



*Nyhléns Hugosons*  
NORRLÄNSKT MATHANTVERK

**HÅLLBARHETS-  
RAPPORT**  
*för*  
**NYHLÉNS HUGOSONS AB**

---

ORG. NR 556531-8374

Styrelsen får härmed avlämna hållbarhetsrapport  
för räkenskapsåret 2022-01-01 – 2022-12-31



# Innehåll

## Introduktion

Förord	3
Vår hållbarhetsresa	4
Årets höjdpunkter	5
Organisation	6
Värdekedja och affärsmodell	8

## Vårt hållbarhetsarbete

Globala utmaningar	11
Globala avtal	12
Händelser i omvärlden	13

## Väsentlighetsanalys

Genomförande	14
Väsentlighetsmatris	15
Våra intressenter	16

## Hållbarhetsstrategi

Hållbarhetsstrategi	17
Fyrklövern	18
Biologisk mångfald	20
Klimatansvar	25
Socialt ansvar	30
Ekonomiskt ansvar	34
Hållbarhetsmål	36
Kontakt	37

# Ett utmanande år

**Vi gick in i verksamhetsåret 2022 med en hög vaksamhet på vad som pågick i omvärlden, men ändå med en viss förhoppning om att det skulle bli en lite mer normal arbetsvardag efter två år av pandemirestriktioner. Arbetsvardagen blev faktiskt mer normal och vi kunde alla återgå till våra kontor och produktionsanläggningar precis som förut.**

**Men så kom Rysslands invasion av Ukraina och det fasanfulla kriget i vårt närområde. Ett krig som snabbt visade sig påverka våra lantbrukare, våra leverantörer, våra kunder, våra konsumenter och oss som livsmedelsföretag på ett mycket betydande sätt.**

Vi tog del av både snabba och enormt stora kostnadsökningar på råvaror, insatsråvaror, förpackningsmaterial, bränsle och el, samtidigt som det uppstod brister och betydligt längre ledtider än normalt. En situation som höll i sig och till och med stegrades under hösten. Det blev den absolut största enskilda påverkan på vår verksamhet under 2022 samt säkerligen även kommande verksamhetsår.

Vi som företag bestämde oss strategiskt i ett tidigt skede av året att försöka kompensera våra norrländska lantbrukare för deras enormt höjda kostnader för bland annat spannmål, gödsel, emballage, el och bränsle. Ett beslut som grundade sig i att vi som företag vill vara långsiktiga och

investera i den norrländska råvaruförsörjningen. Självförsörjningsgrad och leveranssäkerhet har varit i fokus – viktiga frågor nu och i framtiden kring bondens och livsmedelsproduktionens samhällskritiska roll – såväl i Norrland som i resten av Sverige. Vi tycker att dessa frågor är otroligt viktiga och strävar efter att hela tiden öka andelen norrländsk köttråvara i vår verksamhet och därmed fortsätta bidra till en utveckling av primärproduktionen och den biologiska mångfalden i norra Sverige.

Vi har också under året haft en mycket hög aktivitetsnivå och tät dialog tillsammans med våra centrala och lokala kunder inom dagligvaruhandeln och restarang & storhushåll

för att hantera kostnadsutvecklingen på våra produkter, ett arbete som både är utmanande och utvecklande.

Vi ser tyvärr också att vi under året fått en radikal förändring bland våra kunder och konsumenter där man i mycket högre utsträckning börjat fokusera på lågpris, handelns egna varumärken och kampanjbidanden när man säljer och handlar mat. Denna utveckling får konsekvenser för livsmedel som produceras i Sverige och ännu större konsekvenser för oss som norrländsk livsmedelsproducent. Svensk och lokalproducerad mat är sällan det billigaste alternativet, varken nu eller i framtiden.

Vi har under året tagit ytterligare kliv framåt i vårt hållbarhetsarbete och har för första gången kartlagt verksamhetens utsläpp av växthusgaser genom att upprätta ett klimatbokslut i enlighet med Greenhouse Gas Protocol (GHG). Vi har också jobbat igenom och reviderat våra fokusområden och hållbarhetsmål för framtiden. Vi har, trots tuffa tider, lyckats ha ett fortsatt högt fokus på våra hållbarhetsfrågor i allt ifrån ledningsgrupp till produktionsanläggning och enskilda medarbetare – en imponerande laginsats.



Magnus Nilsson – VD

Ett utmanande år – men vi försöker alltid att tänka långsiktigt och hållbart för våra medarbetare, våra norrländska bönder, våra kunder, våra konsumenter och för vårt företags bästa.

*Magnus Nilsson*  
Magnus Nilsson, VD



# Vår hållbarhetsresa

## En historisk tillbakablick

Historien om Alviksgården började 1975, när Mikael Hugoson som tjugoföråring flyttade från Skåne upp till Norrbotten för att driva grisgården som hans far byggt. Mikael Hugoson äger fortfarande företaget och hela familjen är engagerad i verksamheten.

Ända sedan starten har Alviksgården haft ett tydligt kretsloppstänk och ambitionen att jobba med naturen och för grisarnas bästa. Det gör också att verksamheten blir ekonomiskt hållbar så att vi kan fortsätta investera i det norrländska lantbruket.

---

**1975** Mikael Hugoson flyttar från Skåne till Alvik utanför Luleå.

---

**1987** Goman bygger charkfabriken i Luleå där vi än idag tillverkar våra charkprodukter.

---

**1992** Mikael Hugoson lämnar bondekooperationen och startar eget slakteri för produktion av gårdsprodukter till Goman och den norrländska konsumentkooperationen.

---

**2000** Alviksgården är först ut i Sverige med att bygga en egen storskalig gårdsbiogasanläggning.

---

**2005** Nyhléns och Hugosons går samman och bildar Nyhléns Hugosons Chark AB.

---

**2007** Mikael Hugoson tar över Kågegården, som tidigare drivits av hans bror.

---

**2008** Ullånger certifieras enligt KRAV och EKO.

---

**2010** Nyhléns Hugosons anläggningar i Skellefteå och Luleå certifieras enligt IP livsmedel.

---

**2012** Anläggningarna i Skellefteå och Alvik certifieras enligt KRAV och EKO.

---

**2014** Mikael Hugoson köper ut Scan och blir ensam ägare till Nyhléns Hugosons.

Nyhléns Hugosons ställer sig bakom Sojdialogen.

Alviksgården certifieras enligt IP livsmedel.



Mikael Hugoson – grundare

---

**2015** Mikael Hugoson får pris som Årets företagare av Luleå Näringsliv. Nyhléns Hugosons nomineras till Årets varumärke.

---

**2016** Ullånger certifieras, som första slakteri i Norrland, enligt FSSC 22000.

---

**2017** Nyhléns Hugosons publicerar sin första hållbarhetsrapport.

---

**2018** Ny biogasanläggning står färdig på Alviksgården efter att den ursprungliga brunnit ner våren 2017.

Ett nytt modernt grisstall står färdigt och kapaciteten ökar från 15 000 till 25 000 grisar per år.

Alviks nya flispanna står klar, som producerar värme och el till gården.

---

**2019** Luleå Business Awards delar ut Årets Hållbarhetspris till Alviksgården.

---

**2021** Alviksgården påbörjar byggandet av en rötrestanläggning som ska kunna förädla den befintliga biogödseln från Alviksgårdens cirkulära jordbruk.

---

**2022** Rötrestanläggningen på Alviksgården – som är KRAV-certifierad, invigs.

Nyhléns Hugosons tar fram sitt första klimatbokslut.

Alviksgården inleder ett samarbete med Sunna Group gällande att etablera Norrbottens hittills största solcellspark.



# Årets höjdpunkter 2022

Vi deltar i utbildningen, och blir certifierade som **”Attraktiv arbetsgivare”** för att stärka vårt arbetsgivarvarumärke



Vi förvärvar **Outinens Potatis**

som ger oss möjlighet att bredda vårt sortiment med vegetabilier

Företaget visar en fortsatt hög leveranssäkerhet:

**98%**

Vi investerar i en ny lastbil och en våningsvagn med höjbara banor för en flexibel och optimal fyllnadsgrad.

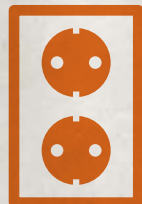


Företagsledningen reviderar våra fokusområden och mål inom

**hållbarhet**



**Nya produktlanseringar** som stärker vår position och bolagets konkurrenskraft, bland annat flera nyheter till vårt kallskänkssortiment och grillsäsongen.



Vi har uppnått vårt mål att samtliga våra anläggningar ska använda förnybar el senast år 2025.

Vi höjer avräkningspriserna till våra gris- och nötköttbönder med vardera

**17%**

Vi har under året minskat våra kassationer av fullgoda produkter med drygt 60% jämfört med 2021.





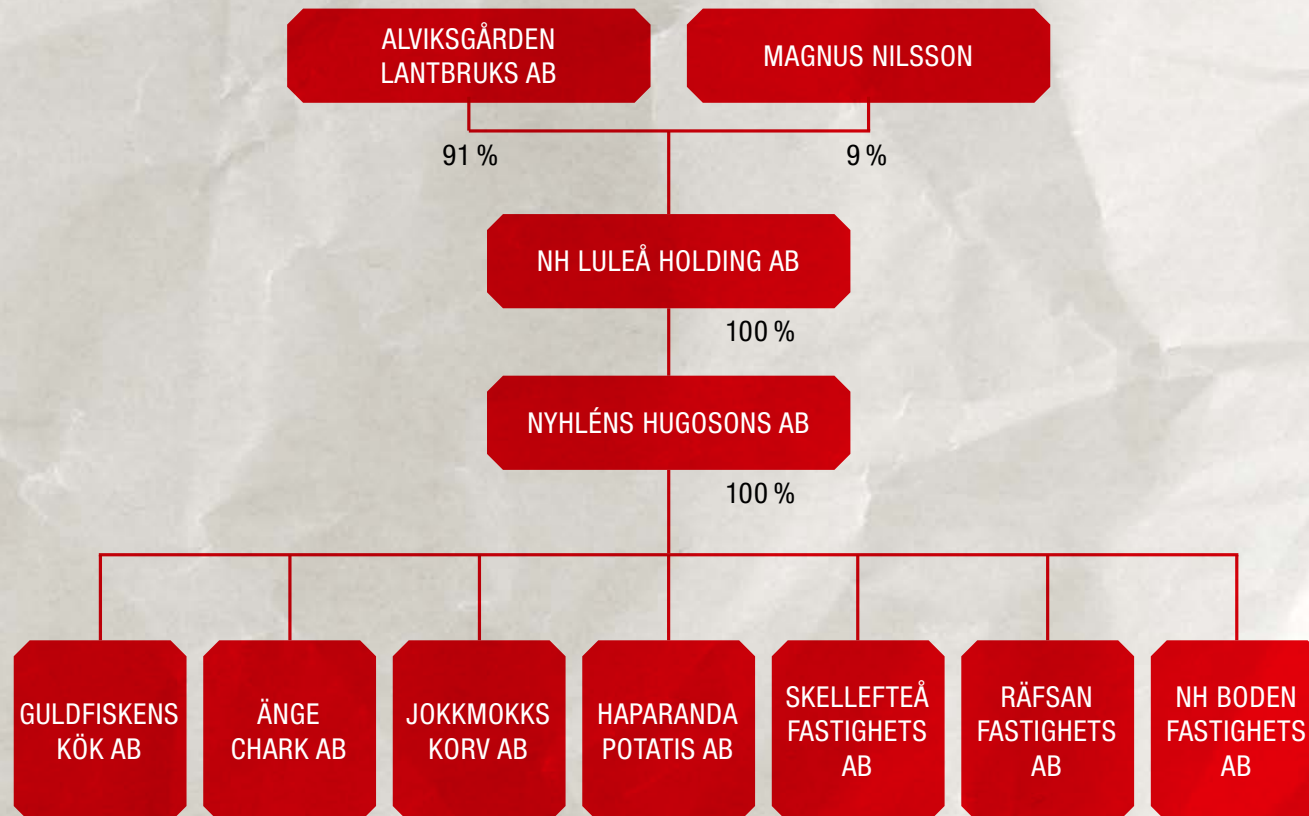
# Organisation

Denna rapport omfattar redovisning av Nyhléns Hugosons AB:s (556531-8374) rapportering av hållbarhet enligt Årsredovisningslagen 6 kap. Rapporteringen omfattar Nyhléns Hugosons AB i de fall det inte uttryckligen står att koncernens siffror redovisas. Rapporteringen omfattar inte underliggande dotterbolag i denna koncern.

