

VÅR SYN PÅ HÅLLBARHET OCH HÅLLBARHETSSTRATEGI



Koncernchefens kommentar

På Swedish Match är vi fast beslutna om att göra skillnad där det är viktigt och att generera långsiktig förändring till det bättre.

Under 2016 har vi arbetat med att öka vår kunskap inom hållbarhetsområdet. Vi har övergått till en mer fokuserad rapportering och arbetat fram grunden för en strategi. Vi har förändrat vårt arbetssätt och vi har uppmuntrat samarbete och kunskapsutbyte inom hela koncernen. Tillsammans med engagerade medarbetare och extern expertis har vi kartlagt vår påverkan och genomfört riskbedömning för viktiga hållbarhetsfrågor inom alla våra operativa enheter. Arbetet har resulterat i sex fokusområden inom vilka vi framöver kommer att koncentrera våra insatser och kommunikation.

Årets process har varit väldigt värdefull för oss som företag.

Hållbarhetsfrågor har alltid legat högt på agendan och med en mer fokuserad strategi kan vi öka effekten av våra insatser. Efter att ha satt en tydlig riktning uppifrån och ner skapar vi nu drivkraft och ännu större engagemang för frågorna genom hela vår organisation.

Vår vision är en värld utan cigaretter. Att erbjuda tobakskonsumenter alternativa produkter till cigaretter är kärnan i det vi gör. Visionen har kommersiell potential och innebär samtidigt ett betydande bidrag till samhället. Genom att erbjuda produkter som är erkänt säkrare alternativ till cigaretter kan vi bidra till förbättrad folkhälsa. Om man ser till företagets totala påverkan på samhället är det sannolikt här vi har störst positiv inverkan.

Under det senaste året har vi lagt grunden för en ny strategi för vårt hållbarhetsarbete. Målet har varit, och är, att göra det än mer tydligt vad som är väsentligt för hela vårt företag på lång sikt. I vår hållbarhetsstrategi lägger vi tonvikten vid sex områden – folkhälsa, affäretik, lika möjligheter, barnarbete, växthusgaser samt avfall och utsläpp.

Inom vårt fokusområde **Förbättra folkhälsan** har vi för avsikt att ersätta cigaretter med rökfria tobaks- och nikotinprodukter, såsom snus, som har små eller inga hälsoskadliga effekter utöver nikotinberoende. Vi strävar efter att utveckla produkter som är attraktiva för cigarettkonsumenter liksom att informera dem om de relativa hälsoriskerna för olika nikotinnehållande produkter så att de kan göra ett medvetet val.

Inom vårt fokusområde **Säkerställa hög affäretik** utgör uppförandekoden grunden för hur företaget ska bedriva sin verksamhet. Vi arbetar kontinuerligt med att hålla uppförandekoden levande genom utbildning och dialog inom företaget.

Inom vårt fokusområde **Främja lika möjligheter** ser vi företagets medarbetare som grunden till en framgångsrik verksamhet. Vi

arbetar för en arbetsmiljö genomsyrad av respekt och som skapar förutsättningar för våra medarbetare att nå sin fulla potential. Vi strävar efter att skapa lika villkor för alla medarbetare och vi tolererar inte någon form av diskriminering.

Inom vårt fokusområde **Eliminera barnarbete** inser vi att barnarbete utgör ett allvarligt brott mot de mänskliga rättigheterna i många delar av världen, inklusive i de områden där vi har leverantörer. Vi strävar efter att förbättra våra riskanalyser och processer för att proaktivt minska och i framtiden eliminera barnarbete och relaterade kränkningar av mänskliga rättigheter i vår värdekedja.

Inom vårt fokusområde **Minska utsläpp av växthusgaser** gör vi vår del för att bidra till de globala klimatmålen med beaktande av utsläpp i hela vår värdekedja.

Inom vårt fokusområde **Minska avfall och utsläpp** arbetar vi systematiskt med att minska utsläpp till luft (utöver växthusgaser) och vatten, samt avfall från våra produktionsanläggningar. Vi ökar effektiviteten i vårt arbete genom att utbyta bästa praxis och processer för målformulering inom koncernen.

Fokusområdena är grunden för vår gemensamma handlingsplan inom koncernen. Det är där vi kommer att göra en extra insats i vårt arbete och kommunicera våra framsteg externt under de närmaste åren. Vi kommer även fortsatt att arbeta mer decentraliserat inom andra hållbarhetsområden som är relevanta för vårt företag. Till exempel kommer vi att fortsätta hålla en hög standard för hälsa och säkerhet inom företaget och betona välbefinnande hos våra medarbetare.

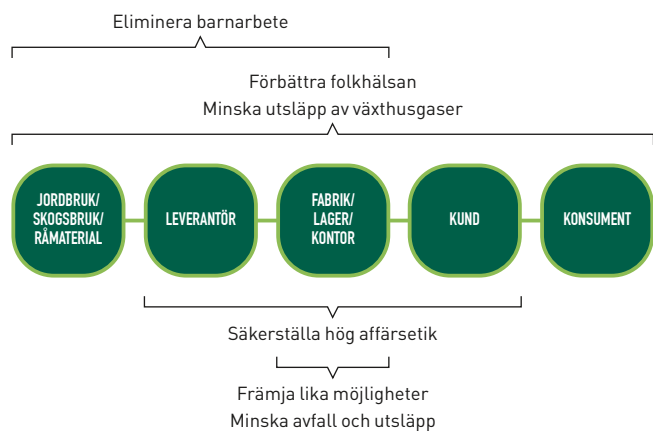
För att nå de övergripande målen kommer vi under 2017 att utveckla strategin mer i detalj, med specifika delmål, åtgärder och nyckeltal. Swedish Match är ett globalt företag med relativt självständiga lokala enheter. Vårt mål är en koncerngemensam strategi för våra fokusområden samtidigt som vi möjliggör för skillnader och skräddarsydda mål och åtgärder på lokal nivå. På detta sätt kan Swedish Match visa ett genuint engagemang för att bidra positivt inom väsentliga områden och generera långsiktig förändring till det bättre.

Vägen till en ny hållbarhetsstrategi kan sammanfattas på följande sätt:

- Vårt övergripande mål med hållbarhetsarbetet är att bidra till att göra världen bättre och att säkerställa Swedish Match långsiktiga framgång.
- Visionen om en värld utan cigaretter är central för strategin och hur vi bidrar till att göra världen bättre.
- Hållbarhetsarbete sträcker sig över ett brett spektrum av områden och för bästa effekt och öppenhet tror vi att koncerngemensamma insatser och rapportering har störst effekt om de koncentreras till viktiga fokusområden.
- Hållbarhetsarbetet är integrerat i hela organisationen och det finns ett starkt engagemang och delaktighet hos koncernledningen och andra ledare.
- Hållbarhetsinsatser utanför företagens fokusområden kommer fortsättningsvis att uppmuntras och drivas bäst lokalt.
- Även om vi redan har åstadkommit en hel del inom hållbarhetsområdet finns det fortfarande mycket arbete kvar att göra.

Vi vill att vårt hållbarhetsarbete ska vara relevant för alla som påverkas av och påverkar vår verksamhet. Vi välkomnar en aktiv dialog med våra intressenter om vårt fortsatta arbete under 2017.

VÅR VÄRDEKEDJA OCH OMFATTNING FÖR FOKUSOMRÅDEN



ÖVERGRIPANDE MÅL



Förbättra folkhälsan. Vårt mål är att eliminera cigarettanvändning och tobaksrelaterade sjukdomar och dödlighet genom att erbjuda rökare attraktiva nikotinkällor för rekreation [såsom svenskt snus och nikotinnehållande produkter utan tobak såsom ZYN].



Säkerställa hög affärsetik. Swedish Match kommer att vidta nödvändiga åtgärder för att säkerställa att etiska affärsmetoder upprätthålls inom vårt eget företag och i våra relationer med andra.



Främja lika möjligheter. Vårt ständiga mål är att vara en öppen och inkluderande arbetsgivare. I en arbetsmiljö med nolltolerans mot diskriminering har alla medarbetare lika möjligheter att uppnå sin fulla potential, vilket resulterar i en mer diversifierad arbetsplats.



Eliminera barnarbete. Vårt mål är att eliminera barnarbete i företagets värdekedja.



