

Svenska Brasserier

Hållbarhetsberättelsen 2021

↓
Andra berättelse?
Ansvarstagande?



INNEHÅLLS- FÖRTECKNING

INTRODUKTION	1
- ÄR VI HÅLLBARA?	2
- VILKA ÄR VI?	3
- DET HÄR ÄR HÅLLBARHET FÖR OSS	4
- SAMMANFATTNING	5
RESULTAT	8
- HAV OCH MARINA RESURSER	10
- EKOSYSTEM OCH BIOLOGISK MÅNGFALD	17
- HÅLLBAR KONSUMTION OCH PRODUKTION	23
- JÄMLIKHET	33
- ANSTÄNDIGA ARBETSVILLKOR OCH EKONOMISK TILLVÄXT	41
SLUTORD	49



Introduction



Oj vad lite man visste där på vårkanten för två år sedan. Det många av oss trodde skulle vara över på några få månader fortsatte istället en bit in på 2022. I skrivande stund har restriktionerna i Sverige släppt men ovissheten hänger fortfarande kvar över en. Är vi tillbaka till det normala - eller är det här det nya normala? Det har hur som helst varit ett par omtumlande år med situationer och scenarion vi aldrig tidigare upplevt, men..

” ÄR VI TILLBAKA NU? ”

Vi står trots allt kvar! Stärkta av alla motgångar är vi redo att fylla våra lokaler så mycket det bara går med gäster igen. Och som ett avstamp inför vad än som komma skall passar vi på att blicka tillbaka till fjolåret i form av vår fjärde hållbarhetsberättelsen. Under ett tidigt skede av arbetet med den här rapporten hade vi en idé om att försöka utelämnas pandemin helt.



Men hur trötta vi än är på det där ordet som börjar på “c” är sanningen den att även vårt 2021 präglades av restriktioner, snabba vändningar, förhoppningar och besvikelser. Men trots - eller kanske tack vare - alla utmaningar vi ställts inför finns det gott om exempel på positiva förändringar vi kan samla kraft ifrån och bygga vidare på:

Vår odling har producerat mer grönsaker än någonsin, allt större andel av vår fisk är inköpt via auktion, vi har ökat gästernas möjligheter att ta hem vår mat enormt och vi har aldrig haft en lika jämställd konstnärsskara som ställt ut på våra restauranger.

Under de kommande sidorna kommer du också kunna läsa om hur många plasthandskar vi förbrukat, vilket kött vi handlat och hur många salladshuvuden vi odlat. Dessutom var det ju det där med en Michelinstjärna...

Ja, det är bara ett axplock av allt som vi kommer täcka in i den här hållbarhetsberättelsen. Jag hoppas du tycker den är lika intressant att läsa om som jag! Och tveka inte att höra av dig om du har frågor, funderingar eller bara vill säga hej.

Fanny Sturén, hållbarhetsansvarig
fanny@svenskabrosserier.se



VILKA ÄR VI?

2021 utgjordes Svenska Brassrier av sju restauranger. Aira på Djurgården, som nu är inne på sitt tredje år fortsätter sin stora succé. Emmer på Ulriksdals Vårdshus har numera öppet i princip året om, våra spök-kök har expanderat till fler platser runtom Stockholm och Sturehofs Matmarknad har ynglat av sig i Täby. Dessutom körde Riche sommarkrogen Riche Pelago på Djurgården. Svenska Brassrier är ständigt i rörelse!

A I R A

RICHE

ULRIKSDALS
VÄRDSHUS

emmer



Teatergrillen

STURE HOF

TAVERNA *Beille*


LUZETTE
STOCKHOLM CENTRALSTATION

VAD HÄNDE UNDER 2021?

.....
VI SÅLDE TOTALT

391.646

VARMRÄTTER

.....
VI KÖPTE MAT
& DRYCK FÖR

103
MILJONER
KRONOR

.....
VI OMSATTE

387
MILJONER
KRONOR

.....
VI SERVERADE

420.285

HUNGRIGA
MATGÄSTER

.....
VI VAR ARBETS-
GIVARE ÄT

359
FANTASTISKA
MEDARBETARE

.....
VI SÅLDE
TAKE-AWAY FÖR

20
MILJONER
KRONOR

DET HÄR ÄR HÅLLBARHET FÖR OSS

“Ju större ditt koldioxidavtryck är, desto större är din moraliska skyldighet. Ju större din plattform är, desto större är ditt ansvar”. Greta Thunbergs ord från 2019 och Världsekonomiskt forum i Davos resonerar väl med hur vi ser på vårt hållbarhetsarbete. När Svenska Brassierier växer och tar emot allt fler gäster, ja då växer även vårt ansvar.

Vårt perspektiv på hållbarhet är baserat på tre ben: miljö, människa och ekonomi. Alla är lika viktiga för att vi som företag ska kunna göra bra ifrån oss. För att även koppla vårt arbete till det större perspektivet har vi valt ut fem globala mål ur FN:s Agenda 2030 som bäst går att applicera på vår verksamhet, ett internationellt ramverk som det världsomfattande hållbarhetsarbetet grundar sig på.

Ska man vara riktigt noggrann är målen egentligen sex, men vi har valt att kombinera jämställdhet (mål 5) med minskad ojämlikhet (mål 10). Tillsammans med anständiga arbetsvillkor och ekonomisk tillväxt (mål 8), hållbar konsumtion och produktion (mål 12), hav och marina resurser (mål 14) och ekosystem och biologisk mångfald (mål 15) utgör de ryggraden i vårt hållbarhetsarbete - såväl som strukturen för den här rapporten.

DE MEST RELEVANTA GLOBALA
MÅLEN FÖR SVENSKA BRASSIERIER ÄR:

JÄMSTÄLLDHET

.....

ANSTÄNDIGA ARBETSVILLKOR & EKONOMISK TILLVÄXT

.....

MINSKAD OJÄMLIKHET

.....

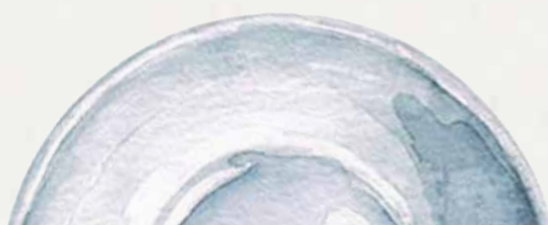
HÅLLBAR KONSUMTION & PRODUKTION

.....

HAV & MARINA RESURSER

.....

EKOSYSTEM & BIOLOGISK MÅNGFALD



SAMMANFATTNING

Om vi får säga det själva är den här rapporten fin nog att bara titta på och bläddra runt i, därför har vi valt att summera det allra viktigaste av innehållet nedan - så att du inte missar det.

Låt oss börja med det gröna, för vi är så himla stolta över att andelen grönsaker från vår egen odling fortsätter att öka och står nu för 9,5 procent av koncernens totala inköp av frukt och grönt. Det betyder att vi serverar vår egen sallad sex månader om året. Odlingen förser inte bara våra restauranger med grönsaker utan också blommor. Det innebär att vi är självförsörjande på den typen av växtlighet och eftersom mycket av det också torkas kan alla våra restauranger prydas med blommor och grönt året runt.

”
**60% AV
VÅRT KÖTT
ÄR SVENSKT**
”

En stor nyhet i fjolårets rapport var vår nya inköspolicy. Visst, det har varit trögt att implementera den men steg för steg agerar vi allt mer utifrån den. Ett av de viktigaste områdena i policyn handlar om kött. Kort sagt ska vi köpa svenskt - med några få undantag, som ECC-märkta kycklingen "Label Rouge" från

Frankrike. När vi nu summerar det gångna året är det tydligt att vi inte nått hela vägen fram då endast 60% av vårt kött är svenskt. Men vänder man på steken utgör ju det bra mycket mer än hälften vilket sporrar oss att fortsätta utmana våra kök till att handla både smart och hållbart.

LÄS INKÖSPOLICYN
PÅ VÅR HEMSIDA
SVENSKABRASSERIER.SE

När det kommer till fisk och skaldjur ser vi att inköpen börjar ta igen sig efter pandemin. Dessutom ökar andelen, om än sakta, av den fisk vi handlat via auktion. Det här är helt enkelt ett sundhetstecken som beror på att vi äntligen kan fylla våra restauranger med gäster igen. Däremot är laxen fortsatt ett litet sorgebarn för oss - 80 procent av all lax vi serverat är odlad i Norge. Vi är fast övertygade om att det finns bättre alternativ och tillsammans med vår inköpsavdelning fortsätter vi arbeta för att kunna erbjuda större variation på menyerna.

”
**VI SERVERAR
VÅR EGEN
SALLAD
HALVA
ÅRET OM**
”

Berättelsen om vår egen fiskebåt SM4 Tarona har du kunnat följa genom tidigare års hållbarhetsrapporter - det som började som ett nyfiket hobbyprojekt har med åren utvecklats till ett småskaligt fiske lett av vår kapten Rolf Nilsson. Närvaron i Östersjön ger oss kunskap och insikt om fiskets föränderliga natur - 2021 fick vi konkurrens av både säl och skarv i högförm som mumsade i sig så pass mycket fisk att vår totalfångst sjönk med ett halvt ton mot föregående år. Desto roligare är att vår lilla fiskebåt också fått delta i en rad spännande projekt med både forskare och myndigheter som vill utveckla vår havsmiljö.