Under 2022 förvärvas konkursboet Outinens Potatis av vårt nybildade dotterbolag Haparanda Potatis AB.

Nyhléns Hugosons AB är moderbolag i koncernen där dotterbolagen Guldfiskens Kök AB, Änge Chark AB, Jokkmokks Korv AB och Haparanda Potatis AB, samt tre fastighetsbolag ingår. Nyhléns Hugosons AB ägs till 100 % av NH Luleå Holding AB, där majoriteten ägs av Alviksgården Lantbruks AB.

Utöver de risker som beskrivs i denna rapport så har företaget inte identifierat några ytterligare icke-finansiella risker som är relevanta för verksamheten.



Alla grisar som föds upp på Alviksgården levereras till Nyhléns Hugosons. Förutom gårdens egna grisar slaktas även grisar från andra leverantörer i Norrland. Dessa grisar, samt nöt, lamm och häst styckas på Alviksgården och förädlas sedan inom Nyhléns Hugosons koncern. Alviksgården driver även en biogaasanläggning som tar tillvara restprodukter från anläggningar inom Nyhléns Hugosons. Alviksgården är därmed en av Nyhléns Hugosons AB-koncernens viktigaste intressenter.



## Nyhléns Hugosons



omsättning 2022

**794**  
**MKR**

antal anställda

**279**  
**ST**

## Vår affärsidé

Koncernen Nyhléns Hugosons är Norrlands ledande matproducent med egen tillverkning av prisbelönta, lokalproducerade kött- och charkprodukter samt kylfärdigmat och potatisprodukter. Vi satsar på att utveckla och sprida det norrländska mathantverket. För oss betyder det rejäl mat gjord på de bästa råvarorna, god djursorg och duktiga medarbetare.

## Produkter och kunder

Vi tillverkar och förpackar kött, förädlade kött- och charkprodukter samt färdigmat. I vårt sortiment har vi mer än 600 olika produkter.

Vårt största affärsområde är dagligvaruhandeln som utgör drygt 80 % av vår försäljning. Våra största kunder inom detta affärsområde är ICA, Coop och Axfood. Vi verkar även inom affärsområdet restaurang & storkök samt industri.

Försäljningen av kött- och charkprodukter sker huvudsakligen i Norrland, medan försäljningen av kylfärdigmat (gäller endast varumärket Guldfisken),

Jokkmokks Korvs produkter och delar av vårt potatissortiment sker över hela Sverige.

## Ekonomi

Koncernen redovisar för år 2022 en omsättning på 794 mkr varav Nyhléns Hugosons AB:s omsättning utgör 684 mkr. Då året bjudit på många ekonomiska utmaningar redovisar koncernen en förlust för 2022 och vårt mål att nå 5 % rörelsemarginal har inte uppnåtts.

## Personal

Koncernen har 279 anställda varav 241 kollektivanställda och 38 tjänstemän. Av samtliga anställda är 169 anställda i Nyhléns Hugosons AB. Merparten är fast anställda. Vi har kollektivavtal med Livsmedelsföretagen och följer deras riktlinjer.



**HAPARANDA POTATIS AB**

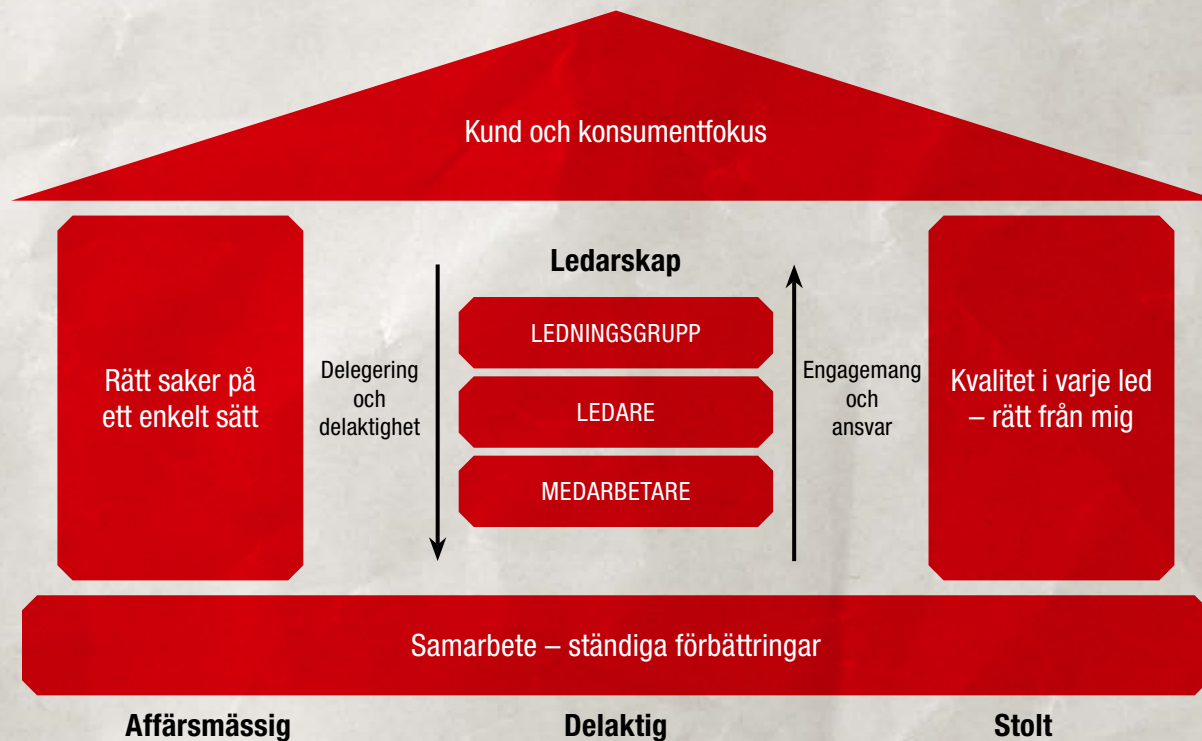


# Värdekedja och affärsmodell

## Nyhléns Hugosons värdegrund

Bolagets vision är att vara det naturliga valet vid alla norrländska måltidstillfällen. Det blir vi genom att vara det ledande norrländska kött- och chark-företaget med fokus på våra kunder, vårt mathantverk och våra norrländska bönder. En förutsättning

för att vi ska lyckas är att vi ständigt utvecklar vår organisation, våra processer och inte minst skapar förutsättningar för våra medarbetare att utvecklas med företaget. Respekten för miljö, hälsa och djur-omsorg är central för verksamheten liksom våra värdeord: affärsmässig, delaktig och stolt.



## Nyhléns Hugosons värdekedja

Vår värdekedja visar hur vi skapar värde för vårt företag från ”jord till bord” och vilken hållbarhetspåverkan vi har. Vårt mål är att skapa en så hög påverkansgrad som möjligt i värdekedjans alla steg.

### MEDARBETARE OCH BÖNDER ÄR NAVET I KEDJAN

Varje medarbetare är viktig och kan bidra med nya perspektiv utifrån sin erfarenhet och bakgrund, som i sin tur utvecklar verksamheten.

Vi har ett nära samarbete med bönder runt om i Norrland – ett samarbete som vi värderar högt och som vi är måna om ska gynna båda parter.

### INNOVATION OCH UTVECKLING

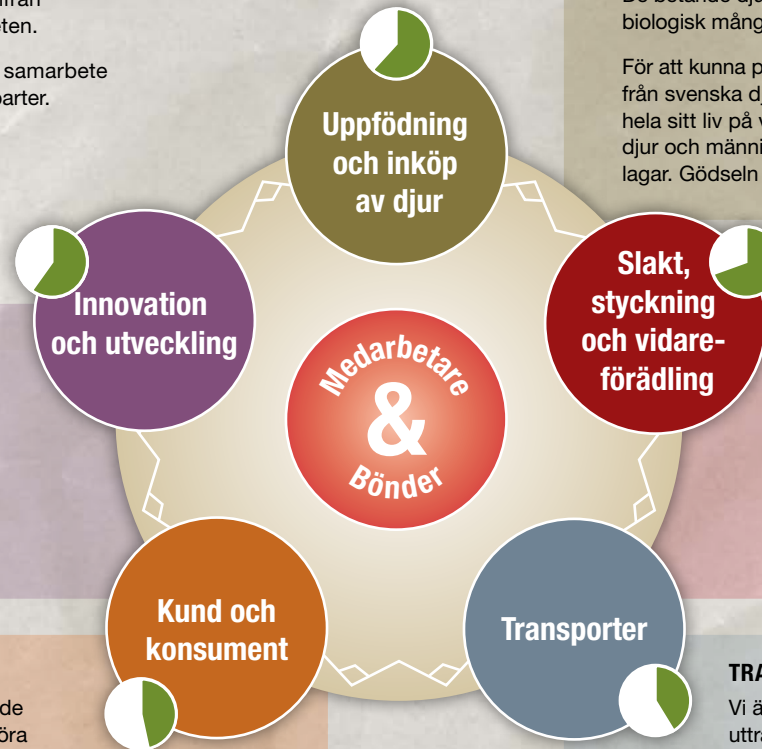
När vi utvecklar nya produkter har vi konsument- och kundpreferenser i åtanke, men vi ser också till djurens anatomi och var vi har överskott av råvara.

Vi använder inga onödiga tillsatser och vi försöker använda så lite socker och salt som möjligt i våra produkter, utan att göra avkall på smak och produktsäkerhet. Vi tycker att en bra innovation ska vara god på flera sätt.

### KUND OCH KONSUMENT

Fler och fler blir medvetna om vad de äter. Som Norrlands ledande matproducent är det viktigt för oss att hjälpa konsumenten att göra bra val. Det kan vi göra genom tydlig produkt- och förpackningsinformation, säkerställa att förpackningen är enkel att återvinna och välja förpackningslösningar som minskar matsvinnet i hemmen.

Vi tycker inte att man behöver äta kött varje dag, men när man väljer att göra det ska man välja ett hållbart kött.



Diagrammet intill varje cirkel visar vår hållbarhetspåverkan inom det området: ju mer grönt som är ifyllt, desto större påverkan har vi.

### UPPFÖDNING OCH INKÖP AV DJUR

De betande djuren hjälper till att hålla landskapet öppet och ger förutsättningar för biologisk mångfald. Samtidigt har köttproduktion ett relativt högt klimatavtryck.

För att kunna producera så miljöanpassat som möjligt kommer allt kött i våra produkter från svenska djur, och majoriteten är norrländska. En stor andel av grisarna har levt hela sitt liv på vår egen gård, Alviksgården, där vi har full kontroll på välfärd för både djur och människor. Den regleras bland annat utifrån strikta djur- och arbetsskyddslagar. Gödseln från djuren går till vår egen biogasproduktion.

### SLAKT, STYCKNING OCH VIDAREFÖRÄDLING

Vi vill att våra medarbetare ska må bra på jobbet. Vissa moment, som slakt och styckning, innebär tungt arbete och då är det extra viktigt att personalens hälsa och säkerhet sätts i första rummet.

