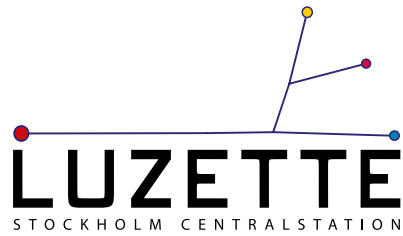


SVENSKA

BRASSERIER

HÅLLBARHETSBERÄTTELSEN
ANNO 2018



TAVERNA *Bella*

RICHE

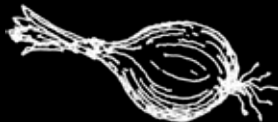


Teatergrillen

STURE HOF

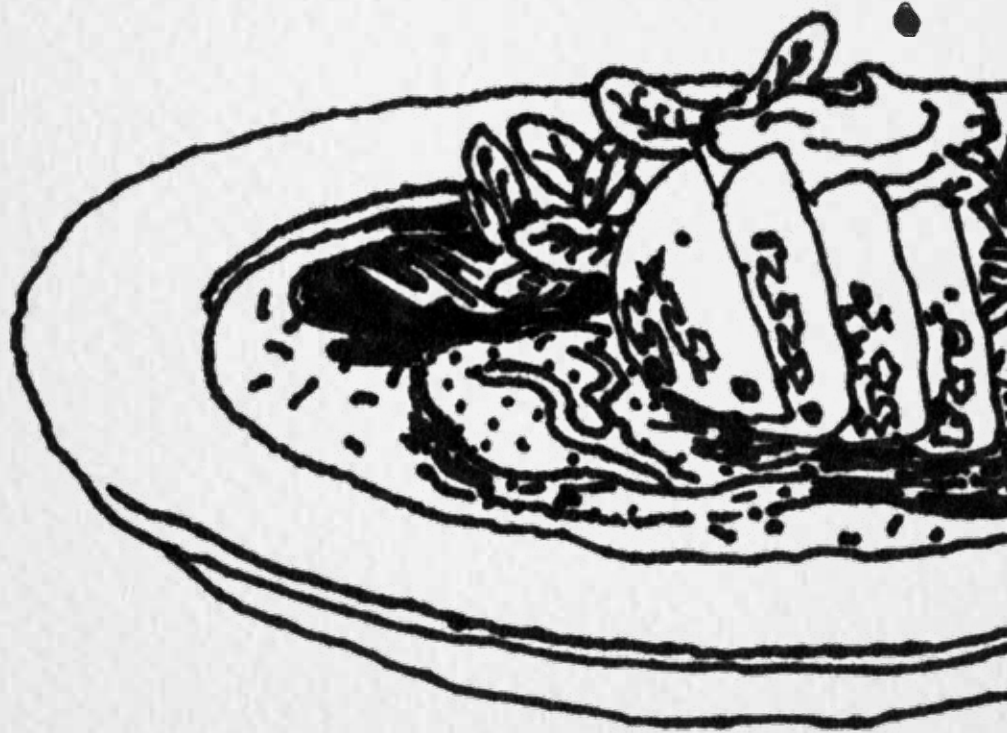
ULRIKSDALS
VÄRDHUS

INNEHÅLLSFÖRTECKNING



INLEDNING	4
KORTFATTAT OM SVENSKA BRASSERIER	8
DET HÄR ÄR HÅLLBARHET FÖR OSS	10
SAMMANFATTNING	13
RESULTAT	15
- HAV OCH MARINA RESURSER	16
- EKOSYSTEM OCH EKOLOGISK MÅNGFALD	22
- ANSTÄNDIGA ARBETSVILLKOR OCH EKONOMISK TILLVÄXT	26
- JÄMLIKHET	30
- HÅLLBAR KONSUMTION OCH PRODUKTION	37
SLUTORD	43

INLEDNING



”ÄR VI HÅLLBARA?”

Det här du läser nu är Svenska Brasseriernas allra första hållbarhetsrapport.

Vi är en restaurangkoncern som verkar inom det anrika såväl som det nya - vissa av våra restauranger har funnits i över 100 år medan andra har öppnat så sent som under de senaste fem åren. Det är lätt att luta sig tillbaka och tänka att det vi håller på med är hållbart - det har ju funkat i över 100 år! Men hållbarhet handlar om mer än ekonomi. Social och ekologisk hållbarhet är precis lika viktig.

För grejen är, under väldigt många år har vi gjort massa saker som är bra, av den enkla anledningen att det är rätt att göra rätt för sig. Samtidigt har vi aldrig varit särskilt bra på att kommunicera det goda jobbet vi gjort till någon annan. Eller ens haft en strategi för det. Därför har vi ofta missat allt det där som är mindre bra, sakerna vi måste jobba hårdare på. Men nu, nu har vi tagit tag i det och under de kommande sidorna ska vi försöka reda ut hur långt vi faktiskt hunnit komma.