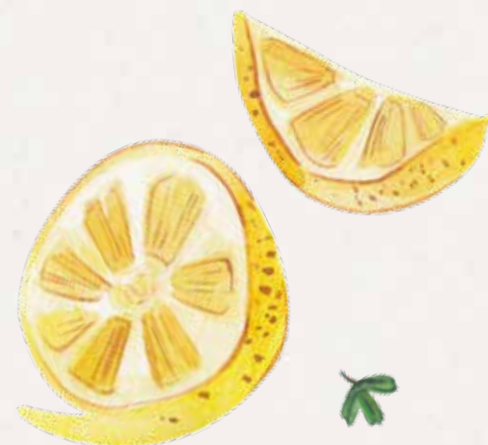
En viktig målsättning för oss på Svenska Brassierier är att verksamheten ska vara jämställd. Sedan vår första hållbarhetsrapport 2018 har vi varje år förbättrat oss en aning men fjolåret såg tyvärr en liten dipp - framför allt vad gäller könsbalansen bland våra avdelningschefer. Samtidigt ökar andelen kvinnor i våra kök vilket vi ser som ett väldigt bra tecken. Det här har historiskt sett varit en tydligt mansdominerad värld med höga trösklar att ta sig över. När vi så summerar fjolåret landar vi på samma nivå som året dessförinnan, tre av tio timmar arbetas av en kvinnlig medarbetare.

Det som började som en försiktig flört med möjligheten att erbjuda hämtmat för våra kunder har under 2021 utvecklats till en rejäl satsning vilket har gett stort resultat. Från pizza via kaviar till middagskassar är det numera enklare än någonsin att kunna avnjuta vår mat på dina villkor. Under fjolåret såg vi försäljningen av take-away

”
**ANDELEN
 KVINNOR I
 VÅRA KÖK
 HAR ÖKAT**
 ”

öka med 6 miljoner kronor, det är drygt 40 procent mer än året innan. Det kommer dock inte utan utmaningar, till exempel medför det en ordentlig ökning av engångsartiklar och där måste vi se över vad vi egentligen väljer att transportera maten i.

Sist men absolut inte minst var det ju det här med pandemin. Även om det kan kännas tjatigt tycker vi att det är viktigt att summera hur den här perioden har varit för oss. Hur mycket tid som har gått åt för att släcka bränder, osäkerheten i stöden och hur vi försökt hålla huvudet



över vattenytan när energin har varit låg. Förhoppningsvis kan vi efter den här sammanställningen lämna pandemin bakom oss och istället fokusera på det vår VD, Niklas Johansson, alltid säger - “Uppåt! Framåt!”



ORD FRÅN RESTAURANGCHEFEN



Jonathan Kasche

*Restaurangchef på Emmer och
Ulriksdals Vårdshus*

Vad tar ni med er från arbetet under pandemin?

- Vi har fått lära oss att vara anpassningsbara och inte ta något för givet. Men jag tror jag talar för alla att vi är glada för att den tiden är förbi!

Vad är du mest stolt över 2021?

- Såklart för att vi varje dag pushar och driver en restaurang vi tror på är framtiden. Men främst att vi för första året sedan Svenska Brassierier tog över Ulriksdals Vårdshus lyckades gå med lite vinst.

Vad är ditt fokus under 2022?

- För oss handlar det om att hitta en ekonomiskt hållbar situation som gör att vi kan fortsätta driva den restaurang vi vill under många år framöver, med en arbetsmiljö som våra medarbetare trivs och vill stanna i.

**PÅ EMMER GÖRS DET EGEN
KOMBUCHA, FÖRRA ÅRET BLEV DET
NÄRMARE BESTÄMT 240 LITER**



Result





HAV & MARINA RESURSER





Om det finns en sak vi vurmar lite extra för är det fisk och skaldjur, det är djupt rotat i Svenska Brasseriets DNA. Man kan säga att vår historia började när vi tog över Sturehof under 90-talet. På den tiden var det ett simpelt ölkafé och Stureplan var inte ett särskilt populärt besöksmål. Nu, sisådär 30 år senare är Sturehof en institution i Stockholms krog- och restaurangliv samtidigt som Stureplan är välbesökt av både turister och lokalbor. Och som du antagligen vet är fisken central på Sturehofs meny, vilket också inspirerat våra andra krogar.

Men nu är det ju inte så enkelt som att bara ställa sig och servera fisk och skaldjur, det kan faktiskt vem som helst göra. Vi tror att anledningen till att just vi blivit så framgångsrika är tiden och omsorgen vi lägger, inte bara i köken utan också vid själva valen av den fisk vi köper.

Våra inköp ska ske med hänsyn till både våra gästers och havens bästa. Det är här vår inköpare Niclas Lundgren kommer in. Varje morgon kommer han in till kontoret kl 05.00 och håller koll på de nordiska auktionerna för att säkerställa bästa möjliga fisk och skaldjur till alla våra kök.

Och vi kan konstatera att han har fått mycket mer att göra under 2021 jämfört med året innan, i takt med att gästerna strömmar tillbaka till våra restauranger har både fisk- och skaldjursinköpen ökat - även om vi är en bra bit ifrån volymerna under ett pandemifritt år.

Parallellt med det ökar andelen inhandlad fisk från auktion vilket är ett viktigt mål. Det innebär inte bara att fisken är färskare, vi kan också enklare spåra dess ursprung.

Vi ser alltså en återväxt vad gäller inköpen av fisk och skaldjur efter en vikande trend under pandemin. Däremot verkar suget på ostron ha dämpats något, men det handlar inte om att våra gäster har färre anledningar att fira då efterfrågan på både hummer och kaviar istället har ökat.



TOTALA INKÖP	2021	2020	2019
FISK	76 ^{TON}	60 ^{TON}	100 ^{TON}
SKALDJUR	25 ^{TON}	20 ^{TON}	36 ^{TON}
OSTRON	116.224 ST	138.263 ST	213.681 ST

Slutligen har vi ju vår lilla ögonsten, fiskebåten SM4 Taronasom för varje år blir en allt viktigare del av vår verksamhet. Vi skaffade den när det inte längre kändes hållbart att handla färdigfiléad fisk som dessutom transporterats långa sträckor, när vi har god tillgång i våra vatten bara några mil bort. Närheten till havet och den direkta närvaron i Östersjön ger oss dessutom ovärderlig kunskap och insikt om naturens föränderlighet och ekosystemens känslighet.

De allra flesta tycker nog att sälrar är söta men för vår fiskare Rolf Nilsson är de inga favoritdjur. Mycket av årets strömmingsfångst från SM4 Taronasom har uteblivit just på grund av sälarna. Den här påhittiga gynnaren är duktig på att förstöra näten och mumsa i sig av fisken vi fångat in. Det får den också hjälp med av skarven. Kustfågeln som även den gör fisket till en oberäknelig syssla.

Med det sagt har det fortfarande blivit en hel del fångst. Den stora utmaningen framåt är att försöka förlänga säsongen för SM4 Taronasom. Samtidigt vill vi utveckla kapaciteten i vårt eget fiskrenseri för att snabbt kunna växla upp och ta emot de enorma mängder strömming som det blir, vid det fåtalet tillfällen om året som den fångas in.

INKÖP AV FISK VIA AUKTION

2021

24 TON 23 877 KG

31% AV VÅRT TOTALA INKÖP

2020

16 TON 16 359 KG

27% AV VÅRT TOTALA INKÖP



Rolf Nilsson ombord på vår egen fiskebåt SM4 Taronasom

Även om volymen är något mindre än för två år sedan ökar den totala andelen av fisk och skaldjur som köpts direkt på auktion för varje år som går. En tredjedel av den kommer dessutom från Stockholms fiskauktion. Det ger färskare fisk med kortare transport och dessutom stöttar vi våra lokala fiskare.



Utöver att ta upp fisk har SM4 Tarona även blivit ett sätt att för oss att få möta och jobba med forskare och myndigheter kring fiskefrågor, vilket ju är en anledning till varför vi själva en gång i tiden valde att skaffa en fiskebåt. Under fjolåret har vi tagit emot många besök, allt från Hav- och Vattenmyndigheten via Länsstyrelsen till forskare från Sveriges Lantbruksuniversitet har varit med ombord så även om fångsten fick sig en törn är vi glada över att kunna bidra på vårt sätt till utvecklingen av våra hav.

PÅ SM4 TARONA FISKADES TOTALT

2021

1,5 TON / 1576KG
2% AV ALL FISK PÅ KONCERNEN

2020

2 TON / 2025KG
3,4% AV ALL FISK PÅ KONCERNEN

2021 utgjordes 1,4 ton (88 procent) av strömming. Dessutom hamnade även lite nors, sik, piggvar, abborre, öring och torsk i näten.

