Synpunkter från konsumenterna ger oss värdefull information i vårt arbete med ständiga förbättringar, säger kvalitets- och miljöchef Sisko Nautsch-Rönnmark.

Vi för statistik över alla inkomna reklamationer. Resultatet följs upp av koncernledningen och vi ser en minskande trend över åren.

## Säkra produkter vårt viktigaste löfte

Vårt viktigaste löfte till våra konsumenter är livsmedelssäkerhet. Det innebär bland annat att våra produkter är säkra att förtära.

Våra egenproducerade produkter utvärderas enligt HACCP-principer (Hazard Analysis & Critical Control Points). Det innebär att vi riskbedömer alla råvaror och förpackningsmaterial, hela vägen från produktionsprocess till konsumenternas hantering.

Alla våra anläggningar är certifierade enligt internationella standarder för styrning av livsmedelssäkerhet, kvalitet och hygien.

## 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 vatten, malt, humle och jäst är det enda som får användas.

Aromer, omältat korn eller konserveringsmedel får inte användas. Denna ”renhetsprincip” präglar även produktionen av våra övriga produkter. Våra råvaror och ingredienser innehåller heller inga genmodifierade organismer (GMO).

Vid tillverkning av läsk och vatten är målet att helt undvika icke-naturliga aromer och färgämnen. I dag är 80 procent av vår läsk- och vattentillverkning producerad med enbart naturliga smak- och färgämnen.

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. Dessutom utvecklar vi sockerfria drycker, bland annat smaksatt Loka, som ett mer hälsosamt alternativ till läsk.

Våra aluminiumburkar innehåller låga halter Bisfenol A, ett omdiskuterat ämne som nyligen har riskbedömts av EU:s livsmedelsmyndighet. Slutsatsen är att de halter som konsumenten får i sig via maten inte utgör någon risk för hälsan. Spendrups följer noga utvecklingen av alternativa förpackningslösningar.

## Förpackningar – resurssmart utnyttjande av restprodukter

Våra förpackningar har ofta större miljöpåverkan än själva drycken i sig. Genom livscykelanalyser bedömer vi skillnaden mellan olika förpackningar för att hitta möjliga förbättringar. En sådan analys av IVL Svenska Miljöinstitutet har visat att det är återvinningsgraden som är avgörande, inte förpackningsmaterialet.

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

Under senare år har det bedrivits ett gediget arbete för att minska PET-flaskornas miljöpåverkan. Resultatet är ny teknik som möjliggör ytterligare inblandning av återvunnet material. Dagens PET-flaska är lätt, tålig och består till 50 procent av återvunnen plast. Sammantaget innebär detta en minskning av nyutvunnen plast på 2 500 ton om året. Fördelar som gör att Spendrups sedan flera år arbetar med en övergång från returglas till PET-flaskor.

## Våra krav på leverantörer och affärspartners ansvar

Spendrups relationer med leverantörer och andra affärspartners karaktäriseras av professionalism, respekt och ärlighet. Vi arbetar med ett stort antal leverantörer och affärspartners. Några av dessa har stor påverkan på vår kvalitet och på våra miljömässiga och etiska åtaganden. Vi upprätthåller strikta affärsrelationer för att undvika misstanke om oegentligheter och säkerställer att obehöriga inte kan ta del av konfidentiella uppgifter som vi får från våra samarbetspartners.

## Enligt Global Compacts principer

Spendrups vill ha de bästa leverantörerna och vi säkerställer detta genom att granska prioriterade leverantörer vid inköps- och investeringsbeslut.

Vi accepterar inga samarbeten med aktörer där vi har anledning att misstänka att det förekommer olagligheter eller kränkningar av grundläggande mänskliga rättigheter. Vi kräver att våra samarbetspartners verkar för att deras affärspartners tar miljömässigt och socialt ansvar.

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 2015 var 92 procent av våra mest prioriterade leverantörer bedömda. Ambitionen är att utvärdera alla våra leverantörer ur ett hållbarhetsperspektiv.

# Eko – från trend till medvetet val

Under senare år har intresset för ekologiskt öl och vin ökat i Sverige. Utvecklingen håller i sig och speglar konsumenternas engagemang i ett hållbart samhälle. Som en ledande aktör driver Spendrups produktutvecklingen av ekologiska alternativ med hög kvalitet.

**SYSTEMBOLAGET HAR SATT** målet att 10 procent av den totala försäljningen ska vara ekologisk år 2020. Sista kvartalet 2015 var den andelen 9,3 procent. Vin stod för drygt 16 procent, medan ekologiskt öl låg på 3,9 procent.

Richard Bengtsson, chefsbryggare på Spendrups, ser en tydlig och växande efterfrågan på ekologiskt öl.

– Det har varit en enorm utveckling under senare år, både vad gäller tillgången på råvaror och kundernas intresse. Det som varit en nischprodukt, har blivit ett viktigt och självklart val för konsumenterna. Jag bedömer att den utvecklingen kommer att hålla i sig.

Under 2015 hade Spendrups sex ekologiska öl i sitt sortiment: Spendrups Premium Lager EKO, Spendrups Bistro Lager, Pistonhead Kustom Lager, Hale to Nothing, Mariestads Dunkel och Norrlands Guld ljus. Utöver dessa lanserades även ett ekologiskt öl till skid-VM i Falun 2015.

Richard Bengtsson framhåller att tillgången på råvaror är en utmaning för produktionen av ekologiskt öl.

– I dag är 100 procent av det ekologiska maltkorn Spendrups använder svenskt. Tillgången behöver öka och det är något som vi också arbetar för tillsammans med andra aktörer. Malt är en känslig och därför svårodlad gröda och ibland är kvaliteten på skörden låg. Det gör tillverkningen svårare, men innebär inte att kvaliteten på ölet sjunker, säger han.

Spendrups har ett 40-tal ekologiska viner i sortimentet. Försäljningen av dessa uppgår till cirka 13 procent av den totala vinförsäljningen. Det är en ökning med drygt 4 procentenheter sedan förra året. Det märks också en ökad efterfrågan på bland annat Fair Trade-certifierade viner, där det finns en social aspekt med fokus på bra arbetsmiljö och arbetsrättsliga frågor.