Att minska matsvinnet är en av våra viktigaste hållbarhetsfrågor. Vi behöver också säkerställa att vi har en hållbar energianvändning och vattenförbrukning. Slaktavfallet går tillbaka till vår biogasproduktion i ett naturligt kretslopp som genererar el, värme och biogödsel till vår egen gård. Vår produktion ska ske med litet avtryck på miljön och med största möjliga hänsyn till djuromsorgen.

### TRANSPORTER

Vi äger egna lastbilar som används för intranporter av råvaror och uttransporter av färdiga produkter. För att minimera miljöbelastningen försöker vi optimera och planera våra transporter, exempelvis genom samarbeten med andra företag.

Våra lastbilar håller en hög miljöklassning vilket bidrar till en lägre miljöbelastning. För att ytterligare minska transporterens miljöpåverkan försöker vi också effektivisera våra inköpta transporter.



## Risker i vår affärsmodell

**Såväl globala hållbarhetsutmaningar som konflikter påverkar oss i allt högre grad och innebär en ökad riskexponering, direkt eller indirekt. Dessutom har många av våra verksamheter direkt operativa risker, såsom risker associerade med arbetsmiljön.**

Vi har identifierat ett antal områden som kan utgöra risker för oss som företag. Syftet är att främja riskmedvetenheten, minska sannolikheten att okända risker blir verklighet samt säkerställa att koncernen har god beredskap så att affärsverksamheten kan växa och de negativa följderna minimeras.

### MINSKAD EFTERFRÅGAN

En minskad efterfrågan på våra produkter på grund av exempelvis en ökad hälso- eller klimatmedvetenhet, skulle påverka vår verksamhet i negativ riktning. Genom att fortsätta informera om fördelarna med att välja lokala eller norrländska produkter minskar vi risken att drabbas av en vikande efterfrågan.

### BRIST PÅ ARBETSKRAFT

Brist på kompetens och tillgång på arbetskraft är ett växande hot inom näringslivet generellt, men särskilt inom vår bransch. Att fortsatt jobba med aktiviteter som gör att vi uppfattas som en attraktiv arbetsgivare är viktigt, både för att kunna rekrytera ny arbetskraft och behålla befintlig personal.

### ÖKAD PRISKONKURRENS

Att verka i en lågmarginalbransch som kött- och charkproduktion gör oss sårbara, och med en skärpt priskonkurrens inom handeln kan lönsamheten påverkas än mer negativt. Att som företag verka inom

hela kundvärdesprocessen gör oss mindre utsatta. Vi har även ett stort fokus på att addera produkter med högre förädlingsgrad i vårt sortiment, då dessa produkter ofta har en något högre lönsamhet.

### BRIST PÅ RÅVARA

Olika faktorer som skulle påverka bönderna i Norrland att lägga ner sin verksamhet eller välja andra samarbetspartners – exempelvis en ogynnsam jordbrukspolitik eller minskad lönsamhet – skulle påverka vår tillgång till råvara och därmed vår verksamhet i hög grad.

### EPIDEMIER OCH NATURKATASTROFER

Utbrott av epidemier hos människor och djur samt extremväder är faktorer som skulle kunna störa vår affärsverksamhet. En hög självförsörjningsgrad av köttråvara minskar risken för att påverkas av dessa parametrar och säkerställer en stabil tillgång till råvara.

### KORRUPTION OCH BROTT MOT MÄNSKLIGA RÄTTIGHETER

Det finns alltid en risk att produktionen av inköpta varor och tjänster sker utan hänsyn till mänskliga rättigheter eller under oacceptabla arbetsförhållanden. Vad gäller korruption kopplat till våra leverantörer är detta också en risk vi tagit i beaktning. För att minimera dessa risker utvärderar vi våra leverantörer löpande i dessa frågor. Detta gör vi bland annat genom att vi skickar ut en självdeklaration där leverantörerna får försäkra att de följer våra krav som även inkluderar vår uppförandekod. Vi utvärderar våra leverantörer årligen, där vi bland annat följer upp att de har en aktuell leverantörsförsäkran samt giltiga certifikat och att de levererar enligt fastställda krav.

Eftersom vi bedriver verksamhet i Sverige och Norrland ser vi risken för korruption och brott mot mänskliga rättigheter som mycket liten.





# Globala utmaningar

Vår värld står inför stora globala utmaningar som kräver att alla tar sitt ansvar på en global såväl som lokal nivå. Vi verkar i en sammankopplad värld, inte minst miljömässigt, och därför är det viktigt att vi som företag förstår vilka processer vi påverkar och påverkas av. Vi behöver alla genomföra de omställningar och åtgärder som krävs för att vår planet ska finnas kvar för kommande generationer. För att vår jord ska kunna återhämta sig från de skador som redan gjorts och för att förhindra ytterligare negativa konsekvenser av människans påverkan har viktiga initiativ och forskningsrapporter tagits fram, bland annat de planetära gränserna och FN:s globala mål för hållbar utveckling.

Jorden är ett slutet ekosystem vilket betyder att det finns gränser som vi måste hålla oss inom. Planetens gränser är ett begrepp som introducerades 2009 av en forskargrupp som menar att det finns nio olika miljöproblem som vart och ett har ett eget gränsvärde som inte ska överskridas om vi som människor ska ha en beboelig planet.

FN:s globala mål togs fram under 2015 när världens ledare enades om 17 globala hållbarhetsmål och en universell plan för hållbar utveckling fram till år 2030; Agenda 2030. De globala målen är den mest ambitiösa agendan för hållbar utveckling som

världen någonsin antagit och finns till för att uppnå fyra viktiga mål till år 2030:

Avskaffa extrem fattigdom	Minska ojämlikheter och orättvisor i världen
Främja fred och rättvisa	Lösa klimatkrisen

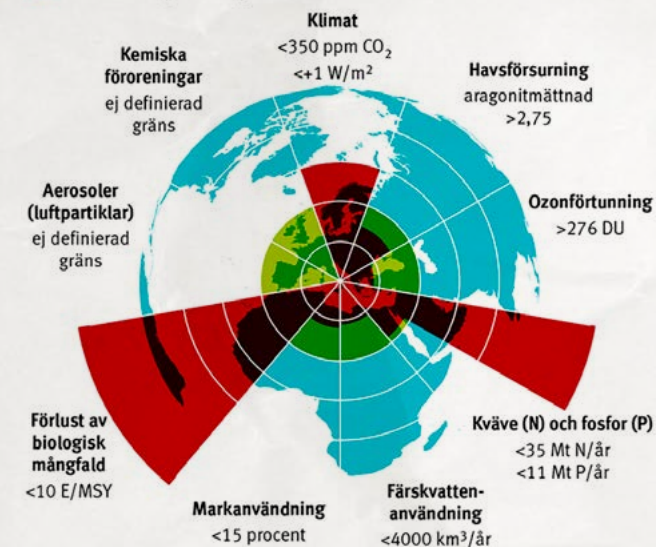
## Planetens gränser

De planetära gränserna handlar om nio processer, miljöförändringar, som orsakas av mänskliga aktiviteter och som styr jordens stabilitet. Att överskrida gränserna innebär stora risker och förändrar förutsättningarna för livet på jorden.

Forskare menar att när vi väl har passerat en viss tröskel, kommer det inte vara möjligt att vända eller ens sakta ner förändringarna i jordsystemet även om vi till exempel lyckas bromsa utsläpp av växthusgaser, förlusten av biologisk mångfald eller förändrad markanvändning. Detta kan potentiellt få katastrofala följder.

Forskarna kallar två av gränserna för "core boundaries" – dessa är klimatförändringar och förlust av biologisk mångfald. Att överskrida någon av dessa riskerar att driva jordsystemet in i ett nytt tillstånd.

## ■ Gränser för globala processer



## FYRA AV GRÄNSERNA BEDÖMS ENLIGT FORSKARNA HA ÖVERSKRIDITS:

1. Klimatförändringar	2. Förlust av biologisk mångfald
3. Förändrad markanvändning	4. Förändrade biogeokemiska flöden av kväve och fosfor

## ÖVRIGA FEM GRÄNSER:

5. Ozonskiktets uttunnning i stratosfären
6. Havsförurning
7. Färskvattenanvändning
8. Aerosoler i atmosfären
9. Nya kemiska substanser



# Globala avtal för hållbar utveckling

För att bidra till en hållbar planet krävs ekonomisk tillväxt som samtidigt värnar om den sociala och miljömässiga hållbarheten.

## FN:s globala mål för hållbar utveckling

Vi har bara ett jordklot, och det är enbart genom ett hållbart brukande av jordens resurser som mänskligheten kan överleva. Detta tydliggör Johan Rockström och Pavan Sukhdev från Stockholm Resilience Centre i deras modell av FN:s globala mål. Det understa lagret representerar mål kopplade till miljömässig hållbarhet. Detta utgör grunden till mänsklighetens existens. Nästa lager utgör de sociala målen kopplade till oss människor och vårt samhälle. I det översta lagret, vilande på ekosystemet och det mänskliga samhället, finns de ekonomiska målen.

## Parisavtalet

En viktig del i att uppfylla målet om bekämpning av klimatförändringar är Parisavtalet, ett globalt klimatavtal som trädde i kraft 2016. Detta kom till för att begränsa den globala temperaturökningen och för att stödja dem som drabbas av klimatförändringarnas effekter. Några av de viktigaste punkterna i Parisavtalet är att hålla den globala uppvärmningen långt under två grader och sträva efter att begränsa den till 1,5 grader.



Figur baserad på en illustration från Azote Images (Jerker Lokrantz) för Stockholm Resilience Center

# Händelser i omvärlden som påverkat vår verksamhet 2022

**På grund av den globala Coronapandemin, krig i Europa samt skenande kostnader har vi och resten av världen fortsatt stött på utmaningar vi aldrig tidigare ställts inför. Det har gett oss andra perspektiv och har påverkat oss alla på olika sätt.**

## **Fortsatt efterfrågan på svenskt och lokalproducerat**

En undersökning gjord av Food & Friends visar att den viktigaste produkttegenskapen under 2022 är att livsmedelsprodukten ska vara producerad i Sverige. Man hävdar att dagens samhällsutveckling pekar på en större medvetenhet bland konsumenter om värdet av svenskt och lokalproducerat. Det svenska känns tryggt, säkert och bekant. En försäljning som låg i nivå med 2021 visar att vi haft en fortsatt hög efterfrågan på våra produkter.

## **Kostnadsökningar i omvärlden**

Året har återigen fört med sig en hel del utmaningar gällande kostnadsökningar.

Kraftiga prisuppgångar i kombination med bristande tillgång på insatsvaror har medfört ett svårt läge

för oss, liksom för många andra företag. På en del insatsvaror, exempelvis vissa förpackningsmaterial, har även den svaga kronan ytterligare drivit upp kostnaderna.

Kostnaderna för diesel och energi har under året ökat kraftigt, vilket har påverkat oss negativt. Även priserna för inköp av djur har fortsatt att stiga och har nått nivåer vi aldrig tidigare upplevt.

Vi påminns allt oftare om fördelarna med de lokala alternativen. Vi uppmanas att handla lokalt för att det ger ett minskat klimatavtryck, och för att det gynnar företagare i vårt närområde. Den senaste tiden har vi också blivit medvetna om att det som produceras nära inte bara är den bästa vägen att gå – ibland kan det vara den enda.





# Väsentlighetsanalys

## Genomförande av väsentlighetsanalys

Nyhléns Hugosons viktigaste intressenter innefattar våra kunder, konsumenter, medarbetare, ägare, leverantörer och övriga aktörer som påverkar, och påverkas av, vår verksamhet och samhället där vi verkar.

Under 2020 genomförde vi, tillsammans med utvalda intressenter, en omfattande väsentlighets-

analys för att identifiera våra viktigaste hållbarhetsfrågor. Urvalsgruppen bestod av representanter från såväl kunder och leverantörer som medarbetare och myndigheter. Genomförandet av analysen bestod av intervjuer, en konsumentundersökning och en medarbetarundersökning som beskrivs nedan.

