

Systematisk egendeklaration av socialt ansvarstagande



Mars 2020, Ver1



Innehåll

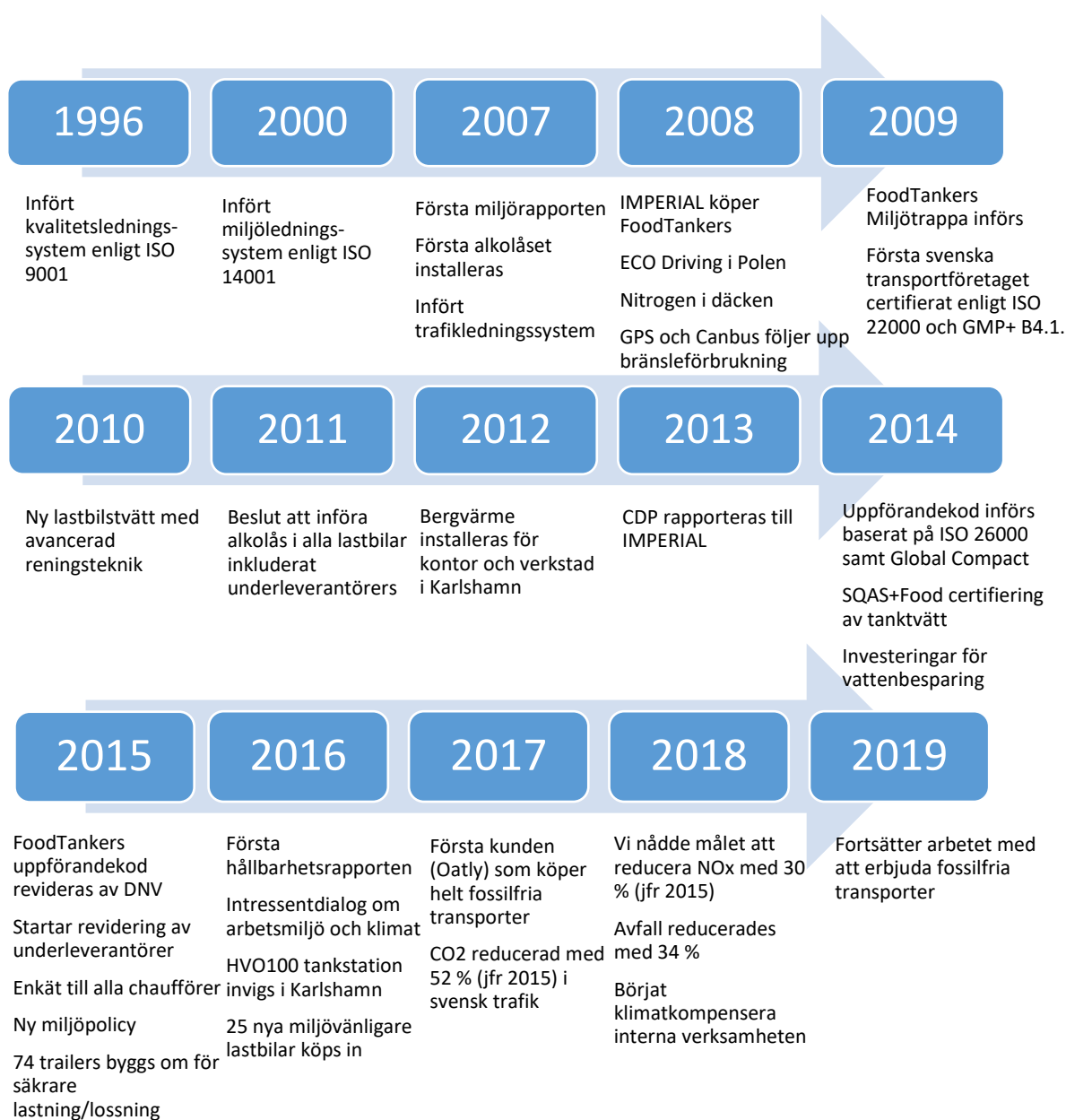
Bakgrund	3
Avgränsning	4
Ledningens åtagande	4
Verksamhetsstyrning.....	5
Identifiering och involvering av intressenter	5
Identifiering och prioritering av områden och principer i SS-ISO 26000	9
Integration av socialt ansvarstagande.....	13
Förbättringsarbete	17

Bakgrund

Denna egendeclaration innehåller FoodTankers¹ svar på de 77 frågor som framgår av *SIS-SP 2:2015 - Systematisk egendeclaration – Socialt ansvarstagande*. Vi vill på detta sätt beskriva hur vi arbetar med CSR och hållbarhet efter den globala standarden ISO 26000.

ISO 26000 omfattar ett brett omfång av hållbarhetsfrågor såsom miljö, samhälle, arbetsförhållanden och ekonomi. Eftersom man inte kan certifiera sig enligt ISO 26000 har FoodTankers valt att göra denna egendeclaration istället. FoodTankers presenterar också varje år sedan 2015 en [hållbarhetsrapport](#) enligt GRI Standards.

