



# **Hållbarhetsprogram 2011**

# Innehållsförteckning

<b><u>INNEHÅLLSFÖRTECKNING</u></b>	<b>2</b>
<b><u>HÅLLBARHETSPOLICY</u></b>	<b>3</b>
<b><u>VAROR</u></b>	<b>4</b>
MÅL	4
<b><u>KRETSLOPP</u></b>	<b>4</b>
MÅL	4
<b><u>TRANSPORTER</u></b>	<b>4</b>
MÅL	4
<b><u>ENERGI- OCH LOKALANVÄNDNING</u></b>	<b>5</b>
MÅL	5
<b><u>LEVERANTÖR</u></b>	<b>5</b>
MÅL	5
<b><u>MEDARBETARE</u></b>	<b>5</b>
MÅL	5
<b><u>KUNDEN I HÅLLBARHETSARBETET</u></b>	<b>6</b>
MÅL	6
<b><u>DJURSKYDD</u></b>	<b>6</b>
MÅL	6

## Hållbarhetspolicy

Axfood AB ska sträva mot ständiga förbättringar av sitt arbete med miljö-, naturresurs- och sociala frågor. Grundläggande i arbetet är att arbeta förebyggande i så hög utsträckning som möjligt och tillämpa försiktighetsprincipen. Axfood arbetar huvudsakligen i enlighet med ISO 14001.

Axfoods ambition är att vara ledande inom hållbarhetsområdet och våga vara en föregångare både när det gäller nya tekniska lösningar och arbetsätt.

Genom ett systematiskt arbete med miljö och sociala frågor innefattande tydliga mål, åtgärder och uppföljning kan arbetet följas tydligt av kunder, medarbetare, ägare och samhället i övrigt.

Miljöarbetet inriktas på minskad klimatpåverkan inom hantering av varor, avfall, transporter, energi och lokalanvändning. Inför större strukturella förändringar genomför vi miljökonsekvensbeskrivningar. I våra butiker vill vi underlätta för medvetna kunder genom ett miljöanpassat sortiment, rättvisemärkta varor, praktiska lösningar samt bra konsumentinformation. Vi vill också ge våra kunder möjligheter att engagera sig i hållbarhetsfrågor genom samarbete med ideella organisationer. Det sociala arbetet handlar om att främja en god social miljö såväl för de som arbetar i Axfood och dess bolag samt de som producerar och levererar koncernens varor.

Axfoods uppförandekod tydliggör för våra leverantörer vad vi förväntar oss framförallt inom det sociala området. Vi blir successivt bättre på att tillämpa vår uppförandekod för att bidra till bättre förhållanden där våra varor produceras.

Axfood arbetar med hållbarhetsfrågor som en integrerad del av verksamheten och de enskilda bolagen inom Axfood AB ansvarar för det praktiska genomförandet av Axfoods hållbarhetsarbete. God kompetens och engagemang för miljöfrågorna hos medarbetarna är en förutsättning för att de ambitionerna ska kunna förverkligas. Miljökoordinatorer finns utsedda i alla bolag.

## Varor

### Mål

- Willys ska fortsätta bevaka att man erbjuder den billigaste ekologiska matkassen.
- Willys ska under 2011 miljömärka sina Willys Hemma 2.0 butiker med Bra miljöval.
- Axfoodkoncernen bör öka sin försäljning av ekologiska produkter fram till 2012 till minst 3% av försäljningen av livsmedel.
- Axfood bör till 2015 öka sin försäljning av ekologiska produkter till minst 6% av försäljningen av livsmedel.
- Samtliga kedjor fortsätter sitt aktiva arbete med att undvika onödigt svinn.
- Resultat från arbetet med inköpsriktlinjerna, inklusive livscykelanalyserna, börjar stegvis tillämpas i inköpsarbetet under 2011 och 2012.
- Axfood fortsätter köpa gröna palmoljecertifikat för den mängd palmolja som ingår i Axfoods egna produkter.
- Axfoods arbete med palmolja inriktas på att den palmolja som ingår i Garants produkter ska vara certifierad till år 2015.

## Kretslopp

### Mål

- Alla lager och egenägda butiker ska arbeta med långtgående källsortering där samtliga producentansvarsfraktioner ingår samt biologiskt behandlingsbart avfall och övrigt avfall. Syftet är att materialåtervinna så mycket som möjligt av avfallet.
- Alla bolag bör uppnå bättre lönsamhet när det gäller försäljning av avfallsfraktioner till materialåtervinning.