### Intressentintervjuer

Lista på områden identifierades tillsammans med företagens hållbarhetsgrupp. Varje område rankades i intervju med intressent var för sig antingen 0 (inte viktigt ELLER ingen hållbarhetsfråga), 1 (lite-medelviktigt), 2 (viktigt) eller 3 (mycket viktigt). Motivering av anledning av värderingen frågades också om.

### Konsumentundersökning

Undersökningen var genomförd tidigare under året och specifika frågor kunde därför inte ställas. Den del av undersökningen där spontana fritextsvar på frågan "Vad innebär 'hållbarhet' inom kött och chark för dig?" användes.

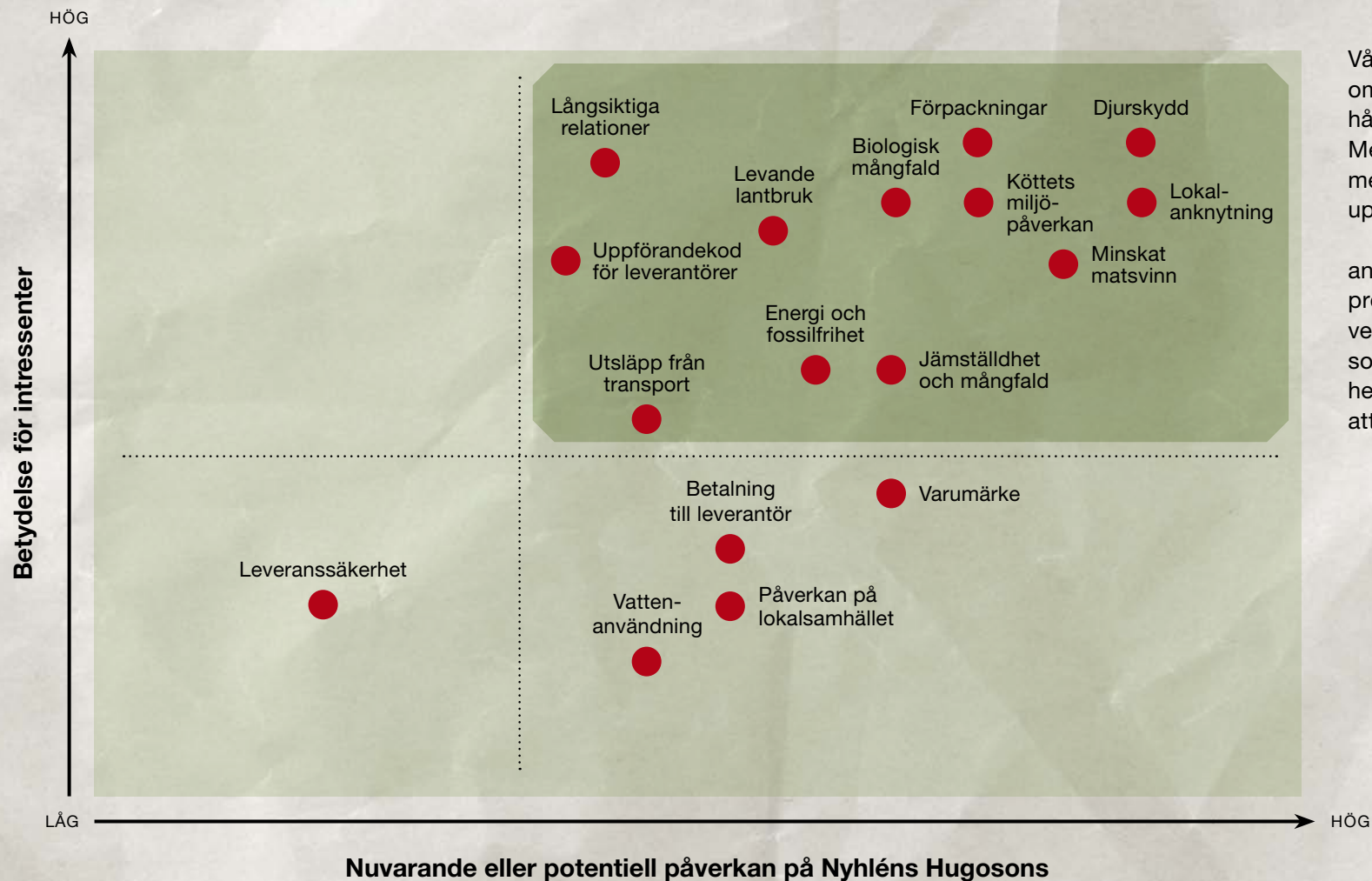
### Medarbetarundersökning

Specifika frågor kring hållbarhet gick ut till organisationen i samband med medarbetarundersökningen. Medarbetarna fick frågan om vilka av de utvalda hållbarhetsområdena de tyckte var viktigast att vi jobbar med framåt. De fick rangordna de fem viktigaste områdena från 1 till 5 där 1 var allra viktigast.

I arbetet med väsentlighetsanalysen har vi tagit hjälp av en extern konsult, SustainLab.



# Väsentlighetsmatris



Vårt hållbarhetsarbete fokuserar på de områden som identifierats som viktiga hållbarhetsfrågor av våra intressenter. Med dessa frågor arbetar vi strukturerat med att planera, genomföra och följa upp våra aktiviteter.

Utöver våra fokusområden finns ett antal faktorer, exempelvis kvalitet och produktsäkerhet, som är viktiga för vår verksamhet, men dessa är att betrakta som grundläggande snarare än hållbarhetsområden och kommer därför endast att beskrivas kortfattat.



# Våra intressenter

I vårt hållbarhetsarbete är intressentdialogen en viktig del. Genom att ha en regelbunden dialog med våra intressenter fångar vi upp angelägna frågeställningar som ligger till grund för vårt strategiska hållbarhetsarbete.

## Ägare

Våra ägare har ett övergripande ansvar för företagets strategiska inriktning på hållbarhetsfrågor, med målet att uppnå en långsiktig lönsamhet och hållbarhet för kommande generationer.

## Medarbetare

Alla medarbetare är med sina egenskaper, förutsättningar och livserfarenhet en del av mångfalden på Nyhléns Hugosons. För oss är det viktigt att alla medarbetare får möjlighet att känna delaktighet, kunna påverka och bidra i hållbarhetsarbetet.

En säker och bra arbetsmiljö för våra anställda är av största vikt för oss som arbetsgivare. Vi vill även kunna bidra till en god balans mellan arbete och fritid, samt främja en hälsosam livsstil.

## Kunder

Dagligvaruhandeln är vårt största affärsområde där ICA, Coop och Axfood utgör de största kunderna. Vi har även kunder inom restaurang & storhushåll samt industri.

Våra kunder anser att vi har ett tydligt fokus på hållbarhetsfrågorna, där några av de viktigaste handlar om djuromsorg, antibiotikaanvändning, ursprung samt minskat matsvinn.

## Konsumenter

Våra konsumenter, som främst finns i Norrland, är självklart viktiga för oss. Vi försöker vara lyhörda för vad de efterfrågar och strävar efter att anpassa våra produkter, förpackningar och tjänster utifrån deras önskemål.

I våra konsumenternas ögon är vi ett trovärdigt företag som förknippas med god djurhållning och närproducerade produkter av hög kvalitet som är bra för både människor och miljö.\*

## Bönder

Det är viktigt för oss att vårda relationen med våra leverantörer och vara en stabil affärspartner. Tillsammans med

våra bönder skapar vi förutsättningar för ett levande och hållbart Norrland. Våra bönder sätter högt värde på långsiktighet, djurskydd och biologisk mångfald.

## Övriga leverantörer

Vi har ett gott samarbete med våra leverantörer och tänker långsiktigt även i dessa relationer. Här ingår exempelvis leverantörer av förpackningsmaterial, kryddor, transporttjänster, maskiner och annan utrustning.

## Samhälle

Vårt mål är att vara en god samhällsaktör och ta ansvar i närsamhället. Viktiga aktörer att ta hänsyn till är bland annat boende i närheten av våra verksamheter, föreningar, intresseorganisationer och myndigheter.



\* Varumärkesundersökning 2020



# Hållbarhetsstrategi

## Stärka den norrländska positionen

I vårt hållbarhetsarbete har de planetära gränserna och FN:s globala mål varit viktiga utgångspunkter för att ge oss en förståelse för de hållbarhetsrisker vi alla står inför.

Genom väsentlighetsanalysen har vi tillsammans med våra intressenter identifierat våra viktigaste fokusområden. Detta är områden där vi och våra intressenter anser att vi har störst möjlighet att göra skillnad med hänsyn till de planetära gränserna och bidra till att uppnå de globala målen.

För oss är det av största vikt att jobba för långsiktiga relationer med våra intressenter. Vår strategi är att vi ska stärka positionen på den norrländska hemmamarknaden genom att:

- ▶ **Utveckla sortiment, produkter och förpackningar med kunden och konsumenten i fokus.**
- ▶ **Skapa bra förutsättningar för att jobba smart och effektivt.**
- ▶ **Ständigt förbättra och utveckla våra processer.**
- ▶ **Ständigt utveckla vår organisation och våra medarbetare.**
- ▶ **Stärka och utveckla samarbetet med de norrländska bönderna.**
- ▶ **Respektera miljö, hälsa och djuromsorg.**

Nyhléns Hugosons bidrar till en ekonomisk såväl som social och miljömässigt hållbar utveckling i Norrland. Som grund för vårt hållbarhetsarbete ligger vår vision och affärsidé.

För oss innebär ett hållbart företagande att man bedriver en lönsam verksamhet som tar hänsyn till både miljö och sociala aspekter idag och för framtida generationer. Vårt hållbarhetsarbete ska genomsyra hela verksamheten och även förmedlas till våra intressenter, såväl interna som externa.

”Hållbar utveckling är en utveckling som tillfredsställer dagens behov utan att äventyra kommande generationers möjligheter att tillfredsställa sina behov. En hållbar utveckling bygger på tre dimensioner: det sociala, miljön och ekonomin.”

”Att välja norrländskt ger både oss och framtida generationer möjligheter till att äta gott med ett hållbart samvete.”





# Fyrklövern: Vårt hållbarhetsfokus

## KLIMATANSVAR

Effektiva transporter, minskat matsvinn, klimatsmarta förpackningar och en egen biogasanläggning är några exempel på hur vi arbetar med att minska våra utsläpp och vår miljöpåverkan.



## EKONOMISKT ANSVAR

Vi strävar efter att bedriva ett långsiktigt och lönsamt företagande som tryggar arbetstillfällena för våra anställda och bidrar till att våra bönder kan fortsätta bedriva sin verksamhet.



## BIOLOGISK MÅNGFALD

Det öppna, betade landskapet rymmer en rik biologisk mångfald. Vi bidrar till den genom att använda norrländsk råvara och att alltid jobba i samklang med naturen och för djurens bästa.



## SOCIALT ANSVAR

För oss är det av största vikt att ha långsiktiga relationer med alla våra intressenter. Vi ska vara en attraktiv arbetsgivare som jobbar aktivt för mångfald, jämställdhet och likabehandling.





# Miljömässig hållbarhet

Vi värnar om miljön för nuvarande och kommande generationer genom att begränsa vår verksamhets negativa miljö- och klimatmässiga påverkan i så stor utsträckning som möjligt.

För att kunna ta ett större klimatansvar har vi under året för första gången kartlagt verksamhetens utsläpp av växthusgaser genom att upprätta ett klimatbokslut i enlighet med Greenhouse Gas Protocol (GHG). Kartläggningen ligger till grund för våra framtida mål och åtgärdsplaner.