Så, är vi hållbara?

Eftersom det här är den allra första hållbarhetsrapporten vi tagit fram känns det rimligare att se den som en slags analys av nuläget - ett sätt för oss att ta tempen på hur det faktiskt ser ut inom koncernen idag.



Ett slags startskott. För nästa år, när nästa rapport kommer, då finns den här att jämföra med.

Den här redovisningen betyder också att vi har behövt formulera vårt arbete på ett helt nytt sätt. Vad håller vi på med - hur vill vi hålla på med det? Vi har tänkt om, tänkt tillbaka, tänkt nu och framåt. Svenska Brassierier är ju trots allt en stor koncern. Sex restauranger, en matmarknad och ett snabbmatskök. Stora

volymer, många medarbetare, ännu fler gäster - allt det här innebär också ett stort ansvar. Stort ansvar, men med det stora möjlighet att påverka.

Med nya insikter har vi därför valt att skärpa vårt fokus på hållbarhet och allt det som rymms inom begreppet. Det vill vi visa med den här rapporten.

För att kunna utvecklas och bli ännu bättre har vi självklart valt att ta med sånt som vi inte är särskilt stolta över också. Den transparensen är viktig. Gentemot dig som läser, men framför allt gentemot våra medarbetare. Den här rapporten är främst för oss, för att vi tydligare ska kunna se vilka områden vi behöver ta tag i. Vad vi kan göra bättre, men samtidigt vara stolta över det vi faktiskt gör bra och har åstadkommit.

Det här är en början.

- Fanny Sturén

Hållbarhetschef Svenska Brassierier
fanny@svenskabrasserier.se



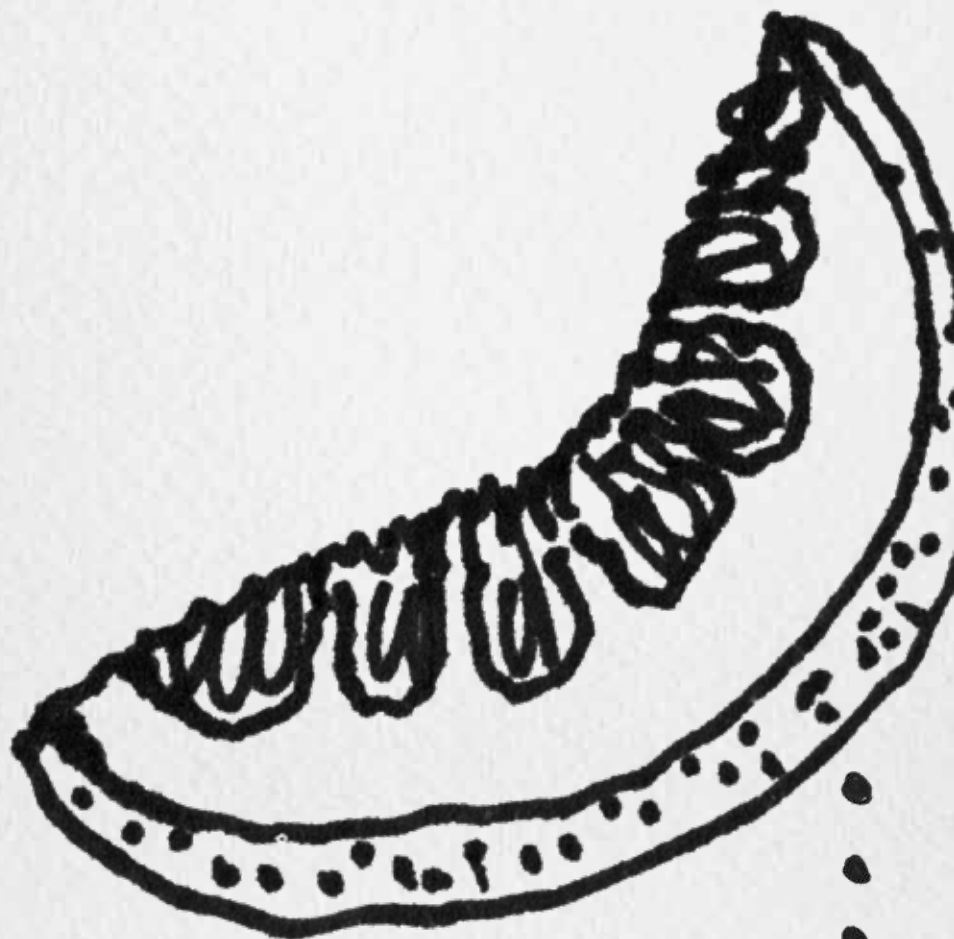
” För oss som företag är hållbarhet en förutsättning för att kunna bedriva verksamhet imorgon. Vi behöver vara hållbara mot våra medarbetare och vår planet samtidigt som vi skapar ekonomiska förutsättningar för att kunna fortsätta utvecklas. Det är helt enkelt upp till oss själva att agera för en hållbar framtid.

