

# RINGNES' BÆREKRAFT- RAPPORT 2021

**RINGNES**   
Part of the Carlsberg Group



KLIMALØFTET



PLASTLØFTET



HELSELØFTET

# INNHOOLD

Det er en glede å kunne vise dere Ringnes' bærekraftsrapport for 2021. I denne rapporten vil vi presentere arbeidet vi gjør for å bidra til et sunnere, renere og bedre samfunn rundt oss.

## INNLEDNING

Konsernsjefen tar ordet.....	5
Leder .....	6
Together towards zero.....	8

## KLIMALØFTET

Ringnes' klimaløfte .....	10
Netto nullutslipp innen 2040.....	13
Flasketuten peker på oss.....	15
Stadig flere drikker brus av boks.....	16
Skal bidra til Oslos klimamål.....	17

## PLASTLØFTET

Vårt plastløfte.....	18
To innspill til smartere regulering.....	21
Plastflasken – problemet eller løsningen. ....	23
Tomra – et norsk panteventyr .....	25

## HELSELØFTET


Vårt helseløfte.....	28
Gjør drikkevarehylla sunnere .....	30
Inspirasjon framfor pekefinger .....	32
Kort om reklameforbudet .....	33

**Side 3**

**Side 10**

**Side 18**

**Side 28**

 ringnes.no

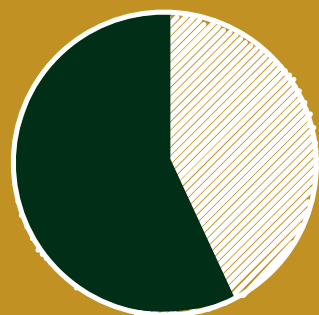
 @ringnes

 @ringnes

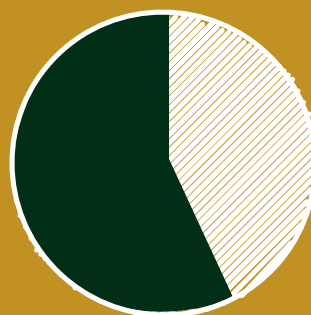
 Ringnes

**Sosiale medier**  
Gjennom året oppdaterer vi dere om vårt bærekraftsarbeid i sosiale medier.

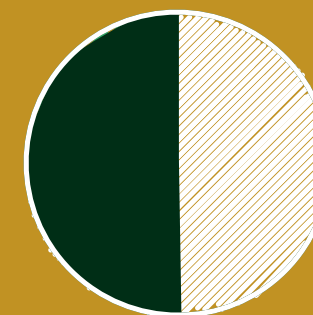
## 2021 OPPSUMMERT



MARKEDSANDEL  
**VANN**  
**43,2 %**



MARKEDSANDEL  
**BRUS**  
**43,0 %**

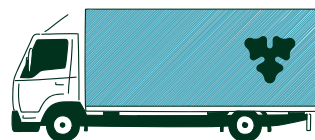


MARKEDSANDEL  
**ØL**  
**50 %**

I 2021 produserte vi rekordhøye volumer som følge av stengte grenser. Til tross for økte volumer har vi klart å holde forbruket av vann, drivstoff og strøm forholdsvis stabilt.

**+3 %**

Ringnes brukte 3 % mer vann i 2021 enn i 2020.



**+2,5 %**

Ringnes brukte 31 liter diesel per 100 km kjørt i 2021, opp fra 30,2 liter i 2020. Det er en oppgang i diesel-forbruket på 2,5 %.



**-3 %**

Ringnes hadde en nedgang i strømforbruket på 3 % i 2021 sammenlignet med 2020.



**-35 %**

I 2021 reduserte Ringnes sitt oljeforbruk med 35 % sammenlignet med 2020. Olje ble kun benyttet som reserveløsning.

## KLIMALØFTET



**NETTO  
NULLUTSLIPP**

innen 2040

Side 10–17

## PLASTLØFTET



**1000 TONN**

fjerne 1000 tonn plast fra  
emballasjen innen 2025

**80 %**

resirkulert plast i all emballasje

Side 18–27

## HELSELØFTET



**10 %**

av ølet skal være alkoholfritt/  
lettøl innen 2025

**90 %**

av brusen skal være uten tilsatt  
sukker innen 2022

Side 28–33

# KONSERN SJEFEN TAR ORDET

**«Brewing for a better today and tomorrow» er en leveregel vi holder høyt i Carlsberg: Vi er forpliktet til å forvalte selskapet på en måte som innebærer at vi ivaretar hensynet til framtidige generasjoner.**

Vi tror ikke det er noe motsetningsforhold mellom lønnsomhet og bærekraft. Tvert i mot er disse to hensynene gjensidig avhengige av hverandre: En tydelig bærekraftagenda er en forutsetning for å drive virksomhet. På samme måte vet vi at god lønnsomhet gir oss muskler til å levere på bærekraftmålene vi har satt oss.

Ekstremværet vi opplevde i flere deler av verden i 2021 viste oss med tydelighet konsekvensene av klimakrisen. Samtidig forteller forskning at vi nå står ved et veiskille og at konkret handling i det kommende tiåret blir avgjørende for alles framtid. Skal vi lykkes med denne snuoperasjonen må også alle dra i samme retning – næringsliv, myndigheter og sivilsamfunnet må alle bidra.

Carlsberg var blant de ti første selskapene i verden – og det første bryggeriet – til å sette seg vitenskapsbaserte mål som leverer på 1,5 graders-målet. Jeg er veldig glad for å se

at stadig flere nå følger etter. Før COP26 var jeg med i et felles opprop sammen med en rekke andre bedriftsledere. Budskapet vi framførte var klart: Vi har dårlig tid. Nå trenger vi tydelige og forpliktende mål, konkret politikk og handling. Jeg er derfor tilfreds med at konklusjonen fra Glasgow forblir at vi holder fast på 1,5-gradersmålet.

Som forbrukere og enkeltpersoner har vi også mulighet til å bidra. Carlsbergs oppgave er å bidra til at folk tar opplyste valg når de handler våre varer. Derfor er vi også engasjert i en rekke lokale kampanjer og globale initiativer, der målet er å veilede forbrukerne i en mer bærekraftig retning.

Målet om nullutslipp er en av flere prioriteringer i vår bærekraftagenda, Together towards ZERO. Reduserte utslipp fra våre bryggerier og fra verdikjeden vår viser at vi har kommet et godt stykke på vei siden vi lanserte målene tilbake i 2015. Utslippene fra våre bryggerier per liter drikke produsert er redusert med 40 %.

21 % reduksjon i vannforbruket per produserte liter viser også at vi har lagt ned et godt stykke arbeid siden 2015. På tilsvarende måte er en vekst på 114 % i alkoholfri- og alkoholsvakkategoriene et uttrykk for at vi jobber konkret med å redusere det skadelige alkoholforbruket.

Vi har en nullvisjon for ulykker på arbeidsplassen. I 2021 opplevde vi en økning i antall ulykker med fravær og to tragiske dødsfall hos en av våre underleverandører. Det har gjort sterkt inntrykk på oss alle. Våre ansatte skal være trygge når de er på jobb. Det er også utgangspunktet for våre Livreddende regler (Lifesaving rules), som nå får forsterket oppmerksomhet i hele selskapet.

Som leder mener jeg at det er like viktig å ha et bevisst forhold til hvordan vi skaper resultater, som resultatene i seg selv. For den enkelte handler det om å møte andre mennesker med respekt. Som selskap handler det om å bygge en kultur der de ansatte opplever at de blir sett og hørt.

Vi står fast ved prinsippene som er nedfelt i UN Global Compact. I året som vi har lagt bak oss har vi også forsterket vårt arbeid med å skape en inkluderende arbeidsplass med fokus på mangfold og inkludering.

Ansatte i Carlsberg har utvist et stort engasjement for vår bærekraftagenda. Når vi lanserer vår oppdaterte strategi er det også et resultat av det samme engasjementet. 138 ansatte på tvers av markedene i Carlsberg har deltatt i strategiarbeidet som har ledet fram til Carlsbergs nye forretningsstrategi,



“ Carlsbergs oppgave er å bidra til at folk tar opplyste valg når de handler våre varer.

**Cees 't Hart**  
CEO, Carlsberg Group

SAIL '27 og vår oppdaterte bærekraftstrategi Together Towards ZERO and beyond.

Vi må endre oss i takt med våre omgivelser og endrede forventninger til oss som selskap for å forbli relevante. Våre nye strategier vil danne grunnlag for ny vekst i årene som

kommer og sette en ny standard for vårt bærekraftarbeid – Towards, and even beyond, ZERO

Cees 't Hart  
CEO, Carlsberg Group



# BARE EN ØL, SA DU?

Mange tror kanskje at Ringnes' bekymring for CO<sub>2</sub> begrenser seg til at ølet skal ha akkurat passe mengde kullsyre. Våre ambisjoner strekker seg midlertid lengre enn som så. Like viktig som kvaliteten på produktene våre er det å sørge for at vi reduserer CO<sub>2</sub>-avtrykket vårt til det minimale. Innen 2040 er målet å servere deg en øl med netto nullutslipp.



Ringnes er en del av Carlsberg-gruppen og dermed forpliktet til å levere på konsernets bærekraftsmål. I august 2022 la Carlsberg fram sin oppdaterte bærekraftagenda: Together Towards ZERO and Beyond. Dette er en videreføring av strategien som ble lagt i 2017, men agendaen er bredere og målene høyere. Vi opprettholder målet om 30 % reduksjon i vårt klimautslipp innen 2030 (scope 1, 2 og 3). Samtidig legger vi til målet om netto nullutslipp innen 2040.

I Ringnes er vi på god vei. Innen 2019 hadde vi redusert vårt utslipp fra verdikjeden med 17 % sammenlignet med basisåret 2015. I løpet av 2022 vil alle våre bryggerier og produksjonsanlegg være klimanøytrale. Summen av ulike tiltak er grunnen for at Ringnes er det markedet i Carlsberg-konsernet som kan servere deg drikke med det laveste CO<sub>2</sub>-avtrykket per liter produsert.

At noen blir overrasket over våre mål og resultater velger vi dels å lese som et uttrykk for at vi nok har en vei å gå for nå fram med vår agenda. Men kanskje kan også dette tilskrives en større misforståelse rundt det grønne skiftet og hvem dette angår?

