

Pressmeddelande 2014-04-09

Telge Energi är ett av Sveriges mest hållbara varumärken

Telge Energi är ett av de företag som enligt Sustainable Brand Index* är ett av Sveriges mest hållbara varumärken. På Topp 30. Dessutom gick Telge Energi till final tillsammans med H&M och Coop i kategorin "Årets insats inom hållbart varumärkesbyggande" där H&M tog hem förstapriset.

Måndagen den 31 mars på eftermiddagen offentliggjordes hela listan över 242 varumärken i Sverige och vinnaren i Sustainable Brand Index* "Sveriges mest hållbara varumärke" och vinnare blev Lantmännen.

Även vinnarna i respektive kategori offentliggjordes. Telge Energi gick till i final i kategorin "Årets insats inom hållbart varumärkesbyggande" tillsammans med H&M för "Garment Collecting" och Coop för "Veckans eko". Telge Energi gick till final för arbetet med sajten smutselskollen.se Vinnare i år blev H&M för arbetet med "Garment collecting".

- Vinnare i den kategori vi gått till final i blev H&M och vi gratulerar både dem och Coop till ett bra och långsiktigt hållbart arbete. Att Telge Energi gick till final i kategorin "Årets insats inom hållbart varumärkesbyggande" känns oerhört kul. Vi tror att vårt fokus på att göra det enklare för alla elkunder att göra hållbara val, att göra samhällsnytta och samtidigt utmana och vara uppstickiga är nyckeln till vår framgång. I botten har vi en tydlig mission, vision, värderingar och affärsidé som går hand i hand med det vi kommunicerar, säger Mats Fagerström, VD Telge Energi.

Det grundläggande kriteriet för att bli nominerad är att insatsen ska präglas av nytänkande och innovation med fokus på framtiden. Utöver det ska följande fyra kriterier uppfyllas:

- Företaget i fråga har vågat testa något nytt samt utmana befintliga normer och sätt att göra affärer i sin bransch.
- Företaget i fråga har lyckats sätta ett tydligt fokus på sitt hållbarhetsarbete.
- Insatsen i fråga har engagerat konsumenterna och fått dem att ändra sitt beteende, alternativt forma ett helt nytt beteende.
- Insatsen har skapat potentiellt varaktig förändring för både företaget och konsumenterna.

*Sustainable Brand Insight undersöker varje år de största varumärkena på marknaden och ställer frågor om miljöansvar och socialt ansvarstagande baserat på FN:s 10 principer i Global Compact. Det här var fjärde året som undersökningen genomfördes

Om Telge Energi

Telge Energi är en oberoende elleverantör, utan egen kraftproduktion. Telge Energi säljer enbart förnybar el från sol, vind och vatten. Telge Energi har drygt 170 000 kunder, omsätter ca 2 000 Mkr och har 87 anställda. Målet är att all el som konsumeras är ren el, i Sverige och resten av världen. Det tar nog en stund, men kilowattimme för kilowattimme kommer vi närmare målet. Läs mer på: www.telgeenergi.se



och den baseras i Norden på svaren från 24 000 konsumenter och i Sverige på svaren från 9 000 konsumenter.

Läs mer om kategorin "[Årets insats inom hållbart varumärkesbyggande](#)" i Sustainable Brand Index.

Här finns hela listan på varumärkena som håller bäst och sämst i Sverige och alla placeringar – 242 varumärken: <http://www.va.se/va-hallbarhet/varumarkena-som-haller-bast-627096>

För mer information, kontakta:

Anni Svensson, Kundkommunikatör och Presskontakt Telge Energi

Telefon: 08-550 228 89

E-post: anni.svensson@telge.se

Anna Albinsson, Kundchef och Presskontakt Telge Energi

Telefon: 08-550 222 46

E-post: anna.albinsson@telge.se

Om Telge Energi

Telge Energi är en oberoende elleverantör, utan egen kraftproduktion. Telge Energi säljer enbart förnybar el från sol, vind och vatten. Telge Energi har drygt 170 000 kunder, omsätter ca 2 000 Mkr och har 87 anställda. Målet är att all el som konsumeras är ren el, i Sverige och resten av världen. Det tar nog en stund, men kilowattimme för kilowattimme kommer vi närmare målet. Läs mer på: www.telgeenergi.se