# Biologisk mångfald



**Ängar och betesmarker rymmer en oerhört rik biologisk mångfald. När våra norrländska nötkreatur och lamm betar dessa marker bidrar de till biologisk mångfald, vilket är ett av de viktigaste fokusområdena inom de planetära gränserna. Tack vare det öppna, betade landskapet kan många arter av växter, fåglar och insekter leva.**

Förutom de öppna landskapen bidrar svenska och norrländska råvaror till en lägre klimatpåverkan, god djursorg, bättre miljö och fler jobb. Närproducerad mat innebär kortare transporter och därmed minskade utsläpp. Norrländskt lantbruk förbrukar också mindre mängd bekämpningsmedel jämfört med resten av Sverige. Sverige har länge arbetat förebyggande med djurvälstånd, såsom miljö, skötsel, hygien och smittskydd, vilket har bidragit till att antibiotikaförbrukningen är bland de lägsta i världen. Djuren ska kunna bete sig naturligt i en miljö som är väl anpassad för dem.

## Antibiotikaresistenta bakterier – ett globalt problem

Djurskydd och antibiotikaanvändning är viktiga hållbarhetsfrågor för oss. En klok användning av antibiotika är ett viktigt ansvarstagande för djurens välmående och snabba tillfrisknande.

Sjukdomar kan aldrig helt elimineras och ur djurskyddssynpunkt finns det ingen anledning att sluta helt med antibiotika. I Sverige sker ett selektivt urval av vilka antibiotikapreparat som används för att minska risken för antibiotikaresistens.

Dock har den ökande antibiotikaresistensen i många delar av världen blivit ett mycket allvarligt problem. Antibiotika förekommer inte i köttet vi äter. Det är användningen i produktionen som ger indirekta effekter på vår folkhälsa, eftersom det blir ökande antibiotikaresistens bland bakterier. En ökad antibiotikaresistens riskerar att skapa en situation där vi kan stå utan verksamma antibiotika, för såväl människor som för djur.

## Ansvarsfull antibiotikaanvändning

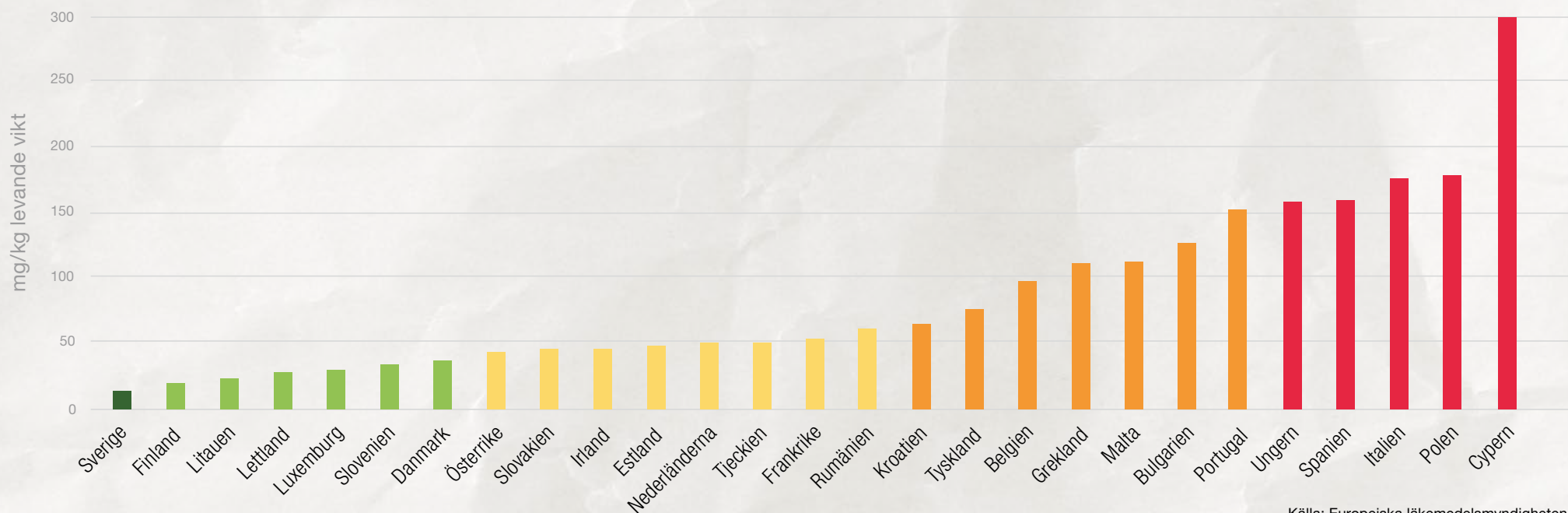
Sverige ligger i framkant vad gäller ansvarsfull antibiotikaanvändning och var det första landet i världen att förbjuda antibiotika i foder i syfte att öka djurens tillväxt.

Sverige har en låg förekomst av antibiotikaresistens och djurbönderna jobbar ständigt med att förbättra djurens hälsa och har lägst användning av antibiotika i EU. Mår djuren bra och får utlopp för sina naturliga beteenden håller de sig också friskare.

”Enligt WHO används det globalt sett mer antibiotika till friska djur än till sjuka människor.”



## Användning av antibiotika till djur inom lantbruket 2021



Källa: Europeiska läkemedelsmyndigheten

Eftersom vi enbart använder svenska råvaror i våra produkter bidrar vi till att minska den globala antibiotikaanvändningen. Dessutom är vår gård i Alvik, från vilken hälften av vårt fläskkött kommer, i framkant när det gäller ansvarsfull antibiotikaanvändning. Även enligt svenska mått har Alviksgården en mycket låg förbrukning av antibiotika och den goda djurhälsan avspeglas i grisarnas fina tillväxt.

### Djurskyddet är en hörnsten i vår verksamhet

Djurskydd är och har alltid varit viktigt för oss i alla led, från uppfödning till transport och hantering på slakteri. Detta är en viktig del för en hållbar



verksamhet och för att kunder och konsumenterna ska känna förtroende för våra produkter. Under de senaste åren har Alviksgården investerat ca 3 miljoner i djurskyddsfrämjande projekt, främst kopplade till slakteriet. Sverige har en av världens strängaste djurskyddslagstiftningar, vilket också motiverar vårt val av kött råvarornas ursprung oavsett djurslag.

En låg antibiotikaanvändning och en god tillväxt är ett kvitto på en bra djuromsorg.



## Köttets miljöpåverkan

Köttet kan ha en negativ påverkan på miljön i form av utsläpp av växthusgasen metan, men å andra sidan binder brukandet av jordbruksmark koldioxid. Kor är idisslare och omvandlar växtfiber till energi och protein som vi människor kan dricka eller äta i form av mjölk och kött. I omvandlingsprocessen avges metan som kon rapar upp. Metan är en starkt värmande gas som ger en kraftig effekt i ungefär tio år, för att därefter försvinna. Koldioxid är inte en lika stark gas, men ligger kvar i atmosfären mycket länge – upp till tusen år – och får då en mycket mer långsiktig effekt på klimatet.

Om vi lyckas hålla metanutsläppen på samma nivå som idag kommer det negativa klimatavtrycket successivt att minska. För att minska koldioxidutsläppens negativa påverkan på klimatet krävs däremot en stor minskning av utsläppen, eftersom koldioxiden stannar kvar så länge i atmosfären.

### FODERVÄXTER FÅNGAR KOLDIOXID

Kor äter växter som fångar in koldioxid från luften i fotosyntesen. Om vi odlar foderväxter som fångar upp mer koldioxid än vad kon och odlingen släpper ut, får vi en nettonegativ effekt. Genom att odla rätt foder på rätt plats och på rätt sätt kan vi minska klimatpåverkan. I Sverige handlar det till exempel om att fortsätta att odla vall (gräs) till kofoder

på ett effektivt sätt. En stor fördel med vallens växter är att de är fleråriga och har djupa rötter som binder kol.\*

### NORRLÄNSK RÅVARA

Utifrån detta resonemang anser vi att genom att enbart använda svensk och primärt norrländsk råvara till våra produkter bidrar vi till en lägre klimatpåverkan. Dessutom innebär närproducerad mat kortare transporter och minskade utsläpp av växthusgaser.

Vi har idag en andel norrländsk råvara (nöt- och fläskkött) i våra produkter som uppgår till drygt 90 %. Det är enbart vid bristsituationer vi köper in kött detaljer från andra svenska slakterier, utanför Norrland.

I vårt klimatbokslut har vi identifierat utsläppskällor av växthusgaser för hela vår verksamhet – från uppfödning till leverans av färdiga produkter. Av de totala utsläppen står de indirekta utsläppen från uppfödning av slaktdjur för 94 %. Vid beräkning av utsläppen har man använt sig av schablonvärden för respektive djurslag som är representativa för hela Sverige. För att kunna få fram en mer exakt siffra för det verkliga avtrycket från slaktdjur krävs underlag för de specifika utsläppen på varje gård som levererar kött till oss. Vår intention är att initiera ett projekt där vi samlar in data från ett antal representativa producenter, för att kunna utveckla mer träffsäkra utsläppsfaktorer, istället för dessa generella schabloner.

\* Källa: mjolk.se







Detta för att ha en mer exakt utgångspunkt, som förhoppningsvis även visar ett lägre avtryck än genomsnittet för Sverige, där man kan dra slutsatser kring vilka aktiviteter som bidrar till störst klimatpåverkan och var det finns möjligheter för utsläppsminskande insatser som är effektiva och verkningfulla.

Vårt mål är att ha ett netto noll klimatavtryck för vår produktion till år 2028.

## Foder – en viktig pusselbit i god djurhälsa

Alla djur ska få tillräcklig mängd av ett lämpligt foder anpassat för respektive djur.

Svenska nötkreatur äter mest gräs och klöver som är viktigt för växtföljden och fångar koldioxid från atmosfären. I Sverige har vi goda förutsättningar för att föda upp nötkreatur med mycket mark för vallodling.

Grisarna äter till största delen spannmål och foder rikt på protein, bland annat soja. På Alviksgården används ett effektivt fodersystem där grisarna får foder som är skräddarsytt för de olika åldrarna. Det är alltid grisens naturliga beteende och behov som styr vad den äter och hur ofta den får mat.

### ANSVARFULLT PRODUCERAD SOJA

Soja är en av världens mest odlade grödor, och majoriteten av sojan går till sojamjöl som används till djurfoder i pro-

duktionen av kött, mjölk, ägg och odlad fisk. I takt med ökad global konsumtion av kött och andra animaliska livsmedel har efterfrågan på soja ökat snabbt. De storskaliga odlingarna har historiskt expanderat på bekostnad av unika naturområden, med förlusten av värdefull biologisk mångfald som följd. Även förlust av viktiga ekosystemtjänster som vattenförsörjning och pollinering, samt stora utsläpp av växthusgaser, var negativa konsekvenser av tidiga sojaodlingar.

2014 bildades nätverket Sojodialogen (numera Svenska plattformen för riskgrödor) som ett branschöverskridande initiativ, där medlemmarna genom ett frivilligt ansvarstagande bidrar till utvecklingen av och en ökad efterfrågan på mer ansvarsfullt producerad soja. Medlemmarna i Sojodialogen består av svenska foderföretag, livsmedelsproducenter, intresseorganisationer och handelsföretag i hela kedjan från jord till bord. Självklart står vi bakom detta initiativ och har sedan starten 2014 varit medlemmar av Sojodialogen. Detta innebär att 100 % av den soja som vi använder är ansvarsfullt producerad.

### GMO-FODER

I Sverige har man tagit avstånd från GMO-foder (genetiskt modifierade organismer) och samtliga av våra djurleverantörer skriver under en försäkran om att djuren de levererar inte har ätit genmodifierat foder.



## Hälsoaspekt av maten

Hantverket ligger alltid till grund för vår produktion, med erfarenhet och ett personligt engagemang i varje del av tillverkningen. Vi använder inga onödiga tillsatser i vår mat och garanterar äkta och hög kvalitet på våra produkter. Står det exempelvis att en vara från Nyhléns Hugosons är alspånsrökt, så är den rökt i riktiga rökskåp eldade med alspån eller alflis.