FoodTankers väg mot socialt ansvarstagande



¹ [FoodTankers](#) verksamhet består av: FoodTankers AB (Sweden) org.nr 556291-6071, FoodTankers POLSKA SP z.o.o. (Polen), FoodTankers TRANSPORT KFT (Ungern) samt FoodTankers NEDERLAND B.V. (Holland). FoodTankers är en del av [IMPERIAL Logistics](#).

Avgränsning

1. Vilka delar av organisationen, enheter eller grupp av människor omfattas av egendeclarationen och varför har eventuella avgränsningar gjorts?

Egendeclarationen omfattar hela FoodTankers verksamhet i Sverige, Polen och Ungern inklusive underleverantörer (kontrakterade åkerier). Se även svar på fråga 27.

Ledningens åtagande

2. Hur och var beskriver organisationen sitt övergripande ställningstagande för socialt ansvarstagande i förhållande till vision/policy, affärsidé/verksamhetsidé, strategier, mål och organisationskultur (etik, värderingar) i syfte att maximera bidraget till hållbar utveckling?

I FoodTankers Code of Conduct (uppförandekod), vilken baseras på ISO 26000, beskrivs företagets syn på mänskliga rättigheter, arbetsmiljö, miljöhänsyn och motverkande av korruption. Alla underleverantörer som kör för FoodTankers får underteckna uppförandekoden samt blir även granskade regelbundet. FoodTankers har också flera policys som anställda ska efterleva: Verksamhetspolicy, Miljöpolicy, Arbetsmiljöpolicy, Jämställdhetspolicy, Drogpolicy samt Trafiksäkerhetspolicy.

3. När och på vilken nivå i organisationen är detta ställningstagande fastställt?

FoodTankers har under lång tid arbetat med hållbarhetsfrågor men det var först under 2015 som vi började arbeta systematiskt med dessa frågor. Företagets ledningsgrupp har antagit uppförandekoden och samtliga policys.

4. Hur har de sju principerna för socialt ansvarstagande (ansvarighet, transparens, etiskt uppförande, respekt för intressenternas intressen, respekt för rättsstatens principer, respekt för internationella uppförandenormer, samt respekt för de mänskliga rättigheterna) integrerats i organisationens styrdokument?

De sju principerna återfinns i FoodTankers Code of Conduct men finns också med i flera av företagets policys. Verksamhets-, Miljö-, alkohol och drog-, trafiksäkerhets- och jämställdhetspolicy.

Medarbetarna tränas successivt i socialt ansvarstagande genom internutbildningar som följs upp med enkäter. Alla chaufförer, både egna och underleverantörer, tillfrågas regelbundet anonymt om deras upplevelser av socialt ansvarstagande hos arbetsgivaren.

Verksamhetsstyrning

5. Hur säkerställs det att nödvändiga resurser, finansiella och personella, är tillgängliga för att driva arbetet med socialt ansvarstagande?

Alla chefer inom företaget har ansvar för sin avdelning att socialt ansvarstagande beaktas i beslut som fattas.

6. Hur delegeras och kommuniceras ansvar och befogenheter inom organisationen?

Ansvar och befogenheter är kommunicerade till anställda via individuella befattningsbeskrivningar. Vid anställning kommuniceras befattningsbeskrivningen via introduktion samt ses också över löpande genom årliga medarbetarsamtal. Befattningsbeskrivningar finns tillgängliga via intranät

7. Vilka processer och rutiner används för att säkerställa att organisationen uppnår avsedda resultat?

Mål och aktiviteter tas fram av ledningsgruppen och följs upp vid ledningsgruppsmöten samt ledningens genomgång 1-2 gånger/år.

8. Hur har behovet av kompetensutveckling inom organisationen identifierats och dokumenterats?

Kompetensutveckling identifieras vid medarbetarsamtal och ägs av respektive chef samt HR.

Identifiering och involvering av intressenter

9. På vilken nivå i organisationen har identifiering av intressenter genomförts?

Identifiering av intressenter har gjorts av ledningsgruppen.

10. Hur har identifieringsprocessen sett ut för att identifiera intressenter?

Vi har som del i vårt arbete med ISO 14001, ISO 9001, ISO22000 samt ISO 26000 kartlagt våra viktigaste intressenter.

