

2018-05-15

Orkla Foods Sverige höjer ambitionen och serverar en ny hållbarhetsstrategi

Orkla Foods Sverige höjer ambitionen för hållbarhetsarbetet i den nya koncernövergripande hållbarhetsstrategin "En rörelse för hållbar livsstil". Som ett av landets största livsmedelsbolag serverar Orkla Foods Sverige starka lokala varumärken som gör det enklare för fler att välja god mat som gör gott.

Den nya hållbarhetsstrategin har högt satta mål som sträcker sig till år 2025. Bland annat ska socker och salt i produkterna reduceras med 15 %, vi siktar på att produkterna ska tillagas på 100 % hållbara råvaror och förpackas i 100 % återvinningsbara förpackningar samt att avfallet ska minskas med 50 %. Alla anläggningar kommer stegvis gå över till fossilfri energi för att minska klimatpåverkan med 60 %. Ett initiativ som ligger inom ramen för Science Based Targets*, ett kontrakt som Orkla-koncernen signerat.

Hållbarhetsstrategin bygger på fem områden; Näring & välbefinnande, Säkra produkter, Hållbara inköp, Miljöengagemang och Människor & samhälle. Orkla Foods Sverige har valt att fokusera på ett par identifierade områden för att fortsätta inspirera människor till en mer hälsosam och hållbar livsstil. Att erbjuda fler hälsosamma produkter, minska matsvinnet, fortsätta arbeta med att säkerställa hållbara råvaror och lansera nya hållbara produkter förenklar för fler att kunna göra medvetna val.

- Vårt hållbarhetsarbete har alltid stått högt upp på agendan och vi har gjort mycket. Nu höjer vi ambitionen ytterligare. Den nya strategin innebär tydligare prioriteringar som kräver att initiativ och aktiviteter är tydligt kopplade till hållbarhet genom hela värdekedjan. Målen är högt satta, men realistiska eftersom vi redan har påbörjat arbetet med att tillaga och erbjuda god mat som gör gott, säger Henrik Julin, verkställande direktör Orkla Foods Sverige.

[Läs mer om Orkla Food Sveriges hållbarhetsarbete.](#)

* [Science Based Targets](#) är ett projekt som hjälper företag att beräkna hur mycket de måste minska sina utsläpp för att världen ska klara av att nå klimatmålet på högst 2 graders temperaturhöjning.

För mer information, kontakta:

Margareta Lantz, presschef, Orkla Foods Sverige
+46 705 541774, margareta.lantz@orklafoods.se

Orkla Foods Sverige tillagar mat och dryck i Sverige med kärlek och omtanke om människor, hav och land. Våra varumärken är Abba, Anamma, Kalles, Felix, BOB, Frödinge, Ekströms, Risifrutti, Grandiosa, Önos, Mrs Cheng's, Kung Gustaf, Fun Light, Grebbestads, JOKK, Den Gamle Fabrik, Ejderns, Svennes, Hållö, Lucullus, Limfjord, Liva Energi och Paulúns.