

Convini



# Hållbarhetsrapport 2020

# INNEHÅLL

3	Ett minst sagt annorlunda år
4	Året 2020 i korthet
5	Om Convini
6	Vi utgår från FN:s mål
7	Så jobbar vi med hållbarhet
8	Vår hållbarhetsvision
9	Våra intressenter
10	Konsumenternas viktigaste önskemål

11-12	Väsentliga hållbarhetsfrågor
13	Vårt klimatfotavtryck
14	Vad vi har gjort och våra resultat <ul style="list-style-type: none"><li>- Miljö och klimat</li><li>- Hållbar leverantörskedja</li><li>- Hälsa och välmående</li><li>- Vår arbetsplats</li><li>- Finansiell hållbarhet och affärsetik</li></ul>
30	Några av våra hållbarhetsmål
31	Nu fortsätter vår hållbarhetsresa

# Ett minst sagt annorlunda år

Vi kan nu blicka tillbaka på 2020, året som präglades av coronapandemin. Det har varit ett extremt och turbulent år, fyllt av utmaningar för oss alla. Convinis verksamhet påverkades i hög grad av att många arbetsplatser övergick till hemarbete och vi fick snabbt ställa om och anpassa oss till situationen.

Vi vidtog snabbt åtgärder inom såväl organisationen som våra arbetssätt och tack vare våra fantastiska medarbetares engagemang, hårda arbete och positiva attityd kunde vi tillsammans ta oss igenom utmaningarna.

Behovet av Convinis trygga och smidiga lösningar ökade inom flera sektorer, inte minst inom sjukvården. Vi är stolta och glada över att ha kunnat bidra med energi för många yrkesgrupper som har slitit hårt under det senaste året. När vi nu summerar 2020 konstaterar vi att Convini befast sin position som marknadsledare och står starkt rustat inför framtiden!

Trots årets utmaningar har vi inte tummat på vårt hållbarhetsarbete. Vi fortsätter framåt med visionen att bli ett föredöme på hållbarhetsområdet i vår bransch. Målet att vår verksamhet ska vara klimatpositiv senast 2025 står fast och vi har tagit flera viktiga steg på vägen under året som har gått.

Vi har klimatomärkt hela vårt måltidssortiment och därmed gjort det enklare för konsumenterna att göra hållbara val. Tillsammans med samarbetspartnern Karma räddade vi 11 500 produkter från att slängas, en viktig åtgärd för minskat matsvinn. Vi fattade beslut att övergå till 100% fossilfria bränslen i våra transportfordon redan från 2021. Vi har frågat våra kunder och konsumenter om vad de förväntar sig av vårt hållbarhetsarbete och fått enorm respons.

Vi mäter och utvärderar vårt hållbarhetsarbete löpande och vi har under året minskat vårt klimatfotavtryck med 32%. Vi är stolta över våra framsteg men vi är väl medvetna om att många utmaningar återstår.

Detta är vår andra hållbarhetsrapport. Den speglar 2020, omfattar Convinis svenska verksamhet och är upprättad i enlighet med ÅRL.

Nu fortsätter vi vår resa för en mer hållbar framtid. Det finns så mycket mer att göra och förbättra och vi vill gärna göra det ihop med medarbetare, leverantörer och kunder.

Tillsammans kan vi göra skillnad!

Mats Palmquist, VD



# Året 2020 i korthet

Vi klimatmärkte samtliga maträtter enligt WWFs kriterier, One Planet Plate.



Tillsammans med Karma räddade vi 11 500 varor, vilket motsvarar 4 000 kg mat och 6 100 kg CO2.



Vår Master Barista Matte blev först i Sverige att certifieras i Coffee Sustainability i två steg.

Vi fortsatte vårt samarbete med Zelmerlöw Björkman Foundation och bidrog till deras arbete för utsatta barn och ungdomar.



## 2025

Vi fortsatte vårt arbete mot målet att vara KLIMATPOSITIVA senast år 2025!

Vi firade 25 år! Långsiktigt och hållbart företagande för generationer framåt är huvudprinciper i Convini.



Flera av våra leverantörer tog fram mer hållbara förpackningar. Convini deltog aktivt i dialogen.



Vi beslutade att övergå till 100% fossilfria bränslen i alla våra transportfordon.



Istället för julklappar skänkte vi pengar till Zero Missions/Plan Vivos hållbarhetsprojekt Scole'Te i Mexico. Projektet fokuserar på långsiktigt och hållbart jordbruk med trädplantering och kaffeodling.



Vi ökade vår andel certifierat kaffe från 90% till

## 92%

# Om Convini

Convini är familjeföretaget som grundades 1995 av Anders Enqvist. Då som nu är Convinis mission att hjälpa människor i arbete att må bra och prestera bättre. Vi erbjuder innovativa, hållbara och trygga mat- och dryckeslösningar för arbetsplatsen - allt som behövs för välmående och energi på jobbet, 24/7.

Vårt varumärke KaffeKnappen står för marknadens mest högkvalitativa kaffeerbudande för arbetsplatser och genom vår partner Fruktd DEALEN erbjuder vi frukt av högsta kvalitet.

Med Convini får våra kundföretag tillgång till smarta måltidsbutiker, goda kaffelösningar och kvalitetsfrukt. Vi tar hand om allt från installation till drift. Våra medarbetare besöker kunderna regelbundet för att fylla på med kaffe, te,

frukost, sallader, smörgåsar, lunchrätter, mellanmål och kalla drycker.

Convini finns i Stockholm, Göteborg och Malmö samt i Berlin. Convini-koncernen ägs av familjen Enqvist och AB Max Sievert.

**Vår mission** - Vi hjälper människor i arbete att må bra och prestera bättre.

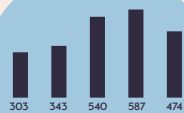
**Vår vision** - Tillsammans utvecklar vi ett fantastiskt företag! Genom vårt erbjudande och personliga bemötande är vi ledande på marknaden och en självklarhet på alla arbetsplatser.

**Vår affärsidé** - Vi ger människor på jobbet bra energi dygnet runt – gott, enkelt och bekvämt!



Familjeföretag  
som grundades

1995



Omsättning i mkr  
2016-2020

4 000  
kundföretag

200 000  
konsumenter

1 650  
Convini-butiker

3 700  
kaffemaskiner



ca 200  
anställda

# Vi utgår från FN:s mål

Convini arbetar aktivt och brett med hållbarhet för att den ska genomsyra hela organisationen och finnas med i alla relevanta beslut och processer.

Vi utgår från de 17 globala målen för hållbar utveckling som togs fram av FN 2015. Av de 17 målen har vi valt ut fem som är särskilt viktiga för oss och vår verksamhet: nr 3 - god hälsa och välbefinnande, nr 5 - jämställdhet, nr 8 - anständiga arbetsvillkor och ekonomisk tillväxt, nr 12 - hållbar konsumtion och produktion och nr 13 - bekämpa klimatförändringarna.