Kommunikasjonsdirektor Johanna Ellefsen Rostad utenfor Ringnes' lokaler i Oslo.



## KLIMALØFTET



## PLASTLØFTET



## HELSELØFTET

Nye næringer, start ups og grunnleggende omlegging av tradisjonell industri dominerer debatten og fortellingen om det grønne skiftet. Skrittvis forbedringer innen næringsmiddelindustrien høres kanskje ikke like spennende ut? Og noen tenker kanskje også at – bry meg ikke med dette, la meg nyte min øl i fred.

Men vi har ikke noe valg. Vi må forholde oss til at mat- og drikkeproduksjon i sum står for omtrent 30 % av verdens klimagassutslipp. Som bryggerikonsern anerkjenner vi at vi er en del av problemet, og sier med tydelighet at vi vil være en del av løsningen. Nå navigerer vi derfor etter målet netto nullutslipp innen 2040. Dette er våre konkrete mål i Ringnes' **KLIMALØFTE**.

Med lanseringen av Together Towards ZERO and Beyond setter vi oss ikke bare høyere mål, men vi bredder også ut vår agenda. Bærekraftbegrepet omfatter nå både E S G – klima, sosiale og forretningsmessige forhold.

Som landets desidert største leverandør av drikkevarer i Norge har vi et samfunnsansvar som går langt utover portene til bryggeriet. Som arbeidsgiver har vi et særlig ansvar for å vise at portene våre er åpen for alle – uansett kjønn, legning eller livssyn. I arbeidet med mangfold og inkludering må vi starte med oss selv.

Gjennom vårt **HELSELØFTE** har vi satt konkrete mål for å bidra til å gjøre drikkevarehylla sunnere. Med Farris og Imsdal er

vi garantisten for at du kan få det sunneste alternativet når du er på farta. Vi skal sørge for at alkoholfritt og lettøl skal fortsette veksten. I løpet av 2025 er målet at det skal utgjøre 10 % av vårt samlede ølvolum. Tilsvarende jobber vi for at hele 90 % av brusen vi vår skal være uten tilsatt sukker i løpet av 2022.

I denne rapporten vil vi også presentere hvordan vi jobber med vårt **PLASTLØFTE** – med å fjerne unødvendig plast og øke andelen resirkulert materiale i vår emballasje.

Målet med denne rapporten er å gi deg en oversikt over våre viktigste prioriteringer, strukturert etter Ringnes' løfter:

**KLIMALØFTET, PLASTLØFTET** og **HELSELØFTET**. Vi presenterer mål og måloppnåelse – og er også åpen på de utfordringene vi møter på vår vei i dette arbeidet.





God lesing!

“ Vi har et samfunnsansvar som går langt utover portene til bryggeriet.

**Johanna Ellefsen Rostad**  
Kommunikasjonsdirektør, Ringnes

# TOGETHER TOWARDS ZERO

Carlsbergs bærekraftstrategi Together Towards ZERO (TTZ) er delt inn i fire prioriterte områder:

	 <b>NULL KARBON- AVTRYKK</b>	 <b>NULL SLØSING AV VANN</b>	 <b>NULL SKADELIG FORBRUK AV ALKOHOL</b>	 <b>NULL ULYKKER PÅ ARBEIDSPLASSEN</b>
<b>Carlsbergs 2030-mål</b>	Null karbonutslipp ved våre bryggerier 30% reduksjon i «Beer in hand»-utslipp	50% reduksjon i vannforbruket ved våre bryggerier Inngå partnerskap for å sikre vannressursene i høyrisikoområder	Alle våre markeder skal bidra til en årlig reduksjon i skadelig forbruk av alkohol	Null ulykker som medfører fravær
<b>Status 2021</b>	40% reduksjon siden 2015 7% reduksjon fra 2015–2019	21% reduksjon siden 2015 Partnerskap igangsatt i India og Nepal	11% vekst innen alkoholfritt i 2020 33,6 millioner mennesker nådd gjennom kampanjer for ansvarlig drikking	168 ulykker som medfører fravær i 2021 46% reduksjon siden 2015–2019
<b>2022-mål</b>	50% reduksjon i karbonutslipp ved våre bryggerier 100% bruk av elektrisitet fra fornybare energikilder innen 2022. Null bruk av kull ved våre bryggerier	15% reduksjon i «Øl i hånden»-karbonutslipp 100% bruk av miljøvennlig kjøling 100% bruk av miljøvennlig kjøling	25% reduksjon i vannforbruket ved våre bryggerier. I høyrisikoområder skal vi arbeide for å oppnå mindre enn 2 hl vann per hl ferdigprodukt Partnerskap for å sikre delte vannressurser i høyrisikoområder	Reduksjon i antall ulykker hvert år

Vi er nå fire år inn i programmet «Together towards zero», og på god vei til å nå vår midlertidige mål for 2022 (se grafikk).

Ambisjonene er tilpasset FNs bærekraftsmål. Prioriteringer er gjort med et mål om å redusere skadevirkninger og gjøre en positiv forskjell der vi er og opererer.

Vi samarbeider tett med leverandører, frivillige organisasjoner og bransjeoperatører for å oppnå resultater innen de fire prioriterte områdene i strategien.

**Og nå utvider vi strategien.** →



# TOGETHER TOWARDS ZERO & BEYOND

## HØYERE MÅL OG EN BREDERE AGENDA

I 2022 lanserte Carlsberg sin forsterkede bærekraftagenda – Together toward ZERO and beyond. Dette er en videreføring av strategien som ble lagt i 2017, men agendaen er bredere og målene høyere.

Viktigst i den nye strategien er målet om netto nullutslipp fra verdikjeden innen 2040. Det er en videreføring og forsterking av det opprinnelige målet om 30 % reduksjon i klimautslippene innen 2030.

Det legges også til nye prioriteringer i strategien:

- \* NULL skadelig jordbruk (regenerativt landbruk)
- \* NULL emballasje på avveie

De nye prioriteringene er selvstendige mål, men også avgjørende for å oppnå målet om netto nullutslipp innen 2040.



**NULL**  
Karbon-  
avtrykk



**NULL**  
Sløsing  
av vann



**NULL**  
Skadelig forbruk  
av alkohol



**NULL**  
Ulykker på  
arbeidsplassen



### Nytt område 2022



**NULL**  
Emballasje  
på avveie

#### Innen 2030:

- > **100 %** resirkulerbar, gjenbrukbar eller fornybar emballasje
- > **90 %** innsamlings- og gjenvinningsgrad for flasker og bokser
- > **50 %** reduksjon av jomfruelig fossilbasert plast
- > **50 %** resirkulert innhold i flasker og bokser

### Nytt område 2022



**NULL**  
Skadelig  
jordbruk

#### Innen 2030:

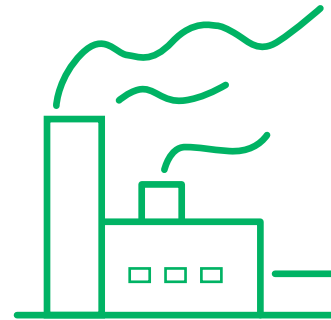
- > **30 %** av råvarene våre kommer fra regenerativ landbrukspraksis og er bærekraftig hentet

#### Innen 2040:

- > **100 %** av råvarene våre er fra regenerativ landbrukspraksis og bærekraftige innkjøpsprosesser

# KLIMALØFTET





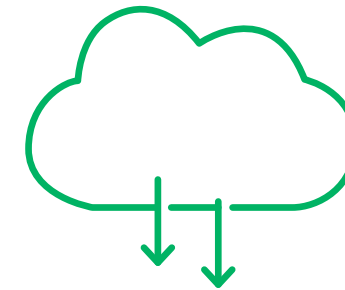
MÅL 2030:

## NULL UTSLIPP

fra våre bryggerier

### STATUS 2021:

- Farris og Imsdal er klimanøytrale. Ved vårt hovedbryggeri på Gjelleråsen ble vi klimanøytrale i mai 2022.
- I perioden 2015 – 2021 har de direkte utslippene fra vårt hovedbryggeri gått ned med 87 % – fra 0,68 til 0,09 kg CO<sub>2</sub>e per hektoliter produsert. Utslippskuttene har kommet gjennom installasjon av en elkjel. Vi har en oljekjel som benyttes i forbindelse med overhaling av elkjelen. Når vi i 2022 gikk over til å benytte bioolje på denne oljefyren ble anlegget klimanøytralt.



MÅL 2025:

## 30 %

Redusere vårt «beer in hand carbon footprint» med 15 % innen 2022 og 30 % innen 2030.

### NYTT MÅL FOR 2040:

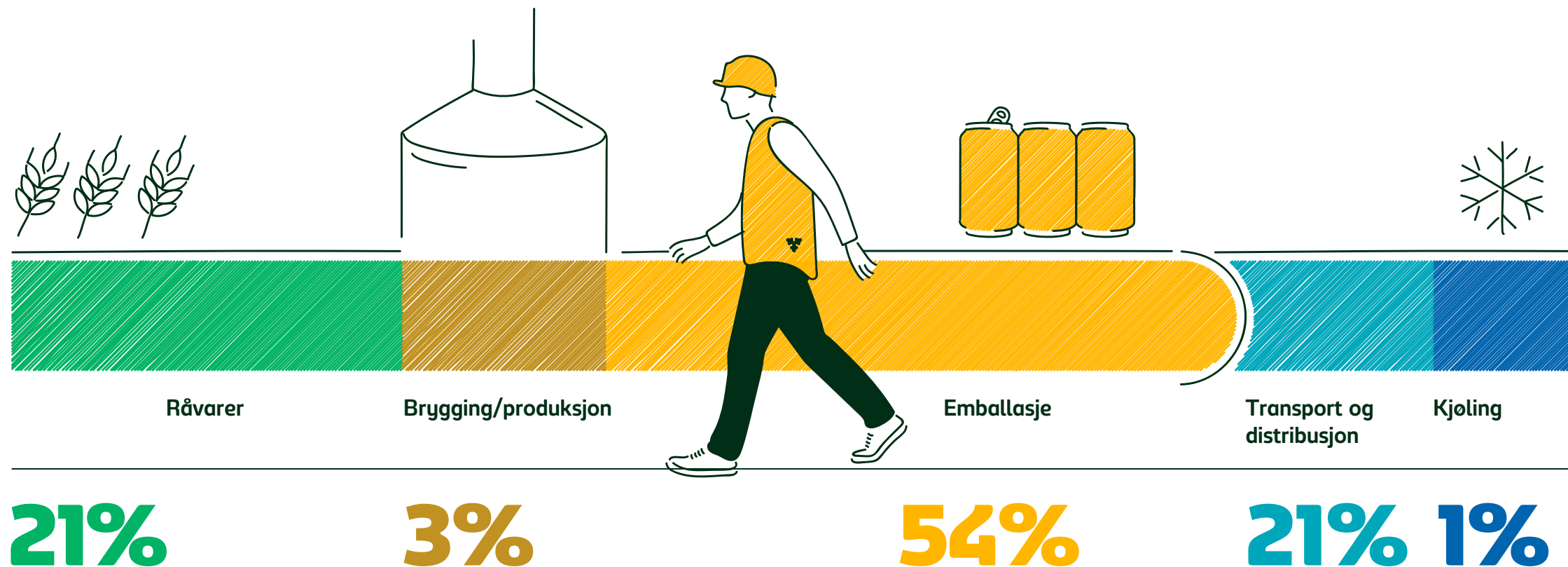
Netto nullutslipp i hele verdikjeden (Scope 1, 2 og 3)