## Transporter

### Mål

- Axfood fortsätter med klimatkompensation av flygresor.
- Alla tjänstebilsförare erbjuds information om eco-driving.
- Alla chaufförer bör även fortsättningsvis erbjudas utbildning i eco-driving.
- Dagab och Axfood Närlivs bör under 2011 förbättra uppföljningen av de miljökrav som ställs på inköpta transporter.
- Dagab och Axfood Närlivs börjar under 2011 använda diesel baserad delvis på bioråvara.
- Dagab och Axfood Närlivs bör minska sina koldioxidutsläpp från drivmedel med 12% per tonkilometer under perioden 2009-2011 från egenägda bilar.
- Dagab och Axfood Närlivs bör minska sina koldioxidutsläpp från drivmedel med 20% per tonkilometer till 2015 från egenägda bilar.
- Dagab ska under 2011 öka tågtransporterna av varor in till lagren både från leverantörer i Sverige och andra europeiska länder.
- 25% av tjänsteresor inrikes över 5 mil bör ske med tåg eller buss från 2015.
- Axfood ska under 2011 undersöka de anställdas attityder till olika sätt att resa till möten, inklusive resefria möten, tex videomöten.

# Energi- och lokalanvändning

## Mål

- Reducera klimatpåverkan med 75% till 2020
- Minska energianvändningen med 30% per m<sup>2</sup> i våra lokaler till år 2015 (basår 2009). I reduktionsplanen ingår översyn av belysning, ventilation, kylning och uppvärmning.
- Minska energianvändningen med 4% per m<sup>2</sup> till utgången av år 2011 (basår 2009) i de lokaler där vi har möjlighet att mäta energiförbrukningen.
- Säkerställa korrekt energimätning i samtliga butiker i samband med omförhandling av hyresavtal.
- Investera i solceller på taken till lagerbyggnader under 2011.
- Bli ”klimatneutralt” till år 2020.
- Axfood övergår till förnyelsebar och ursprungsmärkt el from 2010.
- Axfood övergår till Bra Miljöval el from 2013.
- Halvera klimatpåverkan från köldmedia till 2015.
- Axfood bör använda miljömärkta kontorsmaskiner (datorer, skrivare och kopiatorer) när sådana alternativ finns. Ett särskilt program för grön it och det hållbara kontoret<sup>1</sup> ska tas fram senast 2011.
- En grön it-revision genomförs under 2011.

## Leverantör

### Mål

- Genomföra samråd med viktiga organisationer inom det sociala området.
- Förbättra kontrollen av leverantörskedjan när det gäller egna produkter.
- Samtliga leverantörer i högriskländer ska senast 2013 ha genomgått en social revision.
- Samtliga leverantörer med allvarliga avvikelser från uppförandekoden ska efter revisionen ha börjat arbeta med förbättringsprogram inom överenskommen tid.
- En social revisor anställs på Axfoods inköpskontor i Shanghai.
- Höja kvaliteten när det gäller uppföljningen av sociala revisioner.
- Uppförandekoden ska vara integrerad i Axfoods samtliga verksamheter under 2011.
- Miljökrav bör ställas vid upphandling av kontorsmaterial och städtjänster, miljöstyrningsrådets riktlinjer ska användas i upphandlingsarbetet.
- Utbilda egen personal i uppförandekoden. Det gäller personal på S/I samt personal i andra bolag som köper in varor och/eller tjänster.
- Integrera utbildning i uppförandekoden i Axfoods introduktionsutbildning.

## Medarbetare

### Mål

- Stärka arbetet med friskvårdsinsatser för personalen.
- Bibehålla frisknärvaron på minst 95%.
- Bibehålla Nöjd Medarbetar Index på nivån minst 90%.

---

<sup>1</sup> Kan innehålla sådant som dator och serveranvändning, utskriftspolicy, miljömärkta inköp, effektiv användning av serverhallar, åtgärder för att minska resande genom bättre möjligheter till distansarbete och konferensmöjligheter.

- Uppnå jämn könsfördelning på ledarpositioner, dvs kvinnor och män är representerade inom spannet 40-60% senast 2015.
- 90% av personalen bör uppleva att företaget är en jämställd arbetsplats när det gäller kvinnor och män senast 2015.
- Uppnå jämn könsfördelning bland de som går Axfoods ledarutbildningar, dvs kvinnor och män är representerade inom spannet 40-60% under 2011.
- Fördubbla den andel av personalen som utnyttjar friskvårdsbidraget till 2015.
- Minska lång- och korttidsfrånvaron.
- Alla medarbetare ska ha fått grundläggande miljöutbildning senast 2012.

## Kunden i hållbarhetsarbetet

### Mål

- Alla kedjor ska ha en god kommunikation till sina kunder om hållbarhetsfrågor.
- Alla kedjor ska from 2010 informera sina kunder om de etiska val som gjorts.
- Alla kedjor ska under 2011 genomföra en marknadsaktivitet tillsammans med Rättvisemärkt för att stärka försäljningen av rättvisemärkta produkter
- Alla kedjor ska se till att hyllkantsmärkning av miljömärkta och ekologiska varor är tydlig (Enkla vägen).
- Willys fortsätter med sin miljöinformation till kunder i butik.
- Samtliga kedjor ser till att information om hur man tar sig med kollektivtrafik till samtliga butiker finns på webben.

## Djurskydd

### Mål

- Mål för försäljning av ekokött är 2% av köttförsäljningen för 2011.
- Ursprungsmärkning av köttträvaran i Axfoods egna produkter införs med inriktning att slutföras under 2011.