# Så jobbar vi med hållbarhet

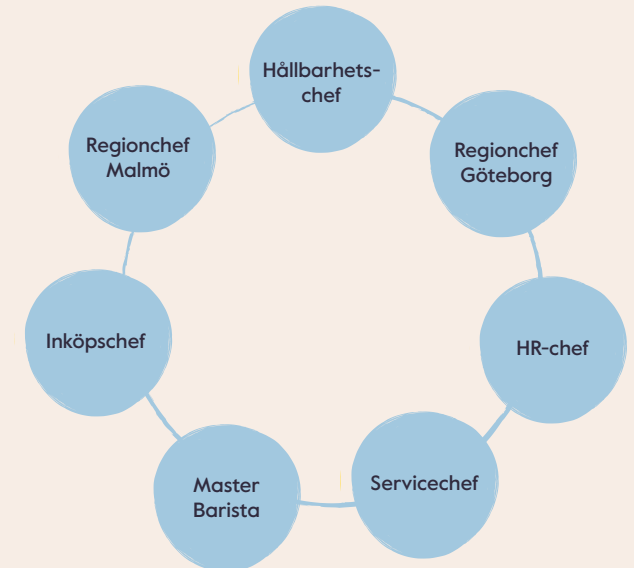
Vår syn på hållbarhet är att den har flera dimensioner som alla är viktiga: miljö, hälsa och välmående, mänskliga rättigheter och socialt ansvar, både internt och externt.

Arbetet leds och drivs framåt av vår hållbarhetschef som ingår i Convinis ledningsgrupp. Hållbarhetschefen leder också hållbarhetsgruppen med representanter från Convinis olika regioner och verksamhetsområden. Gruppen möts kvartalsvis, följer upp status, fattar beslut och ser till att vi jobbar mot våra fastställda hållbarhetsmål. Att gruppen representerar olika delar av bolaget syftar till att vi ska få input och engagemang från hela Convini.

Vi samarbetar med hållbarhetsbyrån U&We. De har hjälpt oss att identifiera vårt klimatfotavtryck, hitta vårt fokus och vägleder oss i hur vi kan göra skillnad. Inom våra fokusområden har vi satt upp tydliga mål och arbetar nu med att prioritera aktiviteter som ska genomföras.

Convini är kvalitetscertifierade enligt ISO9001 och miljöcertifierade enligt ISO14001. Det innebär att vi blir utvärderade av oberoende revisorer varje år.

Vi lägger stor vikt vid att alla våra anställda informeras och engageras i hållbarhetsfrågorna. Hållbarhet är en stående punkt på stormöten, kickoffer och avdelningsmöten. Alla team har satt egna mål inom området och under medarbetarsamtal sätts hållbarhetsmål på individnivå.



*Hållbarhetsgruppen möts regelbundet under ledning av Convinis hållbarhetschef.*



# Vår hållbarhetsvision

“Convini bidrar till samhället genom att vara det ledande hållbara företaget på marknaden för innovativa mat- och dryckeslösningar på arbetsplatser”

För oss innebär ordet ledande att vi:

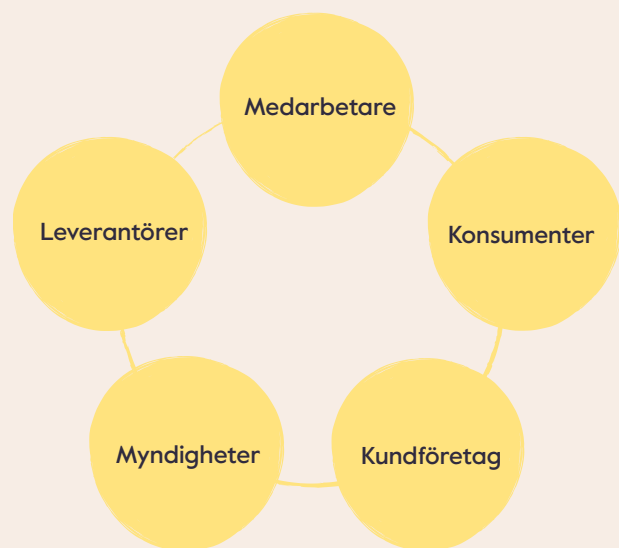
- har som mål att vara klimatpositiva år 2025
- är en förebild för andra företag, kunder och medarbetare



# Våra intressenter

Vi har fem huvudsakliga grupper av intressenter kring Convini som var och en påverkar och har förväntningar på oss när det gäller hållbarhet.

Vi för en kontinuerlig dialog om hållbarhet med alla dessa grupper. Vi ber om deras feedback, följer upp vilka frågor som är relevanta för dem och anpassar vår hållbarhetsstrategi, våra prioriteringar och våra insatser därefter.



Intressenter	Beskrivning	Typ av dialog
Kundföretag	Ca 4 000 privata företag, statliga och kommunala företag och organisationer, myndigheter mm som alla är våra kunder och i sin tur är arbetsgivare.	Årlig undersökning som skickas till samtliga kundföretag. Löpande dialog med kontaktpersoner via mejl, telefon och personliga besök.
Konsumenter	Ca 200 000 anställda och besökare hos våra kundföretag, som nyttjar de tjänster och produkter som Convini erbjuder; mat, dryck, kaffe och frukt på arbetsplatser.	Årlig undersökning som skickas till samtliga konsumenter. Löpande kommunikation via fokusgrupper, mejl, kundtjänst, telefon, sociala medier och personliga besök.
Medarbetare	Våra ca 200 medarbetare på Convini i Stockholm, Göteborg och Malmö.	Årlig medarbetarundersökning. Löpande info och åsiktsinhämtning via personalmöten, intranät och pulsmätningar.
Leverantörer	Våra ca 150 leverantörer, både enskilda företag och kedjeföretag, som förser oss med produkter och tjänster.	Nära, löpande dialog med alla våra leverantörer och samarbetspartners om vilka krav vi ställer på dem och hur vi kan samarbeta kring hållbarhetsfrågor.
Myndigheter	Myndigheter och institutioner, t ex miljö & hälsoskyddsnämnden, svensk lagstiftning, regelverk och direktiv.	Vi följer noggrant lagstiftningen, uppdateringar och nyheter gällande regler och riktlinjer.

# Konsumenternas viktigaste önskemål

Under hösten 2020 genomförde vi webbundersökningar riktade till våra kunder och konsumenter, dels för att mäta nöjdhet, dels för att få in synpunkter och förbättringsförslag på olika områden. Glädjande nog fick vi nära 12 000 svar, vilket motsvarade en svarsfrekvens på ca 9%.

Svaren visade bl a på ett mycket stort engagemang i hållbarhetsfrågor. Mer än 50% av respondenterna lämnade engagerade svar på följande formulering: "Convini arbetar med ett tydligt hållbarhetsfokus med ett mål att nå en klimatpositiv verksamhet år 2025. Var med och tyck till - lista de hållbarhetsfrågor som du tycker är viktiga för oss att fokusera på."

De vanligaste önskemålen om vilka hållbarhetsfrågor Convini bör fokusera på var (ej rangordnade):

- Mer vegetariskt och ekologiskt sortiment
- Mindre plast, mer hållbara förpackningar
- Klimatsmarta transporter
- Gör det lättare att välja hållbart, CO2-märkning av sortimentet
- Mer lokala produkter/närproducerat
- Minska matsvinnet, rea ut produkter som är på väg att passera bäst-före-datum
- Återvinning och sopsortering
- Mer information om Convinis hållbarhetsarbete



Konsumenternas synpunkter och idéer är mycket värdefulla och vägs in i vårt hållbarhetsarbete.