**En liten del av vårt ekologiska sortiment**

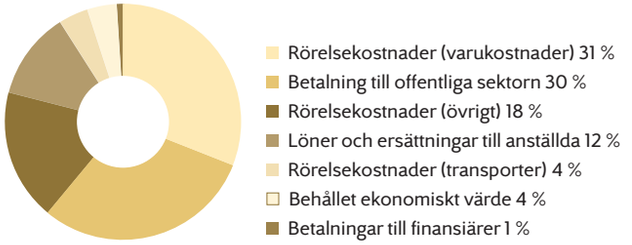


# 2015 i siffror

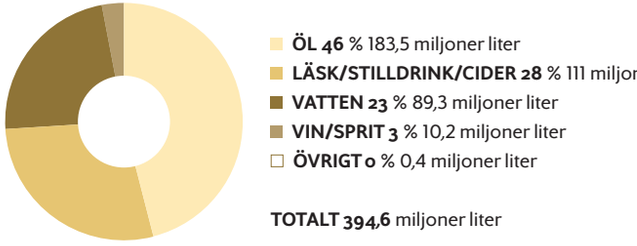
## Koncernöversikt de senaste fem åren

| Koncernöversikt fem år (MSEK) | 2015 | 2014 | 2013 | 2012 | 2011 |
|---|---|---|---|---|---|
| Intäkter före avdrag för dryckesskatt | 4 676 | 4 426 | 4 072 | 3 958 | 4 008 |
| Intäkter | 3 322 | 3 264 | 3 057 | 2 967 | 3 003 |
| EBITDA | 474 | 448 | 337 | 260 | 288 |
| Rörelseresultat | 259 | 257 | 152 | 96 | 157 |
| Resultat före skatt | 252 | 215 | 107 | 77 | 130 |
| Balansomslutning | 3 166 | 2 982 | 2 769 | 2 599 | 2 237 |
| Soliditet | 39 % | 35 % | 32 % | 31 % | 33 % |
| Medelantal anställda | 890 | 893 | 914 | 990 | 986 |

## Fördelat ekonomiskt värde 2015




## Försäljningsvolymer




**TOTALT 394,6** miljoner liter

## Marknadsandelar

| 17 % | 40 % | 31 % | 20 % |
|---|---|---|---|
| Läsk | Vatten | Öl | Vin (restaurang-marknaden) |

**Koncernens resultat:**
Årets resultat före skatt uppgick till 252 MSEK (215 MSEK). Det ökade resultatet beror främst på den positiva mixförskjutningen, tack vare andelstillväxten på Systembolaget och hotell & restaurang. Finansnettot minskade kraftigt, dels tack vare lägre skuldsättning och dels tack vare lägre räntesatser.

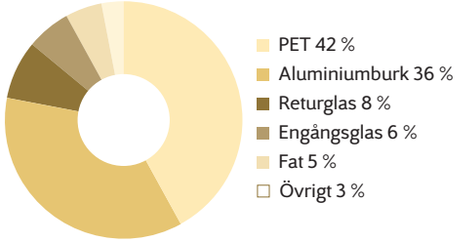
**Försäljning och marknadsandelar:**
Under 2015 minskade den svenska bryggerimarknaden med 1,4 procent.

Spendrups ölförsäljning ökade dock med 1,5 procent vilket gav 31,3 procentandelar (30,6) av ölmarknaden.

Spendrups vattenvolymer minskade med 6,8 procent under året vilket innebar 39,5 procentandelar (40,9) av vattenmarknaden.

Spendrups läskförsäljning minskade med 9,2 procent. Loka Crush växte dock med 0,7 andelar till 2,4 andelar av marknaden. Spendrups marknadsandel av läskmarknaden i Sverige uppgick till 17 procent.

## Fördelning förpackningsslag av sålda volymer %

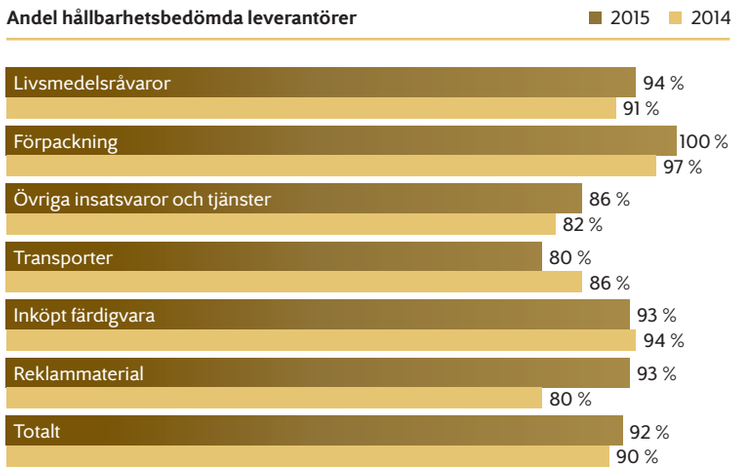



## Ekologiska produkter

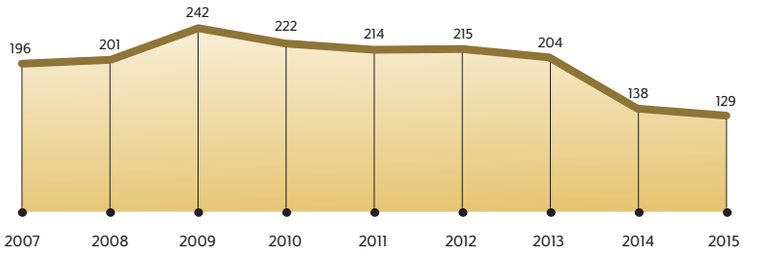
| 46 | 13 % | 86 % |
|---|---|---|
| Antal ekologiska viner | Andel av försäljningen | Volymökning jämfört med föregående år |

| 6 | 1 % | 14 % |
|---|---|---|
| Antal ekologiska öl | Andel av försäljningen | Volymökning jämfört med föregående år |

## Andel hållbarhetsbedömda leverantörer




## Antal reklamationer per 100 miljoner förpackningar





4

# SAMHÄLLE

*Samarbetspartners*

Maskrosbarn

FRYSHUSET

ÅRETS KOCK SMI PROFESSIONELL MATLAGNING

ung företagsamhet — A Member of JA Worldwide

PRATA OM ALKOHOL

BGK

# Med ansvar för lokalsamhället

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 lokala arbetsgivaren. Med det ansvaret följer ett stort engagemang i lokalsamhället.

**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. Vi samverkar med andra aktörer i syfte att främja en positiv samhällsutveckling i en vidare bemärkelse. Detta görs med finansiellt stöd till välgörande ändamål, egna aktiviteter eller genom sponsringsåtaganden.

## Samarbeten som utvecklar regionen

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 inneburit att vi stärkt vår närvaro i Dalarna. Vi vill bidra till utvecklingen av näringslivet i Dalarna och till att göra regionen mer attraktiv.

Det gör vi bland annat genom att om möjligt prioritera lokala leverantörer. Genom samarbeten med andra organisationer och myndigheter bidrar vi också till att stärka näringslivet.

Vi samarbetar bland annat med utvecklingsbolaget Samarkand 2015, som arbetar med att stärka regionen. Samarkand verkar för att attrahera och behålla kvalificerad arbetskraft ▸



Spendrups har sina rötter i Dalarna, och är mycket delaktiga i livet i Grängesberg och Hällefors.

genom bland annat inflyttarservice, utbildningsmöjligheter och mötesplatser för 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 konkurrerar om arbetskraften, bedömer vi att Spendrups har mycket att vinna på att bidra till att lyfta regionens attraktionskraft på arbetsmarknaden.