Vid utvecklingen av nya produkter arbetar vi med att minimera mängden E-nummer, salt och socker, utan att för den delen ge avkall på varken produkt-säkerhet eller smakupplevelse.

Våra produkter kommer alltid att behöva en del tillsatser samt socker och salt för att det ska vara säkra livsmedel som smakar bra.

## Produktsäkerhet och kvalitet

Kvalitet och produktsäkerhet är viktiga frågor för oss. Nyhléns Hugosons produktionsanläggningar är därför certifierade enligt olika livsmedels-säkerhetsstandarder, till exempel IP Livsmedel och FSSC 22000. Dessa standarder innebär ett systematiskt och strukturerat arbetssätt för att tillverka säkra produkter med en jämn kvalitet. Som ett kvitto på att vårt arbetssätt fungerar har vi inte haft några produktåterkallanden under 2022.

Vid våra anläggningar använder vi kemikalier främst till rengöring av vår utrustning och våra produktionslokaler, för att hålla en hygieniskt hög standard. För att minimera kemikaliernas miljöpåverkan försöker vi att använda oss av minsta nödvändiga dosering utan att påverka produktsäkerheten. Detta gör vi tillsammans med erkänt stora leverantörer som även bedriver eget aktivt miljöarbete.

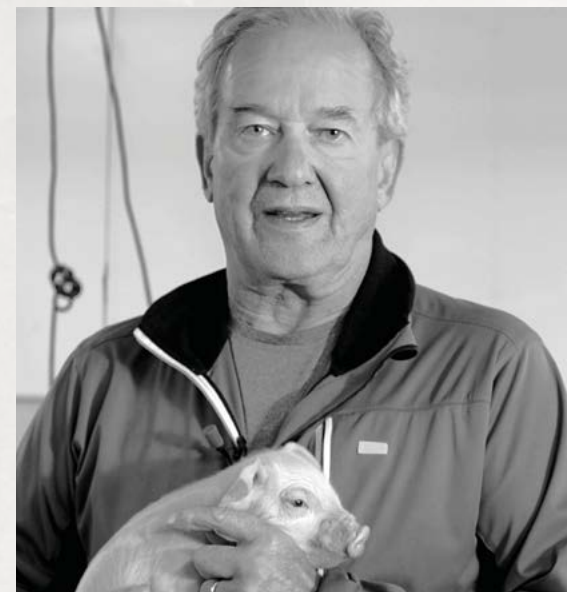
## Alviksgården – utformad för grisarnas bästa

I **Alvik utanför Luleå** ligger Alviksgården, vår moderna grisgård med plats för 13 000 grisar. Här får smågrisarna vara med sin mamma och sina syskon så länge som de ska, enligt naturens egna lagar. Grisarna föds här och lever hela sitt liv på gården. När det är dags för slakt går grisarna bara en kort promenad. Lastbil behöver de aldrig åka.

Grisarna föds i boxar med golvvärme och efter drygt en månad flyttar grisarna med sina syskon till tillväxtstallarna. De lever i en miljö där de befrias från stress och där suggorna får chans att återhämta sig ordentligt efter varje kull.

Både stallar och arbetssätt utformas med hänsyn till djurens välbefinnande och naturliga beteende, vilket innebär en bra miljö både för grisarna och för dem som jobbar där. Grisar gillar rutiner, och lär ofta känna sina skötare väl. Därför följer skötaren kullen under hela uppväxten.

På Alviksgården styckar vi även vårt kött. Styckningen är viktig för kvaliteten på slutprodukten. Köttdetaljerna förädlas vidare i Nyhléns Hugosons anläggningar i Skellefteå och Luleå, innan de färdiga produkterna levereras ut till våra norrländska kunder.



”Vi är överdrivet pedantiska när det gäller skötsel, vi till och med putsar fönster. Vi vet att grisarna inte växer bättre av det, men vi tummar aldrig på någonting!”

MIKAEL HUGOSON, ALVIKSGÅRDEN



# Klimatansvar

**Vi arbetar kontinuerligt med att minska vår miljöpåverkan, där många initiativ går ut på att minska matsvinnet, utveckla mer hållbara förpackningar och minska utsläppen av växthusgaser från bland annat transporter.**

## Halvera matsvinnet

Det globala matsvinnet är världens tredje största källa till utsläpp av växthusgaser efter Kina och USA. Den mat som globalt förfärs och slängs skulle kunna föda 3 miljarder människor. Svinnet i livsmedelskedjan uppgår globalt till cirka 30 % av den totala matproduktionen och måste kraftigt reduceras.

För att minska mängden mat som slängs i onödan, behöver medvetenheten om matsvinnets betydelse för miljön öka. Matsvinnet förekommer i hela produktions-, försäljnings- och konsumtionskedjan för livsmedel och innebär att miljöbelastningen från livsmedelsproduktionen blir onödigt stor.

Svenska livsmedelsindustrin har i ett hållbarhetsmanifest satt upp gemensamma mål om att bland annat uppnå FN:s globala mål 12.3 att halvera matsvinnet till år 2030. Vi har som koncern förbundit oss att jobba för att nå detta mål.

Vi jobbar för att **halvera matsvinnet** i vårt produktion till 2030

### VAKUUMFÖRPACKNING GER LÄNGRE HÅLLBARHET

En stor del av våra konsumentförpackade kött-

detaljer är idag vakuumpförpackade vilket medför en längre hållbarhet jämfört med tidigare förpackningar med livsmedelsgas.

### MINSKA SPILL AV FULLGODA PRODUKTER

Under senare år har vi minskat kassationer av fullgoda produkter som är nära bäst-före-datum genom att erbjuda såväl personal som kunder dessa produkter till ett reducerat pris. Vi jobbar även aktivt med att fortsätta hitta ny avsättning för dessa produkter. Bland annat har vi ett bra samarbete med flera organisationer som erbjuder socialt utsatta personer måltider och annat stöd. Under året har vi hittat fler större aktörer att stötta, vilket bidragit till att vårt matsvinn i produktionen minskat avsevärt. Ytterligare ett exempel på att minska spill av fullgoda produkter är att nyttja dessa som råvara i andra produkter, exempelvis vår färdigmat.

Vi skänker varor motsvarande 6 ton mat per år

### MINSKA KASSATIONER

I vår produktionsprocess mäter och följer vi upp utbyte och kassationer för att bland annat minimera matsvinnet. Kassationerna för år 2022 uppgick till 0,14 % av producerade ton, vilket motsvarar drygt 18 ton. Detta innebär att vi minskat våra kassationer med drygt 60 % jämfört med 2021.

Vårt mål att halvera kassationer av fullgoda produkter har vi därmed under året uppnått. Vi kommer naturligtvis att fortsätta vårt arbete med att minimera dessa kassationer. Nästa steg i vårt mål att halvera matsvinnet i vår produktion kommer att vara att se över tidigare steg i produktionsprocessen.

Vilka är de 3 främsta anledningarna till att du väljer Nyhléns Hugosons?



52%

Svenskt



45%

God smak, goda produkter



42%

Närproducerat

Hur viktigt är det att de kött- och charkprodukter du köper kommer från Norrland?



7 av 10 tycker det är viktigt eller mycket viktigt



## Samarbete med Matakuten i Gävle



Matakuten är en förening som hjälper utsatta i samhället genom att samla in överblivna livsmedel från olika aktörer i livsmedelskedjan och förmedla till behövande. Verksamheten bidrar även till miljönyttan genom att minska matsvinnet i samhället. Matakuten arbetar också för att skapa insikter och medvetenhet hos olika samhällsaktörer om resursslöseri och hjälpbehov.

**Under det senaste verksamhetsåret samlades ca 170 ton mat in, vilket omvandlades till bland annat 24 500 matkassar.**

Enligt Janne Kraft, verksamhetsansvarig på Matakuten, är samarbetet med Nyhléns Hugosons otroligt viktigt. Innan samarbetet hade de ofta brist på bra proteinkällor, men tack vare livsmedelsgåvorna från Nyhléns Hugosons kan stötta fler behövande varje dag och dessutom ge ut mer komplett komponerade matkassar. En fin summering av arbetet är enligt Janne att Matakuten "får för att ge" vilket vi på Nyhléns Hugosons tycker känns bra att vara en del av.

"Ni hjälper oss att hjälpa."

JANNE KRAFT, VERKSAMHETSANSVARIG PÅ MATAKUTEN

## Minskad miljöpåverkan av transporter

Sverige importerar en stor del kött- och charkprodukter som på grund av transporter och produktionsförhållanden har en högre klimatpåverkan än lokalt producerade produkter. Som producent av lokala kött- och charkprodukter är vi ett mer hållbart alternativ än både importerat och icke norrländska alternativ.

Trots det utgör transporter en betydande miljöaspekt, såväl intransporter av råvara som uttransporter av produkter till våra kunder. För att minimera antalet körda mil och därmed minska miljöbelastningen, försöker vi effektivisera våra transporter så mycket som möjligt.

### SAMDISTRIBUTION MED ANDRA LOKALA AKTÖRER

Vi har som mål att ständigt utveckla våra samarbeten med andra lokala aktörer på marknaden för att kunna leverera varor till kunderna på ett så klimatsmart sätt som möjligt. Vi arbetar kontinuerligt med att förbättra och effektivisera våra transporter för att nå den bästa lönsamheten och samtidigt bidra till så liten miljöpåverkan som möjligt.

Projekt vi arbetat med under senaste åren har medfört att vi har ökat transporterad godsvolym på samma antal körda mil.

### VÅNINGSVAGNAR OCH NYA LASTBILAR

Under senare år har vi investerat i ett flertal våningsvagnar där gods kan lastas i två våningar för att erhålla en fördubblad lastkapacitet sett till volym. Detta innebär en ökad fyllnadsgrad och därmed lägre utsläpp per transporterat kilo gods.

Vi har även investerat i nya lastbilar där kylagregaten drivs av el via en generator som drivs av

lastbilens motor. På dessa bilar drivs även släpvagnarnas kylaggregat på samma sätt. Detta innebär att istället för att drivas via tre olika dieselmotorer, drivs alla kylanläggningar av lastbilens motor som har den högsta miljöklassningen. Våra lastbilar håller en hög miljöklassning vilket bidrar till en lägre miljöbelastning.

### FOSSILFRIA DRIVMEDEL

Vår långsiktiga målsättning för vår transportverksamhet är att samtliga lastbilar ska drivas med fossilfria drivmedel, innan år 2030. Vi håller oss löpande uppdaterade inom området och lastbilar som drivs av biogasen LNG (Liquefied Natural Gas) har visat goda resultat i både funktion och miljöpåverkan. Oavsett vad vi väljer för drivmedel i framtiden, är det av stor vikt att även infrastrukturen utvecklas i form av tankstationer i de regioner vi verkar.

**100 %**  
fossilfria transporter till 2030

### TJÄNSTERESOR

Under 2022 påbörjade vår utfasning av fossildrivna tjänstebilar mot mindre miljöbelastande bilar. Våra riktlinjer syftar till att alla nya tjänstebilar på sikt ska vara fossilfria. Förutsättningarna med infrastrukturen i norra Sverige är fortfarande begränsade, vilket innebär att detta inte är till 100 % möjligt idag.

Effekterna av pandemin har medfört att våra tjänsteresor minskat, samt att många av våra arbetsmöten ersatts med digitala möten, vilket påverkat utsläppen av växthusgaser positivt.



## Klimatsmarta förpackningar

Vid val av nya förpackningar finns miljöaspekten alltid med som en viktig faktor. Exempelvis utgör skinpack en stor del av vårt konsumentpackade kött. Tack vare att vi använder denna vakuumenteknik istället för gasfyllda förpackningar tar förpackningarna mindre plats, vilket innebär att vi kan ha en högre fyllnadsgrad i våra lager, lastbilar och även i butik. Dessutom får våra produkter längre hållbarhet, vilket bidrar till ett minskat matsvinn såväl internt som hos våra kunder.