# Väsentliga hållbarhetsfrågor

Vi har identifierat Convinis mest väsentliga hållbarhetsfrågor och på dessa lägger vi vårt fokus. Varje fråga kan också kopplas till de utvalda FN-målen.








AVSNITT	VÄSENTLIGA HÅLLBARHETSFRÅGOR	BESKRIVNING AV RISKER/PÅVERKAN	HANTERING AV RISKER/PÅVERKAN	POLICYS OCH RIKTLINJER	INDIKATORER
<b>Miljö och klimat</b> 	Produktutbud	De produkter vi säljer har påverkan på miljö och klimat genom produkternas innehåll, odling, tillverkning och förpackningar.	Majoriteten av de produkter vi köper kommer från leverantörer med produktion i Sverige. Vi samarbetar med leverantörer som jobbar aktivt med hållbarhetsfrågor. Vi strävar efter att öka andelen produkter med lågt klimatavtryck. Genom vägledning, märkning och inspiration på våra digitala ytor gör vi det enklare för våra kunder att göra aktiva val. Vi har under 2020 klimatomärkt samtliga maträtter i vårt sortiment för att göra det enklare för kunden att göra hållbara val. Under 2020 har vi tagit fram en risk- och hållbarhetsanalys för våra leverantörer.	Convinis uppförandekod Convinis risk- och hållbarhetsanalys. Convinis inköspolicy 100%; • certifierad kakao • MSC-märkt fisk & skaldjur • certifierad palmolja	Andelen leverantörer som har godkänt uppförandekoden Andelen leverantörer som har skickat in risk- och hållbarhetsanalysen Andelen certifierat kaffe Andelen återvinningsbara förpackningar Andelen leverantörer som uppfyller vår inköspolicy
	Transporter	Samtliga leveranser till kunder sker med våra egna transportbilar som drivs av fossila bränslen vilket belastar miljö och klimat.	Optimering av leveransscheman och rutter. Vid inköp av nya bilar väljs den senaste tekniken. Vi har under 2020 tagit beslut om att gå över till 100% fossilfria bränslen under 2021 och löpande byta ut våra förmånsbilar till 100% eldrivna personbilar.	Bilpolicyn	Bränsletyp och volym
	Matsvinn	En mindre del av de produkter vi levererar till våra kunder blir inte sålda före utgångsdatum och behöver därför kasseras. Detta inverkar negativt på både miljö och samhälle.	Vi jobbar enligt FIFO (first in first out) för att minimera matsvinnet. Vi samarbetar med organisationer och bolag där produkter som skulle ha slängts får en andra chans. Optimering av produktmix och fyllnadsgrad på butiks nivå. Det som inte går att rädda blir biogas.	Handboken för butiks-ansvariga Egenkontrollprogrammet	Andelen matsvinn av levererad volym
	Utrustning & maskiner	Den utrustning och de maskiner vi tillhandahåller har påverkan på klimatet genom dess innehåll, energiförbrukning och tillverkning.	Vi väljer utrustning och maskiner med hög kvalitet och låg energiförbrukning. Kaffemaskinerna går ner i sparlåge när de inte används. Vi har effektiva rutiner för återanvändning och återvinning av maskiner. Vi förlänger livslängden genom utbyte av slitdelar. Maskiner som är förbrukade hanteras enligt gällande lagstiftning.	Rutin som innebär att utrustning som kan repareras återanvänds. Bedömningen görs av vår recycling-avdelning.	Antal recyclade maskiner
<b>Hållbar leverantörskedja</b> 	Mänskliga rättigheter & djurhållning	En del av vårt sortiment odlas och produceras i länder där risk finns att människors och djurs rättigheter inte respekteras.	Vi väljer leverantörer som är väletablerade på den svenska marknaden och som tydligt kan påvisa vilka åtgärder de vidtar för att minska risken. Vi har en hög andel certifierade produkter. Vi ställer krav på våra leverantörer i vår uppförandekod och gör en risk- och hållbarhetsanalys innan samarbete startas.	Convinis uppförandekod Convinis risk- och hållbarhetsanalys. Convinis inköspolicy 100%; • certifierad kakao • MSC-märkt fisk & skaldjur • certifierad palmolja	Andelen leverantörer som har godkänt Convinis uppförandekod Andelen leverantörer som har skickat in risk- och hållbarhetsanalysen Antal högriskleverantörer

# Väsentliga hållbarhetsfrågor

Vi har identifierat Convinis mest väsentliga hållbarhetsfrågor och på dessa lägger vi vårt fokus. Varje fråga kan också kopplas till de utvalda FN-målen.



AVSNITT	VÄSENTLIGA HÅLLBARHETSFRÅGOR	BESKRIVNING AV RISKER/PÅVERKAN	HANTERING AV RISKER/PÅVERKAN	POLICYS OCH RIKTLINJER	INDIKATORER
<b>Hälsa och välmående</b> 	Livsmedels-säkerhet	Risk finns att kyl- och frysdedjan bryts och att produkter blir defekta med hälsorisk som följd. Risk att leverantörer och personal inte följer regler och riktlinjer för livsmedelshantering.	Vi arbetar förebyggande med utbildning och egenkontrollprogram med rutiner för hygien- och livsmedelssäkerhet. Högriskleverantörer kontrolleras extra via besök och begäran av dokumentation. Samarbetar med leverantörer som är väletablerade på marknaden och säljer i andra kanaler. Bilar med kontrollerade kyl- och fryszoneer.	Egenkontrollprogram Convinis risk- och hållbarhetsanalys. Krav på spårbarhet.	Inrapporterade kundärenden. Kontroll av högriskleverantörer.
<b>Hälsa och välmående</b> 	Produkt-utbudets hälsoaspekter	Allt för höga intag av ohälsosamma produkter i kombination med stillasittande kan påverka hälsan negativt.	Vi inspirerar till en hälsosam livsstil och lyfter fram hälsosamma produktalternativ. Vi har en sortimentsgrupp som kontinuerligt arbetar för att säkerställa ett balanserat utbud.	Vårt sortimentsarbete bygger på fyra huvudområden; hållbarhet, hälsa, variation och njutning.	Andelen produkter klassade som mer hälsosamma alternativ.
<b>Vår arbetsplats</b>  	Jämställdhet & säker arbetsplats	För oss är det en självklarhet att verka för lika behandling, inkludering och respekt för alla individer. Vi behöver säkerställa både vår psykosociala och fysiska arbetsmiljö för såväl kontorsmedarbetare som driftspersonal, för att undvika stressrelaterad problematik och fysiska arbetsskador.	Vi följer gällande lagar och regler kring arbetsmiljö för att säkra en trygg och hälsosam arbetsplats, med plats för olikheter och mångfald, fri från diskriminering. Tillsammans med skyddsombud samverkar vi på samtliga arbetsställen genom både regelbundna skyddsronder och uppföljningsmöten. Vi mäter måendet inom organisationen med regelbundna pulsmätningar och tydliga KPI:er.	Personalhandboken Arbetsmiljöpolicy	Sjukskrivningsstatistik Könsfördelning Resultat i pulsmätningar
<b>Finansiell hållbarhet och affärsetik</b> 	Etik och ansvarsfullt företagande	Det finns risk att företag och personer inte agerar affärsetiskt. I delar av vår verksamhet finns det en viss risk för korruption.	Vi har rutiner och riktlinjer för att säkerställa ett etiskt företagande och hur man ska agera som medarbetare. Vårt samarbete med leverantörer regleras i vår uppförandekod.	Personalhandbok Arbetsmiljöpolicy Ekonomihandbok Antikorruptionspolicy	Årlig uppföljning genom extern revision. Antal inkomna misstänkta fall av korruption. Finansiella nyckeltal.