## Långsiktiga satsningar på ungdomar

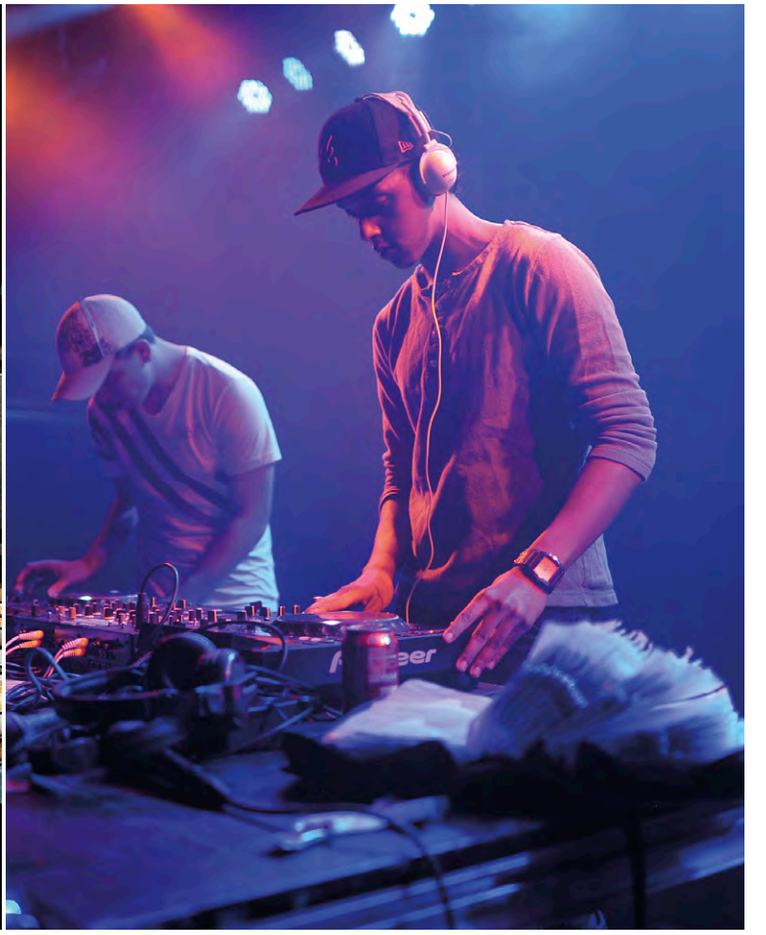
På orter där vi bedriver verksamhet stödjer vi föreningsliv och fritidsaktiviteter, framför allt kopplat till ungdomar. Syftet är att skapa ett socialt sammanhang som har betydelse för lokalsamhället och är en tillgång för våra medarbetare och deras familjer.

Spendrups är grundat på entreprenörskap och det är därför självklart för oss att stödja entreprenörskap bland ungdomar. För åttonde året i rad har familjen Spendrup under 2015 delat ut ett stipendium till unga företagare (Ung Företagsamhet). Syftet är att uppmuntra och stärka unga företagare som visat prov på god affärsmässighet och utmärkande entreprenörsegenskaper.

2015 gick stipendiet till UF-företaget Kriskonsulterna, som startades av Malin Burman och arbetar med krisberedskap inom företag.

Ytterligare exempel på vårt engagemang är samarbetet med Fryshuset. Fryshuset driver alkohol- och drogfria aktiviteter inom bland annat idrott, kultur och antivåld. Vi stödjer Riksnätverket för Nattvandrare i Sverige. De senaste åren har vi också ökat vårt långsiktiga engagemang i Maskrosbarn, en ideell organisation som stödjer ungdomar som har föräldrar med missbruk eller psykisk ohälsa.





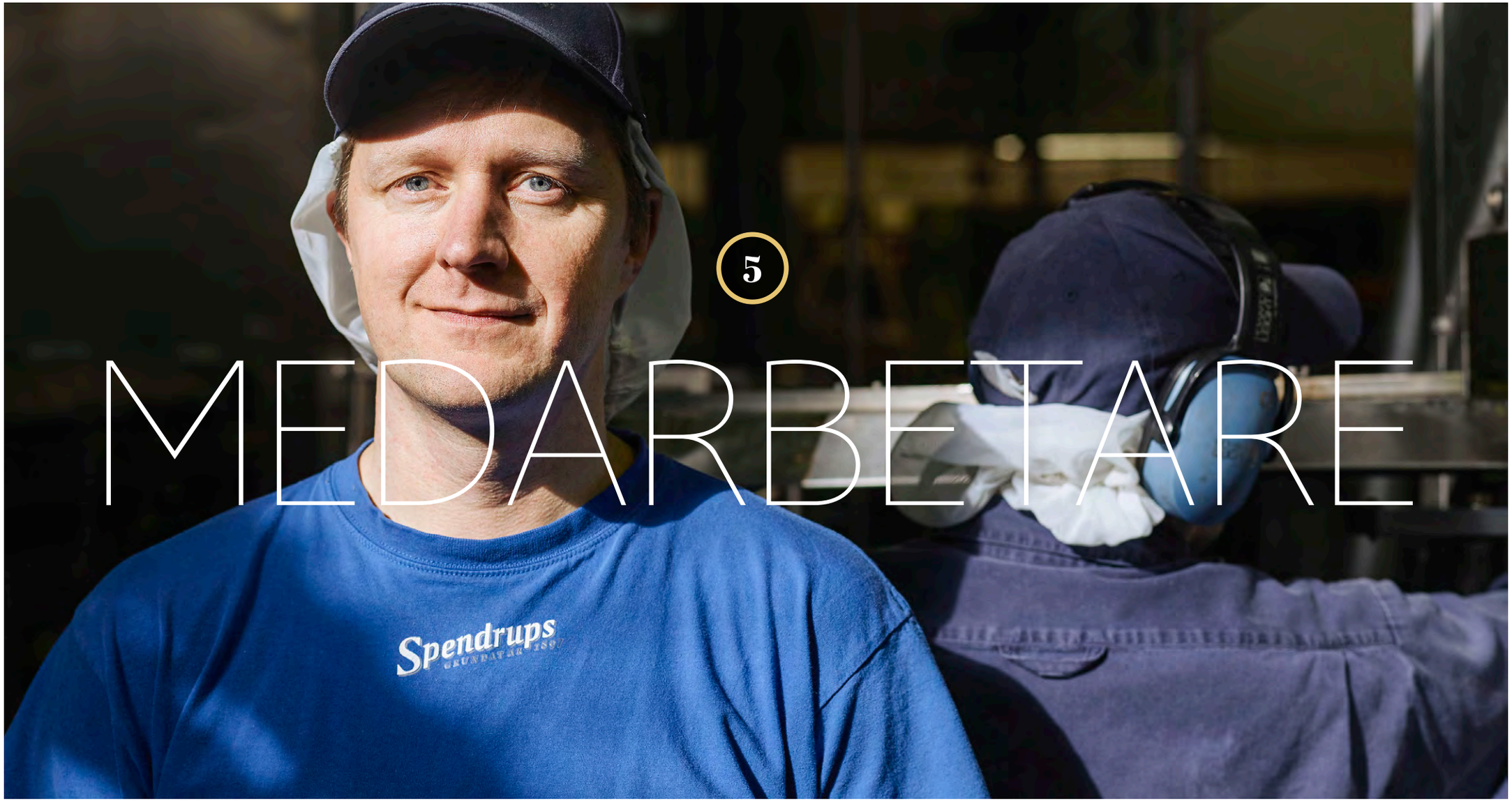
## Vi främjar en god mat- och dryckeskultur

