

I ÖVER 40 ÅR HAR VI LEVERERAT
MAT OCH DRYCK FRÅN HELA
VÄRLDEN TILL SVENSKA
MIDDAGSBORD



PiwaFood

HÅLLBARHETSRAPPORT

2025

INNEHÅLLSFÖRTECKNING



Inledning & syfte	03
Om oss	04
Ord från ledningen	05
Highlights 2025	06
Publika klimatmål	09
Hållbarhetsmål & fokusområden	10
Samhällsengagemang	14
Målsättningar	15
Leverantörer	16
Piwa Foods Code of Conduct	19
Resan fortsätter	20

INLEDNING & SYFTE

Denna hållbarhetsrapport sammanfattar Piwa Foods arbete och resultat inom hållbarhet under 2025. Syftet är att ge en transparent och tydlig bild av våra viktigaste initiativ, framsteg och utmaningar. Rapporten riktar sig till våra kunder, leverantörer, medarbetare och andra intressenter, som är intresserade av vårt hållbarhetsarbete.

Genom att redovisa vårt hållbarhetsarbete visar vi hur Piwa Food tar ansvar för miljö, sociala frågor och ansvarsfullt företagande i hela värdekedjan. Vår ambition är att vara en pålitlig och långsiktig partner som bidrar till en positiv utveckling – både för företaget och för samhället i stort.

Rapporten har sammanställts av kvalitetsansvarig på Piwa Food med stöd från ledningsgrupp och marknadsansvarig. Vid frågor eller funderingar kring rapporten är ni varmt välkomna att kontakta oss på info@piwafood.se.



OM OSS

Piwa Food har sedan 1984 varit en livsmedelsgrossist med en tydlig kärna i försäljning. Som säljbolag bygger vi vår verksamhet på långvariga relationer, ett relevant sortiment och en god förståelse för vad våra kunder efterfrågar.

Vår inköpsavdelning arbetar aktivt med att utveckla sortimentet och identifiera nya möjligheter genom nära samarbete med våra leverantörer. Samtidigt säkerställer logistik och lager att leveranserna fungerar smidigt och pålitligt. Kvalitetsavdelningen är en central del av verksamheten och arbetar löpande med att säkerställa efterlevnad av lagkrav, kundkrav och branschstandarder.

Framåt kommer vi att stärka vår säljavdelning ytterligare, då den är avgörande för vår fortsatta tillväxt och marknadsnärvaro. Genom att framåt utveckla vår säljorganisation skapar vi bättre förutsättningar att möta kundernas behov, hitta nya affärsmöjligheter och växa som företag.



16
MEDARBETARE



1984



STENKULLEN,
GÖTEBORG



ORD FRÅN LEDNINGEN

Med över 40 års erfarenhet från odlingsfält till konsument har vi verkat längs hela kedjan och successivt utvecklat vår verksamhet för att möta marknadens och omvärldens krav. Som familjeägt företag gör vi detta genom nära samarbeten med leverantörer och tydliga rutiner. Det stärker vår konkurrenskraft när klimat, materialval och socialt ansvar blir allt viktigare.

Efter den kraftiga prisstegringen i svensk dagligvaruhandel under föregående år finns tecken på avtagande inflation. Matpriserna är dock fortsatt höga och marginalerna pressade, vilket ställer ökade krav på effektivitet, flexibilitet och samarbete i hela värdekedjan.

Under 2025 har kraven på hållbarhet, transparens och spårbarhet fortsatt att öka, både från kunder och lagstiftning. Tydliga och dokumenterade klimatåtaganden har blivit en naturlig del av affären. Vi har därför under året stärkt vårt hållbarhetsarbete för att möta framtida krav och fortsätta utvecklas som en ansvarsfull aktör i livsmedelskedjan.

HIGHLIGHTS 2025

Leverantörs- och kundrelaterade insatser

- Anpassning till EUDR genom lansering av palmoljafri rostad lök, samt påbörjad kartläggning av EUDR-omfattade produkter.
- För att möta krav på mer ansvarsfull soja har vi under 2025 fattat beslut om att framåt kompensera för använd soja i våra produkter. Kompensationen sker genom köp av RTRS-krediter via svenska plattformen för riskgrödor.
- Implementering av publika klimatmål för att möta ökade krav från kunder på utsläppsminskningar och ökad transparens i värdekedjan.
- Förberedelser för anslutning till Science Based Targets initiative (SBTi). Ett ramverk för vetenskapligt baserade klimatmål och stärkt trovärdighet gentemot kunder och andra intressenter.
- Implementering av den nationella panthöjningen i nära samarbete med leverantörer och kunder för att stärka återvinning och cirkulära flöden.