Minska utsläpp av växthusgaser. Vårt mål är att återspegla de åtaganden som anges i Parisavtalet och därmed minska utsläpp av växthusgaser i företagets värdekedja.



Minska avfall och utsläpp. Vårt mål är att eliminera oönskade utsläpp till luft och vatten samt avfall från våra produktionsanläggningar.

Omfattning

Våra fokusområden sträcker sig olika långt i vår värdekedja. För barnarbete är vårt fokus i huvudsak uppströms i värdekedjan. Inom våra fokusområden folkhälsa och växthusgaser har vi ett utökat fokus som sträcker sig över hela värdekedjan. För affärsetik är vårt fokus vår egen verksamhet samt i våra relationer med tredje part, våra leverantörer, distributörer och kunder. För lika möjligheter samt avfall och utsläpp är vårt fokus inom vår egen verksamhet.

Väsentlighet

Under 2015 genomförde vi en hållbarhetsundersökning bland företagets intressentgrupper (kunder, konsument, leverantörer, anställda, investerare/finansanalytiker, forskare/hälsosamfund samt lagstiftare). De hållbarhetsfrågor som ingick i undersökningen valdes i enlighet med GRI:s ramverk och utifrån branschstandard.

Resultatet från undersökningen låg till grund för den fortsatta väsentlighetsanalys som har genomförts under 2016 och som resulterat i ovan nämnda fokusområden. Processen leddes av koncernledningen. I övrigt deltog interna nyckelpersoner från olika operativa enheter och avdelningar tillsammans med extern expertis.

Relevanta ramverk¹⁾ konsulterades i processen för att definiera de frågor som är väsentliga för Swedish Match. Väsentlighet har bedömts på grundval av frågornas allvarlighetsgrad i ett globalt sammanhang, företagets faktiska påverkan, företagets möjlighet att direkt eller indirekt påverka frågan samt dess inverkan på företagets verksamhet på längre sikt.

¹⁾ Inkluderar FN:s globala mål för hållbar utveckling, FN:s Global Compact, FN:s vägledande principer för företag och mänskliga rättigheter samt GRI:s ramverk G4.

Vi kommer att fortsätta vår dialog med identifierade intressenter för att bekräfta våra fokusområden och vidareutveckla vårt hållbarhetsarbete.

Integrering av hållbarhet

Vår koncernledning har det övergripande ansvaret för företagets hållbarhetsarbete och är mycket involverade i processen med att definiera och fastställa hållbarhetsstrategin. Företagets koncernchef rapporterar till styrelsen om företagets insatser. Cheferna för de operativa enheterna ansvarar för att implementera strategin i den verksamhet som ligger under deras ansvar.

För att förverkliga vår strategi inom hela företaget har vi byggt en organisation som ska stödja utveckling och implementering av

strategin. Under 2016 bildades ett hållbarhetsråd med uppgift att skapa en gemensam grund för inspiration och utbyte av kunskap och idéer. För varje fokusområde har hållbarhetsrådet representanter från alla operativa enheter samt från koncernledningen. Medlemmar i rådet är ambassadörer på operativ nivå och arbetar med att ta fram en handlingsplan för koncerngemensamma mål, delmål och nyckeltal. De ansvarar även för att åtgärder på lokal nivå genomförs samt för att rapportera framsteg.

Koncernens hållbarhetsfunktion rapporterar till koncernchefen och katalyserar fortsatta framsteg inom våra fokusområden och åtgärder, underlättar implementering av hållbarhetsstrategin och kommunicerar vårt arbete och resultat till viktiga intressenter.

EN HÅLLBAR LEVERANTÖRSKEDJA

Att hantera leverantörskedjan på ett hållbart sätt är grunden för långsiktig framgång och för att bidra till en mer hållbar värld.

I våra fokusområden folkhälsa, affäretik, barnarbete och växthusgaser omfattas våra leverantörer av arbetet. Ett proaktivt samarbete med våra partners uppströms i vår värdekedja är avgörande för vår framgång. Vi har processer på plats och under utveckling för att bekräfta och betona en hållbar leverantörskedja, särskilt vad gäller inköp av råtabak.

Vår uppförandekod för leverantörer

Vår uppförandekod för leverantörer speglar företagets interna uppförandekod och anger vad Swedish Match förväntar sig och kräver av företagets leverantörer. Den är en integrerad del i de flesta av våra affärsavtal med betydande leverantörer.

Swedish Match har cirka 140 betydande leverantörer av direkt material¹⁾. Dessa leverantörer står för cirka 1,5 miljarder SEK i årliga kostnader varav en tredjedel avser råtabak. Totalt har vi 61 leverantörer av råtabak sedda individuellt per land.

Under 2016 har vi anlitat extern expertis för att förfina vår tidigare klassificering av risker kring affäretik och mänskliga rättigheter. Resultatet av denna riskbedömning använder vi för att fokusera och prioritera våra aktiviteter inom områden med störst risker.

Aktiviteter omfattar dialog, kravspecifikation, uppföljning av hur våra leverantörer efterlever våra krav samt proaktiva samhällsinvesteringar. Resultatet av riskbedömningen bekräftar även vårt tidigare fokus på tobaksodling. För mer information, se *Riskbedömning av kränkningar av de mänskliga rättigheterna*, sidan 40 i avsnittet Eliminera barnarbete.

Under de senaste åren har vi arbetat med att implementera rutiner och system för att följa upp efterlevnaden av vår uppförandekod för leverantörer. Störst tonvikt har vi lagt på våra leverantörer av råtabak för rökfria produkter. För dessa har vi aktivt deltagit i utvecklingen av och implementerat ett branschgemensamt system, Sustainable Tobacco Programme (STP). Med detta system kan vi säkra en kontinuerlig förbättring inom hållbarhetsområdet med våra första- och andraledsleverantörer²⁾ av råtabak, inklusive granskning av tredjepart.

Riskanalysprocessen för övrigt direkt material innebär kontroll av lagefterlevnad och riskbedömning samt leverantörsbedömningar som utförs av våra inköpare i samband med besök. Denna process är anpassad till förhållanden på lokal nivå och är hittills inte lika formaliserad som den för råtabak.

Under 2016 har företagets inköpsnätverk, med representanter från alla operativa enheter, utformat ett gemensamt tillvägagångssätt för riskbedömning. Bedömningen inkluderar hållbarhets-

EFTERLEVNAD AV UPPFÖRANDEKODEN FÖR LEVERANTÖRER

			UPPFÖLJNING AV EFTERLEVNAD AV UPPFÖRANDEKOD FÖR LEVERANTÖRER	DIALOG
DIREKT MATERIAL	RÅTOBAK	Snus	SUSTAINABLE TOBACCO PROGRAMME	PROAKTIV
		Moist snuff & Tuggtobak		FOKUS PÅ EFTERLEVNAD
		Cigarrer		MINDRE FORMALISERAD
	ÖVRIGT DIREKT MATERIAL	Alla produkter		

VÅR UPPFÖRANDEKOD FÖR LEVERANTÖRER UTGÖR GRUNDEN I RELATIONEN MED VÅRA LEVERANTÖRER

¹⁾ En betydande leverantör av direkt material definieras som en leverantör med vilken Swedish Match har en årskostnad på över 400 000 USD (~3,5 MSEK). Leverantörer under denna årskostnadsgräns, men som tillhör en industri som klassificerats som hög risk avseende brott mot mänskliga rättigheter har inkluderats oavsett årskostnad. Detta inkluderar alla leverantörer av råtabak som också är sedda som individuella leverantörer per land.

²⁾ Primära leverantörer avser företagets egna leverantörer och andraledsleverantörer avser leverantörernas leverantörer.