### ANVÄNDNING AV PLAST

Vi har ett pågående projekt där vi kartlägger vår plastanvändning med fokus på att minimera klimatavtrycket från våra förpackningar. Som ett exempel på detta har vi under året initierat ett projekt för att hitta alternativ till att byta ut den svarta plasten i våra trågpackade färsartiklar.

Vi fortsätter att arbeta mot målet att alla våra förpackningar ska vara återvinningsbara till 2030. Idag är 53 % av våra förpackningar återvinningsbara, vilket motsvarar ca 143 ton plast.

Under året har vi även ersatt våra salladsformar i plast med mer miljövänliga pappersformar, vilket medfört att vi minskat plasten i dessa förpackningar med drygt 55 %.

**100 %**  
återvinningsbart material 2030

### RETURLÅDOR

Majoriteten av våra produkter fraktas till våra kunder i returlådor på returpallar. Genom att använda dessa istället för engångsemballage och träpallar minskade vi våra CO<sub>2</sub>-utsläpp med hela 441 ton under 2022. Det motsvarar utsläppen från cirka 55 000 mil med en fullastad lastbil.

## Minskad energiförbrukning

Vi arbetar aktivt för att minimera vår energiförbrukning och har som en del i arbetet genomfört energikartläggningar på våra anläggningar, samt att vi under året initierat projekt för att effektivisera vår energiförbrukning på samtliga anläggningar.



Vårt mål att samtliga våra anläggningar ska använda förnybar el senast år 2025, har vi uppnått under 2022.

## EKO-certifierade anläggningar

På tre av våra anläggningar tillverkar vi miljömärkta produkter, och är EKO-

certifierade. Råvarorna till dessa produkter kommer från våra ca 75 EKO-certifierade köttleverantörer som alla bidrar till en minskad miljöpåverkan i Norrland. Under 2022 har vi uppfyllt vårt mål att bibehålla EKO-certifieringarna för dessa anläggningar.

## Alviksgården – ett naturligt kretslopp

Vår koncern var först ut i Sverige med att bygga en egen storskalig gårdsbiogasanläggning, vilken stod klar år 2000 på Alviksgården. Biogasanläggningen tar emot slakteriavfall från våra anläggningar som sedan omvandlas för att generera el och gödsel tillbaka till verksamheten. Förutom att biogasanläggningen försörjer Alviksgården med energi, bidrar denna till färre transporter av slaktavfall.

Biogasanläggningen genererar ca 3 miljoner kWh elström per år och 3,3 miljoner kWh värme per år. Vid överskott av el säljs detta som grön el till lokala energibolag. Från biogasanläggningen utvinns även en stor mängd biogödsel som sprids till omkringliggande åkermark, och på så sätt bidrar gården till att sluta det biologiska kretsloppet. Totalt produceras omkring 27 000 ton biogödsel per år. På Alviksgården finns även en flispanna som producerar värme.





Flispannan eldas med massaved från Alviksgårdens egna närliggande skogar. Med införandet av flispannan (2018) har gården minskat sin förbrukning av olja och gasol med 250 m<sup>3</sup> per år.

Biogasanläggningen, tillsammans med flispannan, gör att Alviksgården är helt självförsörjande på värme och till stor del på elström (till ca 85 %).

Under året invigdes en ny biogödselanläggning på Alviksgården, i vilken man producerar biogödsel i pelletsform från gårdens grisar. Det finns inga tillsatser i Alviksgårdens biogödsel och genom processen man använder utvinns även rent vatten, kväve, kalium och fosfor. Detta ger en otrolig möjlighet att inte behöva handla fossila bränslen från andra länder.

Pelletsen gör det också möjligt att undvika näringsläckage. Den fungerar ungefär som en svamp och expanderar vid kontakt med vatten, där det räcker med den fukt som redan finns i jorden. Man kan beskriva det som en bank med långsamt kväve, och efter att man spridit ut det kan växterna tillgodogöra sig vad de behöver vid behov. Det ger även en jordförbättrande effekt, tack vare att den innehåller organiskt material.

Produkten är KRAV-certifierad och kan användas av såväl EKO-bönder som konventionella.

Under 2022 har man på Alviksgården även inlett ett samarbete med Sunna Group om att etablera Norrbottens hittills största solcellspark på ängsmarker kring Alviksgården. Med denna satsning vill man bidra till självförsörjningen av el både på egna gården och till Norrbotten. Enligt ägaren Mikael Hugoson är detta en del i den drivkraft han har att ställa om till ett fossilfritt samhälle.







## Social hållbarhet

Arbetet med mångfald och jämställdhet bidrar till långsiktig hållbarhet och ska utgå från, och spegla företagets värderingar. Varje medarbetare är med sina egenskaper, förutsättningar och livserfarenhet en viktig del av Nyhléns Hugosons.

Dessa olika erfarenheter och kompetenser bidrar till jämställdhet och mångfald, som är en del i arbetet att vara en attraktiv arbetsgivare. Vår mångfalds- och jämställdhetsplan arbetas fram av ledningen som tar detta vidare till övriga chefer och arbetsledare för vidare kommunikation till övriga anställda.



# Socialt ansvar



**Våra medarbetare har rätt till en säker och hälsosam arbetsmiljö. Vi ska erbjuda en arbetsplats som präglas av jämställdhet, mångfald och respekt för den enskilde medarbetaren. Företagets sociala ansvar sträcker sig utöver vår egen personal även till de individer som påverkas indirekt av vår verksamhet.**

## Trygghet och utveckling på arbetsplatsen

Vi lägger stor vikt vid att Nyhléns Hugosons ska vara en säker arbetsplats och genomför regelbundet skyddsronder, skyddskommittémöten och säkerställer att alla medarbetare har relevant utbildning och utrustning.

För att motverka förslitningsskador och skapa en bättre arbetsmiljö tillämpar vi arbetsrotation inom vår produktion. Löpande driver vi projekt med målet att ständigt förbättra ergonomi och arbetsmiljö för våra medarbetare.

Under 2021 driftsattes ett digitalt system för mätning och statistik över tillbud och olyckor. Systemet har inneburit en förbättring för både administration och det förebyggande arbetet kring tillbud och olyckor. Under 2022 hade vi 32 olycksfall och 14 tillbud registrerade, vilka alla följts upp och åtgärdats där det varit möjligt.

## KOMPETENSUTVECKLING

För att hitta medarbetare med rätt kompetens

deltar vi bland annat på arbetsmarknadsdagar och rekryteringsmässor. Vi ser även till att alla anställda har relevant utbildning för sina arbetsuppgifter, och jobbar aktivt med att kompetensutveckla vår personal. Våra utbildningar sker både internt och externt.

På Nyhléns Hugosons vill vi skapa möjligheter till att kunna utvecklas och avancera inom företaget. Det kan handla om ökat ansvar, nya arbetsuppgifter, ny tjänst eller att börja jobba på någon annan ort än den man är placerad på. Allt eftersom koncernen växer, ökar dessa möjligheter.

Varje år genomförs utvecklingssamtal med samtliga medarbetare för att få en gemensam syn på mål, förväntningar och prestationer. Målet är att medarbetarna ska utvecklas och växa i sina roller.

## Mångfald, jämställdhet och likabehandling

Nyhléns Hugosons utgångspunkt är att alla människor har lika värde oavsett kön, ålder, etnicitet, religion, sexuell läggning, fysiska eller psykiska funktionshinder. Det innebär att alla anställda ska ha samma rättigheter, skyldigheter och möjligheter. Företaget tillåter inga former av mobbning, särbehandling eller annan kränkande behandling och arbetar för att motverka diskriminering. Personalavdelningen har utvecklade rutiner och resurser att hjälpa till vid misstanke om diskriminering eller trakasserier.







### INKLUDERANDE REKRYTERING

Vid rekrytering ser vi möjligheterna att genom ökad mångfald bredda våra synsätt och utveckla verksamheten. Verksamheten ska fungera så att alla medarbetare gemensamt kan delta i alla arbetsplatsaktiviteter och känna sig välkomna och respekterade.

Vi har tidigare deltagit i ett integrationsprojekt som lett till att vi kunnat erbjuda ett flertal utlandsfödda personer anställning. Idag finns det många olika nationaliteter representerade inom företaget.

Totalt har vi en snittålder på 43 år, fördelat på 33 % kvinnor och 67 % män. I vår ledningsgrupp finns tre kvinnor och fyra män, med en snittålder på 53,6 år. För att uppnå en mer jämn könsfördelning i företaget tas det underrepresenterade könet i särskilt beaktande vid nyrekryteringar.

### INTERN INFORMATION

För oss är information om företagets utveckling av stor vikt och vi jobbar för att säkerställa att alla anställda får samma information. Detta sker genom att bland annat hålla regelbundna avdelningsmöten för all personal. På Nyhléns Hugosons jobbar vi för att alla ska känna sig delaktiga och kunna vara med och påverka.

Under året har vi utvärderat och köpt in ett verktyg för att på ett mer modernt sätt kunna sprida information till samtliga medarbetare. Med hjälp av vårt nya intranät, HugoNET, kommer vi på ett modernt sätt, enkelt och snabbt kunna kommunicera med varandra och sprida relevant information.

På HugoNET samlar vi all intern information och kommunikation på en enkel och mobil plattform som är lättillgänglig för alla medarbetare. Här kommer man att hitta underlag om företagets policys, mallar,

blanketter och annan information som kan underlätta i våra medarbetares arbete, samt uppdateringar om vad som händer på företaget. Då vi har många nationaliteter i vårt företag, var det viktigt för oss att det skulle finnas en funktion som möjliggör automatisk översättning till ett stort antal andra språk, vilket det också gör med vårt intranät. HugoNET planeras att driftsättas i början av 2023.

### MEDARBETARUNDERSÖKNING

Under året genomförde vi en uppföljande medarbetarundersökning för att kartlägga personalens upplevelse av företaget och sin arbetssituation, samt hur detta har utvecklats sedan förra undersökningen 2020. Resultatet av denna undersökning har legat till grund för ett gemensamt arbete med fokus på förbättringsåtgärder rörande exempelvis arbetsmiljö och samarbete.

**80%** av våra medarbetare är stolta över att arbeta på Nyhléns Hugosons

79 % (2020)



## Friskvård och trivsel på jobbet

Nyhléns Hugosons vill vara en attraktiv arbetsgivare och erbjuda de anställda en möjlighet att ha balans mellan arbete, fritid och en hälsosam livsstil. Som anställd hos oss har man rätt till friskvårdsbidrag och friskvårdsaktiviteter som exempelvis olika typer av motionslopp. Vi brukar varje år ha personal som deltar i Våruset, Broarna runt och Luleå Stadsmara. Genom att erbjuda olika typer av friskvårdsaktiviteter försöker vi få så många som möjligt av våra anställda att motionera och göra hälsosamma val. Under 2021 höjde vi vårt friskvårdsbidrag med 25 %, vilket kan vara en bidragande faktor till att det under 2022 var 6 % fler medarbetare som nyttjade sitt friskvårdsbidrag. Vi jobbar aktivt med företagshälsovård och har som mål att kontinuerligt förbättra och utveckla denna. Vi följer regelbundet upp sjukstatistik för att få en överblick av hälsoläget, för att snabbt kunna sätta in åtgärder för en ökad frisknärvaro.

Under 2022 har vi flyttat vårt huvudkontor till nya lokaler, främst för att skapa bättre förutsättningar för företaget att växa, då vi varit väldigt trångbudda. Förutom större ytor, har det nya kontoret även bidragit till att vi kunnat utforma ett provkök, som gör att vi på ett bättre sätt kan jobba med

vår produktutveckling. De nya lokalerna erbjuder även en möjlighet att hålla möten och konferenser på huvudkontoret.