# Vårt klimatfotavtryck

I beräkningarna, som gjorts enligt Greenhouse Gas Protocol GHG, ingår utsläpp från förbrukning av el och värme, våra egna bilar, leverantörernas leveranser (tredjepartstransporter), tjänsteresor och kontorsmaterial.

Convinis totala klimatfotavtryck från den egna verksamheten uppgick till 1 086 ton CO<sub>2</sub>e under 2020. Detta motsvarar 5,83 ton per anställd.

Vi har minskat vårt totala klimatfotavtryck 2020 med 32% jämfört med 2019. Minskningen förklaras till största del av färre tjänsteresor och minskade intransporter av varor, vilket är en direkt följd av coronapandemins effekter.

## UTSLÄPP FRÅN VÅR VERKSAMHET PER GHG-SCOPE

	Ton CO <sub>2</sub> e 2019	Ton CO <sub>2</sub> e 2020
Scope 1	422	463
Scope 2	246	229
Scope 3	925	394
<b>Totalt</b>	<b>1 593</b>	<b>1 086</b>

## SAMMANFATTNING AV UTSLÄPP FRÅN VÅR VERKSAMHET

	Ton CO <sub>2</sub> e 2019	Ton CO <sub>2</sub> e 2020
Lokaler	257	237
Egna fordon (distribution)	519	569
Tjänsteresor	125	8
Intransporter (tredjepart)	692	257
Kontorsmaterial	N/A	15
<b>Totalt</b>	<b>1 593</b>	<b>1 086</b>

# Sortiment

En stor del av vårt klimatfotavtryck kommer från den mat och dryck vi säljer genom dess innehåll, odling, tillverkning och förpackningar. Hållbarhet är därför en viktig parameter i arbetet med att utveckla vårt sortiment och hur vi väljer produkter och leverantörer. Majoriteten av de produkter vi säljer produceras eller förädlas i Sverige och i många fall just på de orter vi verkar i. Närheten till våra leverantörer är viktig för oss och positiv för klimatet. De leverantörer vi jobbar med är väletablerade på den svenska marknaden och har alla fokus på att minska sitt klimatfotavtryck.

Våra kunder efterfrågar i allt större utsträckning produkter som har lågt klimatavtryck och som produceras på ett hållbart sätt. Genom ett aktivt sortimentsarbete tillsammans med våra leverantörer har vi idag ett brett utbud av miljömärkta produkter, produkter med ett lågt klimatavtryck och med förpackningar som är återvinningsbara.

För att göra det enklare för våra konsumenter att göra aktiva val så har vi under 2020 klimatmärkt vårt sortiment av maträtter. Produkterna är nu märkta med en av tre färger; grönt, gult eller

rött, helt enligt WWFs kriterier. Våra kunders intresse för hur vi jobbar med vårt sortiment har ökat under året. Många tips och förslag kom in via vår stora kundundersökning, vilket ger oss ett bra stöd när vi utvecklar sortimentet. Även andra frågor som t ex rör förpackningar har ökat kraftigt under 2020. Se särskilt avsnitt om just förpackningar och om hur vi jobbar med den frågan.

När vi summerar 2020 så ser vi att coronapandemin har givit effekter på sortimentsmixen. När pandemin slog till och många anställda fick en ny vardag med hemmakontor fick vi se över utbudet av framförallt färska produkter med kort hållbarhet (t ex sallader) och anpassa volymer efter antalet personer på plats. Effekten av detta ser vi i andelen försäljning av vegetariska rätter där vi innan pandemin låg på 25% som sedan har sjunkit till 21%.

Efterfrågan på certifierat kaffe har ökat under året. Av den totala försäljningsvolymen har andelen certifierat kaffe ökat från 90% till 92% under 2020.