Att integrera kostnad, hållbarhet och kvalitet i inköp av råtabak för snus

Vi arbetar för en ärlig och rättfram relation med våra leverantörer. Vi ger dem tydliga indikationer på förväntade volymer för nästa års produktion och konsumtion, liksom tydliga förväntningar på kvalitet i levererad produkt. Tobaksmästare, upphandlare och hållbarhetsexperten arbetar tillsammans för att säkerställa framsteg inom hållbara råtabaksinköp. Vi har ett integrerat tillvägagångssätt i vår upphandling av råtabak och har prioriterat kvalitet i våra snusprodukter och vår GOTHIA TEK®-standard under nästan två decennier. Detta gör det möjligt för oss att förbättra spårbarheten längre upp i kedjan. ”

Martin Olsson, Director Leaf Operations, Scandinavia Division

På Swedish Match strävar vi efter ett integrerat tillvägagångssätt i upphandlingen av råtabak. Vi pilottestar detta tillvägagångssätt med råtabaken för våra snusprodukter där avdelningen Leaf Operations inom Scandinavia Division hanterar samtliga parametrar som beaktas i upphandlingsprocessen – produktkvalitet och specifikationer, försäljningsprognos, sociala frågor och miljöfrågor samt pris.

aspekter och en försäkran om att vår uppförandekod för leverantörer efterlevs. Under 2017 kommer vi att utveckla detta tillvägagångssätt mer i detalj. Vi kommer att systematisera rutiner och processer. Vi kommer att sammanställa och mäta identifierade nyckeltal samt kommunicera våra framsteg mot en mer hållbar leverantörskedja.

Inköp av råtabak på ett mer hållbart sätt

Swedish Match köper inte råtabak direkt från tobaksodlare utan från globala leverantörer (såsom Alliance One, ITC och Universal Leaf). Odlare är i allmänhet andraledsleverantörer. Vissa undantag finns dock i områden där regler och/eller marknadsstrukturer är mer komplicerade. STP är vårt huvudsakliga verktyg i arbetet med att säkerställa efterlevnad av de krav som vi ställer i vår uppförandekod för leverantörer. STP omfattar självutvärdering och granskning av tredje part avseende hållbarhetsaspekter i tobaksodling och tillverkning. Detta program utvecklades under 2015, bland annat med utgångspunkt i det tidigare SRTP, och har implementerats under 2016.

Genom STP säkerställer vi att leverantörerna följer de krav vi ställer vad gäller till exempel mänskliga rättigheter, arbetsrätt, hälsa och säkerhet samt miljöfrågor. Våra leverantörer genomför årliga riskbedömningar i enlighet med dessa krav och upprättar handlingsplaner, för sin egen del och för sina leverantörer, för att driva på ständiga förbättringar. Odlare får regelbundet utbildning inom samtliga områden av programmet i syfte att förbättra förhållandena på gårdarna, avkastning och försörjningsmöjligheter. För närvarande omfattar programmet i första hand råtabak för produktion av snus, moist snuff och tuggtabak och täcker därmed 59 procent av våra råtabaksinköp och 67 procent av våra råtabaksleverantörer.

Vårt mål är att även råtabak för våra cigarrer ska vara helt inkluderat i STP år 2020. Denna process inleddes 2016 och vi beräknar att den första revisionen kommer att ske under 2017. Med alla våra råtabaksinköp i STP har vi en bra grund för att säkerställa mer hållbara inköp.

Granskning av leverantörer

Våra tobaksleverantörer utför årligen självutvärderingar avseende hur kraven i STP efterlevs, för sin egen del och för de tobaksodlare de köper från. Detta utgör grunden för dialog mellan våra avdelningar för Leaf Operations och leverantörer, samt för tredjepartsrevision. Våra leverantörers fälttekniker utbildar och hjälper odlare i sitt dagliga arbete för att säkerställa att kraven i STP efterlevs och för att optimera avkastning. Fältteknikerna övervakar odlingsverksamheten kontinuerligt. Om något uppkommer som kräver omedelbar uppmärksamhet vidtas åtgärder.

Vart tredje år granskas och bedöms våra leverantörer av tredjepartsrevisorn AB Sustain. Under 2016 utförde AB Sustain åtta revisioner av leverantörer på lokal nivå, i enlighet med STP. Vår avdelning för Leaf Operations inom Scandinavia Division deltog vid fyra av dessa revisioner för att få en bättre förståelse för hur STP påverkar arbetet och processerna hos våra leverantörer och att bygga vidare på resultaten av revisionen.

Dialog med leverantörerna

Våra avdelningar för Leaf Operations utvärderar risk och anpassar sin fortsatta dialog med våra råtabaksleverantörer utifrån genomförda självutvärderingar, omdömen från tredjepart och de handlingsplaner för förbättringsåtgärder som tagits fram. Leverantörer och odlare besöks årligen för att föra en aktiv dialog, inklusive uppföljning av åtgärdsplaner, och för att stärka relationerna med dessa.

Utformning av denna dialog varierar mellan de olika råtabaksinflödena till Swedish Match. Under 2017 kommer vi fortsätta att systematisera denna dialog mot ett mer konsekvent sätt att arbeta med alla våra råtabaksinköp. Vi kommer att förtydliga och utveckla gemensamma riktlinjer för hur resultatet från STP ska tolkas och vilka åtgärder som bör vidtas. Vi kommer även att samla in mer specifik information för att möjliggöra uppföljning av nyckeltal och kommunicera utvecklingen mot mer hållbara råtabaksinköp.

Kunskap om vår värdekedja

Med implementeringen av STP kan vi öka vår kunskap kring hållbarhetsfrågor i vår värdekedja för råtabak. Bedömningar och revisioner baseras för närvarande på frösört vilket innebär mer specifik information om de tobaksodlingar från vilka vår råtabak kommer. Under 2016 har vi arbetat med att fördjupa vår kunskap avseende människorna och de rådande förutsättningarna i vår värdekedja och vi kommer att fortsätta med detta arbete under 2017. För den råtabak som omfattas av STP finns potentiellt 20,000 tobaksodlingar/gårdar. Våra leverantörer köper råtabak direkt från majoriteten av dessa gårdar. Den vanligaste typen är en familjegård på ett par hektar.

Kraven i STP är omfattande och innebär arbete och bestyrkanden av uppgifter från leverantörens sida. Vi kommer att befinna oss i en övergångsperiod under ytterligare två år medan våra leverantörer anpassar sig till det nya programmet. Om tre år har vi en fullständig revisionscykel och en ny grund att utgå ifrån. Denna kommer att innehålla detaljerade profiler för de gårdar som vår råtabak kommer ifrån.



FÖRBÄTTRA FOLKHÄLSAN

Vårt mål är att eliminera cigarettanvändning och tobaksrelaterade sjukdomar och dödlighet genom att erbjuda rökare attraktiva nikotinkällor för rekreation (såsom svenskt snus och nikotinnehållande produkter utan tobak såsom ZYN).

Detta fokusområde omfattar hela vår värdekedja.

Vårt åtagande

I allmänna termer är nikotin, liksom koffein, säkert att använda. Även om nikotin kan vara beroendeframkallande så är det sättet på vilket det vanligtvis konsumeras som orsakar individ- och samhällsskada. Nikotin konsumeras i störst utsträckning genom cigarett-rökning och det orsakar sjukdom och död bland användare på grund av förbränningen. Swedish Match är fast beslutet om att ersätta cigaretter genom att även i fortsättningen utveckla och kommersialisera andra alternativa och rena källor av nikotin som utan tvekan kommer att förbättra folkhälsan.

Produktkvalitet och säkerhet

Målet för Swedish Match kvalitetsstandard GOTHIA TEK®, som tillämpas för våra snusprodukter, är att eliminera eller minska skadliga eller potentiellt skadliga ämnen som finns naturligt i tobak (och andra vanliga grödor) till en nivå som uppfyller jämförbara livsmedelsstandarder. Standarden anger gränsvärden i färdiga produkter för femton oönskade ämnen av vilka endast tre regleras av den svenska livsmedelslagen.

Under 2016 lades ytterligare tre ämnen till i GOTHIA TEK® och gränsvärdena för två andra ämnen sänktes. För en fullständig förteckning över ämnen och nuvarande nivåer, se www.swedishmatch.com.

Produktattraktion bland vuxna användare av tobak

En produkts attraktionskraft har betydelse för hur framgångsrikt människor kan uppmuntras till att byta från cigaretter till andra nikotinnehållande produkter med en mer fördelaktig riskprofil. Därför finns moderna nikotinersättningsprodukter "nicotine replacement therapies" (NRT) i tilltalande smaker och utförande. Samma logik kan tillämpas för snus ju mer tilltalande en specifik snusprodukt är desto mer sannolikt är det att den används av en före detta rökare. Swedish Match snus och effekten av att använda snus som ett alternativ till den traditionella cigarett har haft en oerhörd inverkan på tobakskonsumtionsmönster i Skandinavien och i sin tur på tobaksrelaterad sjuklighet och dödlighet. Cigarettrökare är emellertid inte en homogen grupp och det finns inget som säger att "en produkt passar alla".