Vi verkar för en god dryckeskultur genom ansvarsfull marknadsföring som inte riktar sig till minderåriga. Vi stödjer också 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 på högstadie- och gymnasienivå, med syfte att ge ungdomar redskap att hantera social press och grupptryck när det gäller alkohol.

Vi har ett gediget engagemang och intresse för god mat- och dryckeskultur. För Spendrups handlar en god dryckeskultur om att njuta rätt dryck till rätt tillbehör och om att njuta alkoholhaltiga drycker med ansvar. Som huvudsponsor till Årets Kock bidrar vi till den svenska matkulturen. Vår ambition med samarbetet är att framhålla dryckens självklara och positiva del av matupplevelsen, och att skapa förutsättningar för kunskapsutbyte och utveckling av våra produkter.

En god mat- och dryckeskultur är något att värna om, och Spendrups stödjer Årets Kock som bidrar till den svenska matkulturen. Vi samarbetar också med Fryshuset kring deras alkohol- och drogfria aktiviteter.




5

# MEDARBETARE

97%

Andel heltidsanställda

95%

Andel tillsvidareanställda

40%

Andel kvinnor i styrelsen

# *Motiverade medarbetare – en avgörande framgångsfaktor*

Att attrahera och behålla kompetent personal är en avgörande framgångsfaktor för Spendrups. Därför arbetar vi målmedvetet med säkerhet, kompetensutveckling och ledarskap.

**MÅLET MED SPENDRUPS HR-ARBETE** är att erbjuda våra medarbetare rätt förutsättningar att prestera såväl enskilt som tillsammans. Arbetsplatsen ska upplevas som trygg och våra medarbetare ska ha möjlighet att utvecklas och stimuleras. Vi har även ansvar för att våra ledare har rätt verktyg för att leda och samverka.

En grundsten i HR-arbetet 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.

Under 2015 lanserades vår nya företagsidentitet, Spendrups 2.0, som ska öka kännedomen om vårt varumärke och våra värderingar. Som ett led i detta arbete gjorde vi en kulturmätning bland medarbetarna. Den visar att medarbetarna delar företagets värderingar. Den visar också att verksamheten till någon del behöver utvecklas, för att helt leva upp till värderingarna. Till exempel behövs en större samsyn kring begreppet ”handlingskraft”, så att vi arbetar mot samma håll. Nu arbetar vi vidare med workshops och ledarskapsutveckling för att i ännu högre grad leva som vi lär.

Under 2016 lanserar vi ett e-learningprogram med fokus på produktionsprocesser. Målet är att ytterligare öka medarbetarnas kompetens inom och förståelse för hela produktionsprocessen och hantverket bakom den. ▸



Dags att starta tapplinjen, snart är här full fart.

## Satsningar på en trygg arbetsplats

Att vara en attraktiv arbetsplats innebär 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 sattes ett nytt standardiserat system för rapportering av olycksfall och tillbud i drift. Syftet är att mer effektivt registrera och följa upp olyckor, men också att få medarbetare att rapportera in händelser som kunde lett till en olycka. På så sätt kan vi göra förebyggande ändringar av våra rutiner. Under 2015 har systemet utvecklats ytterligare, bland annat för att omfatta brandskyddsronder.

## Fokus på ledarskap

Det är mycket viktigt för oss att våra nyanställda känner sig välkomna och snabbt får en god kunskap om företaget. Sedan 2014 erbjuds nya medarbetare ett omfattande introduktionsprogram. Vi har också ett driftchefsforum för våra cirka 20 driftchefer med fokus på ledarskap samt erfarenhets- och kompetensutbyte.

Detta är en förlängning av det ledarforum för mellanchefer som etablerades för ett par år sedan. Syftet är att ge ledare från olika avdelningar möjlighet att träffas, diskutera gemensamma lösningar och säkerställa att alla får samma information. Det skapar transparens och samarbeten horisontellt i organisationen.

Det är en stor och avgörande utmaning att attrahera rätt kompetens på de orter där vi är verksamma. Sedan början av 2014 har vi förstärkt vårt rekryteringsarbete i Grängesberg och Hällefors med en rekryterare på plats, och genom ett utökat samarbete med skolorna i området.



Ibland behövs lite justeringar vid tapplinjen.

## Varje form av diskriminering utesluten

Vår personalpolitik säger att Spendrups ska vara ett företag där medarbetarna trivs och har roligt på jobbet. Det utesluter 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 2015 uppgick andelen kvinnor i koncernen till 27 procent, medan andelen kvinnor i ledande befattningar respektive styrelsemedlemmar var 31 respektive 40 procent.

*”Här handlar hållbarhetsarbetet om ansvar, affärsutveckling och ekonomi.”*

EINAR BOTTEN, HR-DIREKTÖR



TRE FRÅGOR TILL

**EINAR BOTTEN**
HR-direktör

**Varför är hållbarhet viktigt ur ett HR-perspektiv?**
– Hållbart företagande intresserar människor, inte minst unga, och det är en grund både för rekrytering och för att behålla engagerade medarbetare. Ur Spendrups perspektiv handlar hållbarhetsarbetet om ansvar, affärsutveckling och ekonomi – det speglar vår värdegrund.

**Berätta om Spendrups 2.0?**
– Vi gör en omfattande satsning på att utveckla Spendrups företagsidentitet. Kännedomen utanför företaget om vilka vi är och vad vi står för behöver öka. Till exempel om att vi snart är $CO_2$-neutrala. Lanseringen av Spendrups 2.0 är en av de viktigaste sakerna som företaget gjort under 2015.

**Hur märker medarbetarna av Spendrups 2.0?**
– Under året gjorde vi en kulturmätning med två syften bland våra medarbetare. Dels ville vi testa våra värderingar som framgångsfaktorer, dels ville vi se hur verksamheten lever upp till dessa värderingar. Det förstnämnda fick höga resultat bland medarbetarna, men vi har en del att jobba vidare med när det gäller hur värderingarna omsätts i verksamheten. Under 2016 arbetar vi vidare internt med att skapa engagemang kring våra visioner och synliggöra våra målbilder.