### STATUS 2021:

I perioden 2015–2019 reduserte vi i Ringnes vårt CO<sub>2</sub> «Beer in hand carbon footprint» med 17 %. Det betyr at vi allerede har levert på målene som er satt for 2022 i Carlsbergs globale bærekraftagenda.

# VERDIKJEDENS KLIMAAVTRYKK

En god oversikt over utslipp fra verdikjeden er det beste utgangspunktet for et målrettet arbeid med å kutte våre utslipp.



\*tall fra 2019



# NETTO NULLUTSLIPP INNEN 2040

Emma Bjørke er bærekraftsansvarlig i Ringnes. Hun har deltatt i arbeidet med revideringen av den nye bærekraftstrategien til Carlsberg Together Towards ZERO and Beyond. Hun forteller at nytt i den nye strategien er målet om netto nullutslipp innen 2040.

– Vår tids klima- og miljøutfordringer er globale og må møtes med både overnasjonale og lokale tiltak. Derfor trenger vi EU som går foran og stiller krav. Og vi trenger globale selskaper som setter seg forpliktende mål, som vi har sett at Carlsberg har gjort her, sier Emma og fortsetter:

– Den konkrete oppfølgingen må både skje sentralt og – ikke minst – ute i markedene i selskap som Ringnes.

## HØYERE MÅL OG BREDERE AGENDA

Together towards ZERO som ble lansert i 2017 var en nullvisjonsstrategi med definerte mål for å redusere klimautslipp, vannforbruk, skadelig alkoholforbruk og skader på arbeidsplassen. I den reviderte strategien går Carlsberg høyere og bedre. Nå har selskapet forpliktet seg til å oppnå netto nullutslipp innen 2040.



En engasjert bærekraftsansvarlig, Emma Bjørke, i Ringnes holder innlegg på et emballasjeseminar i regi av Ringnes i juni.



I tillegg til målet om netto nullutslipp har Carlsberg lagt til to nye prioriteringer i strategien: Null skadelig landbrukspraksis og Null emballasje på avveie.

– Hvis vi snur på det handler dette om regenerativt landbruk, samt klimasmarte og gode løsninger for innsamling og gjenvinning av emballasjen vår, forklarer Emma.

De nye prioriteringene er selvstendige mål, men også avgjørende for å oppnå målet om netto nullutslipp innen 2040.

– Kort fortalt handler det om å drive landbruk på en måte hvor vi gjenoppretter økosystemer i motsetning til å utarme dem. Gjennom smart drift er det mulig å forbedre jorda og legge til rette for naturlig karbonfangst i planter og jordsmonn. På denne måten tar vi bedre vare på naturen og legger til rette for å redusere

“ For at vi skal nå våre mål om å fremme regenerativt landbruk, må vi gå i dialog med våre leverandører.

**Emma Bjørke**

Bærekraftsansvarlig, Ringnes

klimaavtrykket vårt, forklarer Emma og fortsetter: – På tilsvarende måte vil innsamling og økt bruk av resirkulert materiale i emballasjen vår ha en dobbel positiv effekt: Redusert forsøpling av naturen og reduserte klimautslipp.

#### KOORDINERT INNSATS FRA GRUPPEN OG I MARKEDENE

Emma forklarer at veien videre handler om å bygge på det arbeidet som har skapt resultater så langt. Det fordrer en koordinert innsats både fra Carlsberg sentralt og i markedene. – De to nullene som er lagt til i strategien er illustrerende i så måte.

– For at vi skal nå våre mål om å fremme regenerativt landbruk, må vi gå i dialog med våre leverandører. Her vil Carlsberg sentralt og folkene som jobber med leverandørene våre spille en avgjørende rolle, forklarer Emma. Carlsberg har nå definert konkrete mål for innsamling og gjenvinning av emballasjen som vil få konsekvenser for alle markedene i konsernet.

– Carlsberg har meislet ut målene, men jobben må gjøres i markedene. I Ringnes har vi kommet langt gjennom det etablerte pantesystemet og offensive ambisjoner for bruk av resirkulert materiale i vår emballasje. Mer enn ni av ti flasker samles inn allerede og vi er i gang med innfasing av resirkulert materiale.

Det blir nå svært spennende å følge med på hvordan dette kravet implementeres i markedene som per i dag ikke har den samme infrastrukturen.

#### MÅLET OM NETTO NULLUTSLIPP

Målet om netto nullutslipp innen 2040 er en betydelig forsterkning av Carlsbergs utslippsmål om 30 % utslippsreduksjon innen 2030.

– Dette er et stort, men nødvendig steg å ta for å nå vår tids klimaforpliktelser. I praksis innebærer det at vi må fjerne like mye drivhusgass som vi produserer innen 2040, forklarer Emma som er åpen på at dette ikke er en lett oppgave.

– Det blir utfordrende, men her har vi ikke noe annet valg enn å gjøre det vi kan på tvers av markedene i Carlsberg-gruppen.

– For Ringnes' del er vi godt i rute med målet om nullutslipp fra bryggeriene våre. Vi er stolte over å være det markedet i Carlsberg med det laveste klimautslippet per produserte liter drikke. Men vi har mye arbeid foran oss for å nå netto nullutslipp innen 2040. Her må vi fortsette det arbeidet vi har påbegynt med å bruke innsikten vi har fra klimarapportene våre, søke etter grep som gjør at vi kan kutte utslipp i hvert ledd i verdikjeden og stille krav til våre leverandører.

## KLIMARAPPORTERING – SCOPE 1, 2 OG 3

Vi har løpende oversikt over utslipp fra egen virksomhet og energibruk (scope 1 og 2). Scope 3 omfatter indirekte utslipp fra innsatsfaktorer (innkjøpte varer og tjenester) og er langt mer krevende å rapportere.

Vårt mål om netto nullutslipp i hele verdikjeden omfatter scope 1, 2 og 3. I Carlsberg kaller vi dette vårt Beer in hand carbon footprint.

Scope 3 deles inn i to deler. Oppstrømsutslipp omfatter produksjon og behandling av varer og tjenester som virksomheten kjøper fra andre, for eksempel flyreiser og transporttjenester. Nedstrømsutslipp omhandler klimapåvirkning fra bruk og behandling av varer og tjenester som virksomheten tilbyr til andre, for eksempel strømforbruk fra varer de selger, eller sluttbehandling av disse.

Så langt har Carlsberg foretatt en kartlegging av vårt Beer in hand carbon footprint (scope 1, 2 og 3) hver fjerde år. Kartleggingen omfatter datainnhenting fra over 20.000 underleverandører på tvers av alle markedene i konsernet.

Fra og med 2023 vil Carlsberg årlig rapportere utslipp som også omfatter scope 3. Hvert marked vil dermed få årlige rapporter på utviklingen i utslipp gjennom hele verdikjeden – fra dyrkingen av kornet som brukes til malt, gjennom produksjon av drikkevarer og emballasje og transport, til kjøleskapene ute hos kundene. Dette vil gjøre hvert marked enda bedre i stand til å følge utviklingen i egne utslipp.

# FLASKETUTEN PEKER PÅ OSS

**I dag kommer over 50 % av våre produkters klimaavtrykk fra emballasjen. – Skal vi nå vårt mål om netto nullutslipp innen 2040, må vi sørge for at emballasjen samles inn, gjenvinnes og brukes på nytt, sier Ringnes' emballasjeekspert, Sølvy Aslaksen.**

– I 2019 avla vi Plastløftet. Da satte vi oss blant annet som mål at 50 % av plasten i vår emballasje skulle være av resirkulert plast. Den listen er allerede hevet, og vi jobber nå mot 80 %, da det er den optimale mengden resirkulert plast (PET) i flaskene våre med

**“ Prisen for resirkulert PET-plast er faktisk vesentlig høyere enn prisen for ny plast.**

**Astrid Palmer Omang**

Prosjektansvarlig for miljøvennlig emballasje, Ringnes



Emballasjeekspertene Astrid Palmer Omang og Sølvy Aslaksen jobber med å lage brusflasker av resirkulert plast.

dagens teknologi. I 2021 endret vi Farris- og Imsdalsflaskene til 80 % resirkulert PET, og i 2022 fortsetter vi med resten av porteføljen. Om vi når 80-prosentsmålet allerede i 2022 avhenger av tilgangen på resirkulert PET-plast. Akkurat nå er etterspørselen høyere enn tilgangen, så det kan hende vi kommer i mål noe senere enn først antatt, fortsetter Sølvy.

## RESIRKULERT PLAST DYREST

PET-plasten som benyttes i drikkeflasker er svært egnet for resirkulering. Den er av god kvalitet, har høy verdi og er godkjent til gjenbruk som mat- og drikkevareemballasje. Utfordringen er at plast fra resirkulerte flasker er blitt veldig ettertraktet. – Prisen for resirkulert PET-plast er faktisk vesentlig høyere enn prisen for ny plast. Plasten fra drikkeflasker benyttes nå i produkter som shampoflasker, bildekk og tekstiler, noe vi syns er synd ettersom det ikke er noen gode innsamlings- og resirkuleringsløsninger for slike produkter. PET-plasten bryter ut av «sirkelen» i stedet for at flaskene resirkuleres og får nytt liv som drikkeflasker – igjen og igjen, slik tilfellet er i Norge, forteller prosjektansvarlig for miljøvennlig emballasje i Ringnes, Astrid Palmer Omang.