Kärnan i vår forskning och utveckling är konsumenten, det vill säga vuxna manliga och kvinnliga rökare. Beteendemässiga, sensoriska och andra behov som uttrycks av rökare, utvärderas noggrant och införlivas i våra produktutvecklingsprocesser. Swedish Match senaste innovation ZYN (nikotinportionsprodukt utan tobak) är baserad på insikter om rökare. Under året har vi utökat distributionen av ZYN i USA och vi har lanserat produkten i våra snusbutiker i Sverige.

I Skandinavien definierar Swedish Match hur framgångsrik en produkts attraktionskraft är genom att mäta minskningen av antalet rökare av det totala antalet tobaksanvändare. I Sverige gick andelen dagliganvändare av cigaretter ned till 45 procent under 2016¹⁾ (48 procent år 2015). I Norge gick andelen dagliganvändare av cigaretter ned till 55 procent under 2016 (57 procent år 2015)²⁾. I Nordamerika är snus fortfarande en mycket liten produktkategori

i förhållande till andra tobakskategorier och på denna marknad definierar vi istället framgång i volymtillväxt för vår försäljning av snus och nikotinportionsprodukter.

Öppenhet och transparens

En majoritet av alla rökare är omedvetna om de stora skillnaderna i riskprofiler mellan olika tobaks- och nikotinnehållande produkter. Konsekvensen är att rökare står inför alternativen att "sluta eller dö" och alltför många av dem kommer att dö.

Konsumenterna söker och har rätt till saklig information om de alternativa produkter som finns tillgängliga för dem. Detta innebär att tillverkare, däribland Swedish Match, måste vara öppna och transparenta om vad vi vet om våra produkter, bland annat vetenskapliga rön om hälsoeffekter. Vi bör kommunicera detta till konsumenterna där vi legalt är tillåtna att göra det. Vi bör också uppmuntra myndigheterna att ge saklig och objektiv information kring relativ skada av olika tobaksprodukter och uppmuntra tillsynsmyndigheter att reglera tobaksprodukter olika beroende på produktens riskprofil.

Redan 2001 beslutade Swedish Match att göra GOTHIA TEK® tillgänglig för sina konsumenter och andra berörda parter. Detta inkluderar information om andelen oönskade ämnen i färdiga produkter. Även om Swedish Match inte genomför egna vetenskapliga studier så bevakas och sammanställs vetenskapliga framsteg kontinuerligt och på ett systematiskt sätt. En sammanfattning av all relevant vetenskaplig forskning på snus finns tillgänglig på vår webbplats.

Swedish Match definierar framgång på öppenhet och transparens genom att årligen utvärdera konsumenternas förståelse av relativ risk mellan snus och cigaretter på våra kärnmarknader. Under 2017 kommer Swedish Match att implementera en enhetlig metod för att mäta medvetenhet om relativ risk och redovisa detta.

Skydd för utsatta konsumentgrupper

Alla produkter är inte till för alla. Somliga konsumentgrupper bör inte använda vissa produkter. Detta gäller i synnerhet tobaksprodukter som endast är avsedda för vuxna. Vissa andra konsumentgrupper anses också vara sårbara.

Swedish Match har en *Under 18 ingen tobak*-policy som tydligt slår fast att alla tobaksprodukter endast får säljas till vuxna med laglig rätt att köpa tobaksprodukter på respektive marknad samt personer som är 18 år eller äldre. Detta innebär att vi inte riktar vår marknadsföring, reklam eller kampanjer av tobaksvaror till personer under 18 år, eller den högre åldersgräns som gäller lokalt. För att förhindra användning av tobak och nikotin av minderåriga arbetar vi kontinuerligt med att utbilda, informera och samarbeta med återförsäljare, distributörer och offentliga företrädare.

Nikotinanvändning under graviditet kan bland annat leda till minskad födelsevikt hos barn varför gravida kvinnor uppmanas till en total avhållsamhet från nikotinintag.

Produktattraktivitet bland vuxna tobaksanvändare	2016	2015	2014
Andel dagliga cigarettörökare bland dagliga tobaksanvändare i Sverige, %	45	48	48
Andel av dagliga cigarettörökare bland dagliga tobaksanvändare i Norge, %	55	57	59
Volymtillväxt på snus och nikotinportionsprodukter i Nordamerika, %	24	21	0

¹⁾ Källa: Folkhälsomyndigheten.

²⁾ Källa: Statistisk Sentralbyrå, Norge.



SÄKERSTÄLLA HÖG AFFÄRSETIK

Swedish Match kommer att vidta nödvändiga åtgärder för att säkerställa att etiska affärsmetoder upprätthålls inom vårt eget företag och i våra relationer med andra.

Detta fokusområde omfattar vår egen verksamhet och våra relationer med andra; leverantörer, distributörer och kunder.

Vårt åtagande

Swedish Match arbetar för att upprätthålla en hög affärsetik i samtliga affärsverksamheter och relationer med intressenter, både inom den egna verksamheten och med externa parter. Vi bygger relationer genom ärlighet och integritet och vi respekterar gällande lagar och regler i de länder där vi bedriver verksamhet. Vi tror att affärsrelationer som bygger på gemensamma värderingar, ömsesidig respekt och förtroende blir värdefulla och dynamiska.

Vår uppförandekod

Vår uppförandekod fastställer företagets och samtliga medarbetares ansvar för att verksamheten bedrivs på ett ansvarsfullt sätt i enlighet med lagar och regler. Koden gäller för alla medarbetare inom Swedish Match, oavsett arbetsplats eller position. Uppförandekoden ses över internt och godkänns årligen av Swedish Match styrelse.

Genom medarbetarenkäter mäter vi medarbetarnas medvetenhet om uppförandekoden och om de har läst eller blivit informerade om den. Obligatorisk e-utbildning har genomförts som komplement till presentationer och liknande evenemang. Under 2016 genomförde 60 procent av medarbetarna denna e-utbildning. Vårt mål är att 100 procent av medarbetarna genomför utbildningen och detta kommer att följas upp under 2017. På företagets intranät kommuniceras ämnen som rör uppförandekoden. Den är även en återkommande punkt i medarbetar- och utvecklingssamtal.

Uppförandekod för leverantörer

Vår uppförandekod för leverantörer speglar företagets uppförandekod och anger vad Swedish Match kräver och förväntar sig av företagets leverantörer. Bolaget strävar efter att samarbeta med leverantörer som har en god finansiell ställning och väljer leverantörer som stödjer Swedish Match långsiktiga krav avseende affärsetik och andra hållbarhetsfrågor. Vårt långsiktiga mål är att få en bekräftelse på att vi har likvärdiga värderingar inom detta område från alla våra stora leverantörer. Vår uppfattning är att vi redan idag delar samma värderingar med majoriteten av våra leverantörer, men vi kommer fortsätta vårt arbete med att utveckla mer strukturerade former för att följa upp åtagandena i uppförandekoden för leverantörer. För mer information om vårt arbete inom detta område, se avsnittet *En hållbar leverantörskedja*, sidan 34.

Anmälan om misstänkt överträdelse och visselblåsarfunktionen

För att ytterligare säkerställa en sund affärsetik inom koncernen uppmuntrar vi alla medarbetare att reagera på överträdelser av uppförandekoden. Medarbetarna kan alltid kontakta sin chef, cheferna för de operativa enheterna och personal- och juristavdelningarna. Swedish Match har även en visselblåsarfunktion som ger alla medarbetare inom koncernen möjlighet att anmäla misstanke om överträdelse till ordföranden i revisionskommittén. En anmälan kan göras anonymt. Alla misstankar om överträdelser av uppförandekoden tas på allvar och utreds med hänsyn tagen till integriteten hos den som rapporterat händelsen. Lämpliga åtgärder vidtas då fall av överträdelser konstateras. Alla misstankar om överträdelser och vidtagna åtgärder rapporteras till revisionskommittén. Bolagets externa revisorer är också närvarande vid denna rapportering. Under 2016 har tolv ärenden behandlats och utvärderats. Några anmälda ärenden har krävt vidare handläggning och har resulterat i införande av nya rutiner medan andra har varit ogrundade och lämnats utan åtgärd. Inga ärenden har lett till åtal av någon medarbetare.