- Niklas Johansson, VD





KORTFATTAT OM SVENSKA BRASSERIER



VÅRA RESTAURANGER _____ I FAMILJEN INGÅR ÄVEN STOCKHOLMS MATMARKNAD OCH TAVERNINA.

**RICHE - STUREHOF - ULRIKSDALS VÄRDSHUS
LUZETTE - TAVERNA BRILLO - TEATERGRILLEN**

VAD HÄNDE 2018?

VI OMSATTE

460
MILJONER
KRONOR

VI KÖPTE MAT
& DRYCK FÖR

131
MILJONER
KRONOR

VI SÅLDE TOTALT

626.000
VARMRÄTTER

VI SERVERADE

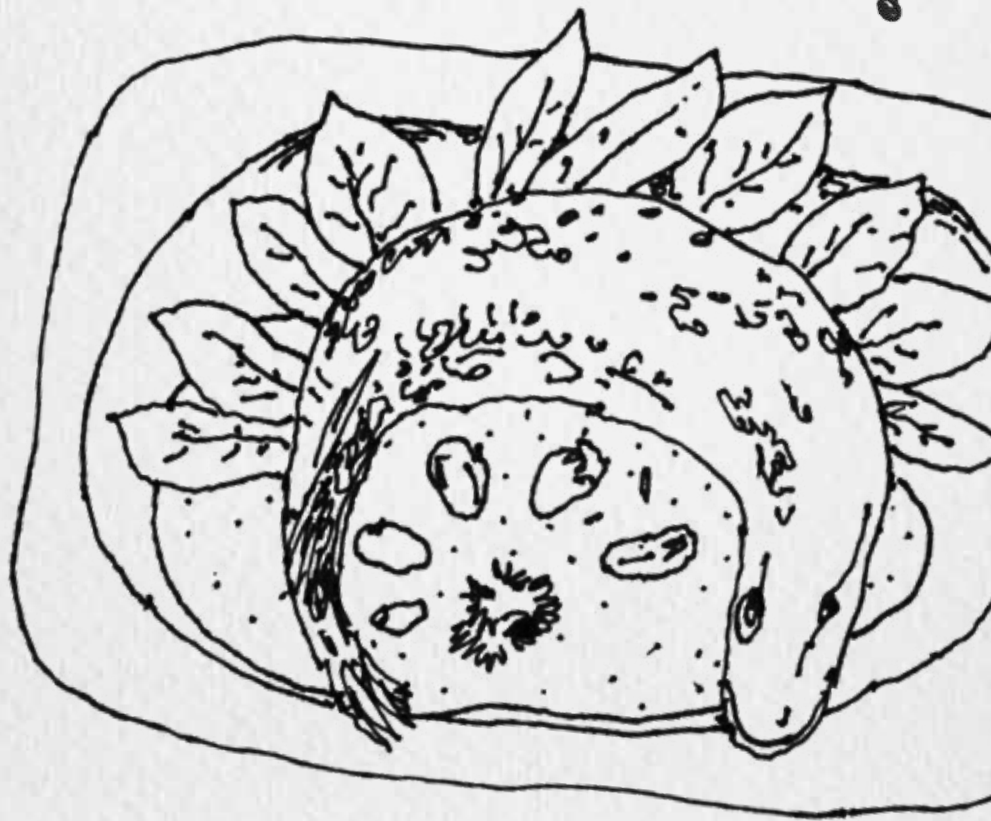
700.000
HUNGRIGA
MATGÄSTER

VI TOG EMOT

620.000
BESTÄLLNINGAR
I VÅRA BARER



DET HÄR ÄR HÅLLBARHET FÖR OSS





Därför arbetar vi med de globala målen

Vi har valt att koppla vårt hållbarhetsarbete till FN:s globala mål inom ramverket för Agenda 2030. En global affärsplan skulle man kunna kalla det, eftersom Agenda 2030 diskuteras på alla nivåer, från medborgare till företag och regeringar. De globala målen hjälper helt enkelt oss att ansluta vårt hållbarhetsarbete till världen utanför Svenska Brasseriets.