**STINA BERGKVIST**
Driftchef, Hällefors.

**Började på Spendrups:** 2008
(På anläggningen i Hällefors 2005)
**Bor:** I Hällefors
**Familj:** Sambo, två barn, Oscar 6 år och Tilda 4 år.
**Fritiden**: Mycket kretsar kring barnen, som är ganska små. Annars så gillar jag naturen och åker gärna längskidor.
**Dricker helst:** Loka Citron och Loka Crush Päron samt Briska Granatäpple.

*”Vi jobbar mot samma mål och hjälps åt för att komma dit.”*

**Hej Stina, vad gör du på Spendrups?**
– I dag arbetar jag som driftchef på kvalitets- och miljöavdelningen i Hällefors. Jag började jobba på anläggningen i Hällefors 2005 som semestervikarie på driftslab. (Dåvarande Hellefors Bryggeri som 2008 förvärvades av Spendrups). Jag har sedan 2005 haft flera olika positioner inom samma avdelning.

**Berätta om dina arbetsuppgifter?**
– På kvalitets- och miljöavdelningen kontrollerar vi livsmedelskvaliteten på det som tillverkas här. Vi producerar till största delen vatten, och på avdelningen kontrollerar vi det genom hela produktionskedjan, från källan till färdig produkt, avseende en rad mikrobiologiska och kemiska parametrar. Det gör vi enligt våra egenkontrollprogram, baserade på lagkrav och riktlinjer för livsmedelsbranschen. Som driftchef är jag ansvarig för att vi gör allt som vi ska på det sätt som det ska göras. Här är det ordning och reda som gäller. Min avdelning sammanställer också miljömålen som presenteras för den lokala ledningsgruppen.

– Jag är också internrevisor, bland annat för uppföljningen av Spendrups ISO 14001-certifiering. Det är roligt och spännande att få inblick i hela företagets verksamhet.

**Vad tycker du har varit speciellt under 2015?**
– När det gäller miljöarbetet har vi i Hällefors arbetat med att minska produktsvinnet, och det har varit mycket fokus på ”Svinn-projektet”. Vi utgår från hur många liter av en dryck som var det förväntade produktionsresultatet, följer upp avvikelsen och försöker förstå orsaken till den. Projektet har redan uppnått goda resultat. Svinnet minskar och det är jätteroligt.



**RICHARD BENGTSSON**
Chefsbryggare, Stockholm

**Började på Spendrups:** 2006
**Familj:** Gift, två barn
**Bor:** På Ekerö, väst om Stockholm
**Fritid:** Älskar träsnideri, det blir gärna gubbar. Det intresset kommer nog från att jag trivs i naturen.
**Dricker helst:** Vin ... (skratt). Nej, jag väljer välgjord, god öl. Både mörk och ljus, det beror på sammanhanget.

*”Sedan 2009 har vi gått från noll till 7,5 miljoner liter ekologiskt öl per år, och efterfrågan bara ökar.”*

**Hej Richard, vad gör du på Spendrups?**
– Jag är chefsbryggare i Stockholm, och ansvarig för alla Spendrups ölrecept, gamla som nya. Den stora delen av mitt arbete är som avdelningschef för produktutvecklingen inom Spendrups varuförsörjning. För mig är det sällan tråkigt att gå till jobbet.

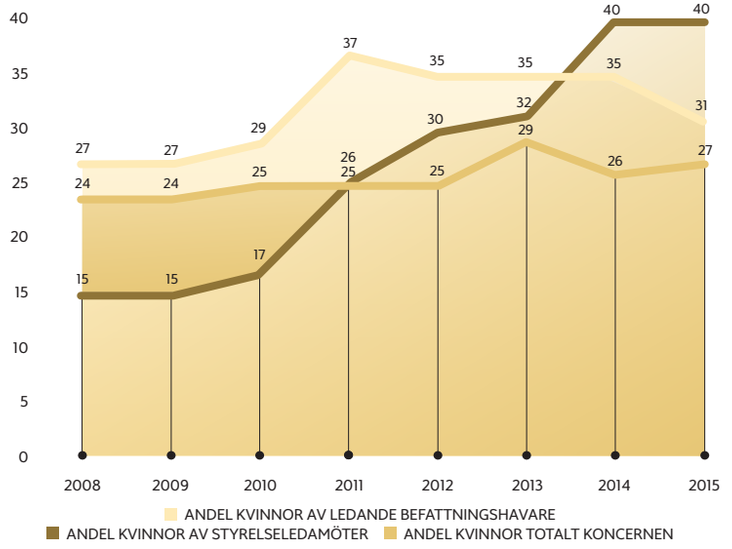
**Hur valde du yrke?**
– Båda mina föräldrar arbetade i bryggerinäringen och jag visste tidigt att jag ville bli bryggmästare. Efter gymnasiet utbildade jag mig i Österrike, Schweiz och Tyskland. Jag började med att lära mig tyska, och utbildade mig till bryggmästare i Berlin, där jag också arbetade i tio år. Sedan kändes det rätt att komma tillbaka till Sverige.

**Hur ser du på utvecklingen för ekologiskt öl?**
– Ekologiskt öl ligger mig mycket varmt om hjärtat. Det har varit en enorm utveckling under senare år, både vad gäller kundernas intresse och tillgången på råvarorna ekologisk malt och humle. Sedan 2009 har vi gått från noll till 7,5 miljoner liter eko-öl per år, och efterfrågan bara ökar. Scandic Hotels köper till exempel mycket ekologiskt öl, och Systembolaget frågar efter stora volymer. Detta är inte en trend, utan ett aktivt val som kunderna och konsumenterna gör.

**Vad har du för filosofi när du utvecklar öl?**
– Jag gör bara öl av hög kvalitet som jag själv tycker om och vill dricka. Till exempel är jag pappa till alla 13 ekologiska öl som Spendrups tagit fram sedan 2009. Vissa har testat tålamodet mer än andra, men som en stolt pappa tycker jag lika mycket om dem alla.

# 2015 i siffror

## Könsfördelning (%)




## Medelantal anställda

890

### Jämställdhet

Andelen kvinnor i koncernen uppgår till 27 procent, medan andelen kvinnor i ledande befattningar respektive styrelsemedlemmar var 31 respektive 40 procent.

### Olycksfall och tillbud

Den kraftiga ökningen av antalet rapporterade arbetsplatsolyckor kan härledas till införandet av ett nytt inrapporteringssystem, som på ett effektivare sätt än tidigare fångar upp fler små olyckor. Genom utbildning av chefer, lagledare och skyddsombud har vi ökat användbarheten. Detta har en positiv effekt på vårt förebyggande arbete inom arbetsmiljö.