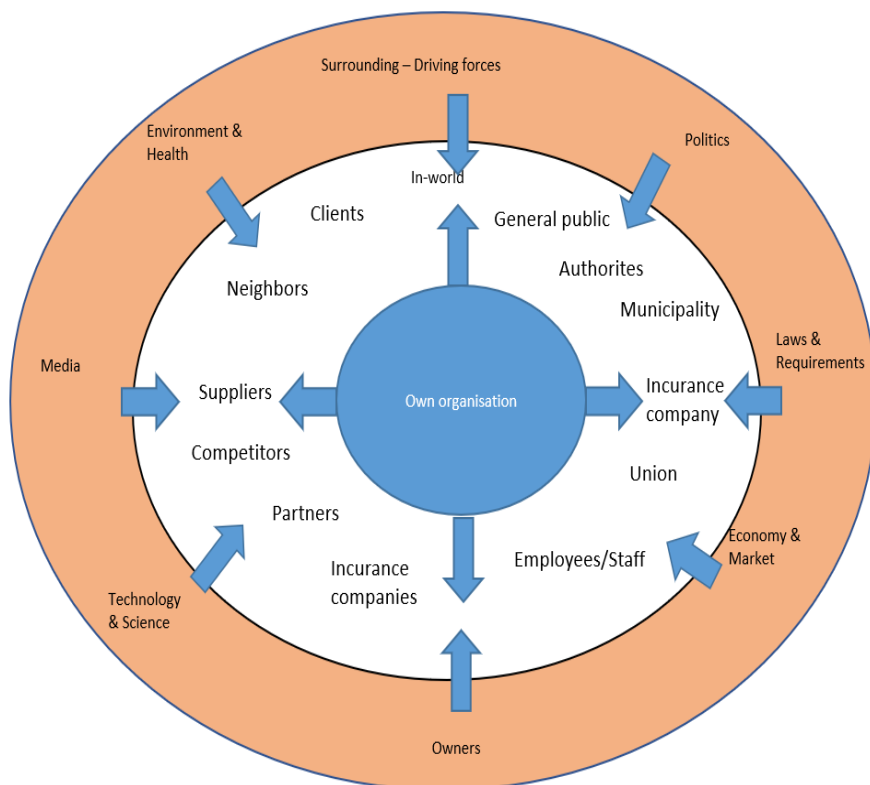
11. Hur har identifieringsprocessen tagit hänsyn till värdekedjan i samband med identifiering av intressenter?

Vi har utgått från begreppet kund, som hos oss både kan vara uppströms likväl som nedströms i värdekedjan. Det betyder att säljaren eller köparen av varan vi transporterar kan vara vår kund. Det innebär att antalet möjliga intressenter ökar märkbart.

Intressenter finns dessutom inte enbart i våra huvudprocesser utan i alla förekommande processer i verksamheten även om betydelsen varierar.

12. Vilka relevanta intressenter har organisationen identifierat?

Ägare, kunder, medarbetare, myndigheter, underleverantörer, bransch, fack och allmänhet.



13. Vilka faktorer har legat till grund för att intressenterna har identifierats?

Intressenter är alla som på ett eller annat sätt påverkar eller påverkas av vår verksamhet.

14. Vilken hänsyn tas till intressentgrupper som kan ha svårt att göra sig hörda och därför kan kräva särskilt beaktande?

För att uppmuntra chaufförer att våga säga sin mening har vi infört en enkät som kan besvaras anonymt.

15. Vilka intressentgrupper representerar samhället och miljön?

De flesta av våra intressenter representerar samhället på något sätt: anställda, kunder, leverantörer, myndigheter, allmänhet och politiker. Politikerna och myndigheterna ser vi även som representanter för miljön, både lokalt och nationellt.

16. Hur påverkas organisationens större samarbeten och partnerskap av arbetet med socialt ansvarstagande?

FoodTankers mål är att bli ledande inom hållbarhet i transportbranschen och tillsammans med våra kunder arbeta för hållbara transporter. För oss är det viktigt att ha nära samarbeten med våra kunder och leverantörer och driva frågor om socialt ansvarstagande. Vi engagerar oss också i branschfrågor samt olika innovationsprojekt. Samarbeten med underleverantörer är mycket viktiga. Därför kravställer vi och följer upp deras prestationer och erbjuder stöd och utbildning.

17. Hur identifieras nya intressenter i en nyuppkommen situation (t.ex. i en kris) eller i ett nytt projekt?

Intressentmatrisen uppdateras årligen eller vid behov av ledningsgruppen.

18. Vilka är organisationens prioriterade intressenter och vad ligger till grund för denna prioritering?

Ägare, kunder, medarbetare och myndigheter är de intressenter som vi ser som prioriterade. Detta utifrån den påverkansgrad de har på FoodTankers.

19. Hur och när inhämtas intressenternas förväntningar och krav på organisationen?

Detta sker olika beroende på intressentgrupp:

Ägare: Styrelsemöten

Kunder: Regelbunden kontakt med kunder, kundbesök och kundundersökning

Medarbetare: Medarbetarundersökningar, det dagliga samtalet

Myndigheter: tillsyns inspektioner, miljörapporter samt tillståndsärenden

Beslutsfattare inbjuds även till seminarier om aktuella transportrelaterade frågor.

Vi följer också samhällsdebatten om hållbar utveckling noggrant.

20. Hur går organisationen till väga för att inhämta synpunkter från intressenter som inte är organiserade eller har extra svårt att artikulera sina intressen?

