



Fazer sätter nya ambitiösa mål för hållbarhet

Fazer har arbetat länge för en mer hållbar livsmedelsproduktion och deltar i kampen mot klimatförändringar. Företaget tar nu ett viktigt steg framåt genom att förbinda sig till fyra hållbarhetsmål: 50 % mindre utsläpp, 50 % mindre matsvinn, 100 % ansvarsfulla inköp och mer växtbaserat. Fazer ser maten som en lösning på många miljörelaterade och sociala utmaningar.

Kärnan i Fazers uppdaterade hållbarhetsarbete är fyra sammanlänkade mål som koncernen har åtagit sig att uppfylla till år 2030.

- **Mål 1: Minskade utsläpp med 50 %** Detta innebär mat med mindre utsläpp, med prioriterad fokus på minskade klimatutsläpp.
- **Mål 2: Minskat matsvinn med 50 %** Minskat matsvinn stöttar målet kring minskade utsläpp samt bidrar till effektivisering av värdekedjan.
- **Mål 3: 100% Ansvarsfulla inköp.** Ansvarsfulla inköp har länge varit en prioriterad fråga. Fazer driver på fortsatt utveckling av baskriterier för leverantörer samt tillämpar specifika mål för råvaror så som kakao och spannmål. Sedan 2017 köper Fazer endast 100% hållbar kakao.
- **Mål 4: Mer växtbaserat.** Genom att öka andelen växtbaserad mat minskar miljöpåverkan av matproduktionen och människors hälsa främjas.

"IPCC-rapporten från 2018 indikerar att det behövs snabba och omfattande åtgärder för att begränsa den globala uppvärmningen. Enligt en ny rapport av EAT-Lancet Commission kan vi minska klimatutsläppen och även förbättra människors hälsa med ökad andel växtbaserad mat. Genom att erbjuda människor bra alternativ som främjar deras välmående skapar vi ett engagemang för att lösa utmaningarna tillsammans. Vi på Fazer ser mat som en lösning", säger Mats Liedholm, VD Fazer Sverige.

Fazer investerar i innovation

Den globala värdekedjan för mat måste utvecklas i en mer hållbar riktning. Fazers reviderade hållbarhetsarbete tar hänsyn till allt från livsmedelssäkerhet och vattenhantering till en rättvis värdekedja och en arbetsplats som representerar mångfald.

De nya målen är baserade på Fazers långa tradition och engagemang i hållbar utveckling. Under åren har Fazer gjort en rad satsningar på sitt miljöarbete och sociala initiativ där hållbarhetsfrågor finns med i det dagliga arbetet inom alla affärsområden. Till exempel köper Fazer enbart 100 % ansvarsfullt producerad kakao, RSPO-certifierad palmoilja och arbetar för en hållbar spannmålsodling. Fazer har gjort flera åtgärder för energieffektiviseringar och använder 100 % förnybar elektricitet i sina verksamheter i Sverige och Finland.

"Fazer som internationellt livsmedelsföretag kan ta ställning och göra skillnad. Det nya hållbarhetsarbetet är del av en strategisk förnyelseprocess som vi genomför för att bli ett modernt hållbart livsmedelsföretag. Vi sätter kunden först och en fördjupad insikt visar att dagens konsumenter förväntar sig att företag ska agera på ett hållbart sätt. Genom att agera ansvarsfullt säkerställer vi även kontinuiteten i vår affärsverksamhet", säger Mats Liedholm, VD Fazer Sverige.

Arbetet för att nå de nya hållbarhetsmålen är redan igång

Fazer arbetar aktivt för att uppnå de fyra nya hållbarhetsmålen och utvecklar nya produkter som stödjer arbetet, till exempel under varumärket Fazer Yosa. Minskat matsvinn är också en viktig fråga. Inom Fazer Food Services har matsvinnet (köks- och gästsvinn) minskat med 42% sedan 2016. Fazer Retail (Gateau) arbetar aktivt mot matsvinn genom att donera överblivna rester till välgörenhetsorganisationer så som Nema problema foundation och Svenska kyrkan, samt säljer produkter till ett kraftigt reducerat pris innan stängning genom konsument-appen KARMA. Fazer Konfektyr har arbetat med målet om mer växtbaserat genom att göra hela produktserien Tutti Frutti 100% gelatinfri och endast med naturliga färg- och smakämnen. Inom Fazer Bageri arbetar man för en 100% fossilfri fordonsflotta för att minska utsläppen.

Innovation och ständig utveckling krävs för en hållbar matproduktion och konsumtion. Genom att skapa nya matlösningar som uppfyller konsumenternas behov på ett miljömässigt och socialt ansvarsfullt sätt, kan Fazer hjälpa att styra konsumtionen mot mer hållbara alternativ. I januari i år gick Fazer ut med planen om att investera cirka 400 miljoner kronor i en anläggning i Lahtis i Finland som ska producera spannmålsprodukter med mervärde; ett segment inom vilket företaget redan är en föregångare.

För mer information, vänligen kontakta:

Christine Kullgren, tf. Kommunikationsdirektör, Fazer Sverige, 073 062 32 13, e-post: christine.kullgren@fazer.com

Mats Liedholm, VD, Fazer Sverige, 072 211 40 85, mats.liedholm@fazer.com

Fazer-koncernen

1891 öppnade den unge Karl Fazer sitt första café, med en mission att skapa mat med mening – och passion för att skapa stunder av glädje för alla omkring honom. Detta blev Northern Magic. Made Real. I dag är Fazer ett internationellt, familjeägt företag som erbjuder bageri-, konfektyr-, kex- och spannmålsprodukter, växtbaserade måltider och mjölkfria produkter, on-the-go-mat och -dryck samt måltids- och cafétjänster av hög kvalitet. Koncernen har egen verksamhet i åtta länder och export till cirka 40 länder. Fazers framgångar grundas på Karl Fazers vision, värderingar och vågade kreativitet, hög kvalitet på produkter och tjänster, populära varumärken, kunniga medarbetares engagemang och företagets ansvarsfulla sätt att arbeta. Fazer-koncernens omsättning 2018 uppgick till 1,6 miljarder euro och antalet anställda till ca 15 000. Fazers verksamhet följer etiska principer baserade på koncernens värderingar och FN:s Global Compact.

Northern Magic. Made Real.