STRÖMMINGENS RESA...

En anledning till varför vi började fiska strömming själva var att vi helt enkelt ville servera färskare fisk. Istället för den kommersiella fiskebåtens långa omväg från Östersjön via Simrishamn och därefter Göteborg till Stockholm ser SM4 Tarona till att strömmingen bara reser några få mil innan den hamnar på tallriken.



Sex laxar i en laxask är lika mycket av en tungvrickare som den inköpta laxen är en svår fråga för oss. Våra gäster älskar lax. Men den norskodlade stämmer inte riktigt överens med vår syn på hållbart fiske, samtidigt som det finns ont om vettiga alternativ. Därför är vi försiktigt positiva över att våra inköp av lax gått ner samtidigt som andelen vild lax och regnbåge ökat något. I vår matbutik Sturehofs Matmarknad säljer vi ingen färsk odlad lax från Norge och ambitionen är att den modellen ska gälla för alla våra restauranger. Men det kommer ta tid då vi behöver hitta leverantörer som kan säkerställa jämn tillgång och kvalitet samtidigt som transporten är hållbar. Och framför allt måste det smaka bra!



INKÖP AV LAX

2021

22 TON 21.973 KG

29% AV VÅRT TOTALA INKÖP AV FISK

NORSK ODLAD STOD FÖR **86%**

14% VAR VILD LAX OCH ODLAD REGNBÅGE

2020

18 TON 17.728 KG

30% AV VÅRT TOTALA INKÖP AV FISK

NORSK ODLAD STOD FÖR **87%**

13% VAR VILD LAX OCH ODLAD REGNBÅGE



130 KG FIN KAVIAR

Finsmakarna och lyxlirarna verkar inte ha tonat ner sina vanor under pandemin - försäljningen av kaviar har faktiskt ökat under 2021. 130 kilo motsvarar ett värde på 1,1 miljoner kronor, det är lika mycket som en Tesla S-modell kostar. Åtta härliga kunder bidrog till den försäljningen genom att beställa hem kaviar via Uber Eats. Vroom vroom säger vi och fortsätter vår hemleverans av 30-gramsburkar med lyxig kaviar.

GRILLAD HEL FISK

BOQUERONES

STEKT INLAGD STRÖMMING

ÖRT- OCH VITLÖKSGRAVAD STRÖMMING

STRÖMMINGFILE

SENAPSSTRÖMMING

BÖCKLING

SOTARE

...STRÖMMINGENS RÄTTER...

ORD FRÅN RESTAURANGCHEFEN



Maria Carboni

Restaurangchef Luzette

Vad tar ni med er från arbetet under pandemin?

- Vi har tagit tillvara på tiden genom att se fram emot och förbereda oss för en fullsatt restaurang igen. Nya fantastiska menyer är skräddarsydda och vi har nya rutiner för stora sällskap.

Vad är du mest stolt över 2021?

- Att vi ligger väldigt bra till kring hållbar konsumtion och produktion. Vi är mycket noggranna med att ställa om våra menyer så att de passar odlingarna på Ulriksdals Vårdshus och följer inköspolicyn noggrant. Vi har även valt att inte servera anklever på vår restaurang.

Vad är ditt fokus under 2022?

- Vi vill stärka vår identitet och sätta Luzette på Stockholms matkarta. Vi ska vara ett levande och inspirerande brasserie av internationell klass.

**ÖVER 2500 OMELETTOR
SERVERADE PÅ ETT
ÅR KANSKE TALAR FÖR
BÄST I STAN?**





EKOSYSTEM & BIOLOGISK MÅNGFALD



I snart sex år har vi bedrivit odling på fältet vid Ulriksdals Vårdshus i Bergshamra. Ett stenkast från Haga är det här en idyllisk och naturnära plats som hämtad ur sagornas värld. Men framför allt är det här skådeplatsen för en dröm vi länge haft om att komma närmare maten, råvarorna och jorden. Precis som med vår fiskebåt är det här ett sätt för hela koncernen att se vår plats i ett större sammanhang, som en länk i kedjan som utgör matproduktion.

Och aldrig har vår odling gjort ett större avtryck än under 2021. En tiondel av allt frukt och grönt våra restauranger köpt in är odlad av oss själva. Det är en otrolig ökning sedan 2018 då odlingen bara räckte till tre procent av vår totala grönsakskonsumtion. Om du någon gång har odlat själv kanske du kan relatera till stoltheten och peppen vi känner över att kunna servera mat vi producerat själva, det smakar ju alltid några procent godare.



Vi odlar inte bara mer och med bättre kvalitet utan också fler - varje år testas de sex hjältarna, som vi kallar våra trädgårdsmästare med Maria Hult i spetsen, nya grönsakssorter att så. Men på samma sätt som att vårt fiske är påverkat av väder och vind är odlingen det också. En turbulent och omvälvande sommar med häftiga skiften från hagel till



sol och regn igen förstörde inte bara delar av skörden utan svämmade också över vårt trädgårdsland. Men tack vare trädgårdsmästarnas nära relation till våra kök kunde de förklara att zucchinin bara blivit lite prickig av hagel så att inget behövde gå till spillo bara för att det inte såg fint ut.



På odlingen jobbar vi med växelbruk, ett naturligt sätt att ge tillbaka näring till jorden och motverka skadedjur och sjukdomar. Så här såg odlingen ut 2021.

BRONSFÄNKÄLEN

ÄR EN FAVORIT HOS TRÄDGÅRDSMÄSTARNA. BLADET OCH BLOMMAN ANVÄNDS TILL MAT, TORKADE BLAD GÅR TILL TEBLANDNING PÅ EMMER OCH BLOMSTÄNGERNA FÅR STÅ I MATSALENS VASER. INGET SVINN HÄR INTE!



2536 ASKAR MED MIKROGRÖNT
LEVERERAT PÅ 32 VECKOR. MAGI PÅ TALLRIKEN SÄGER VI!



7300 SALLADSHUVUDEN
FEM OLIKA SORTER ODLAS 25 VECKOR OM ÅRET. DET ÄR 292 HUVUDEN PER VECKA!



60 KG NÄSSLOR
PLOCKADES VILT I NÄROMRÅDET UNDER 2021 OCH LEVERERADES TILL KÖKEN.



En stor nyhet på odlingen är att den nya droppbevattningen äntligen kommit på plats efter några års utveckling. Nu är den övre delen av odlingen helt bevattnad med den här tekniken som dessutom drivs av solceller. Droppbevattning minskar inte bara förbrukningen av vatten, det gör även växterna gladare och skapar en bättre arbetsmiljö för de sex hjältarna då inga tunga vattenslangar behöver kånkas runt.



Zinnia, rudbeckia, harsvans, tuppkam, solros, amaranter och rosenskära är bara några av alla de blommor man kan spana in om man besöker vår odling - som alltid är öppen för våra gäster. Ungefär en niondel av marken är tillägnad blommorna som pryder våra matsalar året om, antingen nyplöckade eller torkade efter säsong. Vi är så gott som självförsörjande på den här typen av växtlighet, så när som på amaryllisen under juletid som vi inte riktigt har möjlighet att odla i Solna.

Vi är inga förespråkare av veganism. Men vi är övertygade om att bättre kött i kombination med mindre portioner är något alla skulle må bra av, både människa och miljö. Med över 400.000 varmrätter serverade på ett år kan du förstå att vi hanterar väldigt stora volymer och även på en restaurang som Sturehof där fisken har huvudrollen är entrecôte en storsäljare. Därför handlar en stor del av vår inköspolicy om just kött.

Bra producerat kött bidrar till bättre biologisk mångfald, minskad användning av antibiotika och generellt ett mer hållbart jordbruk. Närodlat innebär mindre transporter

och utsläpp. Därför ska vi enligt vår inköspolicy endast köpa svenskt kött - med undantag för ECC-certifierad kyckling från Frankrike och vissa charkuterier. Fjolårets resultat innebar att 63 procent av allt vårt kött var svenskt. Här finns det rejäl förbättringspotential, samtidigt som vår inköpsstrategi är helt ny. Förändring tar trots allt tid.



63% AV ALLT INKÖPT
KÖTT ÄR SVENSKT

2021 KÖPTE VI IN
67 TON KÖTT

56% 20% 18% 4% 2%
NÖT FLÄSK FÄGEL LAMM VILT

ANDELEN SVENSKT

84% 70% 66% 65% 44%
VILT FLÄSK NÖT LAMM FÄGEL



STYCKNINGSDETALJER

• • • BASERAT PÅ KILO • • •

57% FÄRS- OCH
GRYTBITARÄDEL-
DETALJER 37%6% INÄLVOR, SKINN
OCH ANNAT

När det gäller hållbart kött vill vi utveckla och utbilda oss själva och våra gäster på andra delar av djuren än de klassiska äldedetaljerna. I och med det har vi börjat redovisa det här som en kategori för att kunna mäta och följa upp framöver. För att summera vill vi helt enkelt se både mer älg och mer hemgjord korv på gästernas tallrikar!