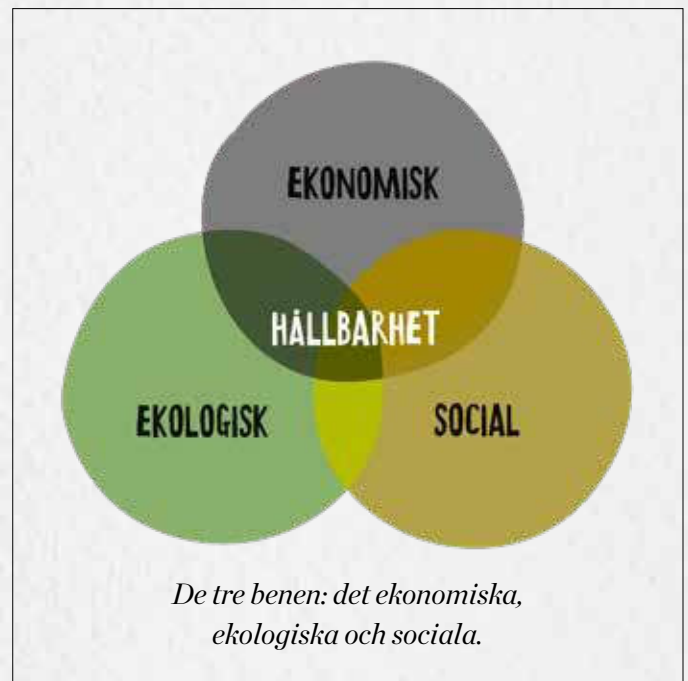
Målen har översatts och deras betydelse tolkats utifrån vad vår egen verksamhet går ut på. I samband med det har vi dessutom tagit fram egna delmål.

Så här är rapporten gjord

Likt många andra företag och aktörer har vi valt att definiera vårt hållbarhetsarbete utifrån FN:s Brundtlandkommission som under 80-talet formulerade: "En hållbar utveckling är en utveckling som tillfredsställer dagens behov utan att äventyra kommande generationers möjligheter att tillfredsställa sina behov". För oss kokar begreppet hållbarhet ner till tre ben: det sociala, det ekologiska och det ekonomiska. Ett hållbart beslut är ett beslut som i största möjliga mån tar samtliga tre ben i beaktning. Vi strävar själva efter att jobba just så, i alla led.

När vi nu redovisar, gör vi det för hela vår koncern - det vill säga samtliga restauranger tillsammans. Viss data och information är uppdelad per restaurang och är då tydligt angiven. I koncernen ingår Sturehof, Taverna Brillo, Teatergrillen, Riche, Luzette och Ulriksdals Vårdshus. Stockholms Matmarknad ligger under Sturehof och Tavernina under Taverna Brillo, om inte annat anges. Vi har valt att rapportera enligt kalenderår vilket betyder att den här första rapporten visar hela året 2018, om inte annat anges.

Svenska Brasseriets hållbarhetsarbete i allmänhet och den här hållbarhetsrapporten i synnerhet utgår från ett antal av FN:s globala mål - vi har valt ut dem vi tror är viktigast utifrån vår egen verksamhet och de områden vi hoppas kunna göra skillnad.



Målen har valts ut genom ett antal workshops vi haft tillsammans med vår personal, gäster, leverantörer, styrelse och ledning.

Målen vi fokuserar på är **jämställdhet** (mål 5), **anständiga arbetsvillkor och ekonomisk tillväxt** (mål 8), **minskad ojämlikhet** (mål 10), **hållbar konsumtion och produktion** (mål 12), **hav och marina resurser** (mål 14) samt **ekosystem och biologisk mångfald** (mål 15). Vi har dock valt att förena mål 5 och mål 10 under det gemensamma namnet jämlikhet. Vi anser att jämlikhet inkluderar frågor om jämställdhet och samtidigt tar andra diskrimineringsgrunder i beaktning.

STURE HOF



SAMMANFATTNING



Så, hur ligger det till?

Handen på hjärtat, de allra flesta skulle troligtvis svara nej på frågan "är du hållbar?". Än mindre en stor restaurangkoncern som knappt haft ett uttalat miljö- och hållbarhetsarbete sedan tidigare. Men en sån här genomförd hållbarhetsrapport senare vågar vi faktiskt hävda:

Svenska Brassierier är bra! Långt ifrån perfekta, men helt ärligt betydligt bättre än förväntat.

Vi har kommit långt inom många områden, till exempel inköp av fisk och grönsaker. Vi serverar allt oftare regnbågslax som ett hållbart alternativ till den norska odlade laxen och från Ulriksdals trädgård levereras större delen av året grönsaker och blommor till våra restauranger.

Framsteg görs inom jämställdheten på vårt företag med fler och fler kvinnliga ledare. Dessutom har vi bara under det senaste året minskat vårt inköp av buteljerat vatten med 29 procent och vem visste att några färre disktrasor per restaurangkunde resultera i en besparing på nästan 3000 kvadratmeter cellulosa.

Samtidigt har vi på Svenska Brassierier mycket att bli bättre på.