Våra utländska medarbetare, anställda, kontrakterade underleverantörer och underleverantörers chaufförer, tillfrågas genom anonym enkät. Vi har en aktiv omvärldsbevakning som ska hjälpa oss ha örat mot marken.

21. Vid vilka givna steg i organisationens verksamhetsstyrning hanteras intressenternas förväntningar och synpunkter?

Vad gäller synpunkter eller avvikelser från kunder så hanteras dessa löpande. Vid ledningens genomgång i våra kvalitets- och miljöledningssystem redovisas intressenternas synpunkter. Chaufförsenkäten sammanställs vartannat år.

22. Hur hanterar organisationen balansen mellan samhällets behov av insyn och organisationens behov av integritet?

FoodTankers har en uttalad vilja att vara transparent. Information om vårt arbete och utveckling inom socialt ansvarstagande återfinns på vår hemsida samt i vår årliga hållbarhetsrapport samt årsredovisning.

23. Hur hanterar organisationen synpunkter och förväntningar från intressenter i hela värdekedjan?

Inkomna brister eller synpunkter från kunder hanteras i vårt avvikelssystem där avvikelsen också ges en ansvarig för utredning. En sammanställning av brister/synpunkter och kundundersökningar redovisas vid ledningsgruppsmöten.

Medarbetare framför sina synpunkter vid arbetsplatsmöten, medarbetarsamtal samt i daglig verksamhet. Underleverantörer (kontrakterade åkerier) har raka kanaler till FoodTankers ledning och deras chaufförer kan säga sin mening direkt eller anonymt. Synpunkter som vi bedömer som viktiga blir till en åtgärds punkt.

Vi genomför dessutom seminarier med intressenterna om exempelvis socialt ansvar i branschen eller utvecklingen av miljövänliga bränslen.



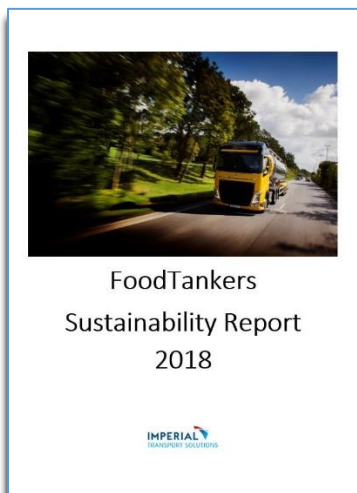
Bild från intressentmöte hos FoodTankers om fossilfria bränslen 2018 med representanter från kunder, riksdagen, kommunen samt åkeribranschen och bränsleproducenter.

24. Hur hanterar organisationen eventuella intressekonflikter mellan olika intressentgrupper?

Vid intressekonflikter hanteras detta i ledningsgruppen samt i styrelsen.

25. På vilket sätt har organisationen utnyttjat intressentdialogen i syfte att stärka kommunikationen/redovisningen av ansvarsarbetet?

Genom vår hållbarhetsrapport, seminarier samt deltagande i nätverk både i Sverige och Europa.



Bilder: Hållbarhetsrapport 2018, bränsleseminarium med riksdagsledamot i Trafikutskottet Anders Åkesson (C), den europeiska branschorganisationen för tanktransporter Tankceu, där FoodTankers VD är ledamot i styrelsen.



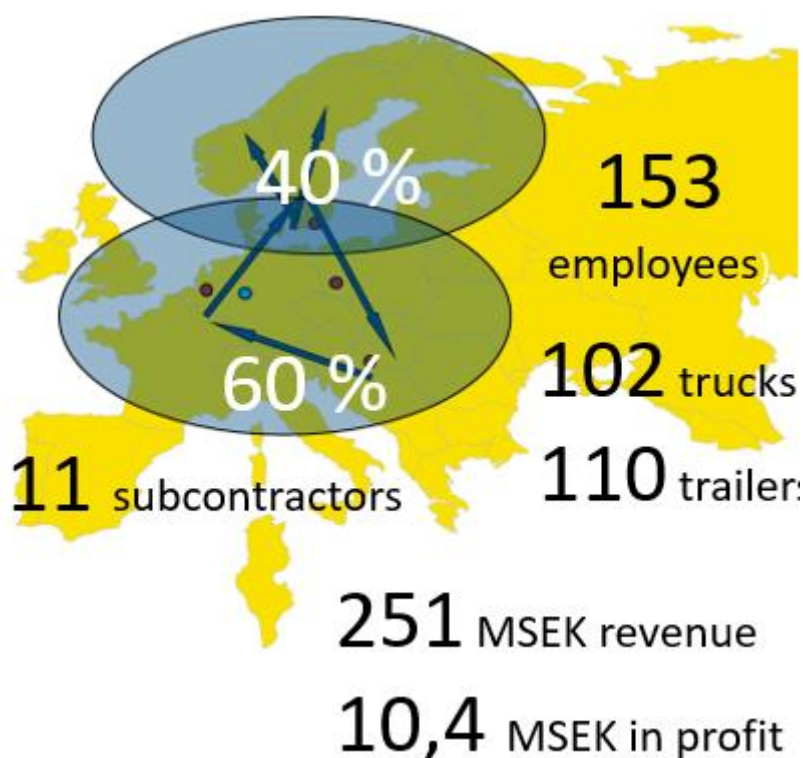
Identifiering och prioritering av områden och principer i SS-ISO 26000