I och med flytten från anläggningen i Luleå, där vi tidigare haft vårt huvudkontor, frigjordes ytor så att ett stort gym, massagerum och pingisrum kunde iordningställas till personalen i fabriken.

I vår anläggning i Skellefteå har vi återinfört erbjudandet om att kunna få massage på arbetstid, vilket varit väldigt uppskattat hos personalen.

### SOCIALA AKTIVITETER

För att bibehålla en hög trivsel och sammanhållning inom företaget, erbjuder vi ett flertal andra aktiviteter under året, exempelvis grillluncher och personalfest. Under 2022 erbjöds all personal, såväl grilllunch som jullunch och en personalfest för hela koncernen.

# 84%

75 % (2018)

av våra medarbetare tycker att de bidrar med något värdefullt i sitt arbete



## Sörlänningen som hittade hem i Norrland

**När Daniel Sjöblom** – som är född och uppvuxen i Katrineholm – flyttade nästan 100 mil till Luleå 2017, var det två saker som överraskade honom mest; det totala mörkret i november (och så småningom det oändliga ljuset under sommaren) samt öppenheten hos hans nya norrländska kollegor. De flesta var ju väldigt pratsamma och trevliga, och inte alls så tysta och timida som den bild han haft om norrlänningar innan han flyttade hit.

Daniel började sitt nya jobb i korvhallen precis när julruschen drog igång, så man kan säga att det blev en hektisk första tid. Men han gillade att lära sig om korvtillverkning och hur man exempelvis knyter prinskorv. Så småningom

breddades Daniels arbetsuppgifter, och i produktionen har han varit runt på många ställen. Korvhallen, rimmen och packen är bara några exempel på ställena som Daniel arbetat i. Längtan efter att lära sig nytt gjorde att han ville testa nya saker och företaget var öppna för att han skulle få lära sig mer.

Det var också därför han tog chansen att söka jobbet som produktionsplanerare när detta dök upp förra hösten. Att få ta med sig de erfarenheter han samlat på sig i produktionen och använda dessa i ett annat sammanhang kändes inspirerande. Idag jobbar han i huvudsak med planering och inköp av kött på huvudkontoret i Luleå.

Att få chansen att utvecklas inom samma företag och att kunna ta med sig erfarenheter från olika tjänster är fantastiskt, tycker Daniel. Han känner att han haft ett stort stöd från företaget att få utvecklas, och han trivs jättebra med sina nya arbetsuppgifter och kollegor.

Han har inga planer på att flytta, utan känner att detta är hemma – något vi på Nyhléns Hugosons är väldigt glada för.

”Företaget har varit väldigt stöttande i min vilja att utvecklas och hitta nya utmaningar.”

DANIEL SJÖBLOM





## Ekonomisk påverkan

**En hållbar ekonomisk utveckling ska ta hänsyn till jordens planetära gränser. Ekonomisk stabilitet är en förutsättning för att kunna ta ansvar för en långsiktig och hållbar utveckling av vårt samhälle.**

**Genom fokus på koncernens lönsamhet bidrar vi till en långsiktig och hållbar livsmedelsproduktion i Norrland med öppna landskap, en biologisk mångfald samt arbetstillfällen. Vårt lönsamhetsmål ska inte ske på bekostnad av miljömässig och social hållbarhet.**



# Ekonomiskt ansvar



**Vi strävar efter att bedriva en långsiktig verksamhet. För att möjliggöra detta krävs en god lönsamhet, inte bara för att trygga arbetstillfällena för våra anställda och våra leverantörer, utan även för att kunna fortsätta att återinvestera i våra bolag.**

Vår verksamhet bidrar till samhällsekonomin i stort, bland annat genom de arbetstillfällena vi skapar och som genererar skatt och sociala avgifter till Norrland. Vår verksamhet bidrar också till att våra bönder kan fortsätta bedriva sin verksamhet. På så sätt säkras vi tillgången till norrländsk råvara och bidrar till att bevara de norrländska landskapen öppna.

## INVESTERINGAR FÖR BÄTTRE PRODUKTER OCH ARBETSMILJÖ

Vi försöker hela tiden se möjligheter att förbättra processer inom vår tillverkning för att kunna möta trender och marknadens behov. Detta gör vi bland annat genom investeringar i maskiner som kan förbättra både våra arbetsprocesser och våra produkter och dess egenskaper.

Under 2022 har vi investerat i anläggningstillgångar med ca 11 mkr, bland annat en ny lastbil och en våningsvagn. Vi har även gjort ett antal investeringar som medfört förbättringar i arbetsmiljön, såsom en ny linjeläggare till en av våra produktionslinjer, samt ny konferensutrustning och andra inventarier till vårt nya huvudkontor.

## Våra leverantörer

Till vår verksamhet köper vi slaktdjur från hela Norrland. Vi har idag ca 10 leverantörer av gris och ca 525 leverantörer av nöt och lamm. Under år 2022 uppgick vår inköpskostnad för gris till ca 99 mkr och för nöt till ca 167 mkr. Inköpskostnaden för både gris och nöt ökade med ca 14 % vardera jämfört med år 2021, och detta beror främst på en ökad betalning till leverantörerna.

## REGELBUNDEN UPPFÖLJNING

För alla våra kritiska leverantörer av produkter och tjänster gör vi såväl leverantörsbedömningar som regelbunden uppföljning för att säkerställa miljöaspekter, kvalitet, produktsäkerhet och lagenlighet. Vi eftersträvar att i så stor utsträckning som möjligt använda oss av lokala leverantörer.

Vi utvärderar alla våra leverantörer med avseende på bland annat produktsäkerhet, miljöaspekter och vår uppförandekod, som bygger på FN:s globala 10 principer för hållbart företagande (Global Compact). Detta inkluderar även mänskliga rättigheter, arbetsvillkor, miljö och korruption.

Vår avsikt är att fortsätta bedriva ett långsiktigt och hållbart företagande i Norrland. Därför är det viktigt för oss att vårda relationen med våra leverantörer och vara en stabil affärspartner. Tillsammans med våra bönder skapar vi förutsättningar för ett levande och hållbart Norrland.

Norrlands ledande kött-och charkföretag





## Ansvarsfull verksamhet

Att bedriva livsmedelsproduktion är omgivet av strikta regelverk inom produktsäkerhet, djuromsorg och miljö. Vårt interna kvalitetsarbete säkerställer att vi efterlever gällande lagar och regler, och som företag strävar vi hela tiden efter ständiga förbättringar. På Nyhléns Hugosons accepterar vi inte någon form av korruption eller brott mot mänskliga rättigheter, och har heller aldrig blivit utsatta för detta, enligt vår kännedom.

### EN GEMENSAM UPPFÖRANDEKOD

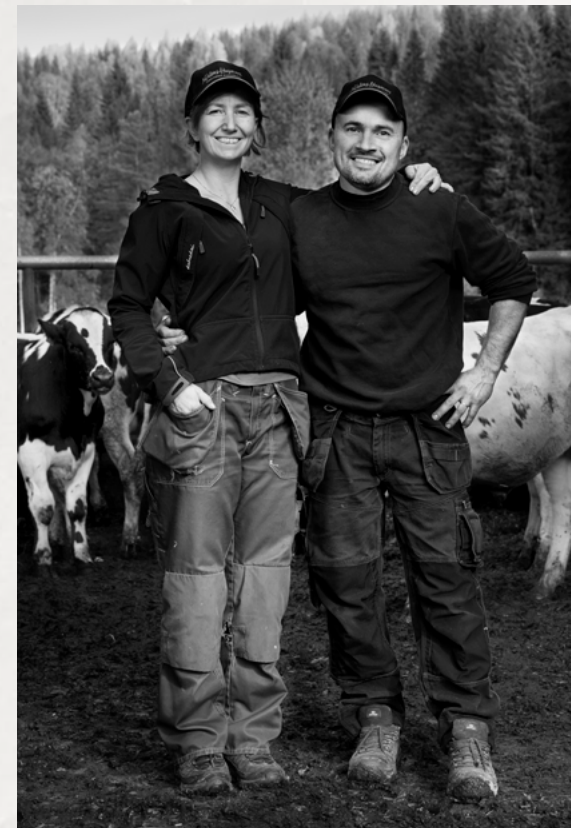
Nyhléns Hugosons har förbundit sig till att följa Kött- och Charkföretagens gemensamma uppförandekod. I denna uppförandekod är att bedriva ansvarsfull verksamhet och transparens, centrala utmaningar och fokusområden i den utveckling som sker inom livsmedelsbranschen. Endast ansvarsfulla företag kan vara framgångsrika i framtiden. Företag som bryter mot lagstiftning och avtal kan genom sitt handlande ge sig själva konkurrensfördelar på seriösa företags bekostnad, och kan skada förtroenden för hela branschen genom den negativa uppmärksamhet som ofta blir följden.

För att få stöd och råd i branschrelaterade frågor är vi medlemmar i branschorganisationerna Kött- och Charkföretagen, Svenska Köttföretagen och Livsmedelsföretagen.

## Stolta bönder på Nysäter Lantbruk

**Strax utanför Sundsvall** ligger gården där Daniel och Elin Bergström driver lantbruk. Här finns, förutom makarna och fyra barn, även 330 ungtjurar. Att jobba med djur och bo på landet var ett självklart val. Friheten till trots får de, precis som många andra barnfamiljer, pussla för att få vardagen att gå ihop. I synnerhet när det är vårbruk och skörd, då dagarna tenderar att bli långa.

Både Daniel och Elin är engagerade i frågor som rör djurens väl och den förebyggande djurhälsovården. Det är viktigt att djuren har det så bra som möjligt och får all den omsorg de behöver. Mycket tid läggs hos de små kalvarna för att få djuren att fungera bra hela vägen. Daniel och Elin menar att vi ska värna om den goda djurvälstånd vi har i Sverige, utan att skapa en förskönad bild av ständigt gröna ängar, sol och skuttande kor. De ser en stor utmaning i att klyftan växer mellan konsument och producent. Därför försöker de bjuda in till öppen gård någon gång om året.



”Vi har inget att dölja, man får titta i vartenda skrymsle och se hur kalvarna har det. Om man får komma ut och se att djuren har det bra, då är man kanske beredd att betala lite extra för en lokalproducerad köttbit.”

DANIEL BERGSTRÖM



## Våra långsiktiga hållbarhetsmål

Vi arbetar brett med hållbarhet men är noga med att sätta konkreta, avgränsade mål som vi löpande följer upp. Målen hjälper oss att skapa en långsiktigt lönsam verksamhet. Det är grunden till att vi finns och kan vara med och göra skillnad.

# 2030



är matsvinnet halverat i vår produktion



# 100%

fossilfria transporter till 2030



# 100%

återvinningsbart material 2030



Netto noll klimatavtryck för vår produktion till

# 2028



# 90%

stolta medarbetare till 2026





**Nyhléns Hugosons**  
NORRLÄNSKT MATHANTVERK

**Om ni har frågor eller vill veta mer om vårt  
hållbarhetsarbete är ni välkomna att kontakta oss:**

**Magnus Nilsson, VD**

[magnus.nilsson@hugosons.se](mailto:magnus.nilsson@hugosons.se)

**Anna Ahlqvist, Marknads- och hållbarhetschef**

[anna.ahlqvist@hugosons.se](mailto:anna.ahlqvist@hugosons.se)

**Katja Fredriksson, Kvalitetschef**

[katja.fredriksson@hugosons.se](mailto:katja.fredriksson@hugosons.se)

**Anna Andersson, Ekonomichef**

[anna.andersson@hugosons.se](mailto:anna.andersson@hugosons.se)

**Annika Gåhlin-Jones, Personalchef**

[annika.gahlin@hugosons.se](mailto:annika.gahlin@hugosons.se)

**VÄXEL 0920-775 00**

**E-POST [info@hugosons.se](mailto:info@hugosons.se)**

---

**POSTADRESS**

Nyhléns Hugosons

Box 921 • 971 28 Luleå