Korruption och mutor

På Swedish Match har vi nolltolerans mot korruption och mutor. Vår uppförandekod är tydlig med att Swedish Match inte ska delta i, eller genom tredje man, bidra till korruption i någon form. Uppförandekoden ger också tydliga riktlinjer för acceptabelt och oacceptabelt beteende. Utöver våra nuvarande utbildningsinsatser kommer en skräddarsydd e-utbildning om korruption och mutor att lanseras för medarbetare som är verksamma inom områden och länder med högre riskprofil.

Sund konkurrens

Inom Swedish Match är vi övertygade om att en sund konkurrens bidrar till ökade affärsmöjligheter, bättre resultatutveckling och minskade kostnader för varor och tjänster. Konkurrens mellan olika aktörer på marknaden ska bedrivas på ett sunt sätt och i enlighet med konkurrenslagstiftningen. Våra juridiska avdelningar stöder cheferna för de operativa enheterna med rådgivning i samband med marknadsaktiviteter och avtal för att säkerställa att konkurrenslagstiftningen efterlevs. Alla medarbetare inom försäljning och marknad och ledningsgrupper inom organisationen utbildas kontinuerligt inom detta område. E-utbildning och skräddarsydda Compliance Manuals används också för att utbilda till exempel personal inom försäljnings- och marknadsavdelningarna, inköpsfunktioner och forskning och utveckling.

Affärsetik	2016
Andel betydande leverantörer som godkänt vår uppförandekod för leverantörer, %	Rapporteras framöver
Andel medarbetare som genomfört e-utbildning avseende uppförandekoden, %	60



FRÄMJA LIKA MÖJLIGHETER

Vårt ständiga mål är att vara en öppen och inkluderande arbetsgivare. I en arbetsmiljö med nolltolerans mot diskriminering har alla medarbetare samma möjligheter att uppnå sin fulla potential, vilket resulterar i en mer diversifierad arbetsplats.

Detta fokusområde omfattar vår egen verksamhet.

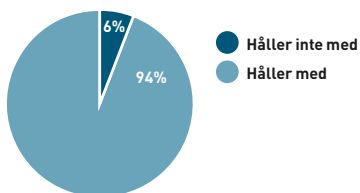
Vårt åtagande

En arbetsstyrka där alla har lika möjligheter att uppnå sin fulla potential är vår bästa tillgång för att skapa innovation. På Swedish Match är grunden för vårt arbete mot diskriminering och för mångfald att alla har samma möjligheter. Vi arbetar för att ha en öppen och inkluderande arbetsmiljö där alla medarbetare har lika möjligheter att nå sin fulla potential, oberoende av ras, nationalitet, etnicitet eller socialt ursprung, ålder, religion, politiska åsikter, kön, sexuell läggning eller identitet, familjesituation eller civilstånd, graviditet, funktionsnedsättning eller något annat. Vi arbetar hårt för att säkra nolltolerans mot diskriminering. Vi tar en proaktiv ställning mot strukturell diskriminering och för ökad mångfald på alla nivåer inom företaget.

Nolltolerans mot diskriminering

Vi arbetar för att upprätthålla en arbetsplats fri från diskriminering i alla anställningsförfaranden, policyer, förmåner och uppförfaranden. Alla överträdelse tas på allvar. Det finns fastställda rutiner för att säkerställa att åtgärder snabbt vidtas för att utreda och lösa uppkomna problem med skydd för represalier för inblandade. Det finns flera olika sätt på vilket en medarbetare kan rapportera en misstänkt överträdelse, bland annat genom sin chef, chefens närmaste chef och längre upp, till företagets chefsjurist. Medarbetaren kan även lämna en anonym anmälan via visselblåsarfunktionen som finns tillgänglig på företagets intranät. Medarbetarnas välmående och engagemang mäts regelbundet i en global medarbetarenkät. Enkäten innehåller frågor avseende diskriminering.

ANSTÄLLDA OM DISKRIMINERING



Medarbetarenkäten från 2016 visar att sex procent av våra medarbetare inte håller med om påståendet att de är fria från diskriminering på arbetsplatsen. Även om detta är en minskning med två procentenheter från 2014 så är det ändå inte tillräckligt och förbättringsåtgärder har vidtagits under året.

En decentraliserad Human Resources organisation

Swedish Match har en decentraliserad Human Resources (HR) organisation, eftersom regler och samhälleliga sammanhang varierar mellan länderna. Många initiativ tas varje år för att se till att vi skapar och upprätthåller en inkluderande arbetsmiljö genom jämställdhetsutbildningar, löneanalyser, rekryteringsinsatser och ett orubbligt engagemang för icke-diskriminering.

Genom företagets HR-råd skapar vi en koncerngemensam grund. Ett primärt fokus för rådet har varit att utbyta idéer och kunskap och få bättre förståelse för de olika enheternas utgångspunkter. Vi har ökat vårt fokus på mångfald och mer specifikt på jämställdhet



Frågan om jämställdhet är viktig av två skäl. För det första är det en fråga om rättvisa. Det finns ingen anledning till att det ska vara någon skillnad i möjligheter, rättigheter och skyldigheter mellan kvinnor och män. På Swedish Match mäter vi prestation, attityd och kompetens. Inget annat. Sedan är konkurrenskraftsfrågan minst lika viktig. Om vi ska lyckas i framtiden så måste vi ha de bästa personerna på varje plats och 50 procent av de bästa personerna är kvinnor. ”

Joakim Tilly, President, Scandinavia Division

då åtgärder inom detta område är en förutsättning för lika villkor och lika möjligheter.

Samarbete för jämställdhet

Under 2017 kommer vi att fördjupa samarbetet inom HR och mellan våra operativa enheter. Vi strävar efter att hitta en gemensam grund inom koncernen samtidigt som vi upprättar handlingsplaner utifrån lokala förutsättningar. Vi kommer att kartlägga mångfald och jämställdhet på ett enhetligt sätt. Utifrån kartläggningen sätter vi mål och nyckeltal för mångfald och lika möjligheter, i enlighet med vad lokala lagar tillåter. Utgångspunkten för våra nyckeltal presenteras i tabellen *Anställda* samt i tabellen *Koncernledning och styrelse*.

Mot ökad jämställdhet inom delar av våra svenska verksamheter

År 2013 var Swedish Match uppsatt på AllBrights¹⁾ svarta lista över svenska företag som inte har några kvinnor i sin ledningsgrupp. Året därefter gjorde företaget en analys av det dåvarande jämställdhetsläget inom företagets koncernfunktioner, Scandinavia Division och SMD Logistics. Resultatet visade en jämställd arbetsplats sett på den totala arbetskraften, men endast 22 procent av ledande befattningar innehades av kvinnor. Detta blev startskottet för ett omfattande jämställdhetsarbete inom delar av vår svenska verksamhet.

En ny jämställdhetsplan med specifika mål och aktiviteter lanserades 2015. Planen utvärderas regelbundet och kommer att revideras år 2020. Under 2016 inrättades ett jämställdhetsråd med det huvudsakliga syftet att övervaka jämställdhetsplanen och ha en fortlöpande dialog om hur vi kan åstadkomma förbättringar inom området. Alla chefer med direktrapporterande medarbetare har utbildats i jämställdhetsfrågor och vad som förväntas av dem för att nå målen i jämställdhetsplanen. De är också skyldiga att informera och diskutera planen med sina medarbetare och att aktivt delta i arbetet med att uppnå målen. Medvetenhet är nyckeln till att lösa omedvetna fördomar och fokus har varit på information via intranätet. Ett nytt talangprogram (med 50/50 kvinnor/män) har också lanserats och stor vikt har lagts på att öka jämställdhet i rekryterings- och löneprocesser.

¹⁾ AllBright är en partipolitiskt obunden och icke-vinstdrivande stiftelse som arbetar för jämställdhet och diversifiering på ledande positioner i näringslivet.