HIGHLIGHTS 2025

Leverantörs- och kundrelaterade insatser

- I linje med PPWR fortsätter vi omställningen till mer cirkulära och återvinningsbara förpackningar. Målet är att alla förpackningar ska vara materialåtervinningsbara senast 2030.
- Vi förbereder oss för nya PFAS-krav och säkerställer dokumentation från leverantörer för att minska kemikalierisker.
- Samarbete med Matsmart In Scandinavia och Göteborgs Stadsmission för att minska matsvinn genom att ta vara på produkter som annars riskerar att kasseras.
- Deltagande i EU-finansierat energieffektiviseringsprojekt tillsammans med producent för att identifiera åtgärder som minskar energiförbrukning och miljöpåverkan i produktion.

HIGHLIGHTS 2025

Interna insatser inom Piwa Food

- Piwa Foods fordonsflotta är från 2025 100 % fossilfri. Laddstolpar på arbetsplatsen stödjer även övergången till elbilar.
- Nytt grönt hyresavtal med fastighetsägare med tydligt ESG-fokus och planerade energieffektiviserande åtgärder.
- Fortsatt arbete inom Klimatlöftet med fokus på tjänstebilar och tjänsteresor. Samt ökad analys av Piwa Foods roll och ansvar i livsmedelskedjan.
- Förlängning av elektronikens livslängd genom batteribyten samt återvinning eller återanvändning av utrustning.
- Investering i ny truck med litiumbatteri som ger säkrare laddning, snabbare drift, minskat underhåll och lägre energiförluster.

PUBLIKA KLIMATMÅL

Under 2025 påbörjades implementeringen av Piwa Foods publika klimatmål, i linje med kundernas ökade krav på utsläppsminskningar i värdekedjan. Publika klimatmål är en central del av vårt hållbarhetsarbete och visar att vi tar ansvar för att minska vår klimatpåverkan i hela värdekedjan.

Genom att sätta och följa upp konkreta mål enligt Science Based Targets initiative (SBTi) och rapportera våra framsteg öppet, stärker vi vår trovärdighet och möter de ökade krav som ställs från både kunder och lagstiftning.

Scope 1 & 2

- Vår fordonsflotta ska vara 100% fossilfri senast 2027. Ett mål som redan uppfyllts.
- All belysning i lager är LED, och kontoret uppgraderas senast 2027.
- Under 2025 har vi ingått ett grönt hyresavtal för att minska klimatpåverkan i fastigheten.

Scope 3

- Samtliga närtransporter ska vara fossilfria senast 2030.



HÅLLBARHETSMÅL & FOKUSOMRÅDEN



Vi är medvetna om att vår verksamhet påverkar miljön, både direkt och indirekt. Därför tar vi ansvar och arbetar för att göra vår del av värdekedjan så hållbar som möjligt. Vårt arbete utgår från krav och förväntningar från kunder, branschen och lagstiftningen, där kraven på spårbarhet, transparens och hållbarhet fortsätter att öka.

Vårt hållbarhetsarbete bidrar till Sveriges miljömål och FN:s globala mål. Som grossist utan egen produktion sker vår indirekta påverkan främst genom inköp och leverantörsval. Vår direkta påverkan sker genom den egna verksamheten i Sverige, exempelvis genom klimatutsläpp kopplade till transporter, lagerdrift och förpackningar.

Grunden i vårt hållbarhetsarbete utgår från fyra av FN:s globala mål som också har stark koppling till några av Sveriges miljömål. Dessa mål ger oss en tydlig riktning för hur vi kan bidra till en mer hållbar livsmedelskedja.

FN:s globala utvecklingsmål



Sveriges miljömål



SDG 8 – Anständiga arbetsvillkor och ekonomisk tillväxt

Vi värdesätter våra medarbetare och vill att alla ska känna trygghet, inkludering och utvecklingsmöjligheter. Vår Code of Conduct ställer krav på att leverantörer och deras underleverantörer erbjuder anständiga arbetsvillkor och skyddar arbetstagarnas rättigheter. För leverantörer i riskländer kräver vi regelbundna revisioner enligt BSCI och/eller SMETA, för att säkerställa etiska arbetsmetoder och undvika barnarbete, tvångsarbete samt hälso- och säkerhetsrisker.

Även om SDG 8 främst är ett socialt och ekonomiskt mål, bidrar vårt arbete med anständiga arbetsvillkor och inkludering indirekt till det svenska miljömålet God bebyggd miljö. Detta mål syftar till att skapa samhällen där människor kan leva och arbeta i hälsosamma, trygga och inkluderande miljöer.