26. Vilken typ av verksamhet bedriver organisationen?

Vägtransporter av oförpackade livsmedel i tank "B2B" samt distribution av gasol i tank för industrin

27. Vilken omfattning, storlek och uppbyggnad har organisationen?

FoodTankers huvudkontor ligger i Karlshamn men ägs av IMPERIAL Logistics International med huvudkontor i Duisburg, Tyskland. FoodTankers bolag i Sverige, Polen, Ungern och Holland omsatte 2019 ca 250 MSEK med ca 150 anställda. Tillsammans med ett tiotal underleverantörer disponerar vi ca 100 dragbilar och 110 trailers. *Bild nedan från verksamhetsåret 2018-2019.*



28. I vilka länder/platser/områden är organisationen verksam?

FoodTankers är verksam i Norden och övriga Europa och har dotterbolag i Polen, Ungern och Nederländerna.

29. Vad har organisationen gjort inom socialt ansvarstagande?

Vi har skapat en egen uppförandekod (Code of Conduct) som vi tar allvarligt på. Alla medarbetare och kontrakterade åkerier får signera den. Vi följer upp hur vi själva och våra leverantörer arbetar efter den genom enkätundersökning, där våra anställda och underleverantörernas anställda svarar på frågor för att säkerställa att vi lever upp till vår Code of conduct. Resultatet redovisas i våra hållbarhetsrapporter.

Se också "FoodTankers väg mot socialt ansvarstagande" - tabellen i avsnitt "Bakgrund".

I FoodTankers hållbarhetsrapporter redovisar vi också mer i detalj om vårt socialt ansvarstagande.

30. Vilka policydokument, värderingar, principer och uppförandekoder etc. har organisationen som är kopplade till socialt ansvarstagande?

Policydokument som följer vårt hållbarhetsarbete är

- Verksamhetspolicy
- Miljöpolicy
- Trafiksäkerhetspolicy
- Alkohol och drogpolicy
- Arbetsmiljöpolicy
- Jämställdhetspolicy



I FoodTankers lastbilar ska alltid finnas fungerande alkoholås.

31: Hur ser organisationens påverkansfär ut?

Vi påverkas av alla våra intressenter. Vi är dessutom en länk i livsmedels- och foderindustrins producentkedja och därmed påverkas vi av de kvalitetskrav våra kunder ställer på oss. Vi påverkar också våra leverantörer genom att ställa motsvarande krav på dem. Våra medarbetare påverkas givetvis av våra beslut. Vi påverkar även lokalsamhället genom de anställningar vi gör, miljöpåverkan och socialt engagemang. Vi försöker bidra till en hållbar utveckling genom att aktivt diskutera med våra kunder samt medverka i olika nätverk och forum som exempelvis *NetPort Science Park*, *EU-projekt*, *Transportföretagen*, *Sveriges Åkeriföretag*, *Svenskt näringsliv*.

32: Vilka slags beslut och aktiviteter hos intressenter i påverkansfären kan påverka organisationens sociala ansvarstagande?

Våra intressenter har stor påverkan på FoodTankers verksamhet genom krav på socialt ansvarstagande, framför allt genom kundernas uppförandekoder (Code of Conduct).

Våra leverantörsrevisioner är ett svar på ökade kundkrav och våra leverantörer ställer också krav på oss vilket vi välkomnar. FoodTankers arbetar även för att öka kraven på socialt ansvarstagande inom branschen både i Sverige och i Europa.

33: Vilka huvudområden och delområden under avsnitt 6 i SS-ISO 26000 bedöms vara relevanta för organisationen och varför?

Verksamhetsstyrning – krav från ägare, kunder på lönsamhet och kvalitet

Mänskliga rättigheter – krav från samhället, kunder och anställda att respektera mänskliga rättigheter.

Särskilt delområde 8 "*Grundläggande principer och rättigheter i arbetslivet*" där vi ständigt är uppmärksamma på att inte diskriminering i arbetslivet får förekomma.

Arbetsförhållanden – krav från myndigheter, kunder, medarbetare och leverantörer på en god och säker arbetsmiljö.

Särskilt delområdena 2 "*Arbetsvillkor och social trygghet*" och 4 "*Arbetsmiljö*". Detta motiveras av de olika nivåer på arbetsvillkor inom EU men också de riskfaktorer som finns i trafiken samt vid lastning och lossning av flytande livsmedel.