Vi vill också se en ökning av hållbart kött, det är här vilt kommer in.

Under fjolåret var vilt den kategori vi köpte allra mest svenskt utav, 84 procent. Målet här är såklart att allt vilt ska vara svenskt.

Vi vurmar för det vilda då det är ett nyttigare alternativ till både nö- och fläskkött. Det är magrare, innehåller mer mineraler och dessutom klimatsmart då ingen extra odlingsmark behövs.

Viltköttet köper vi bland annat från gårdarna Horn och Ekensberg i Sörmland och Adarsnäs i Uppland. Det är veterinärbesiktigt och hanterat i godkända slakterier. I framtiden vill vi själva delta i allt större utsträckning under jakten för att än mer kunna stå för vår egen råvaruförsörjning.



ORD FRÅN RESTAURANGCHEFEN



Maria Carboni

Restaurangchef på Taverna Brillo

Vad tar ni med er från arbetet under pandemin?

- Vi har omvärderat upplevelsen av ett restaurangbesök och byggt upp starka försäljningskanaler utanför den fysiska restaurangmiljön samtidigt som vi genomlyst vår verksamhet i allt från lokaler, utbud och pris. En tuff men mycket lärorik period för Taverna Brillo.

Vad är du mest stolt över 2021?

- Alla medarbetare på Taverna Brillo som från en dag till en annan fått ställa om verksamheten om och om igen med ändrade restriktioner och förutsättningar under pandemin. Det kräver energi och flexibilitet för att hela tiden ta nya tag och förhålla sig till nuläget.

Vad är ditt fokus under 2022?

- 2022 blir ett fantastiskt år och vi siktar på att vara en fantastisk och underhållande arbetsplats med trygga anställningar som också ska leda till ett jämnt och högt gästflöde och ekonomisk tillväxt.

**BRILLO SERVERAR INTE BARA
PIZZA - STORSÄLJAREN 2021
VAR FAKTISKT PAPPARDELLE
MED SVAMP**



HÅLLBAR KONSUMTION & PRODUKTION



När vi påbörjade vår resa mot att driva restaurang med mycket större medvetenhet om och fokus på hållbarhet visste vi att det inte skulle vara lätt. Omställningen till hållbar konsumtion och produktion är helt enkelt en komplex och snårig skog. Men målet i slutändan är att minska vår påverkan på miljö och klimat men även människors hälsa så gott vi kan. Vi ser det som vår skyldighet.

Man brukar säga att en tredjedel av all producerad mat i världen går till spillo. Matsvinnet är därför en global utmaning som alla står inför och där är vi själva såklart inte oskyldiga. Sedan flera år tillbaka har köken försökt

sortera matsvinnet på samtliga krogar men med tiden har vi märkt att det slarvats och mycket av svinnet ändå hamnat i soporna.

Därför är vår hantering av matsvinn ett av våra stora fokusområden för 2022, främst genom att väga den mat som slängs så att vi både får ut vikt och summa på det som går till spillo. Det handlar inte bara om att tvinga in en ny rutin utan också utbilda vår personal för att ge dem en bättre förståelse för syftet med sorteringen. Det här hoppas vi mynnar ut i ett konkret arbetssätt som du kan läsa om i nästa års rapport. Till dess kan



du få reda på vad som serverats i glasen och kopporna på våra krogar, hur mycket vegetariskt vi faktiskt sålt och självklart följer vi upp plasthandskarna från den ofantligt höga siffran förra året.

Kanske är det pandemin som gjort att våra gäster (och våra medarbetare) känner sig lite låga och behöver mer java i både kopp och kropp. För trots att vi inte haft fler matgäster har förbrukningen av kaffe gått upp från föregående år. Det mesta av vårt kaffe och te kommer från Bergstrands Rosteri. Precis som med vinerna jobbas det här med olika typer av märkningar, som Fairtrade, Krav och Rainforest Alliance.

2021 KÖPTE VI IN

2,5 TON
BRYGGKAFFE

• • 200KG MER ÄN 2020 • •

2,4 TON
ESPRESSOBÖNOR

• • 300KG MER ÄN 2020 • •

6830ST TE-
PÅSAR

• • 930ST MER ÄN 2020 • •



Ett av våra äldsta och närmaste samarbeten är det vi har med Jean-Luc Colombo som producerar vårt husvin sedan nästan 15 år tillbaka. Jean-Luc startade sin vinverksamhet under 80-talet i Cornas, Frankrike och tillsammans med sin familj driver han den än idag. Jean-Lucs dotter Laure började arbeta vid sidan om sin far 2010 och tack vare henne har gården konstant strävat åt att arbeta än mer hållbart och tillsammans ser de till att ständigt expandera och utvecklas.

Till exempel använder de endast naturlig bevattning, undviker kemiska bekämpningsmedel och värnar dessutom om den biologiska mångfalden genom att plantera andra typer av växter kring gårdarna. Det här ger inte bara rankorna ett naturligt vindskydd utan attraherar även bra insekter. Genom att förpacka vinet i lättviktsglas minskar dessutom utsläppen från transporterna. Även om alla Colombos vinrankor är ekologiskt certifierade köper de ibland in druvor från sina odlingsgrannar och därför är inte hela Jean-Lucs sortiment helt ekologiskt, men nära nog. Ett riktigt drömsamarbete!

VI HAR TOTALT 125 OLIKA VINER PÅ GLAS INOM KONCERNEN

2021 VAR 20% AV DEM HÅLLBART MÄRKTA. I FJOL VAR DET 26%.



För varje år som går erbjuder vi färre och färre viner med hållbarhetsmärkning. Samtidigt vet vi att våra sommelierer arbetar nära våra vinleverantörer och ser den vägen till att vinerna vi köper in är producerade på ett reko vis. Vi vet också att märkningar särskilt inom dryck är knepiga och ibland kanske det rent av är bättre att istället ha en nära relation till sin producent.

Samtidigt har den här typen av märkningar ett stort symbolvärde, utöver den garant det är för en schysst produktionsprocess. Inom koncernen är Emmer bäst i klassen med hela 71 procent certifierade viner. Dessutom började de under fjolåret arbeta med KeyKegs som är en lösning för vin på fat. Det innebär färre förpackningar, hållbara transporter och mindre svinn - utan att göra avkall på kvaliteten. En vin-vin helt enkelt!



Cornas Les Ruchets

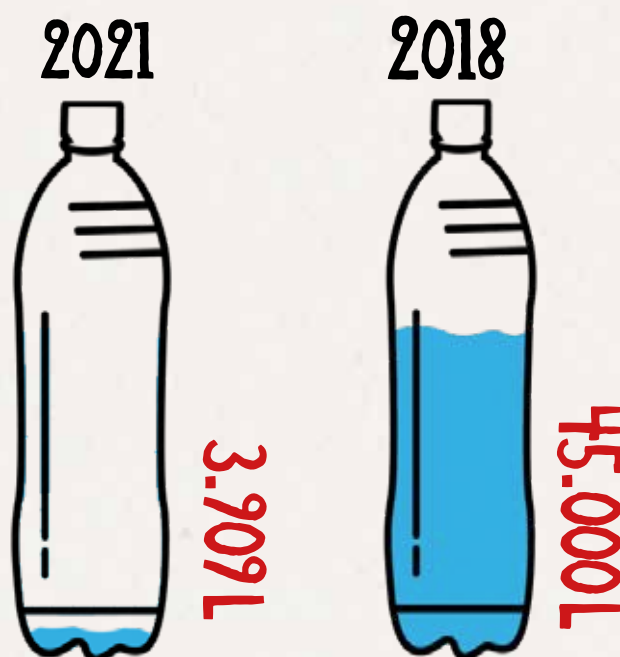


Laure Colombo, vinproducent



För några år sedan insåg vi att mängden flaskvatten som serverades på våra restauranger var totalt orimlig. Ur miljösynpunkt känns det nästan barockt att sälja bubbelvatten från utlandet, även arbetsmiljön påverkas av allt släpande i matsalarna. Därför bestämde vi oss för att gå över till Thoreau. Det är ett slags sodastream för restauranger, där vattnet både filtreras och kolsyras på plats. Till följd av det har inköpen minskat med 91 procent på tre år - det ser vi som en stor succé. Kanske är det här sista gången vi skriver om flaskvatten i den här rapporten för nu börjar volymen faktiskt bli näst intill obefintlig.

FÖRSÄLJNING AV FLASKVATTEN



I FJOL ANVÄNDES 181.300
STYCKEN PLASTHANDSKAR

56% MINDRE
ÄN 2020 DÅ 409.150 BRUKADES

I sviterna av pandemin steg användandet av förbrukningsvaror som handsprit och plasthandskar - under fjolåret såg vi dock en ordentlig minskning av framför allt engångsplasten. Det är för tidigt att säga om det beror på ett ändrat beteende bland vår personal eller om den globala tillgången på handskar begränsats kraftigt. Det återstår att se till nästa års rapport då vi kan jämföra siffrorna ytterligare.