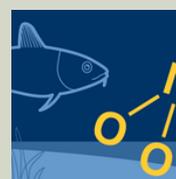


SDG 12 – Hållbar konsumtion och produktion

Som livsmedelsgrossist har vi en indirekt miljöpåverkan genom våra inköp och leverantörsval. Vi arbetar därför aktivt med att göra mer hållbara val och öka medvetenheten både internt och hos våra leverantörer.

Ett viktigt fokusområde är matsvinn, där FN:s globala mål anger att matsvinnet globalt ska halveras till 2030. Piwa Food kan påverka delar av värdekedjan, och därför är det viktigt att alla medarbetare arbetar aktivt för att minimera svinn i de processer vi själva ansvarar för.

SDG 12 är nära kopplat till Sveriges miljömål Begränsad klimatpåverkan och Ingen övergödning. Genom att minska matsvinn och göra medvetna inköpsval kan vi stärka en mer hållbar konsumtion och minska både vår direkta och indirekta påverkan på klimat och vattenmiljöer.



SDG 13 – Bekämpa klimatförändringar

Transporter är en central del av vår värdekedja och ett prioriterat fokusområde. Genom att minska utsläpp, arbeta mot en fossilfri fordonsflotta och öka energieffektiviteten minskar vi vår miljöpåverkan. Arbetet bidrar till FN:s globala mål 13 samt Sveriges miljömål Begränsad klimatpåverkan och Frisk luft.

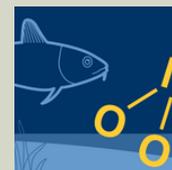


SDG 14 – Hav och marina resurser

Förpackningar är en viktig del av livsmedelskedjan och ska både skydda livsmedlets kvalitet och fungera i hela logistikkedjan. Genom att arbeta med mer återvinningsbara förpackningar minskar vi risken för nedskräpning av sjöar och hav, samtidigt som livsmedelssäkerhet och hållbarhet alltid säkerställs.

Piwa Food säljer inte fisk från hotade bestånd. Den fisk som ingår i vårt sortiment ska vara spårbar utifrån fiskezon och fiskemetod. På så sätt bidrar vi till att skydda den marina biologiska mångfalden.

Detta arbete bidrar till flera av Sveriges miljömål. Dessa inkluderar Ingen övergödning, Levande sjöar och vattendrag samt Ett rikt växt- och djurliv. Bidraget sker genom minskat plastläckage, förbättrad avfallshantering och ansvarsfulla inköpsval.



SAMHÄLLENGAGEMANG

Vi tar ett aktivt samhällsansvar och stödjer årligen lokala föreningar, organisationer och andra aktörer som bidrar till ett bättre samhälle. Under året har vi skänkt pengar till Cancerfonden och fortsatt vårt fokus på att stötta ungdomsidrotten. Vår julgåva gick även i år till den lokala ungdomsidrottsföreningen.



MÅLSÄTTNINGAR

Under 2026 kommer vi att fortsätta arbetet med att implementera och följa upp våra publika klimatmål, i linje med Science Based Targets initiative (SBTi). Genom vetenskapligt baserade mål stärker vi vårt klimatansvar och skapar en tydlig riktning för vårt fortsatta arbete.

För att uppnå långsiktiga förbättringar, fokuserar vi framåt på att minska vår klimatpåverkan inom energi, transporter och förpackningar. Ett prioriterat område är att bidra till mer cirkulära förpackningslösningar i enlighet med branschens gemensamma mål.

Vi har redan säkerställt att alla plastförpackningar som används inom våra kunders egna varumärken är materialåtervinningsbara, i enlighet med branschens mål inför 2025. Nästa steg är att nå 2030-målet där förpackningarna även ska tillverkas av förnybar eller återvunnen råvara.

LEVERANTÖRER

Vi har ett nära samarbete med våra leverantörer och genomför alltid en leverantörsbedömning före uppstart av nya samarbeten för att säkerställa en trygg och hållbar affär. Vi värdesätter långsiktiga relationer och arbetar i nära partnerskap med våra leverantörer för att tillsammans utveckla produkter och förpackningar som uppfyller våra kunders krav och framtida regelverk.

Harboe

Certifieringar: IFS Food, ISO 50001

Produkter: Öl

Piwa Food har distribuerat Harboes produkter i mer än 30 år och levererar även private label-produkter till våra kunder. Dessa produkter utgörs främst av alkoholfri-, lätt- och folköl. Harboes Bryggeri grundades år 1883 och är ett familjeföretag med produktionsanläggningar som är placerade i Skælskør (Danmark) och Darguner Brauerei GmbH (Tyskland), varav det förstnämnda är ett av de tre största bryggerierna i Danmark. Tillsammans levererar båda fabrikererna produkter som säljs i mer än 90 länder.

Harboes Bryggeri har ett pågående arbete med att reducera energiförbrukningen och minska svinn från produktion samtidigt som de fokuserar på hållbara förpackningslösningar och att jobba med social hållbarhet på sina egna anläggningar.