Sortering av matavfall måste bli en självklarhet på alla restauranger och avdelningar och vår pappersanvändning behöver minska.

Vi måste vara en mer jämlik arbetsplats som är fri från jargong och trakasserier men som även ger alla lika möjlighet att utvecklas och avancera. Vi vill se ännu fler kvinnor i köken och barerna såväl som chefsstolarna!

En annan stor grej är att vi idag saknar en inköbspolicy på koncernnivå. Det måste vi ändra på, det är i år ska det ske. Den bör såklart fokusera på alla varor vi handlar, men framför allt på det animaliska proteinet. Med tanke på hur mycket kött vi serverar på våra restauranger måste det finnas en tydligare tanke på vad vi faktiskt köper in.

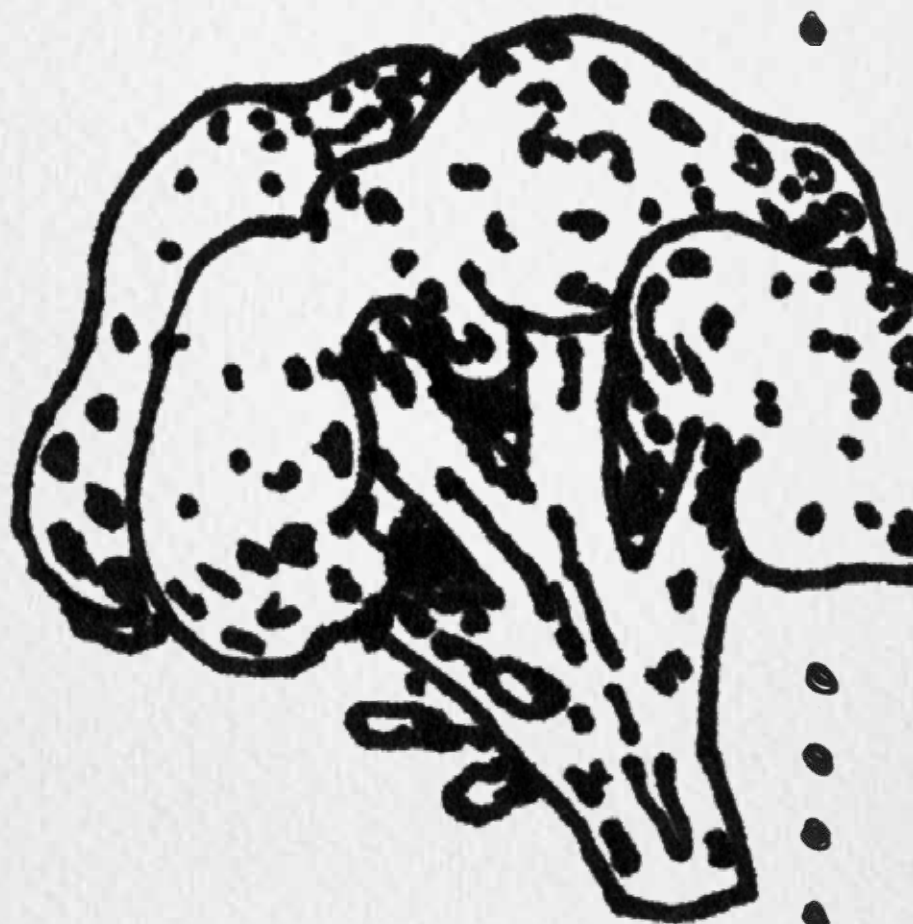
Fram till idag har vi heller inte räknat på vår egen klimatpåverkan. För att komma dit är ett första steg att mäta våra utsläpp. Sedan kan vi börja skruva på reglagen för att på ett mer effektivt sätt minska utsläppen, men också kunna kompensera för det som är ofrånkomligt. Ett långsiktigt mål är såklart att bli klimatpositiva, först då kan vi på allvar snacka om att vara ett hållbart företag.

Tack vare den här hållbarhetsrapporten har vi samlat på oss all den här mängden spännande data, för första gången! Den ska vi använda för att förstå var vi som koncern befinner oss nu och för att kunna begripa var vi ska i framtiden. Det hade varit coolt om våra siffror gick att jämföra med våra närmaste konkurrenters men än är inte hållbarhet branschstandard.

Det hoppas vi kommer förändras under de kommande åren. Till dess får vi använda de här siffrorna för att sätta mål och följa vår egen utveckling. I slutändan är det den och ingen annans som räknas.