De senaste två åren har intresset för take-away såväl som middagskassar fått en rejäl skjuts inom hela restaurangbranschen. Det här har märkts tydligt hos oss på Svenska Brassierier. Inte bara för att försäljningssiffrorna har gått spikrakt upp utan också för att vår verksamhet utvecklats efter det här nya behovet.

Under fjolåret öppnade till exempel Sturehofs Matmarknad en ny filial i Täby, vilket gör att maten som lagas av Sturehofs kockar når betydligt fler.

Therese Roos, som bossar på Sturehofs Matmarknad, får hela tiden mer och mer att göra vilket både hon och vi tycker är kul.

Dessutom har vi nu öppnat totalt tre så kallade spök-kök för att öka kvaliteten på vår hämtmat. Istället för att maten alltid ska levereras från Stureplan - oavsett vart kunden bor, möjliggör spök-köken att köttbullarna från Riche, pastan från Taverna Brillo eller skagenröran från Sturehof tillagas och levereras inom en radie av bara någon enstaka kilometer. Ju färskare desto godare, det är ju sen gammalt.



Therese Roos, butikschef

SPÖK-KÖK KOMMER FRÅN ENGELSKANS GHOST KITCHEN OCH ÄR ETT RESTAURANGKÖK DÄR DU LAGAR MAT FÖR LEVERANS ISTÄLLET FÖR SERVERING PÅ PLATS.



”

TAKE-AWAY & FÄRDIGA MIDDAGSKASSAR

10.849 LEVERANSER FRÅN VÅRA SPÖK-KÖK SKEDDE UNDER 2021 (10.000 ÅR 2020)

5210

PIZZOR

HÄMTADES UPP PÅ TAVERNA BRILLO

22.385

MIDDAGSKASSAR

PRODUCERADES PÅ STUREHOFS MATMARKNAD AV DRYGT 6000 HEMLEVERANSER AV MIDDAGSKASSAR VAR 35% MILJÖVÄNLIGA, ALLTSÅ CYKEL ELLER ELCYKEL!

STUREHOFS MATMARKNAD ANVÄNDER SIG AV KARMA FÖR ATT MINSKA MATSVINNET - **936** KÖP BLEV DET I FJOL.



DESSUTOM LEVERERADES **1594** STYCKEN JULKASSAR HEM - FÖR DEN SOM INTE ORKAR LAGA JULMATEN SJÄLV.

Det är tydligt att det här med att köpa hem bra och vällagad mat är en trend som kommer stanna. Det bemöter vi genom att öppna ännu fler spök-kök och matmarknader. Dessutom ska vi under året testa att stå för hemleveransen själva för att inte bara ha kontroll över kvaliteten på maten utan också anställningsvillkoren för medarbetarna.

14% AV VÅRA SERVERADE
VARMRÄTTER VAR
VEGETARISKA OCH VEGANSKA

2020 - 16% • 2019 - 13% • 2018 - 11%

Vi ser en svag tillbakagång vad gäller de vegetariska och veganska varmrätterna mot åren innan. Vad vi vet sedan tidigare är att många gäster väljer att äta vegetariskt till lunch, men under pandemin har lunchbesöken minskat vilket kan vara en förklaring till siffran som vi nu ser. Samtidigt ökar utbudet av vegetariskt och veganskt på våra menyer, till exempel har Sturehof numera minst en vegetarisk "dagens".



UNDER 2021 KÖPTE VI

72.845

PAPPERSKASSAR
ÅR 2020 VAR DET 50.000

134.350

SILLBURKAR & LOCK
I HÄRDPLAST. ÅR 2020 VAR DET 110.000

117 780

"HOT&COLD" FÖRPACKNINGAR
ÅR 2020 VAR DET 12.000

10 gånger fler så kallade "Hot&cold"-förpackningar gick alltså åt under 2021 jämfört med året innan. Det är inom området förpackningar som den ökade efterfrågan på hämtmat blir som allra tydligast. Och det är inte bara matlådorna som ökat, vi köpte även in nästan dubbelt så många papperskassar och 20 procent fler sillburkar - alltså burkar i hårdplast som vi använder till det mesta.

ORD FRÅN RESTAURANGCHEFEN

Matilda Jackson

Restaurangchef på Riche och Teatergrillen

Vad tar ni med er från arbetet under pandemin?

- Vår viktigaste lärdom kommer från sommarprojektet Riche Pelago där vi lärde oss att det går att ha ett mycket mer effektivt kök med en mindre meny.

Vad är du mest stolt över 2021?

- Jag är otroligt glad och stolt att vi lyckats ta oss igenom pandemin utan att avsluta i princip en enda anställning. Det har verkligen visat sig att vi är den trygga, stabila arbetsgivare som vi vill vara.

Vad är ditt fokus under 2022?

- Vårt fokus ligger på vår personal, att skapa en bättre arbetsmiljö och se till att alla känner sig motiverade

**KÖTTBULLARNA ÄR
RIKTIGT POPULÄRA PÅ
RICHE - ÖVER 15.000
PORTIONER RULLADES
AV KOCKARNA I FJOL**









JÄMSTÄLLDHET & MINSKAD OJÄMLIKHET



Jämställdhet, alltså fördelning mellan kön, är en fråga vi arbetat med i flera år. Branschen är i många avseenden mansdominerad och vi vill visa att det går att verka på andra sätt. Men ska vi vara helt ärliga har det gått trögt på den här punkten när vi nu summerar året och jämför utvecklingen med tidigare år.

Det är enkelt att skylla på pandemin. De senaste två åren har varit långt ifrån det vanliga och istället för att kunna fokusera på framtiden har vi dagligen kämpat för vår överlevnad. När vi nu återgår till ett normalläge är det därför viktigt att vi tar ett rejält tag om de här frågorna. Det finns flera initiativ i branschen, både lokala och globala, så vi är inte ensamma att tycka att jämställdhet är angeläget. Frågan är, vad gör just vi åt det?

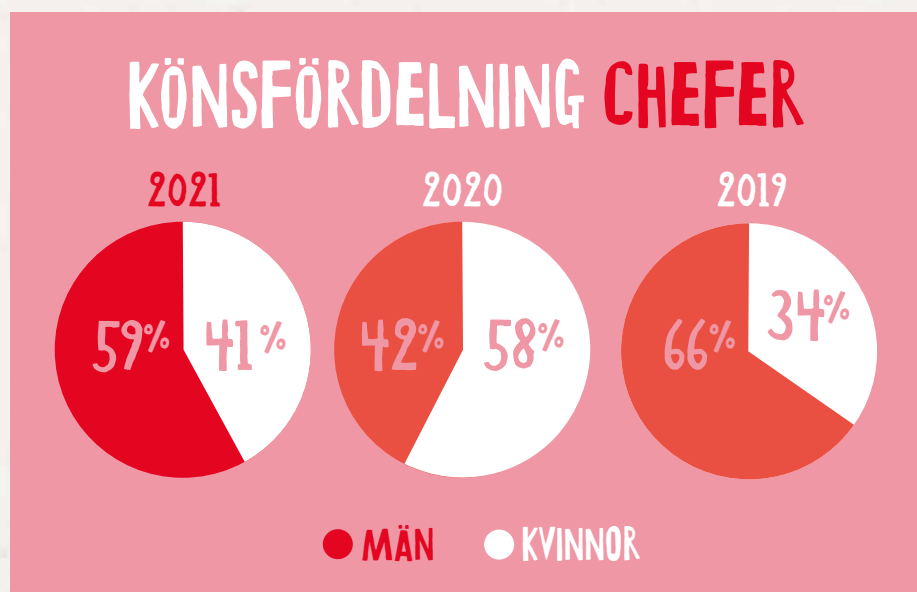
I fjol berättade vi om den nya föräldrapengen, vårt initiativ där vi toppar upp lönen för dem som väljer att vara hemma med sina barn. Vi vill vara en arbetsgivare som backar våra anställda när de väljer att skaffa barn. Därför är vi mycket stolta att det sedan förra året redan är 13 personer som valt att stanna hemma med barnen och toppat upp sin lön via oss.



Maria Carboni, restaurangchef



Även om vi har ett uttalat mål om mer jämställt ledarskap inom koncernen visade fjolåret en negativ trend. Man ska ha med sig att siffrorna fluktuerar kraftigt då antalet individer som mäts inte är särskilt många. Restaurangcheferna ligger förvisso på en stadig nivå men inom övrigt ledarskap pekar kurvan nedåt. Med tanke på mansdominansen totalt sett inom koncernen är sammansättningen av chefer en viktig del för att driva igenom förändring.



Som du kan läsa ut av statistiken har det i det stora hela inte hänt särskilt mycket vad gäller könsfördelningen på våra restauranger - räknar man i antalet arbetade timmar står våra kvinnliga medarbetare totalt för tre av tio. Tittar vi lite djupare ser vi dock en ökning av kvinnor i våra kök - köken som historiskt sett varit den allra svåraste sektorn att bryta mansdominansen i. Det är en glädjande trend, samtidigt ser vi en minskning av kvinnor i samtliga resterande roller i vårt företag. Ett steg fram, två steg bak.