Ringnes har også gjort en rekke endringer

på sekundæremballasjen i 2021. – I dag er all plasten rundt boksene våre av 100 % resirkulert plastfilm, og det pågår et tilsvarende arbeid med de store forpakningene for brus også, legger Sølvy til.

#### HALVVEIS TIL MÅLET

Hun forteller at i tillegg til å endre til resirkulert plast, har Ringnes som mål å kutte bruken av unødvendig plast med 1000 tonn innen 2025. Ved utgangen av 2021 var litt over halvparten fjernet.

– Vi har blant annet gjort flaskene lettere, endret plastsugerørne på barnedrikken Solrik til papirsugerør og fjernet håndtaket på multipakkene våre. Selv om vi er godt i gang er det et krevende mål å nå. De første tonnene var de enkleste. Samtidig er det bra å ha et mål å strekke seg etter, avslutter Sølvy.

# 85 %

Visste du at vekten på olboksene er redusert med 85 % siden midten av 1950-tallet

## STADIG FLERE DRIKKER BRUS AV BOKS

**94 % av all øl i dagligvarehandelen kommer på boks. Og i løpet av de siste to årene har boksandelen i dagligvarehandelen på brus økt fra 8 % til 13,3 %.**

Totalt kom 40 % av drikken kjøpt i dagligvarehandelen på boks. Til sammenligning var 57,5 % av drikken som ble solgt i butikkene med plastemballasje, mens 2,3 % var glassflasker.

I Ringnes' bokser benyttes i snitt 55 % resirkulert aluminium. – Målet er å øke denne andelen og dermed redusere klimaavtrykket fra denne emballasjevarianten ytterligere. Mengden energi benyttet til å fremstille resirkulert aluminium er bare 5 % av energien brukt til å fremstille ny, sier Ringnes' emballasjeekspert Sølvy Aslaksen.

#### EVIGHETSMATERIALE

Aluminium er et evighetsmateriale som kan resirkuleres i det uendelige. Nettopp derfor er også 75 % av all aluminium som er produsert de siste 130 årene fortsatt i bruk. Prosjektansvarlig for miljøvennlig emballasje i Ringnes, Astrid Palmer Omang, forteller at økt etterspørsel etter aluminium fra en rekke bransjer gjør det vanskeligere å produsere nok resirkulert materiale. – Høy innsamlingsgrad kombinert med en økende bruk av resirkulert aluminium gjør at boksen kan seile opp som den emballasjetypen med det laveste klimaavtrykket i fremtiden.



Bokser står klare til å fylles.



# SKAL BIDRA TIL Å NÅ OSLOS KLIMAMÅL

Ringnes har signert en tilslutningsavtale med Oslo kommune, der selskapet forplikter seg til å bidra til å nå hovedstadens ambisiøse klimamål.

Oslo har satt seg som mål å redusere utslipp av klimagasser med 95 % og bli en klimarobust by innen 2030. For å nå målene må det offentlige og næringslivet samarbeide om å gjennomføre effektive tiltak som monner. Fredag 15. oktober 2021 var det duket for en høytidelig signeringslunsj for å markere samarbeidet mellom kommune og næringsliv.

---

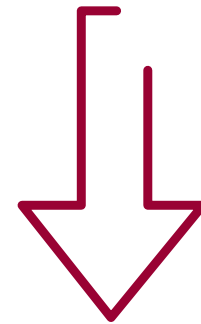
Kommunikasjonsdirektør i Ringnes, Johanna Ellefsen Rostad signerte kontrakten på vegne av selskapet. Ansvarlig byrådd for miljø og samferdsel, Sirin Hellvin Stav (MDG), signerte på vegne av kommunen.



# PLASTLØFTET







**MÅL 2025:**  
Redusere bruken av ny engangsplast med  
**1000 TONN**

**STATUS 2021:**

- Siden 2019 fjernet vi 548 tonn plast som ikke er erstattet av annet materiale.

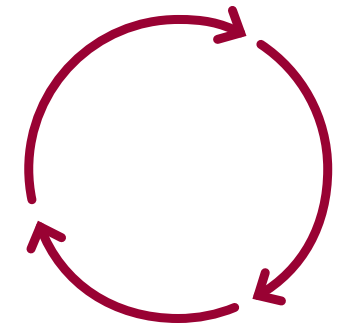


**MÅL INNEN 2022:**  
**80%**  
av plasten som benyttes  
er resirkulert plast.

**Sikre at all emballasje  
er resirkulerbar.**

**STATUS 2021:**

- Overgang til 80 % resirkulert plast for Imsdal og Farris



**MÅL INNEN 2022:**  
Bidra til at det norske  
pantesystemet når sitt mål om

**100%  
PANTEGRAD**

**STATUS 2021:**

- Samlet pantegrad 92,8 %.
- Samlet innsamlingsgrad er 99 %

# VÅRT PLASTLØFTE

**Plast på avveie er blitt en av nåtidens store miljøutfordringer. Samtidig er plast et meget rent og resurseffektivt materiale som er svært velegnet for drikkevarer. Nettopp derfor er det helt avgjørende at vi sørger for at plasten vi benytter er designet for resirkulering, at den resirkuleres og brukes på nytt.**

Plastløftet var et initiativ fra Grønt punkt i 2019 for å motivere norsk næringsliv til å jobbe målrettet for å nå EUs mål for gjenvinning for 2025/2030. Det har nå blitt en integrert del av bærekraftstrategien til Ringnes. Ringnes var en av de første bedriftene som avga løftet, og siden den gang har vi fjernet 548 tonn unødvendig plast fra markedet – som ikke har blitt erstattet av noe annet materiale.

Drikkeflasker av plast består utelukkende av såkalt PET-plast. Det gjør dem meget godt egnet for resirkulering. I Norge samles hele 92,8 % av flaskene som er solgt inn gjennom pantesytemet – noe som er i verdenstoppen.

Plast er en meget lett og fleksibel emballasje som enkelt kan produseres i ulike former og størrelser. Det er dessuten en robust emballasje som ikke knuser. Et minus med plast sammenlignet med glass og aluminium er at den ikke er evigvarende. Det bør tilføres

en liten andel ny plast med den resirkulerte plasten for å sikre at flaskene kan gjenvinnes flest mulig ganger. Med dagens teknologi bør en flaske inneholde omtrent 20 % ny plast og 80 % resirkulert plast.

Målet for fremtiden er å kunne gå helt bort fra fossilbasert emballasje, og i mellomtiden gjør vi det vi kan for å fjerne så mye plast som mulig. Målet om 1000 tonn innen 2025 er innen rekkevidde, og vi kommer ikke til å gi oss der.

## DERFOR ER 80 % BEDRE ENN 100 %

Med våre Imsdalf flasker var vi i Ringnes først i Norge til å lansere drikkevareflasker laget av 100 % resirkulert plast i 2019. Likevel valgte vi å redusere denne mengden til 80 %, etter råd fra panteselskapet Infintium.

Og det var ikke fordi vi valgte et mindre ambisiøst mål. Tvert imot, ved å redusere mengden resirkulert plast i flasken til 80 %, forlenges nemlig levetiden til materialet. Infintium har vært tydelige på at med dagens teknologi og pantegrad er det optimalt å tilføre rundt 20 % ny plast for å opprettholde kvaliteten i materialet og samtidig holde plasten i systemet lengst mulig. Slik sikres effektiv gjenvinning, høyest mulig kvalitet og lengst mulig liv til plastmaterialet som benyttes.

Ringnes har som mål at alle plastflaskene skal inneholde 80 % resirkulert plast innen utgangen av 2022.



I 2021 gikk Ringnes over til 80 % resirkulert plast i Farris-flaskene.

# Dette er EUs plastdirektiv

## Innsamlingskrav

Medlemlandene skal sikre at 77 % av engangs-drikkeflasker av plast opp til 3 liter samles inn ved separat innsamling innen 2025.

Dette kravet øker til 90 % i 2029.

### **STATUS I NORGE:**

Siden Norge har verdens beste system for innsamling gjennom sitt pantesytem, har vi allerede passert EUs mål for innsamlet drikkevareemballasje med en pantegrad på 92,8 % for plastflasker (2021).

## Krav til andel resirkulert materiale i plastflasker

Minimumskrav for andel resirkulert materiale i drikkeflasker av plast er satt til 25 % i 2025 og 30 % i 2030.

### **STATUS I NORGE:**

Ringnes har som mål å ha 80 % resirkulert materiale i sine drikkeflasker av plast.

## Merkekrav på engangsplastbeger og festivalkrus

For å oppnå en bedre avfallshåndtering må det sørges for en tydelig merking av enkelte engangsprodukter. Dette kravet vil gjelde for en rekke produkter, deriblant drikkebegre.

### **STATUS I NORGE:**

Ringnes merker sine festivalglass i tråd med de kravene som følger av direktivet.

## Festede korker

Fra og med juli 2024 skal drikkevareemballasje i plast designes og produseres på en måte som sikrer at korker/lokk i plast forblir festet til emballasjen under bruk. Det utarbeides harmoniserte standarder for dette.

### **STATUS I NORGE:**

Selv om hele 98 % av flaskene i Norge leveres til pant med korken på, blir også denne regelen innført her. Det jobbes nå for å finne en festeløsning som ikke innebærer mer plastbruk til korken og som aksepteres blant forbrukerne.



### **NY REVIDERING AV EMBALLASJEDIREKTIVET**

Nå venter Ringnes og øvrig drikkevarebransje på en ny og varslet revidering av EUs emballasjedirektiv. Denne skal følge opp allerede presiserte mål for bruk av resirkulert materiale i emballasjen for både glass og aluminium. Målet er fremdeles å redusere avfall fra emballasje og fremme gjenbruk og bruk av resirkulert materiale. I sum skal det føre til en betydelig nedgang i forsøpling og klimaavtrykk.