RESULTAT



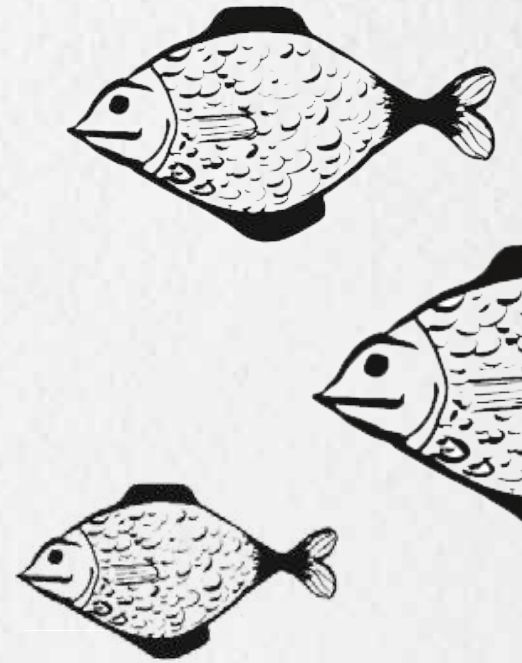


**HAV
OCH MARINA
RESURSER**

Vi vill servera våra gäster fisk som är färsk, god och skonsam mot haven. Samtidigt som vi tar i beaktning att vår överlevnad helt och hållet är beroende av våra hav, som täcker 70 procent av jordens yta och försörjer över tre miljarder människor. Vi måste helt enkelt ta bättre hand om haven och som de fisk- och skaldjursälskare vi är, är det här en fråga vi särskilt brinner för.

Till skillnad från majoriteten restauranger har vi ett eget fiskrenseri. Tack vare det är vi förstahandsmottagare av fisk, vilket betyder att vi får handla direkt från både fiskare och auktioner. Det kommer med ett särskilt stort ansvar. Till exempel undviker vi att köpa fisk som trålas av så kallade monsterbåtar. Det är stora fartyg som under flera dagar i sträck drar upp allt som kommer i deras väg och därmed slår ut ekosystem och förstör havets mångfald. Istället väljer vi småskaligt och kustnära fiske, så nära oss som möjligt. Det betyder också att vi försöker hitta bra alternativ till den odlade laxen från Norge. Vår passionerade fiskinköpare Niclas jobbar heltid med att se till att vår fisk är hållbar. I år ska han backas upp av en gemensam inköspolicy för hela koncernen, så att alla förstår vilken fisk vi köper.

Isamband med att vi slog upp dörrarna för Stockholms Matmarknad 2014 började vi köpa in fisk direkt från lokala fiskare och fiskauktioner. Fisken vi köper hamnar på vårt eget renseri där vi har tre heltidsanställda. Där styckas, filéas och portioneras den vidare ut till alla våra restauranger. Renseriet möjliggör att vi kan köpa hela fiskar och därför ta till vara på hela råvaran. De friterade torskslagen på Sturehof eller de rökta piggvarsslagen på Ulriksdals Vårdshus är delar som förr inte användes men nu är populära inslag på menyn. Det som ändå blir över och måste slängas ser vi till att det blir biogas.



Vi köper burfångade kräftor i största möjliga mån. Men när de inte räcker till kompletterar vi från Smögens fiskauktion, som även står för våra räkor. De trålas av mindre båtar som bara är ute i max tre dagar. När du trålar får du även upp så kallad bifångst, alltså fångst som i det här fallet inte utgörs av räkor eller kräftor. Fångst du får "på köpet". Vi väljer att köpa så mycket som möjligt av bifångsten också, då den är minst lika god och gör trålandet lite mer hållbart.

BIFÅNGST SOM VI SERVERAR ELLER SÄLJER PÅ STOCKHOLMS MATMARKNAD

HÄLLEFLUNDRA	SJÖTUNGA	PIGGVAR	LUBB
BERGTUNGA	KOLJA	GRÅSEJ	KNÖT
RÖDSPÄTTA	VITTLING	FJÄRSING	BLEKA





SJÓSKUR
DYRFANGAD ISLAND
49:-/ST

19:-/kg
399:-/kg

TOTALA INKÖP



2018



NÄSTAN 37 TON SKALDJUR

36 950 KG

UNGEFÄR 80 TON FISK

80 153 KG

Vi är även fiskebåtsägare! SM4 Tarona heter vår båt som tar upp strömming, öring, sik, nors och abborre som serveras på våra restauranger eller säljs på Stockholms Matmarknad. I fjol fick Tarona även licens för att fiska torsk. Vårt fiske ligger fortfarande på något som liknar hobbynivå, men ambitionen är att utöka det successivt. Förståelsen för yrket och respekten för råvaran ökar för varje dag vi är ute med båten.