Miljö – krav från ägare, kunder och samhället att värna miljön, särskilt delområde 3 "*Begränsning av och anpassning till klimatförändringar*". Att minska utsläppen från våra transporter (CO₂ och NO_x) är den enskilt största miljöfrågan för oss.

Goda verksamhetsmetoder – krav från kunder och bransch att upprätthålla etiken i branschen.

Särskilt delområde 4 "*Främja socialt ansvarstagande i värdekedjan*" eftersom åkeribranschen är en bransch där social dumpning förekommer vilket leder till osund konkurrens.

Samhällsengagemang och utveckling – krav från samhället och medarbetare att vi engagerar oss både lokalt och globalt genom Agenda 2030.

Vi arbetar alltså med alla huvudområden i ISO 26000 utom med *Konsumentfrågor*. Skälet till det är att vi inte säljer direkt till konsument utan den relationen ägs av våra kunder.

34: Vilken metod har använts för bedömningen av relevans för huvudområden och delområden?

Prioritering enligt GRI:s² väsentlighetsanalys. FoodTankers hållbarhetsredovisar enligt GRI Standards.

35: Hur har intressenterna involverats i syfte att hjälpa organisationen att förstå relevans och betydelse av olika huvud och delområden?

Via enkäter och möten samt seminarier når vi våra primära intressenter.

36: Vilka är intressenternas behov och önskemål rörande de relevanta delområdena och hur har dessa påverkat prioriteringen?

Se svar på fråga 33 ovan.

² GRI står för Global Report Initiative och är en global standard för hållbarhetsredovisning. Väsentlighetsanalys är grundläggande där man identifierar vilka hållbarhetsfrågor som är viktigast för den egna organisationen och dess intressenter.

37: Vilken inverkan har de relevanta delområdena på organisationens förmåga att uppfylla de lagar, internationella standarder och uppförandenormer som den berörs av?

Genom att följa ISO 26000 kan vi arbeta mer strukturerat med socialt ansvarstagande och checka av att vi följer lagar och regler samt uppförandenormer som vi berörs av.

38: Vilken inverkan har de sju principerna (i avsnitt 4 i SS-ISO 26000) för prioriteringen av relevanta delområden?

Ansvarighet – vi tar ansvar för anställda, underleverantörer och miljön

Transparens – vi är öppna med brister och åtgärder

Etiskt uppförande – vi håller etiken högt

Intressentrespekt – vi inser vårt beroende av intressenter

Respekt för rättsstaten – vår bransch kontrolleras strikt av myndigheter och vår verksamhet hänger på lagefterlevnad

Respekt för internationella uppförandenormer – vi arbetar över landsgränser och måste känna till internationella normer för att kunna respektera dem

Respekt för de mänskliga rättigheterna – vi arbetar över hela Europa och därmed även i länder som ligger efter Sverige i efterlevnad av mänskliga rättigheter.

39: Vilka resonemang, utifrån risker, möjligheter och konsekvens, har vägts in i prioriteringen av relevanta delområden i syfte att säkerställa ett långsiktigt hållbart engagemang?

Framför allt ägar- och kundkrav men också möjligheten att överleva och konkurrera i en bransch som är utsatt för svartarbete, diskriminering och ofta kortsiktigt tänkande på grund av extrem prispress.

40: Hur följs prioriteringen av delområden upp med lämpliga intervall?

Vid revisioner av standards, genomgång i ledningen av ISO 26000 samt vid produktion av den årliga hållbarhetsrapporten.

Integration av socialt ansvarstagande

41: Vilka mål och handlingsplaner har satts utifrån de prioriterade delområdena?

Mål och handlingsplaner fastställs vid ledningens genomgång. Varje mål har en handlingsplan för hur vi skall arbeta med målet framåt. Respektive chef är ansvarig för mål, handlingsplaner och uppföljning av dessa. Målen för de viktigaste delområdena beskrivs i hållbarhetsrapporten.

42: Hur har målen integrerats med organisationens övriga mål samt verksamhetsplaner och affärsplan?

De sociala målen hanteras likvärdiga med övriga mål och integreras in i tillämpbara ansvarsområden.

43: Hur ser ansvarsfördelningen för mål, utifrån relevanta funktioner och nivåer inom organisationen, ut?

Handlingsplaner skapas av de funktioner som är berörda av målsättningen.

44: Vilka resurser, t.ex. finansiella och personella, har avsatts för mål i enlighet med handlingsplaner?

Då våra sociala mål är en naturlig del i verksamheten ingår de på samma sätt som andra mål i resurstilldelningen, ingen specifik budget sätts upp.

45: Finns det exempel på andra aktiviteter utöver mål och handlingsplaner som har genomförts?

Ja, exempelvis friskvårdsaktiviteter för chaufförer som gör uppehåll i Karlshamn.

46: Vilka metoder används för att mäta, indikera, bedöma och följa upp befintliga och föreslagna prioriteringar och sätta mål?