Främjande av lika anställningsmöjligheter i USA

I USA är lika möjligheter till anställning lagstadgad. I tillägg till dessa lagkrav tar Swedish Match årligen fram en *Affirmative Action Plan* (plan för positiv särbehandling) för att analysera och övervaka jämställdhetsinitiativ. En *Affirmative Action Plan* är ett strategiskt verktyg för att säkerställa att vi som företag tar proaktiva åtgärder för att attrahera, anställa, utbilda, främja och behålla så kallade ”skyddade” grupper. Detta ska säkerställa lika lön för lika arbete och återspegla arbetsmarknadens sammansättning. I denna analys jämförs sammansättningen av vår egen arbetsstyrka med relevant arbetskraft och vi sätter upp mål och utvecklar handlingsplaner för ökad representation av minoriteter och kvinnor. I USA ökade vi vår kvinnliga arbetsstyrka från 29 till 30 procent och minoriteter¹⁾ från 15 till 16 procent mellan åren 2015 och 2016.

Arbetsmöjligheter i Nederländerna

På Swedish Match Lighters BV, i Assen, Nederländerna, har vi under flera år haft ett nära samarbete med Social Workplace som sysselsätter personer med olika funktionshinder och som har svårt att få tillgång till arbetsmarknaden. För närvarande arbetar mer än 30 anställda från Social Workplace med arbetsuppgifter inom tryck och packning i Swedish Match tändstickfabrik. De är formellt anställda av Social Workplace och betraktas som vilken anställd som helst av övriga medarbetare på fabriken.

¹⁾ Amerikansk definition; avser personer som inte är vita, exkluderat spansktalande (hispanic).



Medarbetare vid Swedish Match tändstickfabrik i Tidaholm.

Anställda	2016	2015	2014
Totalt antal anställda ¹⁾²⁾	5 460	4 850	4 402
Andel kvinnliga anställda, %	35	N/A	N/A
Andel kvinnliga chefer ³⁾ , %	22	N/A	N/A
Andel kvinnliga tjänstemän, %	31	N/A	N/A
Andel kvinnliga kollektivanställda, %	37	N/A	N/A
Anställda som håller med om påståendet att de är fria från diskriminering på arbetet, %	94	-	92

¹⁾ I denna tabell har totalt antal anställda beräknats per den 31 december, 2016. Annan beräkningsmetodik gör att denna siffra skiljer sig från siffran för medelantalet anställda som redovisas i *Not 5 Personal*, sidan 75.

²⁾ Inkluderar visstidsanställda.

³⁾ Chefer med direktrapporterande.

Koncernledning och styrelse	2016	2015	2014
Totalt antal medlemmar i koncernledningen	8	7	7
Andel kvinnor i koncernledningen, %	25	29	29
Totalt antal medlemmar i styrelsen ¹⁾	11	10	10
Andel kvinnliga medlemmar i styrelsen ¹⁾ , %	45	40	40

¹⁾ Inkluderar arbetstagarrepresentanter.

ÖKNING AV ANDEL KVINNliga MEDARBETARE PÅ SMD LOGISTICS

Under året har vi arbetat aktivt för att få ett lika stort urval av manliga och kvinnliga kandidater i våra rekryteringsprocesser. SMD Logistics är ett positivt exempel i detta sammanhang. Under 2016 har antalet kvinnor på lagret ökat från tre till 30. Tidigare var nästan alla sökande till lagret män vilket gjorde det svårt att rekrytera kvinnor. Genom att säkerställa ett jämnt urval kvinnliga och manliga kandidater vid rekrytering har nya möjligheter uppstått för att öka andelen kvinnor på arbetsplatsen.

FÖRÄLDRALEDIGHET I USA

I USA har endast 12 procent av anställda inom den privata sektorn tillgång till någon typ av betald ledighet genom sin arbetsgivare. Swedish Match har alltid erbjudit kortvarig ersättning till medarbetare i samband med förlossning. År 2016 utökades denna ersättning vilket innebär att även den andra föräldern till ett nyfött barn kan få upp till tre veckors betald ledighet. Denna nya möjlighet att knyta an till sitt nyfödda barn har redan använts av ett antal medarbetare och ses som ett bra komplement till företagets nuvarande ersättningar vid ledighet.



ELIMINERA BARNARBETE

Vårt mål är att eliminera barnarbete i företagets värdekedja.

Detta fokusområde omfattar huvudsakligen delarna uppströms i vår värdekedja.

Vårt åtagande

På Swedish Match respekterar vi de mänskliga rättigheterna och stödjer internationella konventioner och riktlinjer för mänskliga rättigheter. Vi erkänner vår viktiga roll i att se till att mänskliga rättigheter upprätthålls och respekteras för människor som påverkas av vår verksamhet. Vi lägger särskilt fokus på barnarbete och relaterade människorätsfrågor. Swedish Match accepterar inte barnarbete någonstans i vår värdekedja. Vi är medvetna om att barnarbete inte är ett fristående problem utan att en lösning på problemet kräver en helhetssyn. Vårt mål, våra ansträngningar och tidsramen för detta fokus är långsiktiga.

ECLT Foundation och vårt åtagande

Swedish Match är medlem och representerad i styrelsen för den ideella organisationen ECLT Foundation (Eliminating Child Labour in Tobacco Growing). Detta engagemang ger oss en plattform för att ständigt hålla frågan om barnarbete högt upp på agendan, utbyta erfarenheter och kunskap samt följa pågående projekt. Som medlem i ECLT Foundation har Swedish Match undertecknat en branschgemensam förpliktelse om att upprätthålla en robust policy i kampen mot barnarbete, att genomföra granskningar och vidta åtgärder som överensstämmer med FN:s vägledande principer för företag och mänskliga rättigheter. Detta åtagande stärker vår policy och praxis och är i linje med internationell bästa praxis fastställd av internationella arbetsorganisationen, ILO.

För mer information om ECLT Foundation och förpliktelsen, se ECLT Foundations webbplats, www.eclt.org.



Riskbedömning av kränkningar av de mänskliga rättigheterna

I våra riskbedömningar av brott mot mänskliga rättigheter, i vår värdekedja, har vi identifierat barnarbete som ett särskilt viktigt område för vårt fortsatta arbete för mänskliga rättigheter. Vi är beroende av råvaror från jord- och skogsbruk till våra produkter. Enligt ILO finns det cirka 168 miljoner barnarbetare i världen. Av dessa barn återfinns 59 procent inom jordbruk. Tobak är en jordbruksprodukt och där finns en betydande risk för barnarbete. Barnarbete är ett omfattande och komplext ämne som kräver engagemang från såväl oss som från odlare, leverantörer, beslutsfattare och andra tillverkare.

Under 2016 har vi anlitat extern expertis för att förbättra vår riskbedömning. Vi har uppdaterat riskbedömningen för direkt material baserat på tillverkningsland eller ursprung av råvaror, kända risker inom kategori och bransch¹⁾ samt totalinköp. Vi har gjort en fördjupad riskanalys på branschnivå för att identifiera potentiella och specifika risker för brott mot mänskliga och arbetsrättigheter, för ett begränsat antal högriskkategorier av direkt material. Hittills visar resultatet att 56 leverantörer av direkt material kan klassificeras som hög risk baserat på industririsk och risker kopplade till ursprungsland. En klar majoritet är leverantörer av råttobak. De övriga är leverantörer av komponenter för tändare och färdiga produkter som köps från Asien eller Afrika. Resultaten bekräftar vårt initiala fokus på leverantörer av råttobak i vårt arbete för en hållbar leverantörskedja. Resultatet bekräftar även vårt fortsatta fokus på barnarbete och barns rättigheter, där barnarbete samt risker för kvinnor och barn rankas högst bland riskerna för att mänskliga rättigheter kränks inom tobakskategorin. Detta följs av tvångsarbete/skuldslaveri, exponering för farliga kemiska ämnen och begränsad tillgång till säkert dricksvatten/sanitära anläggningar. Denna riskbedömning ligger till grund för vårt fortsatta arbete med att bedöma och minska specifik risk i dialog med prioriterade leverantörer under 2017.

¹⁾ Riskbedömning har tidigare utförts baserat på geografisk plats och Corruption Perception Index från Transparency International (CPI). I denna bedömning har CPI korshänvisats med Maple Croft's Human Rights Index och kompletterats med specifika branschrelaterade risker för kränkningar av mänskliga och fackliga rättigheter.

OACCEPTABELT BARNARBETE

Swedish Match respekterar barns rättigheter, inklusive rätten till utbildning, rätten att vila och leka samt rätten för barnet att få sina grundläggande behov tillgodosedda, i enlighet med FN:s barnkonvention. Vi accepterar inte barnarbete i vår värdekedja, såsom det definieras nedan.