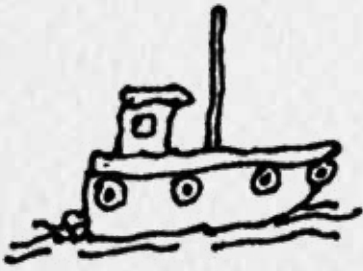
ÅR 2018
FISKADE SM4 TARONA TOTALT
650 KG

Konsumtionen av odlad lax, från i huvudsak Norge, ökar ständigt. Men odlad lax är inte alltid så skonsam för våra hav och vi arbetar därför aktivt för att köpa in alternativ, till exempel regnbågslax som är något mindre fet och ljusare i färgen. Regnbågslaxen köper vi från Eckerö på Åland, en odling som genom rening och filtrering av vattnet inte behöver medicinera fisken. En fantastisk råvara som vi hoppas fler börjar använda! Vildfångad lax är också ett bra alternativ till den odlade laxen och vårt inköp av den ökar hela tiden. Bara i fjol köpte vi över 800 kilo.

INKÖP AV REGNBÅGSLAX
ÅR 2018

2.1 TON





För oss är det viktigt att handla färsk fisk, samtidigt som transportererna hålls nere. Därför köper vi fisk från Stockholms Fiskauktion. Fisken som säljs där tas upp inom en radie på 30 mil från våra restauranger. Då främjar vi dessutom det lokala fisket, auktionen tar ut en kostnad på endast 3 procent - resten går till fiskaren.

Det var faktiskt gösen som fick oss att se över våra inköp. Tidigare köpte vi gös som fiskats i Västerås, men som transporterats via Göteborg för att komma till oss. När vi nu handlar genom Stockholms Fiskauktion får vi fisk som både är färskare och mer skonsam mot miljön.

TOTALA INKÖP FRÅN STOCKHOLMS FISKAUKTION

14 TON
ÅR 2018
14,274 KG

SORTER

**LAKE · GÄDDA · TORSK
ABBORRE · GÖS · STRÖMMING**

**VID ENSTAKA FALL KÖPER VI ÄVEN
PIGGVAR & SPÄTTA**



SKONSAM OCH SNABB LEVERANS AV GÖS

GÖS KÖPT VIA
GÖTEBORGS FISKAUKTION


3-4 DAGAR

GÖS KÖPT VIA
STOCKHOLMS FISKAUKTION


1-2 DAGAR

REDUCERADE UTSLÄPP = 11,999 TON^{CO2}

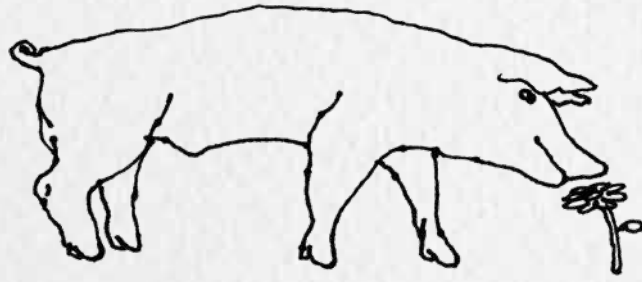




UNDER 2018 KÖPTE VI
150.000 OSTRON.

DET SKULLE RÄCKA TILL
1 OSTRON VAR
TILL ALLA INVÅNARE I

ÖREBRO



**EKOSYSTEM
OCH EKOLOGISK
MÅNGFALD**

Vår affärsmodell går ut på att sälja mat och dryck. Att tänka på vilken mat och hur vi köper in den är därför otroligt viktigt. Genom hållbara inköp vill vi ta ansvar för produktionen och undvika att förstöra vår jord. Ökenspridning, avskogning, utarmade monokulturer och hot mot den biologiska mångfalden är annars vad som väntar. Vi vill vända trenden och gå åt motsatt håll.

Frukt och grönsaker är en hjärtefråga för oss. I samband med öppnandet av Stockholms Matmarknad började vi importera grönsaker direkt från marknaden i italienska Verona. Dels för att säkra tillgången på de bästa grönsakerna under säsongerna då de svenska inte riktigt räcker till, dels för att komma närmre producenterna. Nästa steg i vår utveckling togs 2016 när vi förvärvade Ulriksdals Vårdshus, tillsammans med en och en halv hektar odlingsbar mark. Idag odlar vi på drygt hälften av marken, men redan i år ska ännu mer jord bli till grönsaker.

Ulriksdals köksträdgård fokuserar främst på bladgrönt, örter och blommor men där förekommer även bönor och zucchini. Alla produkter säljs direkt till köken på våra restauranger eller på Stockholms Matmarknad. I fjol stod odlingen för 3 procent av Svenska Brasseriets totala inköp av grönsaker och det tänker vi öka under 2019, med en målsättning på 7 procent. Odlingen är inte certifierad men jobbar enligt den ekologiska principen, fri från konstgödsel och besprutning. Den strävar också efter att vara helt cirkulär, där komposten omvandlar matrester till ny jord

i När vi tog över Ulriksdals Vårdshus gjorde vi om hästhagen utanför till en odling. Bara efter ett år av plöjning hade vi fått fram en otrolig mullhalt. Det visade sig att marken under medeltiden utgjorde köksträdgård åt slottet intill. Bra mullhalt ger bra grönsaker, det är sen gammalt.



där det växer upp nya plantor som sedan blir till nya maträtter. Idag vattnar vi med vattenspridare men förhoppningen är att snart kunna installera droppbevattning som är betydligt mer effektivt.