Uppföljning av mål och handlingsplaner sker på ledningsmöten varje kvartal samt vid ledningens genomgång av ledningssystemet 2 gånger per år.

47: Hur utvärderas mätmetoderna för de satta målen?

Vid ledningens genomgång ifrågasätts mätmetoderna, styr de verkligen mot målen.

48: Vilka metoder används för att spåra resultat över tid?

Samtliga mål följs upp enligt bestämda intervaller för specifikt mål.

49: Hur redovisar organisationen resultat för socialt ansvarstagande som kan jämföras över tid?

Redovisning sker via vår hållbarhetsredovisning där utveckling av vårt sociala ansvarstagande över tid synliggörs.

50: Vilka indikatorer används som ger kvalitativ och kvantitativ information om organisationens resultat som är jämförbara och visar på förändring över tid?

På utsläppssidan används CO₂/km, andel fossilfria bränslen, CO₂ enligt GHG, på miljöområdet i övrigt: energi- och vattenförbrukning samt avfallsmängder. På sociala området används sjukskrivning samt medarbetarnöjdhet.

51: Använder organisationen externa riktlinjer för redovisning av socialt ansvarstagande och i så fall vilka och hur?

FoodTankers redovisar hållbarhetsutvecklingen enligt GRI Standards. (Se tidigare fotnot 2).

52: Vilka verifieringsprocesser eller certifieringssystem används, där fakta och uppgifter kan spåras tillbaka till en pålitlig källa för att kontrollera riktigheten i fakta och uppgifter?

FoodTankers är certifierade enligt ISO 14001, ISO 22000 och GMP+.

53: Hur utvärderas resultatet av arbetet med socialt ansvarstagande?

Hur vi arbetar med socialt ansvarstaganden redovisas på vår hemsida samt i vår hållbarhetsrapport. Utvärdering sker genom återkoppling från anställda, kunder och leverantörer.

54: Hur tas underlag för kommunikation av socialt ansvarstagande fram?

Kommunikationsplaner samt strategier för vårt hållbarhetsarbete tas fram tillsammans med extern konsult från GE99.

55: Hur kommuniceras organisationens arbete för socialt ansvarstagande?

Hållbarhetsrapporten är tillgänglig på vår hemsida. Den kommuniceras till våra kunder samt genom utbildning av anställda och medarbetare och personalmöten. Vi har också en regelbunden dialog med branschföreträdare samt lokala och nationella politiker.

56: Har organisationen valt att utelämna vissa ämnen i sin kommunikation och i så fall varför?

Nej, vi vill vara transparenta med vårt sociala ansvarstagande inklusive de brister vi har.

57: Hur kommuniceras organisationens egendeclaration?

Den presenteras på vår hemsida samt vårt intranät.

58: Hur har policyer/lagar/normer gjorts kända i organisationen?

Vid introduktion av nyanställda, vid chaufförsutbildningar samt vid intervjuer och enkäter.

59: Vilka arbetsmetoder gäller för interna revisioner och interna granskningar och vilka resultat finns från dessa revisioner och granskningar?

Interna revisioner sker regelbundet då vi är certifierade enligt ISO 14001, ISO 22000, GMP+. Interna revisioner genomförs enligt fastställd årsrevisionsplan. Vid ledningens genomgång redovisas resultaten från genomförda revisioner.

60: Vilka resultat finns från externa intressenters revisioner och granskningar av verksamheten eller organisationens varor/tjänster?

DNV genomförde på uppdrag av en kund CSR revision på FoodTankers 2015-04-30 med godkänt resultat men med krav på att undersöka våra egna leverantörers sociala ansvar.

Vi välkomnar externa revisioner och visar gärna upp hur vi arbetar med hållbarhet och socialt ansvarstagande både för att visa vad vi gör som är bra men också för att lära oss och få insikt om vad som kan bli bättre.

Vår verksamhet är också tillståndspliktig och anmälningspliktig granskas verksamheten av respektive myndighet (Miljöförbundet, Länsstyrelsen). Det genomförs också ett antal kundrevisioner varje år. Transportstyrelsen gör kontroll av kör- och vilotider.

61: Hur hanteras klagomål och reklamationer från konsumenter, kunder, brukare, medlemmar?

Klagomål och reklamationer registreras i vårt interna ärendehanteringssystem och hanteras vid kvalitetsmöten. VD har också en postlåda där klagomål kan lämnas anonymt.

62: Hur hanteras klagomål från övriga intressenter?

Klagomål och reklamationer registreras i vårt interna ärendehanteringssystem. FoodTankers har också en brevlåda för klagomål och andra synpunkter från våra chaufförer.

63: Vilka metoder används för utvärdering av mål, uppföljning av handlingsplaner samt aktiviteter och vid vilka intervall genomförs dessa utvärderingar?

Uppföljning av mål sker kontinuerligt och redovisas vid ledningens genomgång.

64: Vilket utfall har uppnåtts i förhållande till satta mål?