Minimiåldern för arbete bör inte vara lägre än åldern för att avsluta den obligatoriska skolgången, vilket generellt är

15 år, eller 14 år i enlighet med undantagen för utvecklingsländer. Om relevant nationell lagstiftning anger en högre ålder, ska denna ålder gälla. Arbete som sannolikt är riskabelt eller skadligt för barns hälsa samt för deras fysiska, mentala, själsliga, moraliska eller sociala utveckling eller som kommer i vägen för barnets utbildning ska inte utföras av barn mellan 15 och 18 års ålder (unga arbetare).

Barn på familjegårdar får utföra lättare arbete på sin egen familjs gård om de är i åldern 13 till 15 år eller äldre än minimiåldern för lätt arbete, i enlighet med definition i rådande lands lag, beroende på vilket som ger störst skydd. Detta arbete kan utföras under förutsättning att det inte hotar deras hälsa och säkerhet eller förhindrar utbildning.

Upptäcka, förhindra och minska barnarbete i vår värdekedja

Risken för barnarbete är låg inom vår egen verksamhet. För att säkerställa att den förblir det håller vi kontinuerligt frågor kring mänskliga rättigheter högt på agendan. Vi kommer att fortsätta att utbilda våra anställda i ämnet samt genomföra interna revisioner.

För att identifiera specifika risker uppströms i vår värdekedja kommer vi att fortsätta arbeta med verktyg och processer som beskrivs i avsnittet *En hållbar leverantörskedja*, sidan 34. För våra leverantörer av direkt material utöver råttobak kommer vi att ytterligare systematisera vårt arbete för att säkerställa att vår uppförandekod för leverantörer efterlevs. Vi kommer att intensifiera vår dialog med prioriterade leverantörer om specifika risker. STP är vårt viktigaste verktyg för att granska och minska risken för barnarbete och andra risker för barn i vår leverantörskedja för råttobak. De allmänna slutsatserna i riskbedömningen för odling och bearbetning av tobak kommer tillsammans med identifierade förbättringsområden inom STP att förstärka vårt arbete med att öka kunskapen om förhållandena i värdekedjan för tobak. Detta förbättrar vår möjlighet att identifiera, förebygga och minska barnarbete och risker för barn.

Bygga kunskap och följa framstegen

Under de kommande två åren kommer vi att öka vår kunskap avseende människorna och förhållandena i vår värdekedja för råttobak, samt få dem bekräftade genom tredjepartsrevisioner. Detta beskrivs i avsnittet *En hållbar leverantörskedja*, sidan 34. Arbetet sker i samarbete med våra leverantörer. Vi kommer att definiera parametrar och nyckeltal att följa upp samt hitta effektiva sätt att arbeta proaktivt mot vårt mål.

Samhällsinvesteringar

Swedish Match har gett stöd till förmån för barn, funktionshindrade och andra behövande liksom till andra viktiga initiativ i samhället under lång tid.

Framöver kommer vi att sträva efter att rikta stöd till projekt som bidrar till att minska barnarbete och andra risker för barn i de områden där vi är verksamma eller från vilka vi köper råmaterial. Som ett första steg i denna riktning kommer Swedish Match att stödja ett pågående projekt i Filippinerna. Projektet tillhandahåller olika aktiviteter efter skoltid för att förhindra att barn arbetar på tobaksfälten under skördesäsongen. Projektet har visat sig vara effektivt för att förhindra barnarbete. Finansieringen av projektet kommer att komplettera våra egna ansträngningar inom vårt fokus på barnarbete.

Resultatindikatorer

Under 2017 kommer vi att utveckla indikatorer och bilda en ny utgångspunkt för att mäta våra ansträngningar för en hållbar leverantörskedja samt mot barnarbete. Tabellen *En hållbar leverantörskedja* visar indikatorer som har identifierats i detta skede.



En hållbar leverantörskedja	2016
Antal leverantörer av råttobak ¹⁾	61
Andel leverantörer av råttobak inkluderade i STP, %	67
Antal tredjepartsrevisioner av leverantörer av råttobak	8
Antal gårdar besökta av Swedish Match Leaf Operations	122
Antal revisioner med fokus på barnarbete utförda hos leverantörer av övrigt direkt material	Rapporteras framöver

¹⁾ Leverantörer av råttobak ses som individuella leverantörer per land.



MINSKA UTSLÄPP AV VÄXTHUSGASER

Vårt mål är att återspegla de åtaganden som anges i Parisavtalet och därmed minska utsläpp av växthusgaser i företagets värdekedja.

Detta fokusområde omfattar hela värdekedjan.

Vårt åtagande

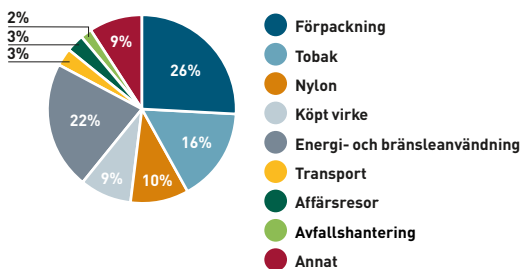
Vår verksamhet är i hög grad beroende av resilienta ekosystem. Vi kan inte göra affärer utan ett betydande bidrag av råmaterial från naturen. På Swedish Match ska vi göra vår del för att begränsa klimatförändringarna och åtar oss att kartlägga och aktivt minska våra utsläpp i värdekedjan.

Redovisning av växthusgaser i hela värdekedjan

Vi har beräknat och redovisat utsläpp av växthusgaser för Scope 1 (direkta utsläpp) och Scope 2 (indirekta utsläpp) och en del av Scope 3 (andra indirekta utsläpp som ej täcks av Scope 2), enligt Greenhouse Gas Protocol¹⁾, sedan 2008. På en aggregerad koncernnivå har målet varit att inte överstiga utsläppsnivån för basåret 2008, vilket har uppfyllts.

Under 2016 har vi utökat omfattningen för beräkningarna av utsläpp av växthusgaser och kartlagt hela värdekedjan enligt Greenhouse Gas Protocols Corporate Value Chain Standard (Scope 3). Detta har gjorts med hjälp av extern expertis. Swedish Match klimatpåverkan uppgår till 254 572 ton CO₂-equivalents (CO₂e) för år 2016. Utsläpp i Scope 1 och 2 (från våra egna operativa enheter inklusive energiproduktion) motsvarar 13 procent av de totala växthusgasutsläppen. Återstående 87 procent motsvarar utsläpp upp- och nerströms (Scope 3) i vår värdekedja. Merparten av utsläppen i Scope 3 härrör från utvinning och produktion av råvaror, till exempel tobak, köpt virke och nylon samt förpackningsmaterial. Figuren *De största utsläppskällorna i värdekedjan* visar fördelningen av vårt avtryck över de viktigaste utsläppskällorna.

DE STÖRSTA UTSLÄPPSKÄLLORNA I VÄRDEKEDJAN



Energi- och bränsleanvändning omfattar utsläpp från Scope 1, 2 och 3. Övriga utsläppskällor motsvarar utsläpp i Scope 3.

Denna första beräkning av utsläpp av växthusgaser i hela värdekedjan omfattar alla Swedish Match enheter. Generiska emissionsfaktorer har till stor del använts för att beräkna utsläppen²⁾. Alla sex växthusgaser som omfattas av Kyotoprotokollet³⁾ ingår i beräkningarna. Antaganden och emissionsfaktorer har följt ett konservativt tillvägagångssätt. Med detta har vi bildat en ny utgångspunkt för vårt arbete med att minska utsläppen av växthusgaser. Resultaten visar på vikten av att också lägga fokus upp- och nedströms i vår värdekedja i våra åtgärder.

¹⁾ Internationell standard för beräkning och rapportering av klimatpåverkan från verksamheten.

²⁾ Huvudsakliga referensskällor för emissionsfaktorer inkluderar DEFRA, Ecoinvent och IEA.

³⁾ IPCC Fourth Assessment Report.

⁴⁾ Såsom beskrivs i Intergovernmental Panel on Climate Change (IPCC).