**MÅL 2020:**

**25%**

av sålda maträtter är vegetariska eller veganska

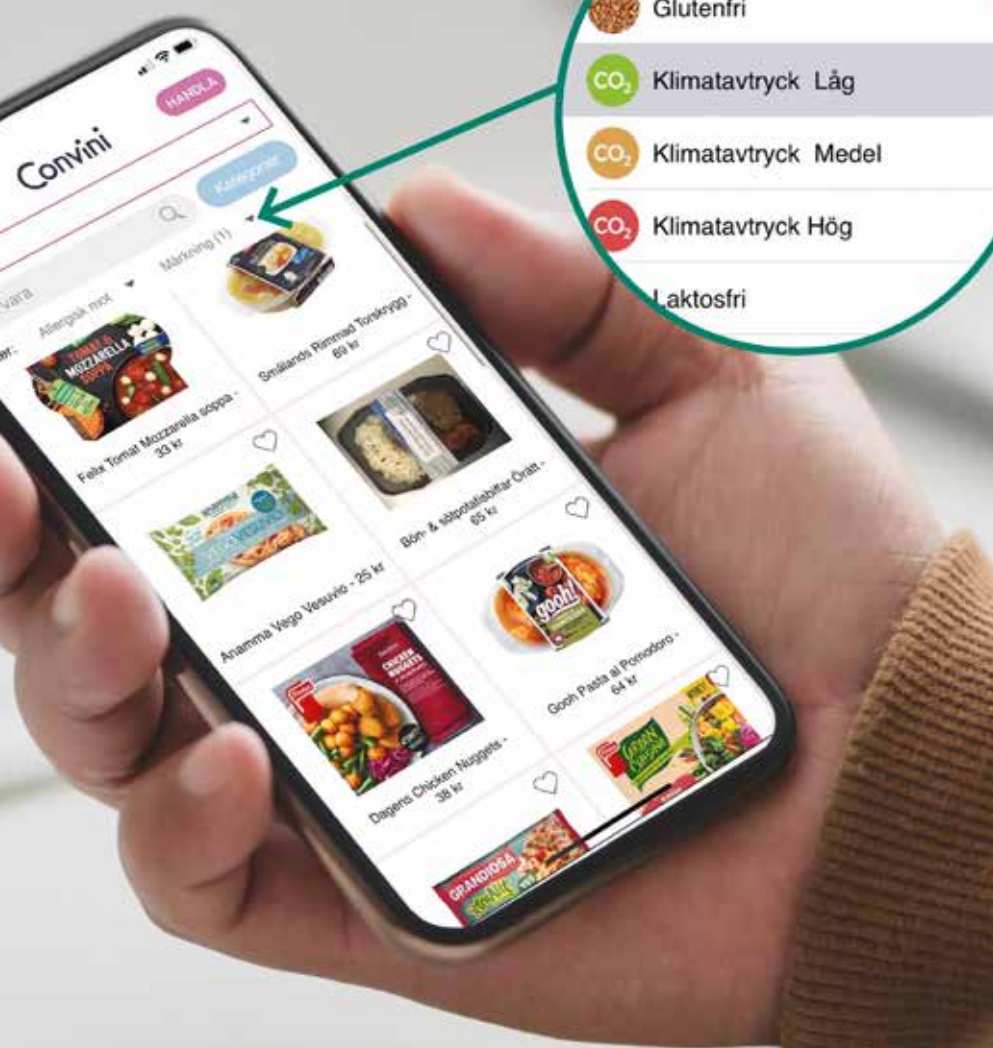
**UTFALL 2020:**

**21%**

**92%**

av vårt kaffe är certifierat








# Klimatmärkning av maträtter

För att hjälpa våra kunder att göra hållbara val i vardagen har vi klimatmärkt alla maträtter utifrån vilken koldioxidbelastning varje rätt har på miljön. Maträtterna märks med symboler i grönt, gult eller rött. Ju fler gröna rätter desto bättre för klimatet. Märkningarna är enkla att söka på med hjälp av en ny funktion i Conviniappen och på convini.se.

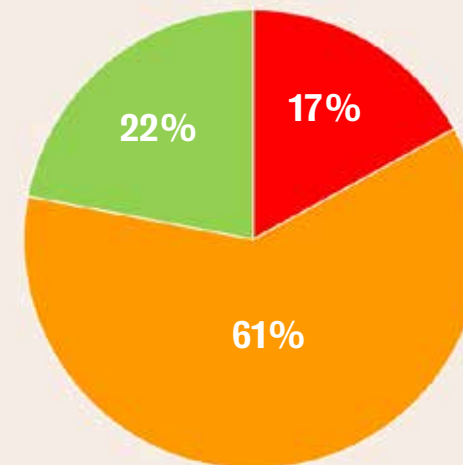
Till grund för arbetet med klimatmärkningen ligger WWFs One Planet Plate. De har räknat

ut en s k klimatbudget för hur stor påverkan en måltid bör ha för att vi ska nå målet om maximalt 1,5 graders global uppvärmning. Idag ger en lunch eller middag i Sverige i snitt 2 kg CO<sub>2</sub>e (växthusgaser). Enligt WWFs beräkningar vore det önskvärt att varje måltid motsvarar ca 0,5 kg CO<sub>2</sub>e i snitt.

Maträtterna i Convinis sortiment är nu märkta med tre färger, grönt, gult eller rött, i enlighet med WWFs kriterier.

-  **max 0,5 kg CO<sub>2</sub>e (växthusgaser) per portion**
-  **0,6-2,0 kg CO<sub>2</sub>e (växthusgaser) per portion**
-  **minst 2,1 CO<sub>2</sub>e (växthusgaser) per portion**

Försäljningsandelar för maträtter med grön, gul och röd klimatmärkning inom Convini 2020



# Förpackningar

En livsmedelsförpacknings främsta uppgift är att bevara och skydda dess innehåll. Utöver det kan rätt förpackning förlänga produktens hållbarhetstid. Om en produkt med hjälp av rätt förpackning kan hålla i sju dagar istället för en, minskar risken att den behöver slängas. Det reducerar både matsvinnet och klimatfotavtrycket.

Vi ställer höga krav på våra leverantörer och för ständig dialog med dem om förpackningar och materialval. Och våra leverantörer jobbar aktivt med frågorna. Vårt samarbete kretsar kring tre huvudsakliga fokusområden:

## 1. Reducera förpackningsmaterial

Många av våra leverantörer jobbar med att minska mängden förpackningsmaterial. Mer konkret handlar det exempelvis om att minska förpackningsstorleken eller att ta bort förpackningsmaterial som inte fyller någon funktion förutom utseendet.

## 2. Återvinningsbara förpackningar

Att återvinna förpackningar är ett bra sätt att minska klimatfotavtrycket. Många av våra leverantörer har övergått till förpackningar som går att återvinna. Ett exempel är en leverantör som har infört pant på sina juiceflaskor.

## 3. Ersätta till bättre material

Våra dryckesleverantörer har övergått eller håller på att övergå till att använda återvunnen plast i sina flaskor och våra

matleverantörer fasar ut den svarta plasten till bättre alternativ som har en lägre miljöpåverkan och som går att återvinna. Ett liknande arbete sker även hos kaffeleverantörerna. Andra leverantörer byter till bättre material som tex bio-plast eller fasar ut plasten helt där det är möjligt.

Oavsett materialval är det bästa sättet att värna om vår miljö att förpackningar sorteras och slängs i rätt kärl, både hemma och på arbetsplatsen. På Convinci jobbar vi självfallet med väl organiserad avfalls- och sophantering.

Vid framtagning av profilmaterial av engångskaraktär, t ex kaffemuggar och bärkassar, väljer vi alltid bästa möjliga material ur hållbarhetssynpunkt.

Under 2021 kommer nya regelverk kring engångsartiklar av plast, det s.k SUP-direktivet. Arbete pågår för att möta den nya lagstiftningen som gäller från 3 juli 2021.







# Certifikat i Coffee Sustainability Program

Convini egen Master Barista & Authorized SCA Trainer, Matte Carlson Wahlberg, blev under 2020 första personen i Sverige som certifierades i Coffee Sustainability i två olika nivåer, Foundation level och Intermediate level.

Denna hållbarhetsutbildning med fokus på kaffe hålls av den globala branschorganisationen SCA, Specialty Coffee Association i samarbete med hållbarhetsexperten The Chain Collaborative.

SCA står även för utbildningarna Coffee Skills

Program och Coffee Technicians Program, som Matte är licensierad att utbilda och certifiera i.

Efter genomgången utbildning och certifiering delar Matte sina hållbarhetskunskaper vidare inom Convini. Som medlem både i Convini hållbarhetsgrupp och sortimentsgrupp samt aktiv som utbildare inom Convini, kommer kunskaperna väl till pass i det dagliga arbetet med kaffesortiment, leverantörskontakter, förpackningar etc.



# Transporter

Alla leveranser till kunder sker med Convinis egna fordon och förare. Att vi kontrollerar hela distributionskedjan gör att vi har större möjlighet att säkerställa att fordonen nyttjas effektivt. Genom noggrann ruttplanering säkerställer vi att transporter till våra kunder blir så effektiva som möjligt.

Samtliga våra leveransfordon körs med dubbfria däck under årets kalla period för att minska slitaget på vägarna och minska skadliga partiklar i luften.

Även om coronapandemin orsakat en volymnedgång så har mängden transporter/körda mil inte minskat och därmed inte klimatfotavtrycket orsakat av transporter. Förklaringen är att antalet kunder och därmed kundbesök har varit relativt konstant trots att mängden varor som levererats har minskat under året.