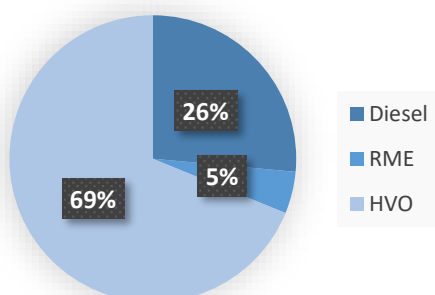
Vårt klimatmål är att uppnå minst 90 % fossilfria transporter i Sverige år 2020. Utfall 54 % år 2019. Några av våra kunder är klimathjältar och har valt att köpa fossilfri transport. Tyvärr är merparten av våra kunder inte beredda att ta en kostnadsökning på 1-2% på transportpriset för en fossilfri transport. Vi måste få fler kunder som är beredda att ta detta steg. På en konkurrenskraftig marknad där transportpriserna pressas hårt måste transportköparen ta sitt ansvar. Utan att kunderna tar ansvar kommer vi aldrig nå målet med 90% fossilfria transporter. Vi måste därför fortsätta dialogen med kunderna för att fler ska välja att köpa fossilfria transporter.

65: Var målen lämpliga och i så fall varför?

Vi tvingades omvärdera det första CO₂-målet vi hade satt 2016 eftersom vi missbedömde efterfrågan från våra kunder. Vår uppfattning var att det fanns ett stort intresse från våra kunder att köpa fossilfria transporter. När vi flaggade för en mindre prisjustering på grund av prisutvecklingen på HVO svalnade dessvärre intresset från flera kunder.

Bild nedan: 2018 nådde vi 74 % fossilfritt, målet är 90 % i svensk trafik.

Swedish Traffic



66: Vilken koppling finns mellan organisationens övergripande strategier och mål?

Målen är utformade för att mäta om vi går i rätt riktning för att följa strategin.

Som exempel kan nämnas strategin att minska CO2 utsläppen och reducera kostnaderna för trafikverksamheten, båda hanteras av vår "miljötrappa" i vilken målen och hur de ska uppnås är beskrivna.

67: Vilka förändringar från bestämda handlingsplaner har fastställts under perioden?

Inga nämnvärda förändringar har gjorts i handlingsplanerna.

68: Genomfördes bestämda aktiviteter och om inte varför?

Aktiviteter genomfördes men alla mål uppnåddes inte. När det gäller att övertyga kunderna om att köra fossilfritt har vi misslyckats. Orsaken beror på att kunderna inte tycker att miljönytta motsvarar kostnadsökningen det innebär att köra på HVO, ca 1-2% av transportpriset.

69: Hur håller sig organisationen informerad om alla rättsliga skyldigheter?

De lagar och förordningar som berör FoodTankers verksamhet finns i en laglista, denna laglista hålls uppdaterad via abonnemang hos Notisum AB. Vi har också hjälp från vår branschorganisation Sveriges Åkeriföretag.

70: Hur utvärderar organisationen att den efterlever lagar, krav och internationella uppförandenormer?

Utvärdering av lagar och krav sker årligen via lagrevision.

71: Vilka ärenden finns från myndigheter eller utslag i domstol som rör lagöverträdelser av organisationen?

FoodTankers har haft två ärenden som drivits i domstol angående efterlevnad av Kör- och vilotidsregelverket.

Förbättringsarbete

72: Vilken metod har använts för att identifiera, styra och följa upp förbättringar?

Vid ledningens genomgång två gånger per år samt vid kvartalsmöten för ledningsgruppen följs verksamheten upp.

73: Vilka förbättringar har genomförts under perioden? Exempel på detta kan vara utifrån klagomål, målarbete, lagändringar, strategibeslut.

Vi har förbättrat kvalitén i våra leverantörsrevisioner samt investerat i skyddsutrustning för chaufförer som arbetar uppe på tanken vid lossning. Vi har också satsat på ett nytt system för mätning av körprofiler i syfte att sänka bränsleförbrukningen.

74: Vilka förbättringar har skett mot referensår?

Se svar på fråga 73.

75: Hur har den gångna periodens arbete med socialt ansvarstagande påverkat organisationens styrande dokument (strategier, policyer etc.)?

Vi har sedan 2015 reviderat i stort sett samtliga policyer och tycker de fungerar väl just nu.

76: Vilka nya prioriteringar har skett inom delområden och principer och i så fall varför?

Vi anser att vi har kommit långt i arbetet med de sociala frågorna och lägger därför mest fokus på miljöfrågor.

77: Vilka nya övergripande mål, detaljerade mål, handlingsplaner och aktiviteter inom socialt ansvarstagande har fastställts för den nya perioden?

Nytt kontor

Ny modell för medarbetarsamtal

Ny organisation

Utbilda alla förare i EcoDriving för ökad bränslebesparing

Utveckla verktyget EcoScoring för ökad bränslebesparing

Fortsätta arbetet mot fossilfria transporter