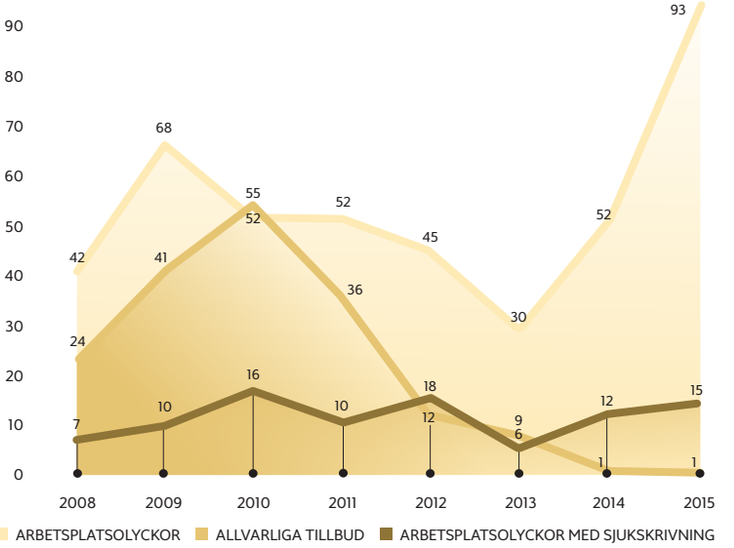
### Sjukfrånvaro

Sjukfrånvaron har under 2015 ökat marginellt. Sett över en längre tidsperiod visar sjukfrånvaron på en nedåtgående trend.

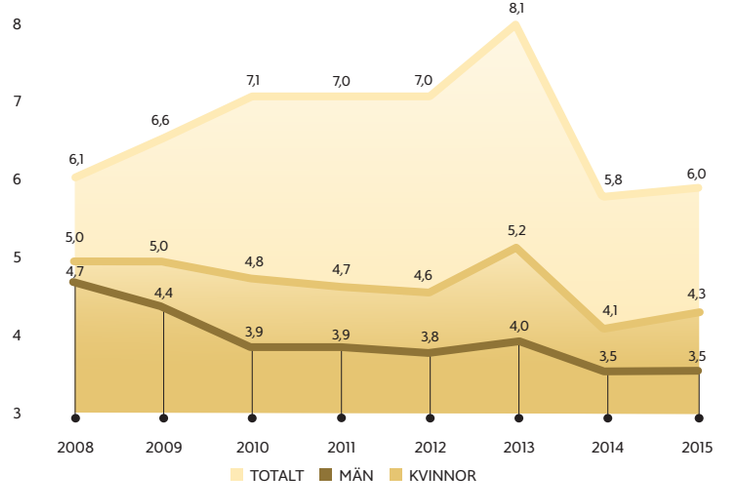
### Centrala skyddskommittén

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

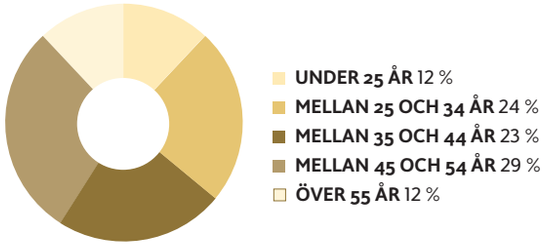
## Antal rapporterade olycksfall och tillbud



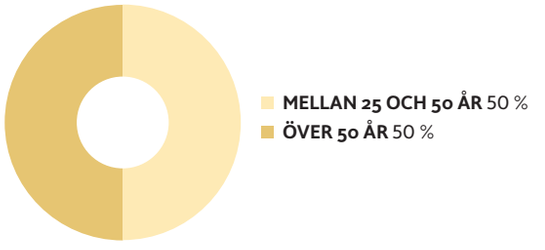

## Andel sjukfrånvaro av anslagen arbetstid (%)




## Åldersfördelning, personalen




## Åldersfördelning, styrelsen

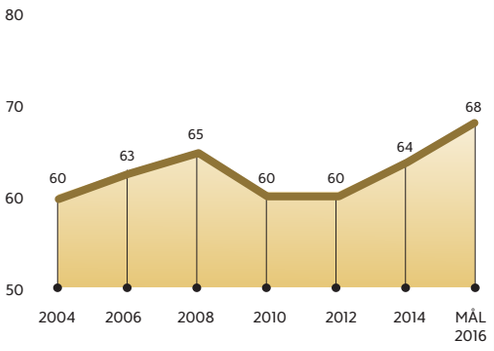


# 2015 i siffror

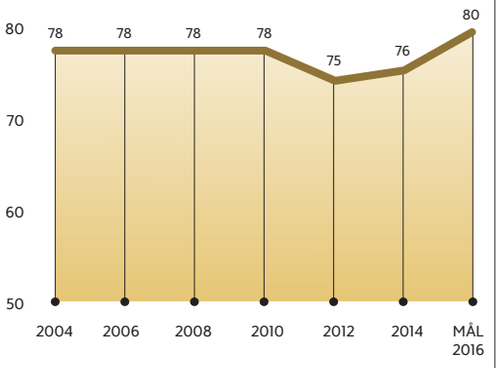
**En grundsten i HR-arbetet är medarbetarundersökningen som genomförts vartannat år, men som från 2016 kommer att genomföras varje år. Resultatet från den sammanfattas i ett flertal index som bygger på ett urval av frågor från medarbetarundersökningen som vägts samman.**