Vår fordonsavdelning för löpande dialog med biltillverkare för att hålla sig uppdaterade på den tekniska utvecklingen. Deras uppgift är att välja rätt teknik för våra behov och se till att de bilar vi köper in uppfyller miljöklasskraven.

Under 2020 fattade vi beslutet att övergå till 100% fossilfritt bränsle i alla våra transportfordon och detta beslut gäller från 1 januari 2021. Denna åtgärd kommer att minska vårt klimatfotavtryck gällande transporter avsevärt.

Coronapandemin har lett till att tjänsteresandet i princip varit obefintligt. Convini investerade snabbt i webmöteteknologi och i stort sett alla möten, informationstillfällen, utbildningar mm har skett digitalt. Vår policy innebär att vi vid tjänsteresor mellan våra regioner väljer tåg i första hand och om flyg blir nödvändigt ska resan klimatkompenseras.

Under 2021 kommer vi byta ut samtliga förmånsbilar som drivs med fossila bränslen till 100% eldrivna bilar.



# Matsvinn

Matsvinn är en stor utmaning för vårt samhälle, både lokalt och globalt. Vi jobbar dagligen aktivt med att minimera matsvinnet i alla delar av värdekedjan. I möjligaste mån vill vi förstås undvika att mat och dryck kasseras och har därför ett genomtänkt system för detta.

Genom tydliga interna processer, noggranna drifrutiner, effektiv logistik och korta ledtider från tillverkare till kund minimerar vi risken för matsvinn. Vi har dessutom incitament på individnivå som gör att varje anställd gör vad de kan för att minimera kassationer.

Convinis matsvinn uppgick 2020 till ca 6,4%. Det är en ökning från 2019 då vi uppmätte 5,4%. Förklaringen till ökningen är en coronaeffekt. Under pandemin har antalet konsumenter som varit på sina arbetsplatser varierat mycket från dag till dag pga rekommendationer om distansarbete samt högre sjukfrånvaro än normalt. För Convini har efterfrågan på

produkter och rätt fyllnadsgrad i butikerna varit svårare att förutspå och optimera, vilket lett till ökat svinn.

Under 2020 startade vi upp en Convini Outletbutik på vårt huvudkontor i Solna som riktar sig till Convinis medarbetare. I denna butik erbjuder vi fullgoda men transportskadade produkter och produkter som är nära bäst-före-datum, till rejält reducerade priser. Här kan våra medarbetare handla och samtidigt bidra till att minska matsvinnet. Under 2021 kommer vi att öppna Outletbutiker även på våra kontor i Göteborg och Malmö.

För att ytterligare minska matsvinnet samarbetar vi bl a med Karma (se mer information om detta på nästa sida). Och slutligen, de produkter som inte går att rädda hanteras på ett hållbart sätt och omvandlas till biogas.

Convinis mål är att minska matsvinnet i vår verksamhet med 50 % senast 2025.

## 3 steg för att hantera matsvinn



# Convini i samarbete med Karma

Under 2020 har Convini samarbetat med Karma för att rädda maträtter som annars riskerar att slängas. Karma är ett svenskt start-upbolag som blivit världskänt för sin applösning för att rädda mat, med över 9 000 anslutna matbutiker, restauranger, caféer och bagerier.

Så hur går det till när Convini och Karma samarbetar? När sista förbrukningsdatum börjar närma sig i Convinibutikerna flyttar

vi produkter till Karmas rosa kylskåp som finns på utvalda offentliga platser, bl a i Solna. I Karmakylen får maten, som fortfarande är perfekt och ätbar, en andra chans och säljs till halva priset.

Sammanlagt under 2020 har Convini-Karma-samarbetet räddat 11 500 varor från att slängas. Detta motsvarar 4 ton mat och en minskning av koldioxidutsläppen med över 6 ton CO<sub>2</sub>.

**11 500**

varor har räddats  
under 2020





# Utrustning och maskiner

De kaffemaskiner, vattentorn, kylar, frysar och övrig utrustning som vi installerar hos våra kunder är noggrant utvalda, av högsta kvalitet och med lägsta möjliga energiförbrukning.

De kaffemaskiner vi erbjuder går ner i energisparläge när de inte används och kylarna och frysarna i våra butiker har bästa energiklass. Att vi jobbar med maskiner och utrustning med hög kvalitet och lång livslängd är en självklarhet. Det minskar riskerna för driftstopp och fel, vilket i sin tur innebär färre servicebesök, färre miljöbelastande transporter och färre kassationer. Och nöjdare kunder!

Vår tekniska avdelning består av personer med stor kompetens och lång erfarenhet. De arbetar dagligen med förebyggande service och reparationer för att säkerställa att vi alltid maximerar livslängden på utrustningen. När det till sist är dags att kassera en maskin ser de till att återvinna den på bästa hållbara sätt.

Fler än 1 700 av de kaffemaskiner som står ute hos våra kunder är digitalt uppkopplade. Det innebär att vi på distans och i realtid kan följa hur de används, att de fungerar, vilka eventuella fel som uppstår och hur mycket kaffe som konsumeras.

Vissa fel kan avhjälpas digitalt eller via telefonsupport och vi kan också avgöra om mängden kafferåvara är tillräcklig och när det är dags för påfyllning. Därmed minimerar vi antalet servicebesök och transporter som belastar trafik och miljö.

Våra tekniker arbetar aktivt med ett recycling-system som innebär att vi tar hand om och återanvänder utrustning för att maximera livslängden.

**MÅL 2020:**  
**20%**

av våra kaffemaskiner  
ska vara recyclade

**UTFALL 2020:**  
**20%**

# En hållbar leverantörskedja

Convini lägger stor vikt vid att bygga långsiktiga affärsrelationer där både vi och våra leverantörer kan utvecklas och inspirera varandra för en hållbar framtid. Vi har en stor bredd av leverantörer, allt från det lokala familjeföretaget till de globala storföretagen. För oss är varje samarbete lika viktigt och vi ställer samma höga krav på alla. Convini har en uppförandekod som ska undertecknas innan en leverantör kan börja samarbeta med oss.

Vi strävar efter att ha kontroll över hela leverantörskedjan och vi har under 2020 infört en risk- och hållbarhetsanalys för klassning av leverantörer. Utfallet av analysen avgör om ytterligare granskning ska ske t ex enhetsbesök, uppvisande av revisionsrapporter eller andra dokument som styrker att våra leverantörer följer regler och riktlinjer.

Bedömningsmodellen omfattar sociala, miljömässiga och ekonomiska kriterier, men även faktorer som leveranssäkerhet och livsmedelssäkerhet. Risk- och hållbarhetsanalysen ger också en bredare bild av hur våra leverantörer jobbar med hållbarhet och hur de möter Convinis väsentliga hållbarhetsfrågor och mål.

Vi sätter stort värde på leverantörer som jobbar med certifierade produkter och råvaror. Under 2020 har vi tagit fram en inköspolicy som bl a innehåller krav på att om palmolja används så ska den vara 100% certifierad, vildfångad fisk och skaldjur ska vara MSC-märkta och kakao som används i produkter ska vara certifierad eller hållbarhetsmärkt.