# SMART REGULERING TO INNSPILL TIL SMARTERE REGULERING

**I Ringnes ønsker vi skjerpede krav til drikkevareemballasjen både fra EU og Norge velkommen. Samtidig mener vi at det er rom for å gjøre regelverket mer målrettet for å øke bruken av resirkulert plast.**

I løpet av det siste tiåret har vi sett at EU har tatt solide grep for å møte utfordringen med marin forsøpling og en uholdbar økning i forbruket av engangsplass. Vi står fint i møte med ny regulering og er i forkant på de fleste kravene. Samtidig er vi offensive på vegne av vår bransje og tror at både norske myndigheter og EU kan ta grep for å gjøre reguleringen enda mer treffsikker.

Ringnes har to konkrete forslag til hvordan en smartere politikk vil dytte markedet i en mer bærekraftig retning:

## → PREMIER BRUK AV MER RESIRKULERT MATERIALE:

Per i dag er resirkulert plast dyrere enn ny plast. Sammen med øvrig drikkevarebransje i Norge har Ringnes derfor argumentert for å skrote den gammel-dagse grunnavgiften på emballasje – som er en ren inntektskilde for staten – og erstatte denne med en miljøavgift som premierer de aktørene som bruker resirkulert materiale. Jo mer resirkulert materiale man tilfører drikkevareemballasjen, desto lavere avgift må man betale. Ringnes' oppfordring er å gjenbruke oppskriften med miljøavgiften på drikkevareemballasje: Denne har nå sikret at vi i Norge har en pantegrad på drikkevareemballasje på over 92 %. Det er et sterkt bevis på at incentiver fungerer!

## → «CLOSE THE LOOP»:

Gi drikkevarebransjen førsteretten til det resirkulerte materialet vi nå – gjennom krav fra EUs plastdirektiv – samler inn. I dag er såkalt «nedsirkulering» en utfordring. Resirkulert materiale av høy kvalitet som kan brukes i mat og drikke brukes isteden i tekstiler, elektronikk og biler. De har ikke egne innsamlingsystemer som sikrer egen materialgjenvinning, og henter derfor fra vår sektor. Disse produktene resirkuleres ofte ikke etter endt bruk. Høykvalitetsplast, som kunne vært brukt til drikkevareemballasje, ender derfor opp på fyllinga eller brennes. Ved å sikre at det resirkulerte materialet fra plastflasker finner veien tilbake til flasker, sikrer man effektiv bruk av det resirkulerte materialet. Derfor er budskapet: «Close the loop!»

Ringnes etterlyser smarte avgifter fra landets politikere.



**Per i dag er resirkulert plast dyrere enn ny plast.**

# PLASTFLASKEN

## – PROBLEMET ELLER LØSNINGEN?

Plastflasker er blitt selve symbolet på nåtidens “bruk og kast”- samfunn, og enkelte påstår at de er helseskadelige å drikke av på grunn av mikroplast og farlige kjemikalier. Midt oppi dette står Infinitums administrerende direktør Kjell Olav Maldum og taler plastflaskens sak.



– I Norge klarer vi å samle inn flaskene, resirkulere dem og bruke dem på nytt. Flere ganger. Da er det få materialer som kan måle seg med ressurseffektiviteten til plast. Det er når plastflaskene kommer på avveie at de blir et problem, sier Maldum.

Han viser til at det i 2021 ble pantet 612 millioner plastflasker gjennom norske panteautomater. Det er en pantegrad på over 92,8 %. I tillegg samles noe inn i andre kanaler, slik at godkjent innsamlingsgrad er på 99 %.

### – IKKE FARLIG

Men hva sier du til de som påstår at resirkulerte PET-plastflasker skiller ut kjemikalier og mikroplast, og at det kan være helseskadelig å drikke fra?

– Til dem sier jeg at “dere er feilinformert”. Det er direkte misvisende og svært uheldig at slike påstander blir spredt. Jeg har sett at selv anerkjente norske riksmidier har fremsatt slike påstander, men det medfører altså ikke riktighet. Det har vi dokumentasjon på.

Resirkulerte drikkeflasker inneholder ingen kjemikalier eller farlige stoffer. Prosessen er godkjent av EFSA (Den europeiske myndighet for næringsmiddeltrygghet) og etterlever det strenge regelverket for matkontaktmaterialer. Det at platen vår utelukkende kommer fra drikkeflasker av PET-plast, gjør at kvaliteten er usedvanlig god og egner seg for mekanisk resirkulering og til å bli til nye flasker igjen, sier Maldum.

### – SIRKULÆRØKONOMI I PRAKSIS

Etter sortering hos Infinitum fraktes de norske plastflaskene til resirkulering hos Veolia. Anlegget ligger på samme område som Infinitum og ble åpnet i 2021. Der blir de resirkulert til ny plast som blir nye drikkeflasker. – Dette er et eksempel på sirkulærøkonomi i praksis. Når alt fungerer som det vil anlegget forsyne alle produsentene med 80% resirkulert plast. Det er med dagens pantegrad og teknologi den optimale mengden resirkulert PET-plast i drikkeflasker, sier Maldum og fortsetter.

– Det interessante med drikkevarebransjen er at den har hatt sirkulær løsning for

emballasjen i over 100 år, emballasjen har alltid vært samlet inn og brukt på nytt som flasker og bokser.

### IKKE STATEN SOM STÅR BAK

Mange tror det er myndighetene som står bak det norske pantesystemet, men det er feil. Det er produsentene og butikkjedene som sammen etablerte Infinitum i 1996. I dag omtales selskapet som verdens beste pantesystem for drikkeflasker av plast og aluminiumsbokser.

– De siste årene har vi hatt besøk av 35–40 nasjoner. Irland og Skottland har vært her flere ganger, tre delegasjoner fra Kina og en delegasjon fra California. Nylig hadde vi et møte på Teams med en gruppe fra Sør-Afrika – for å nevne noen. Mange tror det er så dyrt å etablere et effektivt pantesystem, så viser det seg at det tvert imot er både effektivt og billig, avslutter Maldum.

## DEN EUROPEISKE MYNDIGHET FOR NÆRINGSMIDDELTRYGGHET (EFSA)

EFSA er et av den europeiske unions byråer, og gir uavhengige vitenskapelige råd og kommuniserer om risiko forbundet med mat. EFSA ble opprettet i 2002 og holder til i Parma i Italia. (Kilde Wikipedia)



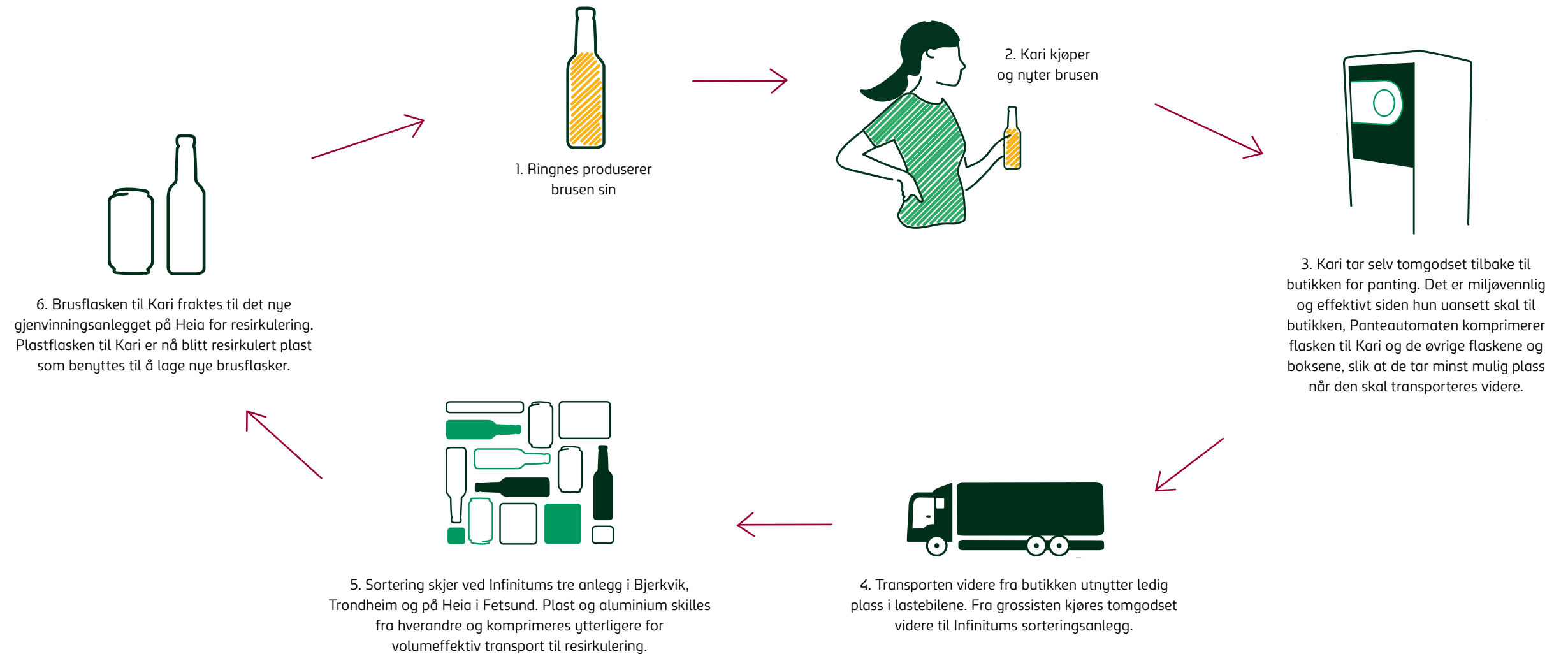
“Mange tror det er myndighetene som står bak det norske pantesystemet, men det er feil.

**Kjell Olav Maldum**  
administrerende direktør,  
Infinitum



# SIRKULÆRØKONOMI I PRAKSIS

SLIK FUNGERER PANTEORDNINGEN:



# TOMRA – ET NORSK PANTEEVENTYR



**Det norske pantesystemet omtales av mange som verdens beste. Helt sentralt i dette systemet er de mange panteautomatene fra Tomra som er utplassert i eller ved landets dagligvarebutikker.**

Norske Tomra Systems er verdensledende på produksjon av panteautomater. I dag er det mer enn 80.000 installasjoner i over 60 ulike markeder. – Hvert år samles det inn over 40 milliarder bokser og flasker gjennom pante-maskinene til Tomra. Av disse kommer over 1,5 milliarder fra Norge, sier Senior Vice President, Circular Economy i Tomra, Geir Sæther.