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

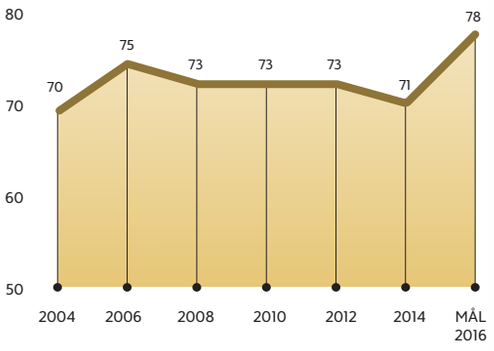
## Arbetsmiljöindex



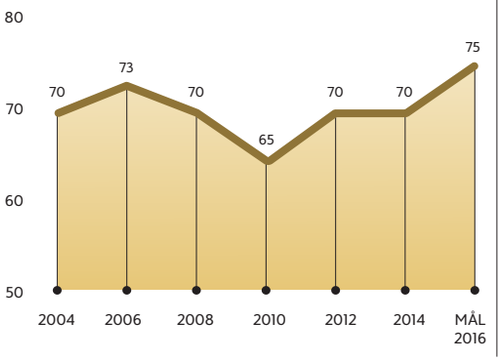

## Jämställdhet- och mångfaldsindex



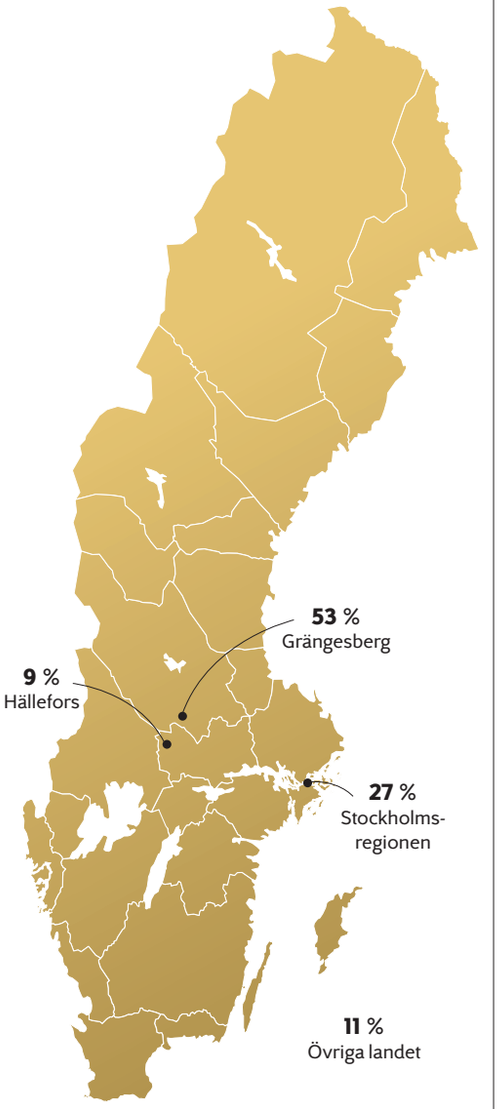

## Motivationsindex



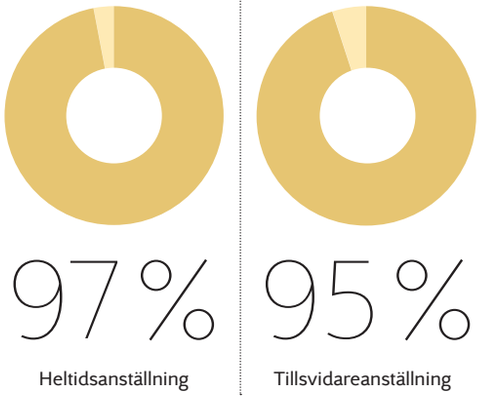

## Ledarskapsindex




## Geografisk fördelning av anställda



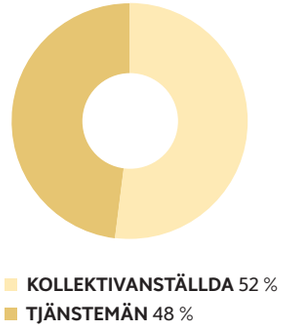

## Anställdas anställningsformer




## Medarbetare som omfattas av kollektivavtal

100 %

## Anställdas yrkeskategorier



# *GRI-index*

Denna hållbarhetsredovisning är den sjätte som redovisas enligt Global Reporting Initiative (GRI) och sammanfattar Spendrups hållbarhetsarbete under 2015. Redovisningen görs årligen och den senaste rapporten utkom i maj 2014. Redovisningens innehåll utgår ifrån GRI G4:s riktlinjer för core-nivå och är reviderad av en oberoende auktoriserad 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. Inga väsentliga förändringar beträffande storlek, ägande eller lokalisering har skett under 2015. Inte heller har några väsentliga förändringar i hållbarhetsaspekter och avgränsningar skett i förhållande till tidigare redovisningar.

En förändring har skett i beräkningen av energianvändning och koldioxidutsläpp i produktionen. Tidigare räknades drav som sålts till extern kund för framställning av biogas som reduktion av företagets totala miljöprestanda, men eftersom Spendrups numera använder draven själv som eget biobränsle belastas Spendrups med all energianvändning från dravförbränningen som används i bryggeriverksamheten. Förändringen har uppdaterats retroaktivt för att få jämförbarhet över åren.

## 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 |
| ORGANISATIONSPROFIL | |
| G4-3 Organisationsprofil | 32 |
| G4-4 Huvudsakliga produkter och tjänster | 2, 18–19, 21 |
| G4-5 Lokalisering av huvudkontoret | 2, 36 |
| G4-6 Länder där verksamhet bedrivs | 18 |
| G4-7 Ägarstruktur och bolagsform | 32 |
| G4-8 Marknader som organisationen är verksam på | 18 |
| G4-9 Organisationens storlek och omfattning | 2, 22 |
| G4-10 Antal anställda | 2, 22, 30–31 |
| G4-11 Anställda som omfattas av kollektivavtal | 31 |
| G4-12 Beskrivning av företagets värdekedja | 7–8 |
| G4-13 Väsentliga förändringar beträffande storlek, ägande eller lokalisering | 32 |
| G4-14 Applicering av försiktighetsprincipen | 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 | 32 |
| G4-18 Process för att fastställa redovisningsinnehåll och begränsningar | 5–8, 32 |
| G4-19 Aspekter som identifierats som väsentliga | 32 |
| G4-20 Avgränsningar av väsentliga aspekter inom organisationen | 8, 12, 15–16 |
| G4-21 Avgränsningar av väsentliga aspekter utanför organisationen | 5–6 |
| G4-22 Förklaringar av korrigeringar från tidigare redovisningar | 32 |
| G4-23 Redovisa väsentliga förändringar i väsentliga aspekter och avgränsningar från tidigare redovisningar | 32 |
| INTRESSENTRELATIONER | |
| G4-24 Förteckning över intressenter som organisationen har en dialog med | 6 |
| G4-25 Principen för identifiering av intressenter | 5–8 |
| G4-26 Organisationens metod för intressentdialog | 6–7, 24–25 |
| G4-27 Rapportera frågor som lyfts fram av intressenter | 6 |
| REDOVISNINGSPROFIL | |
| G4-28 Redovisningsperiod | 32 |
| G4-29 Datum för senaste redovisning | 32 |
| G4-30 Redovisningscykel | 32 |
| G4-31 Kontaktuppgifter för frågor om redovisningen | 36 |
| G4-32 Redovisningsprofil och GRI-index | 32–34 |
| G4-33 Policy och nuvarande praxis för externt bestyrkande av redovisningen av oberoende auktoriserad revisor | 32 |
| STYRNING | |
| G4-34 Struktur för styrning | 5–8 |
| ETIK OCH INTEGRITET | |
| G4-56 Organisationens värderingar och uppförandekoder | 7 |