**TOTALT ARBETADE
TIMMAR ÅR 2021** **513.000**

UPPDELAT PÅ AVDELNING:

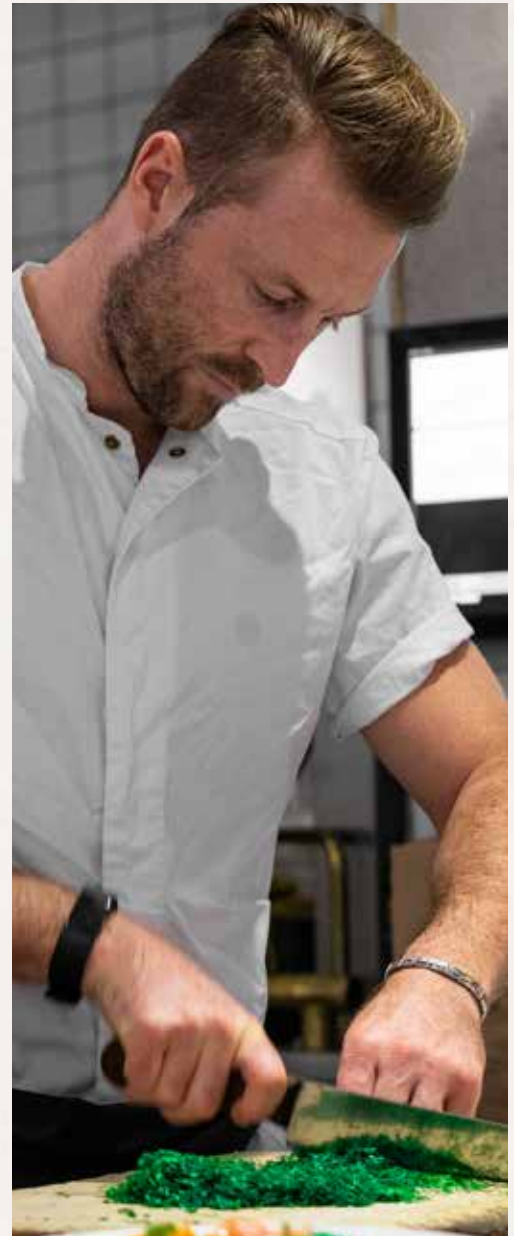
BAR	84% MÄN	16% KVINNOR
	2020 83%	17%

MATSAL	55% MÄN	45% KVINNOR
	2020 51%	49%

KÖK	75% MÄN	25% KVINNOR
	2020 80%	20%

ÖVRIGT	66% MÄN	44% KVINNOR
	2020 60%	40%

TOTALT	67% MÄN	33% KVINNOR
	2020 67%	33%



Under 2021 var 44 procent av alla nyanställningar kvinnor vilket är glädjande. Dessvärre verkar det inte synas på antalet arbetade timmar, vi hoppas det jämnas ut till nästa år.

Vi ser också att åldersfördelningen bland våra medarbetare skiftat något mot föregående år - andelen i de äldre åldersgrupperna har ökat och därmed har spridningen jämnats ut. Det ser vi som en styrka, en dynamisk arbetsplats med utbyte mellan generationer är en resurs som vi vill främja.

Utöver jämställdhet, eller könsfördelning, är jämlikhet minst lika viktigt för oss. Men det är ett område som är betydligt svårare att mäta. Svensk lag ger oss ingen möjlighet att till exempel registrera våra medarbetares etnicitet, så som vi kan föra uppgifter om kön. Därför kan vi inte basera vårt jämlikhetsarbete på data och den vägen följa utvecklingen.

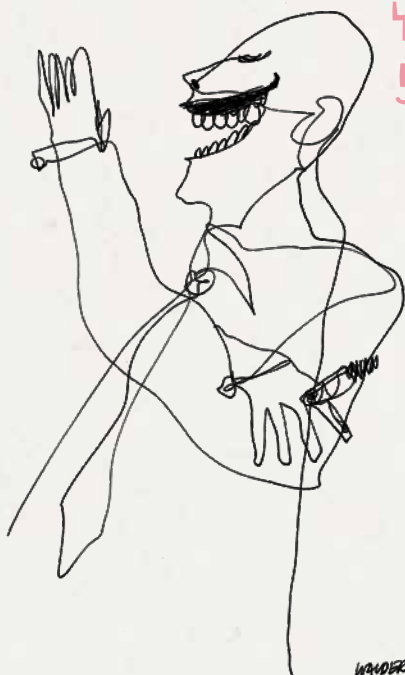
Istället får vi vara kreativa på andra sätt. Ett sånt är att använda vår koncern som en integrationsmotor och hjälpa människor som vanligtvis står utanför arbetsmarknaden att få en väg in. Det är något vi arbetat aktivt med i flera år och under fjolåret lyckades vi hjälpa tre individer, inte bara med en anställning utan också arbetstillstånd. Vi har också startat ett samarbete med en ny partner som under 2022 ska hjälpa oss att nå ut i ännu fler kanaler och utveckla det här området med oss. Vi ser fram emot att följa upp det i nästa års rapport.

ÅLDERSFÖRDELNING ANSTÄLLDA

	2021	2020
<19 ÅR	1%	1%
20-29 ÅR	38%	48%
30-39 ÅR	28%	31%
40-49 ÅR	22%	14%
50-59 ÅR	8%	5%
60 ÅR >	3%	1%

<19 ÅR
20-29 ÅR
30-39 ÅR
40-49 ÅR
50-59 ÅR
60 ÅR >

Åstebro? Ha ha ha
ha ha ha!



Kikar vi på fördelningen av ålder hos våra medarbetare är det tydligt att det har jämnats ut mellan segmenten. Vi vill vara en arbetsplats där unga såväl som gamla vill etablera sig inom och stanna kvar på, särskilt de allra äldsta som kan se pensionen hägra. Utbyte mellan generationer och erfarenheter anser vi vara en stor tillgång och något vi som företag tjänar på, till skillnad från en allt för homogen arbetsgrupp.

Vi är inte bara en koncern som sysslar med mat - kultur är en annan central del av vårt DNA. Till oss kommer du alltså inte bara för att äta en god bit mat och dricka ett gott glas, du kan även se en konstutställning, gå på konsert eller dansa till en DJ. Det är den här kombinationen som vi tror gör våra restauranger unika och varför de har blivit så populära. Visst, idag är det många krogar som erbjuder musik och konst men vi vill ändå slå oss på bröstet och hävda att vi var bland de första i Sverige med att samla den här typen av upplevelser under ett och samma tak. Det är därför Lilla Baren på Riche eller O-baren kan betraktas som institutioner i Stockholms kulturliv idag.

Men som du vet har pandemin inte bara slagit hårt mot restaurangbranschen, kulturen har även den fått lida. Det märks inte minst när vi summerar fjolårets evenemang på våra egna scener. Under 2021 erbjöd vi ynka 34 livespelningar, vilket kan jämföras med 151 stycken år 2019. Begränsade öppettider och minskad budget påverkade tyvärr vårt kulturutbud. Men det har inte stoppat kreativiteten som alltid hittar nya vägar, under fjolåret var till exempel Lilla Baren på Riche med och släppte fem olika skivor med artister som Jay-Jay Johansson, Själen och Virke.



UNDER 2021 ERBJÖD VI 305 DJ-SPELNINGAR



KÖNSFÖRDELNING MELLAN VÅRA DJ: S



2021	70% MÄN	30% KVINNOR
2020	62% MÄN	38% KVINNOR
2019	62% MÄN	38% KVINNOR

STATISTIKEN ÄR ENDAST BASERAD PÅ KÖNSIDENTIFIERADE NAMN

Precis som med livemusiken har DJ-verksamheten sett en rejäl minskning mot tidigare år. 2019 erbjöd vi 830 DJ-spelningar vilket är mer än dubbelt så många som i fjol. Men är det en ursäkt för sämre könsfördelning? Det tycker vi verkligen inte! Fjolåret blev vårt mest ojämsställda i DJ-båsen sedan vi började mäta och redovisa de här siffrorna. Därför har vi nya bokare på plats på både Riche och Taverna Brillo som vi hoppas ska hjälpa oss att vända på den här trenden.



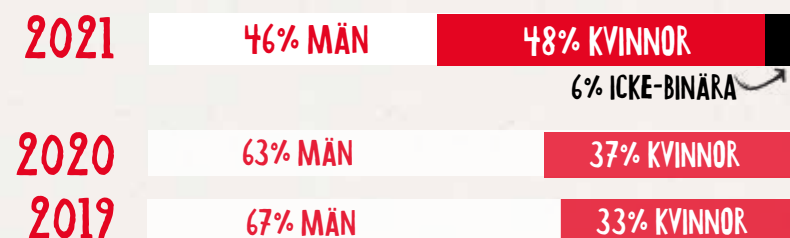
Calle Carboni,
konstansvarig





TOTALT ANTAL 35
UTSTÄLLNINGAR ÅR 2021

KÖNSFÖRDELNING MELLAN KONSTNÄRER



Vi älskar inte bara musik, vi är också väldigt passionerade för konst. Så pass mycket att vi antagligen är den enda restaurangkoncernen som har en medarbetare som uteslutande jobbar med konst. Calle Carboni heter han och ser till att vår permanenta konstsamling växer år för år och tar ständigt initiativ till intressanta samarbeten med en bred skara konstnärer. Ett populärt exempel från i fjol var eleverna från Handarbetets vänner, en av få skolor som fortfarande lär ut textilt hantverk, som fick göra om textilierna på Jonas Bohllins lampor på Taverna Brillo.