Han forteller at det norske pantesystemet – som er eid og drevet frem i felleskap av drikkevareprodusentene og dagligvarebutikkene – blir lagt merke til. Flere land har tatt i bruk eller vurderer å innføre et pantesystem for drikkeflasker. – Ett eksempel er Skottland som etablerer et pantesystem etter inspirasjon fra den norske modellen, fortsetter Sæther.

#### **MYNDIGHETSKRAV**

Det kommer stadig nye krav til innsamling av flasker. EUs plastdirektiv krever at 90 % av plastflaskene skal samles inn innen 2030 – et nivå vi allerede har nådd i Norge. Å nå



“ Det norske pantesystemet er unikt, det finnes ingen bedre suksesshistorie for resirkulering av plast.

## TOMRA ER 50 ÅR

Det er 50 år siden brødrene Tore og Petter Planke etablerte det som skulle vise seg å bli en norsk verdensledende produsent av panteautomater. I dag er det mer enn 80.000 slike installasjoner rundt om i verden.

dette kravet uten å innføre pant mener Sæther er svært krevende. Erfaringer fra andre land viser at alternative innsamlingsystemer blir svært kostbare dersom en høy innsamlingsgrad skal oppnås.

– Pantesystemet har vist seg å være både miljøvennlig og kostnadseffektivt. Derfor står representanter fra en rekke land i kø hos panteselskapet Infinitum for å se hvordan Norge har lyktes med flaskeinnsamlingen, sier han videre.

### HOLDNINGSENDRING

Han mener at store internasjonale drikkevareprodusenter må ta sin del av ansvaret for at ikke flere markeder har et pantesystem.

– Historisk sett har det vært en skepsis blant de store globale produsentene, etter som et pantesystem kan oppleves å påvirke fleksibiliteten deres. Når det er sagt, dette er i ferd med å endre seg, og vi opplever i dag en helt annen innstilling til pantesystemet fra drikkevareindustrien, fortsetter Geir.

### Kan vi forvente nye regulatoriske grep?

– Ja, jeg er ganske sikker på at vi snart vil se flere differensierte produsentavgifter som belønner materialer som er resirkulert eller som lar seg resirkulere.

### NESTEN ALT KAN PANTES

På spørsmål om det er mulig å innføre pant på flere materialtyper enn flasker, svarer Sæther: –Jeg tror svaret er ja. Pantesytemer er unike for å oppnå høy innsamlingsgrad, sporbarhet og renhet for det innsamlede materialet. Dette er egenskaper som ofte har stor verdi når man skal lukke kretsløpet for ulike materialtyper.

Han tror forbrukerkrav og reguleringer vil gjøre at det blir stadig større behov for å «klatre opp» i avfallshierarkiet. – Mulige avgifter på engangsemballasje vil kunne presse frem nye ombruksløsninger på for eksempel matemballasje for take away. Der kan vi se for oss at det blir innført panteordninger for å få til effektiv innsamling og ombruk, legger Sæther til.

### FUNGERER

*I Norge er pantesystemet populært.*

*Hva tror du det kommer av?*

– Jeg tror det handler om tillit. Folk ser at det fungerer og de har tillit til at flasken man panter faktisk blir resirkulert og blir til en ny flaske. Det norske pantesystemet er unikt, det finnes ingen bedre suksesshistorie for resirkulering av plast, avslutter Sæther.

## EFFEKTIVE PANTEMASKINER

Stadig flere butikker bestiller de nye effektive pantemaskinene til Tomra. De fungerer slik at man heller hele posen ned i maskinen i stedet for å pante én flaske av gangen. – Flere av butikkene som har skaffet seg de nye installasjonene forteller at pantevolumet har økt betydelig, noe som igjen har generert økt trafikk til butikken.





## VI ER MED PÅ FESTEN – OG DAGEN DERPÅ!

17. mai 2022 ble den første nasjonal-dagsfeiringen på to år som forløp seg på normal måte uten munnbind og avstandsbegrensninger. Og på en slik dag hørte selvfølgelig rikelig med is og brus med. Men etter en skikkelig fest blir det dessverre gjerne også litt søppel.

Da vi ble utfordret av Diplom-Is til å være med på ryddedugnad etter årets store fest stilte flere titalls Ringnes-ansatte opp på morgenen 18. mai for å fjerne søppel fra gater, parker og andre steder feststemte folk hadde samlet seg 17. mai.



Hold Norge Rent var også samarbeidspartner, og de sørget for ryddeutstyr og den praktiske håndteringen av de flere hundre kiloene søppel som ble ryddet.

Vi vil også etter kommende nasjonal-dager stille opp for å rydde opp etter

festen, det viste alle erfaringer at det er behov for. Og vi vil fortsatt jobbe for at emballasjen fra våre produkter skal gå inn i resirkuleringsløpet i så stor grad som mulig.

Vil du eller din bedrift bidra til å holde Norge rent, og etterlate bygd og by

#likefinsomfør anbefaler vi ryddenorge.no som utgangspunkt. Her kan du finne allerede etablerte ryddeaksjoner, eller du kan starte din egen, i samarbeid med Senter mot marin forurensning og Hold Norge Rent.

## EN FLASKE PÅ AVVEIE ER EN FOR MYE



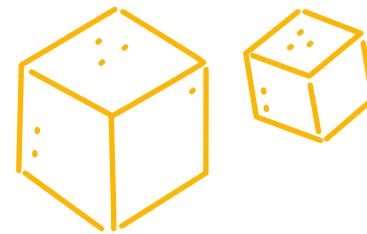
### Ringnes har et aktivt samarbeid med Hold Norge Rent.

I forbindelse med en ryddeaksjon langs Akerselva overrakte daværende administrerende direktør i Ringnes, Anders Røed en pantelapp til Hold Norge Rent pålydende 100.000,-. Midlene skal gå til å støtte Hold Norge Rent sitt arbeid for å forhindre forurensning.



# HELSELOFTET





MÅL 2022:  
**90 %**  
av brusvolumet til Ringnes  
uten tilsatt sukker

**STATUS 2021:**  
**87 %**  
av brusvolumet til Ringnes  
uten tilsatt sukker



MÅL 2025:  
**10 %**  
av vårt ølvolum  
alkoholfritt eller lettøl

**STATUS 2021:**  
**6 %**  
av vårt ølvolum  
alkoholfritt eller lettøl

# GJØR DRIKKEVAREHYLLA SUNNERE

– Ringnes er Norges største bryggeri og leverandør av drikkevarer med merkevarer som folk bryr seg om og har et sterkt forhold til. Med vår posisjon og størrelse følger både et ansvar og en mulighet til å påvirke utviklingen av drikkevarehylla i en sunnere retning. Det er utgangspunktet for vårt Helseløfte, der vi har satt oss konkrete mål for å kutte sukker og sørge for vekst i øl uten alkohol.

Ingrid Lønning er marketingdirektør i Ringnes med det overordnede ansvaret for merkevarene vi har i vår portefølje. Hun ser en klar fordel av å ha sterke merkevarer som verktøy i arbeidet med Helseløftet.

– Først og fremst er vi garantisten for at du kan finne det aller sunneste alternativet når du er på farta med vår Imsdal og brede utvalg fra Farris.

I tillegg trekker Ingrid fram sukkerfritt og alkoholfritt som viktige satsingsområder i Ringnes' Helseløfte.

## DET SUKKERFRIE LOKOMOTIVET PEPSI MAX

Samlet sukkerfriandel i det norske markedet er 66% (per utgangen av 2021). I Ringnes var 87 % av brusen som ble solgt i 2021 uten tilsatt sukker (dagligvarehandelen).

– Pepsi MAX har vært og er helt avgjørende for å gjøre Norge til sukkerfritt-landet. Norge er det eneste landet i verden hvor en sukkerfri variant toppe bestselgerlisten, med Pepsi MAX. Jeg tror noe av suksessen handler om at budskapet har vært konsistent over tid: Maximum taste, no sugar. Vi kompromisser ikke på smak. Dette er ikke et annenrangs alternativ til den sukkerholdige originalen, den står på egne bein, sier Ingrid og legger til. – I tillegg legges det mye arbeid i nettopp smak: Det skal smake godt. Og vi skal garantere for at du får den samme gode smaken hver gang.

## PÅSKE OG JUL BLIR OGSÅ MER SUKKERFRI

Sukkerfritt vinner også terreng blant andre merkevarer i brusporteføljen til Ringnes.

– Nå er Solo Super større enn Solo med sukker. For første gang opplevde vi i 2022 at vi solgte mer Solo Super enn Solo med sukker. Tilsvarende ser vi at de sukkerfrie alternativene for julebrus blir stadig mer populære, forteller Ingrid.



“ Vi kompromisser ikke på smak. Dette er ikke et annenrangs alternativ til den sukkerholdige originalen,

Ingrid Lønning  
marketingdirektør,  
Ringnes



De nye Frus-variantene er eksempler på sunne, sukkerfrie produkter som har blitt tatt godt i mot blant forbrukerne.





– Tidligere har vi antatt at folk velger sukkerholdige varianter i høytider når de skal kose seg litt ekstra. Utviklingen kan tyde på at dette er en sannhet som står for fall. Hvordan vi gjør det inn mot jul i år er noe av det som avgjør hvorvidt vi når målet om 90 % sukkerfritt i 2022, fortsetter Ingrid. Hun tror på sikt at bruskategorien kan ta den samme reisen som tyggegummi. – Her ser vi at den sukrede

varianten har helt utspilt sin rolle. Det er ikke utenkelig at det samme kan skje i vår kategori, med brus.

#### MER ØL MED MINDRE ALKOHOL

I Helseloftet til Ringnes følger også målet om at øl uten alkohol og lettøl skal utgjøre 10 % av total ølvolum innen 2025.

– Også her handler det om å forsterke en underliggende trend i markedet, som handler om mer moderasjon og ønske om kontroll. Vår oppgave blir å overbevise stadig flere om å gi alkoholfritt og lettøl en sjanse.