## RIKTLINJER / FÖRETAGETS RESULTATINDIKATIONER

| Väsentliga aspekter | Indikatorer | Omfattning* och övriga kommentarer | Sida | Gransk. |
|---|---|---|---|---|
| **EKONOMI** | | | | |
| Ekonomiska resultat | EC 1 Skapat och levererat direkt ekonomiskt värde | Omfattar hela koncernen. | 22 | |
| **MILJÖ** | | | | |
| Material | EN1 Materialanvändning | Omfattar råmaterial i dryckesproduktion samt förpackningsmaterial. | 10–12, 15 | |
| 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. | 9–16 | |
| | EN5 Energiintensitet | | 15–16 | |
| Vatten | EN8 Total vattenanvändning | Omfattar vattenanvändning i produktion. Vattenanvändningen i primärproduktionen anses väsentlig, men redovisas inte i dagsläget eftersom Spendrups saknar kontroll över dessa. | 15–16 | |
| Utsläpp | EN15 Direkta utsläpp av växthusgaser | Omfattar utsläpp från drivmedel samt Spendrups transporter av varor och anställda. | 15–16 | |
| | EN16 Indirekta utsläpp av växthusgaser | Omfattar utsläpp från drivmedel samt Spendrups transporter av varor och anställda. | 15–16 | |
| | EN18 Utsläppsintensitet | | 12, 16 | |
| Avlopp och avfall | EN22 Totalt utsläpp till vatten | Omfattar utsläpp till avlopp från Spendrups egen produktion. | 16 | |
| | EN23 Total avfallsvikt | Omfattar avfall som uppkommit i Spendrups egen produktion. | 15–16, 20 | |
| | EN27 Åtgärder för att minska miljöpåverkan från produkten | Omfattar miljöbesparingar från ekologiskt öl. | 19 | |
| Efterlevnad | EN29 Betydande böter och sanktioner till följd av överträdelser av miljölagstiftningen | Inga incidenter under året. | – | |
| 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, 15 | |
| Miljöbedömning av leverantörer | EN32 Andel nya leverantörer som bedömts för sin miljöprestanda | Eftersom indikatorn inte redovisats tidigare redovisas bedömningen av tidigare och nya leverantörer. | 22 | |
| **ANSTÄLLNINGSFÖRHÅLLANDEN OCH ARBETSVILLKOR** | | | | |
| Anställning | LA5 Andel av personalstyrkan som är representerad i formella kommittéer för hälsa och säkerhet | Omfattar Spendrups egna anställda. | 30 | |
| | LA6 Omfattningen av skador och sjukfrånvaro | | 30 | |
| Utbildning | LA11 Andel anställda som får regelbunden utvärdering av sin prestation | Omfattar Spendrups egna anställda. | 27 | |
| 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. | 30–31 | |
| Bedömning av arbetsförhållanden hos leverantörer | LA14 Andel nya leverantörer som bedömts för sina arbetsförhållanden | Redovisas som andel av alla leverantörer. | 20, 22 | |

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

## RIKTLINJER / FÖRETAGETS RESULTATINDIKATIONER

| Väsentliga aspekter | Indikatorer | Omfattning* och övriga kommentarer | Sida | Gransk. |
|---|---|---|---|---|
| **MÄNSKLIGA RÄTTIGHETER** | | | | |
| Likabehandling | HR3 Antal fall av diskriminering | Omfattar Spendrups egna anställda. | 28 | |
| Bedömning av mänskliga rättigheter hos leverantörer | HR10 Andel nya leverantörer som bedömts för sin hantering av mänskliga rättigheter | Redovisas som andel av alla leverantörer. | 7, 20 | |
| **SAMHÄLLSFRÅGOR** | | | | |
| Anti-korruption | SO3 Andel och antal affärsenheter som analyserats avseende risk för korruption | Omfattar Spendrups egen verksamhet. | 19 | |
| | SO4 Kommunikation och utbildning avseende korruption | Omfattar Spendrups egen verksamhet. | 19 | |
| | SO5 Bekräftande korruptionsincidenter och vidtagna åtgärder | Inga incidenter under året. | – | |
| Konkurrenshämmande beteende | SO7 Antal rättstvister rörande konkurrenshämmande beteende | Omfattar Spendrups egen verksamhet. Inga incidenter under året. | – | |
| Efterlevnad | SO8 Böter och övriga sanktioner för bristande lagefterlevnad | Omfattar Spendrups egen verksamhet. Inga incidenter under året. | – | |
| **PRODUKTANSVAR** | | | | |
| Konsumenthälsa | PR2 Antal fall där regler och frivilliga koder gällande hälso- och säkerhetspåverkan från produkter inte efterlevts | Omfattar Spendrups egen verksamhet. Inga incidenter under året. | – | |
| Produktinformation | PR4 Antal överträdelser av lagar för produktinformation och märkning | Omfattar Spendrups egen verksamhet. Inga incidenter under året. | – | |
| | PR5 Resultat av kundundersökningar | | 19–20 | |
| | PR7 Incidenter som rör överträdelser inom marknadskommunikation | Inga incidenter under året. | – | |

* 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 för 2015:*

Till läsarna av Spendrups Bryggeri AB:s hållbarhetsredovisning

## Inledning

Jag har fått i uppdrag av direktören för miljö och hållbar utveckling i Spendrups Bryggeri AB (556079-6871) att översiktligt granska Spendrups Bryggeri AB: s hållbarhetsredovisning för år 2015. Organisationen har definierat hållbarhetsredovisningens omfattning i GRI-indexet på sidan 32-34.

## Styrelsens och VD: s ansvar för hållbarhetsredovisningen

Det är styrelsen och VD som har ansvaret för att upprätta hållbarhetsredovisningen i enlighet med tillämpliga kriterier och utgörs av de delar av Sustainability Reporting Guidelines G4 (utgivna av The Global Reporting Initiative (GRI)) som är tillämpliga för hållbarhetsredovisningen, samt av organisationens egna framtagna redovisnings- och beräkningsprinciper. Detta ansvar innefattar även den interna kontroll som bedöms nödvändig för att upprätta en hållbarhetsredovisning som inte innehåller väsentliga fel, vare sig dessa beror på oegentligheter eller på fel.

## Revisorns ansvar

Mitt ansvar är att uttala en slutsats om hållbarhetsredovisningen grundad på min översiktliga granskning.

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 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 medvetna 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.

Min granskning utgår från de av styrelsen och VD valda kriterier, som definieras ovan. Jag anser att dessa kriterier är lämpliga för upprättande av hållbarhetsredovisningen. Jag anser att de bevis som jag skaffat under min granskning är tillräckliga och ändamålsenliga i syfte att ge oss grund för mina uttalanden nedan.

## Uttalanden

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

Stockholm den 31 maj 2016
Grant Thornton Sweden AB



Markus Håkansson
*Auktoriserad revisor/Specialistmedlem FAR*

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 i dag ca 900 medarbetare och omsätter ca 3,3 MDKR. I Spendrupskoncernen ingår dotterbolagen Spring Wine & Spirits, Gotlands Bryggeri och Hellefors Bryggeri.

**www.spendrups.se**