Fastställa vetenskapsbaserade mål

Under 2017 kommer vi att förfina den första kartläggningen med mer specifika uppgifter från våra leverantörer och föra en mer aktiv dialog om eventuella minskningar av utsläpp av växthusgaser. Vi kommer att undersöka möjligheten att anta en strategi med vetenskapligt baserade mål för att minska våra utsläpp. Vetenskapligt baserade mål är i linje med nivån på avkolning som krävs för att hålla den globala temperaturökningen under 2°C jämfört med förindustriella temperaturer⁴⁾. Det arbete som utförts inom detta fokusområde ger input till uppdatering av våra miljöledningssystem enligt ISO 14001:2015. För mer information, se *Mot en gemensam strategi*, sidan 43, i avsnittet Minska avfall och utsläpp.

Skapa en ny utgångspunkt för resultatindikatorer

Tabellen *Utsläpp av växthusgaser* visar indikatorer för hela värdekedjan. År 2015 bildar den nya utgångspunkten för vårt arbete. Med utvecklandet av en tydlig riktning mot utsläppsminskningar år 2017 är vår plan även att redovisa våra minskade utsläpp.

Tabellen *Energianvändning inom vår egen verksamhet* visar energiindikatorer för vår egen verksamhet som ett komplement till indikatorer för växthusgaser.

Utsläpp av växthusgaser (ton CO ₂ e)	2016	2015	2014
Scope 1 ¹⁾	11 985	11 998	13 128
Scope 2	20 213	19 917	19 974
Scope 3	222 375	208 018	14 845 ²⁾
Totala utsläpp	254 572	239 934	N/A
Totala utsläpp (per MSEK försäljning)	16,4	16,6	N/A

¹⁾ Ändrad beräkningsmetodik från tidigare publicerade uppgifter. Biogena utsläpp är exkluderade.
²⁾ Delar av Scope 3 har uppskattats. Utsläppskällor inkluderar affärsresor och transport. Omfattning av Scope 3 har utökats sedan 2014.

Energianvändning inom vår egen verksamhet (MWh)	2016	2015	2014
Total direkt energianvändning	95 963	92 157	99 594
Total direkt energianvändning (per MSEK försäljning)	6,2	6,4	7,5
Total indirekt elektricitetsanvändning	67 305	66 248	67 628

INITIATIV FÖR ATT MINSKA UTSLÄPPEN

Det viktigaste steget vi har tagit för att minska utsläppen av växthusgaser under 2016 har varit att kartlägga utsläppen i hela värdekedjan. Samtidigt har flera åtgärder för att minska utsläppen genomförts på lokal nivå. Bland annat har ny teknik introducerats för att minska resandet samtidigt som samarbetet mellan medarbetare på olika enheter har ökat. Säljpersonalens resande har optimerats genom förbättrad planering. Dialog har förts med leverantörer av transport- och distributionstjänster i syfte att minska utsläppen. Användning av grön energi har ökat och energieffektiviseringsåtgärder har genomförts på våra fabriker. Åtgärderna har till del genomförts på initiativ av engagerade medarbetare. När allt strävar i samma riktning kan små men viktiga steg göras för att minska utsläppen och öka engagemanget kring vikten av att göra så.



MINSKA AVFALL OCH UTSLÄPP

Vårt mål är att eliminera oönskade utsläpp till luft och vatten samt avfall från våra produktionsanläggningar.

Detta fokusområde omfattar vår egen verksamhet.

Vårt åtagande

På Swedish Match arbetar vi systematiskt med att minska andra utsläpp till luft (utöver växthusgaser) och vatten från våra produktionsanläggningar samt att minska avfallsmängden. Genom ett systematiskt tillvägagångssätt, utbyte av bästa praxis samt gemensamma miljöstandarder och målformuleringar ökar vi effektiviteten av vårt arbete inom hela koncernen.

Hantering av miljöprestanda

Våra produktionsanläggningar (83 procent) är certifierade enligt ISO 14001 med undantag för våra tändsticksfabriker i Curitiba och Pirai do Sul i Brasilien. Minskning av avfallsmängd och utsläpp till luft och vatten har varit ett fokusområde i våra produktionsanläggningar under en lång tid. Ambitionen har då varit att minska kostnaderna och följa lokala lagar och förordningar. Detta arbete har bedrivits lokalt och i stor utsträckning i nära dialog med lokala myndigheter och andra intressenter. Resultat har sammanställts till en koncerngemensam rapport för miljöindikatorer. Våra fabriker påverkar miljön lokalt genom användning av energi, material, kemikalier och vatten samt avfall och utsläpp till luft och vatten från olika processteg.

Mot en gemensam strategi

För att öka samarbete och betona utbyte av kunskap och idéer mellan anläggningar, arbetar vi nu med att förbättra vår ursprungliga plattform för miljöfrågor. Under 2016 har vi genomfört en analys av materialflöden i våra produktionsanläggningar med initialt fokus på ingångsflöden av material, kemikalier och energi till vårt system. Denna uppskattning kommer att vidareutvecklas och kompletteras med utflöden där vi avser att utvärdera och mäta utsläpp till luft och vatten i mer detalj. Utifrån ett ökat systemperspektiv kommer vi därefter att säkerställa en gemensam metod för att identifiera betydande miljöpåverkan för våra anläggningar. Vi kommer att sätta koncerngemensamma mål och nyckeltal för avfall och utsläpp och komplettera dessa med lokala handlingsplaner. Detta arbete sammanfaller med företagets uppdatering till standard ISO 14001:2015 under 2017. Den uppdaterade standarden betonar ett ökat livscykelperspektiv, intensifierad dialog med intressenter samt engagemang från ledningen.

Resultatindikatorer

Under 2017 kommer vi att sätta en ny baslinje med förbättrade indikatorer för avfall och utsläpp till luft och vatten från våra anläggningar. Till dess kommer vi att rapportera relevanta resultatindikatorer i enlighet med tidigare år. Tabellen *Totalt avfall* och *Totalt avfall per hanteringsmetod* visar företagets totala avfall och hur detta sluthanteras.

Totalt avfall (ton)	2016	2015	2014
Ofarligt avfall	20 998	22 346	22 160
Miljöfarligt avfall	764	775	823
Totalt avfall	21 762	23 121	22 982
Totalt avfall (per MSEK försäljning)	1,4	1,6	1,7

MINSKA AVFALLET I SNUSFABRIKERNA

År 2016 genomfördes flera initiativ för att minska avfallet i våra snusfabriker i Göteborg och Kungälv i Sverige. Till exempel gjordes förbättringar i produktionen av portionsnus som medför en årlig minskning av 200 ton propylenglykol. Ett initiativ för att ersätta farliga kemikalier som användes vid rengöring i vissa delar av produktionsprocessen och i laboratorier resulterade i uteslutning och utbyte av 19 kemikalier samt planerade utbyten av ytterligare sex. Mängden kemikalier vid rengöringsprocessen i Kungälvfabriken minskades med cirka 35 procent efter optimeringsåtgärder. Från och med 2017 kommer allt biologiskt nedbrytbart avfall från matsalen att sorteras ut separat där uppskattningsvis 20 ton per år kommer att gå till biogas, biogödsel eller kompostjord.

MINSKADE UTSLÄPP AV LUKT OCH PARTIKLAR FRÅN SNUSFABRIKEN I GÖTEBORG

Under 2016 har man med hjälp av nyinstallerad utrustning minskat luktutsläpp och utsläpp av partiklar från tobaksblandarprocessen i fabriken i Göteborg. Fabriken ligger nära centrala Göteborg och lukt har alltmer blivit ett problem för de människor som bor och arbetar i närområdet. Genom förbränning av utgående luft minskas luktutsläppen med 99 procent. Vi har också kompletterat vår befintliga förbehandling av avloppsvatten med sedimentering vilket resulterat i en 90 procentig minskning av suspenderat material i avloppsvatten.

SUSTAINABLE TOBACCO PROGRAMME

Utöver vårt arbete inom egna anläggningar utförs ett arbete hos leverantörer och odlare av råttobak. Genom Sustainable Tobacco Programme täcker vi in hela värdekedjan uppströms inom ett brett spektrum av miljöaspekter, inklusive vatten- och markförvaltning, bekämpningsmedel, avfall och utsläpp av växthusgaser, för den råttobak som ingår i snus, moist snuff och tuggtobak.

Totalt avfall per hanteringsmetod (ton)	(%)	2016	2015	2014
Förbränning	76	16 454	18 372	17 908
Deponi	11	2 362	2 095	2 220
Återanvändning/återvinning	8	1 737	1 414	1 606
Miljöfarligt avfall	3	750	765	817
Kompostering	2	458	475	431