Convini har en låg riskexponering. Våra leverantörer ligger långt fram i sina hållbarhetsarbeten och vi har många gemensamma målsättningar. Det ger oss bättre förutsättningar att som bolag nå våra långsiktiga mål.

Under 2021 fortsätter vi att utveckla vårt arbetssätt och säkerställa att våra leverantörer fortsätter arbeta mot en hållbar framtid. De leverantörer som inte lever upp till våra krav kommer att väljas bort.

Målet för 2021 är att minst 95% av våra leverantörer har tagit del av och godkänt vår uppförandekod.





# Hygien och livsmedelssäkerhet

Eftersom Convini hanterar livsmedel är en korrekt och hygienisk hantering av största vikt. Vanligaste orsakerna till t ex matförgiftningar är att man har brustit i hanteringen av livsmedlet eller att kylkedjan brutits. Vi har specialbyggda bilar med både frys- och kylzoner som garanterar att produkterna håller rätt temperatur under transport och inför påfyllning hos våra kunder.

Vi som arbetsgivare och våra anställda har ett ansvar att se till att tillräckliga kunskaper finns. Vårt egenkontrollprogram gäller för våra medarbetare och omfattar ett antal riktlinjer och rutiner för att Convinis verksamhet ska bedrivas på ett tryggt, säkert och lagenligt sätt.

Egenkontrollprogrammet omfattar bland annat rutiner för hygien, utbildning, inköp, varumottagning och hantering, temperaturkontroll och rengöring. Egenkontrollprogrammet innehåller också

rutiner kring hantering av reklamationer. Årligen genomförs externa revisioner som säkerställer att reglerna efterföljs.

Personalen får utbildning i livsmedelshygien. Den anställda ges en genomgång av egenkontrollprogrammet och dess innehåll. Arbetsledare och avdelningschefer för personal som hanterar livsmedel ska ha fördjupade kunskaper i livsmedelshygien.

Under 2020 har alla i samhället ställts inför helt nya krav gällande hygien, för att förhindra smittspridning. Convini har hela tiden noggrant följt myndigheternas rekommendationer. Vi införde omedelbart skärpta hygienrutiner både på våra egna arbetsplatser och vid besök ute hos våra kunder; handsprit, engångshandskar, utökade städrutiner, munskydd osv.

# Hälsa och välmående

Vi vill få människor i arbete att må bra och prestera bättre, och därför är det viktigt för oss att aktivt inspirera våra kunder till att göra fler bra och hälsosamma val. Det handlar bland annat om att hälsa och välmående ska vara ett stående fokus i vår kommunikation till kunderna på vår hemsida, i vårt nyhetsmail och även vid självaste köptillfället i form av kampanjer och inspiration i Convini-appen och betalskärmen på butiken.

I kommunikationen vill vi lyfta hälsosamma produkter, inspirera till val av mer vegetariskt, att äta regelbundet för en jämnare energibalans, och att få tid över till en välbehövlig paus, eller varför inte ett träningspass på lunchen.

I vår sortimentsstrategi är hälsa ett av fyra huvudområden som vi fokuserar extra på. Tillsammans med våra leverantörer arbetar vi för att kunna erbjuda fler maträtter, mellanmål och drycker med näringsrika ingredienser och som bidrar till ett ökat välmående. Idag är 42% av produkterna klassificerade av oss som ett bättre alternativ utifrån en hälsoaspekt. Vårt mål är att öka denna andel till 45% under 2021.





# Vår arbetsplats

Vår mission är att hjälpa människor i arbete att må bra och prestera bättre. Detta gäller inte minst internt bland våra egna medarbetare.

Tillsammans skapar vi en fantastisk arbetsplats, varje dag!

Genom att arbeta strukturerat och med ett i grunden inarbetat arbetssätt, där rutiner och riktlinjer ständigt anpassas för att möta nya krav, skapar vi förutsättningar för att våra arbetsplatser ska vara trygga, säkra och för att våra medarbetare ska få möjlighet att hålla sig friska. Vi uppmuntrar rörelse och sunda vanor.

För att motverka stress, psykisk ohälsa och arbetsskador, arbetar vi förebyggande och långsiktigt genom att stötta och utbilda våra chefer och medarbetare. Vi mäter och följer upp sjukfrånvaro för att fånga upp ohälsa både preventivt och vissa fall innan det gått för långt.

Den ökade sjukfrånvaron under 2020 har en direkt koppling till corona och uppmaningen till alla att stanna hemma vid minsta sjukdomssymptom. Då merparten av våra medarbetare arbetar ute på fältet hos våra kundföretag och måste vara på plats för att utföra sitt arbete har rådande restriktioner bidragit till den högre sjukfrånvaron under året.

Vi säkerställer en god fysisk arbetsmiljö genom ett systematiskt arbetsmiljöarbete och tätt samarbete mellan skyddsombud och arbetsgivare. För att värna om den psykosociala arbetsmiljön uppmuntrar vi en ständigt pågående dialog mellan chef och medarbetare i vardagen, men också genom vår strukturerade process för medarbetarsamtal som genomförs två gånger per år.

Av våra ca 200 medarbetare är 67% män och 33% kvinnor vilket tyder på en viss utjämning från föregående år. I ledande befattningar är männen ännu i majoritet och vårt första mål är att arbeta mot att andelen kvinnor och män på chefsposition speglar vår könsfördelning i stort. Detta är ett arbete som behöver ske systematiskt och över tid.

Vi strävar efter mångfald på våra arbetsplatser, i alla olika avseenden. Det berikar arbetsplatsen och ger oss en bredd i mötet med våra kunder. När vi rekryterar gör vi det utifrån meriter, erfarenhet och utbildning. Vi tror på allas lika värde, rätt till lika behandling och respekt oavsett kön, ålder, nationalitet, sexuell läggning mm. Inom Convini har vi nolltolerans mot trakasserier och diskriminering.

Vi är ca 200 medarbetare fördelade på tre orter i Sverige; Stockholm, Göteborg och Malmö. Mixen av kvinnor/män ser ut så här:

Könsfördelning	Anställda totalt		I ledande befattningar	
	2020	2019	2020	2019
Andel kvinnor	33%	31%	18%	17%
Andel män	67%	69%	82%	83%

Vi mäter och följer upp sjukfrånvaron. Årsgenomsnittet ser ut så här:

Sjukfrånvaro	Total		Korttid		Långtid	
	2020	2019	2020	2019	2020	2019
Årsgenomsnitt	4,90%	3,08%	2,38%	0,95%	2,52%	2,13%

# Hållbart på kontoret

Convini finns på tre orter i Sverige; Stockholm, Göteborg och Malmö. På samtliga kontor för vi in hållbarhetsaspekten i våra dagliga rutiner och jobbar kontinuerligt med förbättringar.

Ett exempel är vårt projekt för att helt och hållet övergå till digital fakturahandling. Det gäller både fakturor som går ut till våra kundföretag och inkommande fakturor från våra leverantörer. Syftet är att minska pappersåtgången och de transporter som fysisk posthantering innebär. I dagsläget är 67% av kundfakturorna digitala och andelen ökar successivt.

Vi använder oss av förnybar el så långt det är möjligt.