Ingrid forteller at studier fra Ringnes viser at de som er mest skeptiske til smaken av alkoholfritt heller ikke har smakt produktene.

– Veien videre tror vi handler om å inspirere gjennom å vise bredden i utvalget og ikke minst få fram bryggkvaliteten. Og her vil vi selvfølgelig gjerne ha med oss myndighetene på laget, med en alkohollovgivning som gir oss større handlingsrom til å fortelle de som er glade i øl om det brede utvalget alkoholfritt som kommer fra våre populære ølmerker som Carlsberg, Brooklyn og Kronenbourg 1664.

## VISSTE DU AT..

Ringnes står bak utviklingen av LITE-kategorien, som er øl med færre karbohydrater og kalorier. Dette er en ølkategori i stor vekst i Norge.

Ringnes var også det første bryggeriet i Norge til å tilby glutenfritt øl gjennom vår Ringnes LITE.

I 2022 lanserte Ringnes nyheten FRUS, som er en blanding mellom Farris og brus. Som alle nyheter fra Ringnes i bruskategorien er denne varianten også sukkerfri.

# INSPIRASJON FRAMFOR PEKEFINGER

**Å reklamere for en alkoholfri øl eller en lettøl som har samme kjennetegn som et alkoholholdig merke er i strid med alkoholloven. Et eksempel på at det beste også kan bli det godes verste fiende, mener kommunikasjonsdirektør i Ringnes, Johanna Ellefsen Rostad.**

I Ringnes' Helselovte følger målet om at alkoholfritt og lettøl skal utgjøre 10 % av all øl solgt i løpet av 2025. Det innebærer nesten en dobling fra dagens nivå, som er rundt 6 %.

– Den forrige regjeringen lanserte en alkoholpolitisk strategi der målet var å få ned skadelig konsum av alkohol. I den grad alkoholfri var nevnt i den strategien var det ambisjoner om å skape alkoholfrie arenaer i samarbeid med frivilligheten, idretten, skolen og arbeidslivets parter. Det er vi fullt og helt enige i, sier Rostad og fortsetter.

– Men ikke noe sted i strategien fulgte det noen vurderinger rundt vekst i alkoholfrie alternativer på arenaer hvor alkohol selges og konsumeres. Her mener vi at de politiske ambisjonene burde vært høyere. Det er en betydelig oppside for folkehelsen dersom vi klarer å få flere til å drikke mer øl uten alkohol eller velge lettøl.

#### REKLAMEFORBUDET

Grunnen til at reklameforbudet også omfatter alkoholfritt og lettøl, er antakelsen om at reklame for en alkoholfri øl som bærer samme kjennetegn som en alkoholholdig øl vil fremme økt konsum av øl.

– Men kan det ikke også være motsatt? Kan det også være at merkevarestyrken til et kjent



Kommunikasjonsdirektør i Ringnes, Johanna Ellefsen Rostad, har stor tro på vekst i salget av alkoholfritt øl.

alkoholmerke kan være med på å styrke kategorien alkoholfritt øl? spør Rostad.

– Dersom du vet at for eksempel Brooklyn produserer godt øl med alkohol er du kanskje også mer tilbøyelig for å teste ut en alkoholfri øl fra denne merkevaren?

– Grunnen til at dette er et relevant spørsmål er innsikt som forteller oss at smak er den største barrieren mot å teste alkoholfritt øl. Det er en antakelse om at det ikke smaker like bra. Og mest skråsikker her er de som aldri har smakt alkoholfritt øl, forteller Rostad.

– Og nettopp derfor ser vi også at det er et stort potensial for å kunne overbevise flere til prøving. Og her ser vi at det er en stor oppside ved å vise fram koblingen til sterke ølmerker som er kjent for god smak og kvalitet.

#### EKTE ENGASJEMENT FOR ALKOHOLFRI

Rostad erkjenner at det historisk har vært mye snikreklame for øl – forkledd som reklame for alkoholfritt eller lettøl. Hun erkjenner også at Ringnes ikke har vært noe unntak.

“ I Europa er det bare Spania som selger relativt sett mer alkoholfritt enn Norge.

**Johanna Ellefsen Rostad**  
Kommunikasjonsdirektør, Ringnes

– Men vi er i en annen tid. Det viktigste skillet fra tidligere er at vi nå ser et ekte engasjement for alkoholfritt både i Norge og ikke minst internasjonalt.

I løpet av de siste 15 årene har salget av alkoholfritt doblet seg i Norge. I Europa er det bare Spania som selger relativt sett mer alkoholfritt enn Norge. Vi ser også en underliggende trend i markedet i retning av mer kontroll. Måtehold har blitt langt mer sosialt akseptert og er ønsket blant flere.

– Sist, men ikke minst ser vi nå et ekte engasjement for alkoholfritt blant de større bryggeriene, med konkrete vekstmål og mye innsats mye forskning og utvikling for å heve kvaliteten på bryggene ytterligere. Bare i Norge kan du velge mellom 100 ulike varianter av alkoholfritt og lettøl – og det kommer stadig mer.

#### HVORDAN SØRGE FOR AT ALKOHOLFRI OG LETTØL VOKSER MER I NORGE?

Til våren skal regjeringen legge fram en ny Folkehelsemelding. Her har Rostad en klar oppfordring til helsemyndighetene: – Vårt ønske er at de går inn i tematikken alkoholfritt og lavalkohol på en mer offensiv og fakta-basert måte. Vår oppfordring er å se på tiltak som gjør at vi alkoholfritt og lettøl fortsetter den sterke veksten.

## KORT OM REKLAMEFORBUDET

I henhold til alkoholloven § 9-2 første ledd (lovdata.no) er det forbudt å reklamere for varer med samme merke eller kjennetegn som alkoholholdig drikk.

Reklameforbudets hovedformål er å hindre påvirkning som fører til økt etterspørsel av alkoholholdig drikk. I tillegg har forbudet til formål å opprettholde forståelse i befolkningen for at alkoholholdige drikkevarer skiller seg fra andre handelsvarer og at det er behov for særskilt regulering som begrenser alkoholforbruket i Norge. For å oppnå formålene, er forbudet utformet som et generelt forbud mot alle former for markedsføring av alkohol, men med noen begrensede.



Det er tillatt å reklamere for Munkholm ettersom produktene kun finnes som alkoholfrie varianter.



# LØFT: RINGNES OM LIKEVERD, INKLUDERING OG MANGFOLD

– Vi bor i et land der det er en ganske unison enighet om prinsippet om likeverd og verdien av mangfold og inkludering. Det er et godt utgangspunkt, men samtidig vet vi også at vi har en vei å gå for å sikre at vi fullt ut etterlever dette i praksis. Og her har vi som arbeidsgiver et ansvar, sier Even Ødegården.



## RINGNES I TALL

- Ringnes har i dag rundt 900 ansatte fordelt på stillinger innen produksjon, lager, salg, distribusjon, markedsføring og administrasjon
- Per utgangen av 2021 var kvinneandelen i selskapet på 19 %
- Kvinneandel for nøkkelperson- og lederstillinger i Ringnes var 32 %
- Andel kvinner og medarbeidere med ikke-nordisk bakgrunn i nøkkelperson- og lederstillinger var totalt 40 %
- I selskapets ledergruppe var 3 av 8 ledere kvinner
- Ringnes har et mål om minst 40 % kvinneandel i leder- og spesialiststillinger i selskapet
- Ringnes har ansatte fra over 20 ulike nasjonaliteter

Even Ødegården, HR Business Partner i Ringnes, er glad for at bedriften tar mangfold og inkludering på alvor.

## DETTE VET VI

- I følge SSB utgjorde kvinners lønn i gjennomsnitt 87,9 % av menns lønn i 2021. En sentral forklaring på denne lønnsforskjellen er at menn dominerer de mest høytlønnede stillingene – som i mange tilfeller er ensbetydende med lederstillinger. Kvinner er også overrepresentert i offentlig sektor og jobber oftere deltid.
- Innvandrere har vanskeligere for å komme i arbeid enn resten av befolkningen, og en større andel innvandrere er dermed arbeidssøkende (kilde: SSB, 2018).
- I en undersøkelse fra SSB kommer det fram at skeive i større grad oppgir at de er mindre tilfreds med livet sammenliknet med befolkningen generelt, særlig når det gjelder egen økonomi og psykisk helse.

Even er HR Business Partner i Ringnes og følger opp selskapets agenda for likeverd, mangfold og inkludering. Han mener at det har skjedd en betydelig endring i vår felles forståelse av dette saksfeltet i det siste tiåret.

- Fra å være opptatt av å møte minimumskrav som følger av lovverket, ser vi at stadig flere bedrifter utviser en langt større offensivitet på dette området. Flere vil mer, rett og slett. For de fleste tror jeg dette betyr at det ikke lenger kan være noe HR sysler med alene. Det må inn i alt vi gjør og eies av alle i selskapet, sier han.

### MANGFOLD KAN TELLES

Even er opptatt av å måle organisasjonen på mangfold og tror det er avgjørende for å skape resultater.

- Vi følger tett med på utviklingen i andelen kvinner i selskapet og i lederstillinger spesielt. I tillegg kontrollerer og rapporterer vi løpende på prinsippet om lik lønn for likt arbeid. Ringnes befinner seg i det som tradisjonelt har vært en mannsdominert bransje og har en kvinneandel på 19% totalt sett for selskapet (per utgangen av 2021).

- Vi skal ikke snakke oss bort fra at dette er lavere enn vi hadde ønsket oss. Men her er det historiske forhold, og også store forskjeller

mellom funksjoner. Vi har for eksempel kun én kvinne i vårt sjåførapparat, mens kvinner er i flertall innen enkelte administrative funksjoner, forklarer Even og fortsetter:

- Målet er en jevnere kjønnsbalanse i alle funksjoner i selskapet, og dette jobber vi svært målrettet med i rekrutteringsprosesser. Vi har også et betydelig fokus på internrekruttering, som vi har klockertro på at bedrer kryss-funksjonelt samarbeid i bedriften samtidig som det bidrar til å bygge kompetanse hos den enkelte slik at de gjøres i stand til å påta seg oppgaver i andre funksjoner.

Even legger til at flere kvinner i lederposisjoner er et mål i seg selv, men også et aktivt grep for å redusere det generelle lønnsgapet mellom kjønn som vi ser ellers i samfunnet, som delvis skyldes at menn dominerer i lønnsledende lederstillinger (se faktaboks).