Konstnären Susanne Vollmer har ett intresse för hur vi uppfattar och tolkar vår omvärld och ställde ut teckningar på Ulriksdals Vårdshus där hon

presenterade växter som innehåller hallucinogena substanser. Stjärnskottet Yngvild Saeter hade en utställning på Lilla Baren på Riche där åskådarna mötte taktila och skulpterade föremål gjorda av motorcykeldelar, metallnitar, kedjor och pälsbitar.



HAR DU NÅGON GÅNG BLIVIT OROLIG FÖR ATT DITT TOABESÖK PÅ RICHE SKA FILMAS MED ÖVERVAKNINGSKAMERA OCH SYNAS PÅ TV-SKÄRMEN UTANFÖR?

DU KAN VARA LUGN, DET ÄR BARA ETT SKÄMT. DET ÄR I SJÄLVA VERKET ETT KONSTVERK, SAFE ZONES NO. 8, GJORT AV JONAS DAHLBERG OCH SOM SUTTIT DÄR SEDAN 2003.

Efter några år med förbättringspotential är vi glada att se fjolårets resultat som nästintill är helt jämställt. Dessutom är vi stolta över att inte bara representera kvinnor och män utan att även icke-binära får ta plats i våra lokaler.

För tredje året i rad bjöd Ulriksdals Vårdshus in organisationen Ensamma Mammor för att äta julbord. Nästan 100 ensamstående mammor med barn kom till vårdshuset på annandagen för att avnjuta julbordet som vanliga gäster - men på vår bekostnad förstås. Det här initiativet kommer från insikten om det matsvinn julbordet leder till och istället för att slänga överbliven mat kan vi göra något gott och ge de här familjerna en extra lyxig jul.

Barn till ensamma mammor
EN DEL AV FRYSHUSET

ORD FRÅN RESTAURANGCHEFEN



Angelica Lindberg

Restaurangchef på Sturehof

Vad tar ni med er från arbetet under pandemin?

- Vi har lärt oss att samarbeta mer över avdelningarna och att snabbt kunna ställa om både vad gäller schema och bemanning. Nu känner vi oss stärkta och börjar landa i en ny vardag med högre tryck.

Vad är du mest stolt över 2021?

- Att vi under de allra tuffaste perioderna ändå lyckades behålla all vår personal och säkrat deras arbete, det är vi otroligt stolta över. Vi utökade även vår uteservering för att se till gästernas behov att kunna sitta mer avskilt och utomhus.

Vad är ditt fokus under 2022?

- Att få en bättre överblick över vårt svinn både vad gäller mat och dryck - och sätta stopp för det. Vi vill också öka vårt NPS och fortsätta utveckla vår butik med ett ännu härligare utbud.

**APROPÅ LAXEN
- NÄSTAN 12.000 PORTIONER
RIMMAD LAX MED DILLSTUVAD
POTATIS GICK UT FRÅN KÖKET
PÅ STUREHOF**





STURE HOF



STURE HOF

ANSTÄNDIGA ARBETSVILLKOR & EKONOMISK TILLVÄXT



Det avslutande kapitlet av den här hållbarhetsrapporten kommer framför allt handla om effekterna av pandemin. För ska vi prata om ekonomisk tillväxt är det omöjligt att utelämna de utmaningar vi stått inför de senaste två åren, hur verkligheten sett ut när man driver restaurangföretag och vilka av stöden som politikerna lovade vi egentligen fått ta del av.

Samtidigt vill vi också lyfta det positiva, som att **koncernen har fått sin första Guide Michelin-stjärna** eller att våra gäster trots alla utmaningar verkar mer nöjda med sina besök hos oss än någonsin tidigare. Vi vill också visa på hur våra medarbetare utvecklats och utbildats. Däremot kan vi inte redogöra för någon medarbetarundersökning. Delvis på grund av pandemin, delvis på grund av nytillträdda ansvariga kommer årets undersökning gå ut först efter den här rapporten tryckts. Vi ser därför fram emot att visa dig resultatet nästa år istället.



2021 VAR KONCERNENS GENOMSNITTLIGA NET PROMOTER SCORE 58

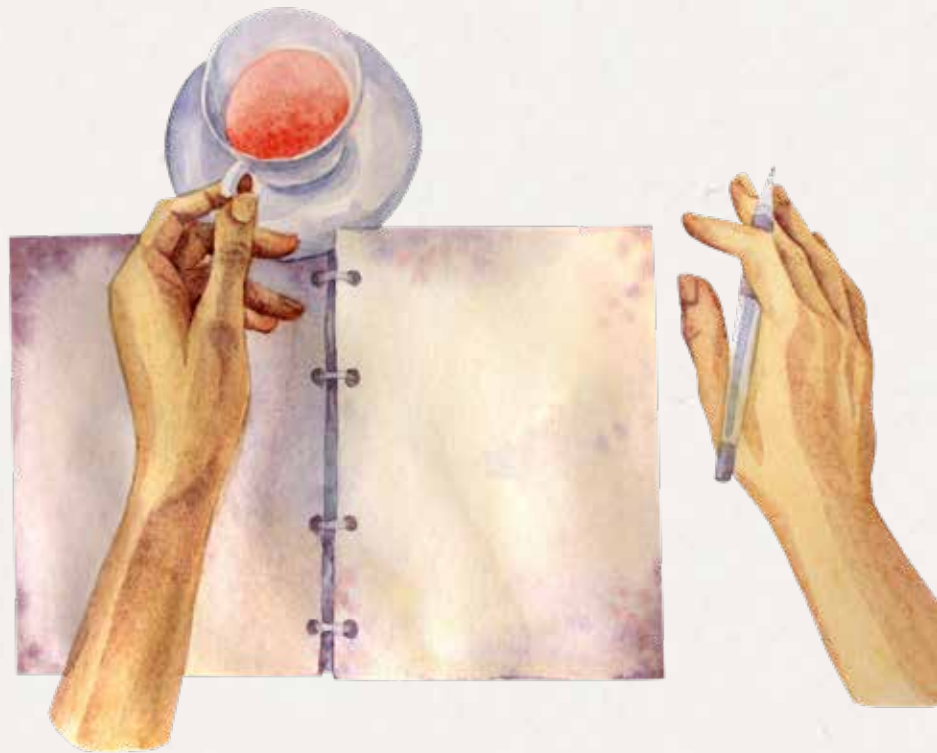
-100 | ————— | ————— | ● | ————— | +100

UNDER 2020 LÅG SAMMA SIFFRA PÅ 51

Även om det har varit ett kämpigt år avslutar vi 2021 med koncernens högst mätta genomsnittliga NPS sedan 2018, wow! För oss är det ett tydligt bevis på att vårt hårda slit uppskattas av våra gäster. Men sluta inte betygsätta oss för det - håll utkik efter mailet du får efter ett besök på någon av våra restauranger.



Vårt digitala utbildningsverktyg Learnster har verkligen kommit till användning och totalt 31 olika utbildningar erbjuds under 2021. Jämför det med 2020 då vi bara kunde erbjuda tre och förändringen är total. Vad betyder det här då? Jo, under fjolåret deltog i snitt 25 medarbetare per utbildning vilket ger en totalsiffra på 791 genomförda klasser. Bland utbildningarna kan du välja att utveckla dina kunskaper i lönekriterier, arbetsmiljöfrågor och onboarding för nyanställda.



Extra kul är det att se att vår hållbarhetsutbildning, som utvecklades efter förra årets rapport, hade högst antal deltagare. Totalt 166 medarbetare gjorde klart kursen där vi berättade mer om vårt arbete kring matsvinn, sopsortering, SM4 Taronia och odlingen på Ulriksdals Vårdshus.

Grattis Aira, vårt senaste tillskott på Djurgården som inte bara fick lysande recensioner under fjolåret - de blev också belönade med sin första stjärna från Guide Michelin! Att öppna en krog med stjärnambitioner mitt under rådande pandemi och lyckas nå hela vägen fram är en otrolig bedrift och en inspiration för hela koncernen. Men känner vi Tommy Myllymäki rätt ligger siktet betydligt högre och därför hoppas vi på mer i framtiden.