Stora delar av vår IT-utrustning köps in från ett företag som genom återanvändning och innovation förlänger livslängden på datorerna.

Istället för att ge traditionella julklappar till våra medarbetare erbjöd vi dem att skänka pengar till goda och sociala

ändamål. Även julklappar till våra kunder ersattes med bidrag till hållbara projekt.

- **70%** av medarbetarna valde att skänka pengar till Barncancerfonden vilket resulterade i ett bidrag på 46 200kr från Convini
- **25%** valde Giving People vilket gjort att vi kunnat hjälpa 55 behövande barnfamiljer med julmatkassar
- **5%** valde ZeroMission och deras projekt ScoleTe som planerar träd i Mexiko. Tillsammans med julgåvan till våra kunder har detta resulterat i klimatkompensation motsvarande den mängd koldioxid som släpps ut i samband produktionen av närmare 17 ton kaffe.





# Engagemang och trivsel

Gemenskap och trivsel bland medarbetarna är nyckelfaktorer för att bygga ett hållbart och långsiktigt bolag. Våra medarbetare ska trivas, tycka det är kul att komma till arbetet och må bra när de är hos oss. Men för långvarig och uthållig trivsel är engagerade medarbetare en förutsättning.

Vi har ett långsiktigt mål som innebär att vi ska ha 100% medarbetarengagemang. Ett ambitiöst mål, men en viktig nyckel för att bygga hållbar tillväxt och långsiktig kundnöjdhet.

Under året har vi därför startat ett arbete med frekventa pulsmätningar. Genom dessa mäter vi regelbundet engagemanget utifrån vår modell som innefattar faktorerna välmående, samarbete, bekräftelse, stolthet, utveckling, syfte och ledarskap. Vi följer upp genom dialog och handlingsplaner. Mätningar får aldrig ersätta personliga dialoger men skapar förutsättningar för dessa, och används för att fånga upp organisationens mående i realtid. Detta har vi sett som särskilt viktigt i den tid som varit.

2020 har för oss, som för alla andra, inneburit utmaningar i att finna nya alternativa vägar till att umgås och skapa sociala ytor när pandemin inte tillåtit oss att samlas fysiskt mer än vårt dagliga arbete krävt.

Vi har skapat promenad- och löpargrupper, utomhusmöten, och firat högtider alternativt utomhus. Vi har utöver detta framgångsrikt förflyttat våra stormöten och andra sammankomster från fysiska till digitala arenor. Detta har skapat utrymme för både högre frekvens av dessa och samtidigt en lägre tröskel för att delta, i en verksamhet där merparten av våra medarbetare är ute på fältet hos våra kundföretag större delen av dagarna.

Under 2021 är vår förhoppning förstas att återigen ha möjlighet att samlas för afterworks, sommaravslutningar och julfest för att ytterligare stärka gemenskapen och känslan av tillhörighet.



# Etik och ansvar

Långsiktighet är och har alltid varit en grundprincip inom Convini. Företaget ska vara lönsamt, leva vidare och utvecklas för många generationer framåt. Långsiktigheten går hand i hand med hållbarhet, ansvarstagande och etik. Vi lägger stor vikt vid att agera ansvarsfullt och etiskt i alla lägen, både socialt och miljömässigt. Vi har utvecklat en rad policys och rutiner som säkerställer att vi agerar rätt och hur vi hanterar eventuella avvikelser.

Det börjar förstås i de egna leden, dvs hur Convini som företag agerar gentemot våra egna anställda, kunder, leverantörer och andra i vår omvärld. Ansvarsfullt företagande handlar om allt från mänskliga rättigheter, säkra produkter och ansvar för miljön till företagets sociala ansvar för att främja mångfald, jämställdhet och bra arbetsvillkor. Detta regleras i flera dokument, bl a vår personalhandbok, ekonomihandbok och arbetsmiljöpolicy.

Det handlar också om hur våra egna medarbetare agerar i relationer med kunder och leverantörer. Riktlinjer för detta tar vi upp i vår personalhandbok och introduktionsutbildning.

Precis som i alla verksamheter finns det risk för att Convinis medarbetare exponeras för mutor.

I vår antikorrupsionspolicy klargör vi vad som gäller och hur de anställda ska agera.

Vi förväntar oss även att våra leverantörer och partners ska agera ansvarsfullt och etiskt enligt en uppförandekod som vi vill att de skriver under. Den innehåller krav och förväntningar på sortimentsleverantörer gällande miljö, arbetsvillkor, arbetsmiljö, antikorrupktion, etik och hälsa.

Det faktum att vi väljer stor andel certifierade produkter (t ex Fairtrade, Rainforest Alliance, KRAV) till vårt sortiment, borgar också för att leverantörerna agerar ansvarsfullt.

**Nolltolerans  
mot  
korrupktion!**



# En del av allt vi gör



Certifierade enligt  
ISO 9001 & 14001



Källsorterar och återvinner



Målsättning att bli  
klimatpositiva 2025



Klimatmärkning av  
samtliga maträtter



92% certifierat kaffe



Beslut om 100% fossilfritt  
bränsle till leveransbilar



Alla våra personbilar  
är miljöbilar



Uppförandekod som ställer  
krav på leverantörer



Lyfter vegorätter



Matsvinn reduceras genom  
olika samarbeten



Förnybar el på alla  
kontor



Uppkopplade  
kaffemaskiner

# Några av våra hållbarhetsmål

Convinis hållbarhetsarbete genomsyrar alla delar av bolaget. Vi har under 2020 satt 20 tydliga och mätbara hållbarhetsmål som alla kan kopplas till FN:s globala mål. Nedan är några av de mål som vi kommer att arbeta mot under 2021.

- Höja index för medarbetarengagemang till 80%
- Inga långtidssjukskrivningar till följd av skador på arbetsplatsen
- 100% fossilfria leveranser till kund
- 95% av våra leverantörer har tagit del och godkänt vår uppförandekod
- Minska matsvinnet med 5%
- Öka andelen vegetariska rätter till 28%
- Öka andelen certifierat kaffe till 95%
- Öka andelen återvinningsbara förpackningar till 90%



# Nu fortsätter vår hållbarhetsresa!

Trots att 2020 varit omvälvande och fyllt av utmaningar känns det riktigt bra att vi ändå har flyttat fram positionerna på hållbarhetsområdet. Vi är många som har engagerat oss och tillsammans jobbat mot våra mål. Stort tack till alla!

Under året har vi tagit många små och stora steg i hållbarhetens tecken. Vi har jobbat fokuserat, gjort mätningar, reducerat, följt upp tidigare mål och satt nya. Vi är på rätt väg! Det känns inspirerande och får oss att vilja göra ännu mer. Vi har också fått höra att vårt hållbarhetsarbete har inspirerat andra i vår omvärld. Det känns extra bra.

Tack för att du visar intresse för vårt hållbarhetsarbete. Om du som läser har frågor eller idéer som du vill lyfta, tveka inte att höra av dig till mig.

Vi är bara i början och nu fortsätter Convinis hållbarhetsresa. Härligt om du vill hänga med!



Oscar Nordbrandt  
Tf Hållbarhetschef