### MÅLET ER MANGFOLD OG INKLUDERING

- Vårt viktigste mål på mangfold og inkludering er at vi evner å tiltrekke oss personer fra hele talentbasen. Da må alle oppleve Ringnes som et inkluderende og attraktivt sted å jobbe. Det er krevende å måle suksess her, og jeg tror veien til målet i første omgang handler mye om å øke vår kollektive bevissthet i forbindelse med rekruttering og i den løpende driften i selskapet, sier Even.

- Her har vi opplevd både glede og bevisstgjøring av samarbeidet vi innledet med organisasjonen FRI, og kompetanseprogrammet Rosa Kompetanse.

Rosa kompetanse tilbyr faglig bistand og undervisning om kjønns- og seksualitetsmangfold til virksomheter, og ble i utgangspunktet utformet for helsepersonell.

### ROSA KOMPETANSE I HELE VIRKSOMHETEN

- Det gjør inntrykk når du hører at skeive topper statistikken når det gjelder hatkriminalitet og psykisk uhelse. Rosa kompetanse møter kursdeltakerne med utgangspunkt i at de aller fleste ønsker å gjøre en god jobb her. Budskapet er noe forenklet at vi ikke skal behandle alle likt, men at alle skal møtes med respekt ut fra hvem de er, forteller Even.

Rosa kompetanse er organisert som en fagavdeling i FRI og er finansiert av Helse- og sosialdepartementet, Barne-, ungdoms- og familiedirektoratet, Utdanningsdirektoratet og Kompetansesenter for kriminalitetsforebygging.

Målet med kurset er at alle skal kunne snakke trygt om kjønn og seksualitet i sin arbeids- hverdag og slik skape gode møter mellom mennesker.

## MÅL | LIKEVERD, MANGFOLD OG INKLUDERING

- Minst 40 % kvinner blant ledere og nøkkelpersoner
- Ingen systemiske lønnsforskjeller mellom kjønnene
- God representasjon for medarbeidere med ikke-nordisk bakgrunn i leder- og spesialiststillinger
- Rekruttere fra hele talentbasen – hos oss skal alle kunne føle seg trygge til å være hele seg

- I stort handler dette om mennesker og møter mellom mennesker. Vår oppgave som arbeidsgiver er å sikre at hver enkelt av oss skal ha et verktøy og en mulighet til å videreutvikle sin forståelse og respekt for andre. Og vi som selskap skal utfordre. Økt bevisstgjøring nå vil vi berede grunnen til å forankre enda tydeligere målsetninger og krav i fremtiden, avslutter Even.



# – GODE ARBEIDSPLASSE ER MANGFOLDIGE OG LIKESTILTE

**Mathias Holst er leder for rosa kompetanse i arbeidslivet i Foreningen for kjønns- og seksualitetsmangfold (FRI). I denne spalten svarer han på noen spørsmål som forklarer hvordan foreningen jobber mot utenforskap og for likestilling og inkludering – og hvordan arbeidslivet kan bidra i dette viktige arbeidet.**

## **Hvorfor trenger vi FRI?**

– Vi trenger FRI fordi mangfoldet trenger en forening som jobber politisk, administrativt, internasjonalt og faglig - i tillegg til de nødvendige, sosiale arenaene som våre lokalavdelinger skaper rundt om i landet. Hensikten er både å sikre og skape rettigheter majoriteten ofte tar for gitt, og sånn sett arbeide mot utenforskap og for likestilling og inkludering, sier Mathias.

## **Hva er PRIDE?**

– Pride er en årlig markering der mangfoldet blant oss blir satt på den offentlige agendaen. Det er både en fest for å feire mangfoldet og variasjonene blant oss, samtidig som det er en protest mot de til tider triste funnene i helse- og levekårsundersøkelsene som finnes blant normbrytere på gruppenivå. I løpet av årets 365 svært hetero- og kjønnsnormative dager, opplever mange det som berikende å bli markert gjennom disse få dagene, fortsetter han.

## **Hva betyr det at virksomheter som Ringnes heiser flagg og jobber økt kunnskap/holdningsarbeid?**

– Det er godt å kjenne seg igjen i det samfunnet man lever i. Minoriteter forsvinner ofte i majoritetssamfunnet, det kan gi grobunn for



Mathias Holst fra foreningen FRI gjestet Ringnes' utelivspodcast Utetime.



utenforskap og i verste fall helseutfordringer. At kjente samfunnsaktører og merkevarer markerer Pride, kan bidra til anerkjennelse av det mangfoldet som finnes blant oss. Vi må også huske på at Pride er relevant for oss alle, fordi vi er knyttet til hverandre på ulikt vis.

Som familie, venner, kollegaer, bekjente eller kjærester. Det gjør at kjønns- og seksualitets-

mangfoldet har en allmenngyldighet ved seg, fordi det angår oss alle – enten direkte eller indirekte. I tillegg er det avgjørende at vi har et arbeidsliv som legger til rette for at alle skal kunne føle trygghet til å være åpne om hvem der er, eller hvem deres nærmeste er. Å skjule seg selv i løpet av arbeidsdagen, gir ikke optimale arbeidsforhold. Det kan rett og slett gå på produksjonen løs.



### Gode arbeidsplasser er mangfoldige og likestilte.

**Mathias Holst,**  
foreningen FRI

Det er likevel viktig å merke seg at flagging forplikter. Engasjementet hos den enkelte bedrift må synes i styrende dokumenter, intern og ekstern kommunikasjon og ikke minst i løpet av arbeidsdagen – hele året. Uten dette blir flagging kun det – flagging. Dessverre kan regnbueprofilering i noen tilfeller skape et inntrykk at arbeidsplassen er et trygt sted, kanskje uten å faktisk være det, forklarer Mathias.

#### **Er du bekymret for at det foregår mye «regnbuevasking»?**

– Det er ingen tvil om at mange flagger uten å ha et bevisst forhold til verken tematikken eller viktigheten av den. Hensikten synes i noen tilfeller kommersiell, ikke ideell. Fagavdelingen til FRI har i løpet av de siste årene bistått ulike arbeidsplasser som ønsker å omsette sine egne festtaler i praksis, og sitter igjen med mange gode erfaringer med dette arbeidet. Vi håper ihvertfall at det norske arbeidslivet er sitt ansvar bevisst, og erkjenner at gode intensjoner dessverre ikke er nok.

Flagging må følges av kompetanseheving internt. De ulike minoritetsflaggene har en kraft i seg, og betyr mye for mange. Når disse utnyttes i kommersielle sammenhenger, er det mange som reagerer. Kanskje fordi noen har måtte betale en høy pris for å ha båret disse, sier han videre.

#### **Hvilke tips vil du gi virksomheter som ønsker å lære mer?**

– Gode arbeidsplasser er mangfoldige og likestilte. Å øke kompetansen på dette området gir en gevinst for alle. Derfor er det viktig at man søker kunnskap på dette feltet, gjerne fra FRI's fagavdeling. Vårt utgangspunkt er å motivere, aldri arrestere. Det er tross alt gode intensjoner det er mest av. Det handler om å bidra til et samfunn der alle kan få være hele seg. Frihet kommer alle til gode, vi må aldri ta den for gitt, avslutter Mathias.



#### **DETTE ER FRI**

FRI – Foreningen for kjønns- og seksualitetsmangfold er en landsomfattende organisasjon som arbeider politisk og sosialt for at mennesker som bryter med normer for kjønn og seksualitet skal kunne leve åpent uten frykt for å bli sosialt utstøtt, diskriminert eller trakassert.

FRI har ca 4100 medlemmer fordelt på 11 fylkeslag. Organisasjonen har til sammen 20 ansatte i varierende stillingsbrøker, men de fleste som jobber for og med FRI gjør dette på frivillig basis.

FRI samarbeider med ulike aktører og organisasjoner for å få gjennomslag for våre saker. Dette er alt fra de ulike politiske partiene til organisasjoner, foreninger, offentlige instanser og enkeltpersoner.

## RINGNES ER ISO-SERTIFISERT

Det gir kundene og forbrukerne en garanti for at produktet eller tjenesten Ringnes leverer alltid er av høy kvalitet. Sertifiseringene bidrar til systematisk og god kvalitetsoppfølging og en innarbeidet kvalitetskultur i hele selskapet.

Ringnes har følgende ISO-sertifikater:

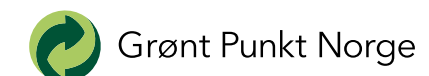
ISO 9001 Ledelsessystemer for kvalitet  
ISO 14001 Ledelsessystemer for miljø  
ISO 45001 Ledelsessystemer for helse og sikkerhet  
ISO 22000 Ledelsessystem for næringsmiddeltrygghet  
ISO/TS 22002-1 Grunnforutsetninger i næringsmiddelindustrien  
ISO/TS 22002-4 Produksjon av matemballasje

# VÅRE SERTIFISERINGER OG SAMARBEIDSPARTNERE 2021

## ÅPENHETSLOVEN

1. juli 2022 trådt åpnehetsloven i kraft. Lovens formål er å fremme virksomheters respekt for grunnleggende menneskerettigheter og anstendige arbeidsforhold i forbindelse med produksjon av varer og levering av tjenester. For Ringnes er en viktig del i oppfølgingen av loven å gjennomføre aktsomhetsvurderinger av leverandørene våre – og følge opp disse, for å stanse, forebygge eller begrense negative forhold.

Loven stiller også krav til hvordan virksomheter skal sikre allmennheten tilgang til informasjon om hvordan vi utfører disse oppgavene. Ringnes har derfor etablert en rutine for å besvare informasjonsforespørsler fra forbrukere, organisasjoner, foretak og alle andre som ønsker denne type informasjon.



Ringnes A/S  
Thorvald Meyersgate 2A  
P.O. Box 7152 Majorstuen  
0307 Oslo, Norway  
Telefon (+47) 22 06 95 00  
[www.ringnes.no](http://www.ringnes.no)

 [ringnes.no](http://ringnes.no)

 [@ringnes](https://twitter.com/ringnes)

 [@ringnes](https://www.instagram.com/ringnes)

 [Ringnes](https://www.linkedin.com/company/ringnes)