ÅRETS MEDARBETARE

Vi vill passa på att säga grattis till **Linn Helin** som blev årets medarbetare 2021! Linn har jobbat med oss sen 2016 och bland annat skött grönsaksinköpen på Sturehofs Matmarknad men även varit ansvarig för personalen och logistiken kring våra middagskassar. Hon har även arbetat fyra säsonger ute på odlingen vid UlriksdalsVärdshus. Sedan februari 2022 jobbar Linn på vårt nya kök som ska ha hand om alla restaurangupplevelser utanför våra lokaler, alltså butiker, e-handel, leveranskök och catering. Där ska Linn vara ansvarig för allt som rör logistiken och administrera webshoppen.



Vad är det roligaste med att jobba på Svenska Brassierier?

- Framför allt att det finns mycket olika roller och att det alltid händer något nytt. Jag har nog aldrig haft samma arbetsuppgifter i mer än ett år.

Vad tycker du Svenska Brassierier skulle kunna göra bättre?

- Jag hade önskat att det blev tydligare som arbetstagare vilka val man kan göra inom företaget som sedan kan leda till varierande roller, helt enkelt en mer tydlig trappa för hur man kan utvecklas. Sedan hade det varit fint att se fler internutbildningar och workshops för att utvecklas på plats!

Vad tycker du Svenska Brassierier gör bra?

- Det är ett generöst företag som värnar om sin personal. Vi är duktiga på att hela tiden starta nya roliga projekt och vara i framkant.

Avslutningsvis vill vi försöka redogöra lite kort för hur vardagen under pandemin sett ut för ett företag som vårt. Vi talar om två år av konstant osäkerhet och kamp. Det har varit så pass osäkert att vi under många fredagar har kliat oss på huvudet för vi helt enkelt inte vet om vi får ha öppet efter helgen. Ombytliga och svårtolkade beslut har gjort att trycket på oss varit stort.

Även om vi har tagit del av alla anstånd och permitteringar som erbjudits är sanningen bakom kulisserna att det föregåtts av en otroligt krävande process. Då har vi ändå ett eget supportkontor som kan hjälpa till med alla ansökningar. Det gör oss ödmjuka inför våra branschkollegor, där många inte alls är lika stora och rigida som vi och därför måste haft det ännu tuffare.

Allting kokar ner till krångliga regler och tidskrävande processer samt utbetalningar som i sin tur inte gått fort. Här redogör vi för hur en sådan process kan ha gått till och här någonstans finns en förklaring till varför det varit svårt för vår verksamhet att driva på andra frågor än de absolut nödvändigaste - gud vad det har gått åt tid.



PERMITTERINGS- PROCESS

ANSÖKAN



KOMPLETTERING



KOMPLETTERING



KOMPLETTERING



AVSTÄMNING



PERMITTERING



PERMITTERINGAR 2020-2021:



DRYGT 300 MEDARBETARE PER ÅR



TOTALT 254 103 TIMMAR

TOTALT **17** ANSÖKNINGAR
HAR GJORTS FÖR PERMITTERINGAR.

EN SEKUND,

• EN ANSÖKAN INNEBÄR
MINST TRE KOMPLETTERINGAR

• EN KOMPLETTERING
TAR MINST 6H

• 306 TIMMAR TOTALT
HAR LAGTS PÅ
KOMPLETTERINGAR



PÅ FEM BOLAG HAR VI GJORT **45**
ANSÖKNINGAR FÖR PERMITTERINGAR,
ANSTÄND OCH ANDRA BIDRAG.



VARJE ANSÖKAN
MÅSTE GRANSKAS OCH
REDOVISAS AV REVISOR,
VILKET HAR KOSTAT OSS ÖVER
1 MILJON KR

UPPSKATTNINGSVIS HAR
EKONOMIKONTORET LAGT **225**
TIMMAR PÅ ENDAST ATT TA FRAM
UNDERLAG FÖR ANSÖKNINGARNA.

REGLERNA FÖR
VARJE ANSÖKNING HAR ÄNDRATS
LÖPANDE VILKET INNEBURIT ATT
25% AV DEM HAR BEHÖVT JUSTERAS.

JAG SKA BARA SKICKA IN EN ANSÖKAN OM PERMITTERING.....



Vi väntar fortfarande beslut på 14 ansökningar.
På en och samma fråga till Tillväxtverket har vi fått
upp till tre olika svar.

Ungefär sex samtal per månad, under sex månader, har
behövts göra till Tillväxtverket. Genomsnittlig väntetid
för ett sådant samtal är 29 minuter vilket innebär att
vår HR-avdelning har tillbringat 18 timmar endast i
telefonkö under det halvåret.

ORD FRÅN RESTAURANGCHEFEN



Tommy Myllymäki

Restaurangchef Aira

Vad tar ni med er från arbetet under pandemin?

- Att inte ta något för givet. Den lärdomen har vi alltid med oss men den har gällt särskilt mycket nu.

Vad är du mest stolt över 2021?

- Jag är såklart väldigt nöjd med att vi har fått vår första Guide Michelin-stjärna.

Vad är ditt fokus under 2022?

- Vi jobbar vidare mot att göra arbetsplatsen och allas roll ännu tydligare och självklart siktar vi mot ytterligare prestige i form av utmärkelser. Personligen jobbar jag med att ha en organisation som leder restaurangen framåt på egen hand, självständigt.

**PETIT FOUR-VAGNEN PÅ
AIRA ÄR EN UPPLEVELSE I SIG
- 6678 STYCKEN SMÅ
DESSERTER SERVERADES
FRÅN DEN I FJOL!**





Stbord från VD



”

Jag är en VD som i skrivande stund ser tillbaka på fjolåret med känslor av respekt, ödmjukhet och stolthet. 2021 blev ännu ett händelserikt år där vi behövde fortsätta hantera pandemin i den dagliga verksamheten samtidigt som vi på allvar accelererade vår digitala resa.

Jag hyser stor respekt för alla medarbetare som har kämpat sig igenom alla de stunder när vi inte vetat hur morgondagens öppettider och schema egentligen sett ut. Jag är ödmjuk inför alla våra stamgäster som har varit med oss när det varit extra tufft, om det så är för att besöka restaurangerna eller beställa hem sin upplevelse. Jag är stolt över att vi vågade testa nya saker. Stolt över att vi tog Svenska Brassierier in i den digitala världen på riktigt med insikten om att morgondagens gäst vill konsumera sin mat utifrån sina behov.

I slutändan är vi på väg i samma riktning som resten av samhället, alltså att de tekniska lösningarna tar över i allt större grad. För oss är det viktigt att det inte bara blir en gimmick, utan att tekniken är där för att underlätta för vår verksamhet samtidigt som gästupplevelsen förbättras i linje med hur restaurangerna drivs. Utmaningen ligger i förståelsen och engagemanget bland medarbetarna, för hos gästerna finns oftast redan beteendet och intresset - bara vi ger dem möjligheten.

När jag blickar tillbaka över året som gått finns det såklart också en hel del att reflektera kring vårt hållbarhetsarbete.

De saker jag är mest stolt över:

- Odlingen på Ulriksdals Vårdshus, vi gör jord till bord på riktigt!
- SM4 Tarona och vårt arbete kring fisket
- Arbetet kring jämställt ledarskap som visat stor utveckling senaste åren

De saker jag är mindre stolt över:

- Den odlade laxen från Norge som inte är i linje med hur vi tänker på våra hav. Hur väger vi efterfrågan mot utbud?
- Matsvinnet, det slängs alldeles för mycket mat hos oss och i samhället i stort
- Att vi fortfarande inte har en kvinnlig bar- eller kökschef

Framåt kan jag bara konstatera att vi har mycket på gång. Jag längtar efter att få inviga vår första restaurang på Södermalm under 2022 och att vi kommer öppna fler leveranskök så allt fler gäster kan ta vår upplevelse hem till sig. Sturehofs Matmarknad växer så det knakar och jag tror starkt på att erbjuda middagskassar av högsta kvalitet till fler förorter i Stockholm.

Däremot måste vi bli bättre på kompetensutveckling och det här är verkligen ett område som har fått lida under pandemin. Jag tycker att mina medarbetare förtjänar att utvecklas mer än de får göra hos oss idag. Vi ska se till att fler ser vår koncern som en karriärmöjlighet för livet. Jag vill att vi tänker längre och ser vad vi kan erbjuda för att skapa ett hållbart arbetsliv.

Det är också viktigt att vi fortsatt fokuserar på kvinnlig ledare, jag vill gärna se en kvinnlig köks- eller barchef inom kort. Tillsammans med vårt fiskrenseri och odlingen på Ulriksdal är det här tre centrala delar för vårt bidrag till en bättre planet för kommande generationer.

Med det sagt är jag enormt tacksam över att jobba på Svenska Brassierier. Vi är ett företag som består av motiverade medarbetare som konstant är i rörelse där vi vågar ta ut svängarna, ta ansvar och alltid vill bli bättre. Vår riktning är, som jag ofta säger, uppåt och framåt!

- **Niklas Johansson**, VD





Samiir Yusufi var redaktör

~~Går~~

Grafisk design av Matilla Kahl

Ansvarig utgivare är Fanny Ström

fanny@svenskeabrosserier.se

rehof
epian 2
46 Stockholm

1
45

Gavs ut i maj 2022
svenskeabrosserier.se