Certifieringar: IFS Food, EU Ekologisk, Rainforest Alliance
Produkter: Iste, frukt- och grönsaksjuicer

Pfanner är ett familjeägt företag från Österrike som grundades år 1856. De använder noggrant utvalda råvaror och majoriteten av deras produkter exporteras internationellt. Piwa Food har ansvaret för distributionen av Pfanners produkter på den svenska marknaden.

Pfanner har tre produktionsanläggningar där deras produkter tillverkas. Plastförpackningar till deras produkter består av 50% återvunnen PET. Deras sortiment inkluderar även dryckesprodukter förpackade i kartong, som är FSC-märkta för att garantera att skogen har förvaltats med hänsyn till ekonomiska, sociala och miljömässiga behov.



Certifieringar: BRC, IFS Food, ISO 9001, ISO 14001, RSPO, EU Ekologisk, Glutenfri tillverkning
Produkter: Kakor och kex samt fri från-produkter inom detta segment

Gullón är ett spanskt familjeföretag som startades 1892 och som erbjuder ett stort sortiment inom fri-från kategorin och hälsosamma kex. Det är idag en av Europas största och mest högteknologiska fabriker inom kategorin.



Certifieringar: IFS Food, RSPO

Produkter: Snacks, popcorn och fläsksvålar

OK Snacks grundades 1982 och har sedan starten fokuserat på att leverera världens bästa fläskprodukter. På den svenska marknaden återfinns varumärket Crispy som innehåller smakrika och krispiga snacks med god sälta.



Certifieringar: IFS Food, FSSC 22000, ISO 9001, RSPO

Produkter: Nudlar, instant pasta och smaksatt potatismos

Det internationella företaget Euro Food Service (EFS) är en av de största tillverkarna av snabbmatsprodukter i Europa. Företaget har många års erfarenhet av livsmedelsproduktion, samt av att skapa och utveckla moderna distributionssystem på marknaderna i Europa och MENA-länderna. De erbjuder konsumenter ett brett utbud av innovativa och teknologiska snabbmatsprodukter under varumärket REEVA, som distribueras och säljs av Piwa Food på den svenska marknaden.

PIWA FOODS CODE OF CONDUCT

För att försäkra oss om att våra leverantörer har goda arbetsvillkor, följer nationella lagar och regler ombuds de signera vår Code Of Conduct i samband med påbörjat samarbete. Denna uppförandekod innefattar de 10 generella principerna för mänskliga rättigheter, arbetsrätt, miljö och antikorrupktion. De baseras på ILO Konvention, FN:s deklaration om mänskliga rättigheter, FN:s barnkonvention och FN:s Global Compact.

Barnarbete

Vi tillåter inget barnarbete på någon av våra produktionsanläggningar.

Arbetsvillkor

Frivillig anställning är ett krav för de anställda och inget tvångsarbete eller diskriminering tillåts.

Lön, arbetstimmar och kontrakt

Anställda hos våra leverantörer ska ha anständiga arbetstider, rättvis ersättning och som minimum nationellt lagstadgad minimilön.

Anständig och säker arbetsplats

Arbetsplatsen ska vara hygienisk och säker för anställda.

Förhållanden utanför arbetsplats

Utöver att minimera negativ effekt på människors hälsa och miljö, ska nationell och internationell miljölagstiftning och -föreskrifter respekteras och relevanta utsläppstillstånd erhållas.

För animaliska produkter ska djuret ha hanteras i enlighet med aktuell nationell djurskyddslagstiftning.



RESAN FORTSÄTTER

Det primära i vår verksamhet är att leverera varor efter kundens önskemål och ständigt förbättra vårt miljö- och hållbarhetsarbete för att möta kundernas krav. Som säljdrivet bolag satsar vi framåt på att stärka säljavdelningen, skapa närmare kundrelationer och ta ett ännu större ansvar för hållbara affärer.

Kraven i livsmedelskedjan ökar, och även om vi själva ännu inte omfattas av rapporteringsplikt kommer vi under 2026 fortsätta att följa utvecklingen av CSRD noggrant. Det gör vi för att kunna stödja våra stora kunder i deras rapportering och för att förstå vilken struktur vi själva behöver förhålla oss till framöver.

Vi vill vara en aktör som visar att goda affärer och ett starkt hållbarhetsarbete kan gå hand i hand. Under året har vi tagit viktiga steg framåt, och vi är stolta över det vi har åstadkommit. Samtidigt är vi medvetna om att arbetet aldrig är färdigt. Det är tillsammans – med våra medarbetare, leverantörer och kunder – som vi fortsätter vår resa mot en mer hållbar framtid.