Vår egen odling har bidragit med mycket positivt. Våra kök har nu tillgång till grönsaker skördade samma dag och kockarna kan ha en dialog med trädgårdsmästarna för att bli inspirerade och påverka vad som faktiskt odlas och därmed serveras på menyn. Transporterna blir färre och kortare då vi levererar till alla restauranger samtidigt. Vi har total kontroll över hela kedjan från jord till bord.

Odlingen hjälper oss att ha ett bättre säsongstänk, vilket vi tror är en av de bästa vägarna mot en mer hållbar restaurang. I fjol samlades över 30 anställda från

både kök och matsal under en halvdag för att sätta tusentals plantor i jorden. I år kommer sex liknande tillfällen ges där medarbetare får lön för att arbeta en dag på odlingen istället för på sina ordinarie platser.



Utöver vår egen odling handlar vi från ett fåtal producenter, ofta mindre och lokala gårdar. Det ger oss bättre insyn, godare smak och kortare transporter. I fjol köpte vi till exempel över sju ton tomater av Assarssons i Motala, som har odlat i över 30 år. Den ekologiska sparris från Lilla Labäcks i Lidköping är hårdvaluta, trots det fick vi förra året köpa över ett halvt ton.



När du besöker Ulriksdals Vårdshus kan du passa på att hälsa på baggen *Martin Stenmark* eller tackan *Lilly* som syns längst fram i bild. Hon älskar att gosa efter att hon blivit matad med nappflaska som liten. Snart kommer det förhoppningsvis även finnas höns som pickar på vår mark.

UTSLÄPP FÖR
VITA LILJOR FRÅN ITALIEN

580
KILO CO₂

MED LASTBIL

UTSLÄPP FÖR
ROSENSKÄRA FRÅN ULRIKSDAL

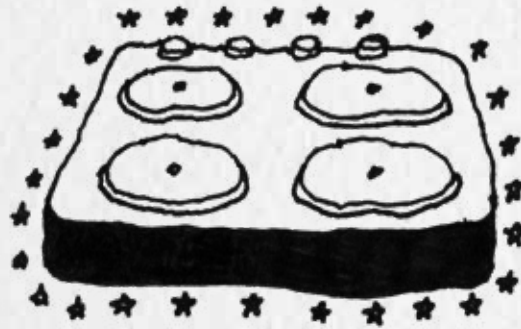
2
KILO CO₂

MED VÅR BIL

Den här jämförelsen är endast gjord för transporten och beräknar inte själva produktionen, men visst är det en enorm skillnad i utsläpp? Idag smyckas våra matsalar med egenodlade blommor när de är i säsong. Även vilda växter från Ulriksdals Vårdshus närområde kan synas till på bordet. Under de kallare månaderna köper trädgårdsmästarna in blommor med fokus på det hållbara. Utmaningarna inom det här området är dock många och under året fokuserar vi extra mycket på att arbeta ännu mer med egenproducerade blommor till samtliga restauranger, hitta torkade alternativ för de kallare månaderna och föra en tydligare dialog med gäster inför främst bröllop och specialarrangemang för att anpassa deras behov efter vårt koncept.







ANSTÄNDIGA ARBETSVILLKOR OCH EKONOMISK TILLVÄXT

För oss handlar hållbarhet om så mycket mer än miljö, det omfattar även människor och ekonomi.

Tillsammans utgör de tre delarna grunden för vårt hållbarhetsarbete. Vi driver en restaurangverksamhet, alltså ett serviceföretag, vilket innebär att våra medarbetare och våra gäster är vår viktigaste tillgång. Därför har vi valt ut FN:s globala mål nummer 8 som ett av våra fokusområden. För oss handlar det om lika lön för lika arbete, främja sysselsättningen av ungdomar, schyssta arbetsvillkor och bra arbetsmiljö för våra medarbetare. Men det betyder också att vi behöver hålla oss konkurrenskraftiga för våra gäster, där servicen är avgörande samtidigt som ny teknik blir mer och mer betydelsefull.

Kollektivavtal är ett av de bästa sätten att säkra anständiga arbetsvillkor och en trygg arbetsplats och vi anser att det bör vara standard i vår bransch. Vi ser gärna att våra anställda ställer krav på oss som arbetsgivare genom att organisera sig fackligt och vi är tacksamma för arbetet våra lokala klubbar

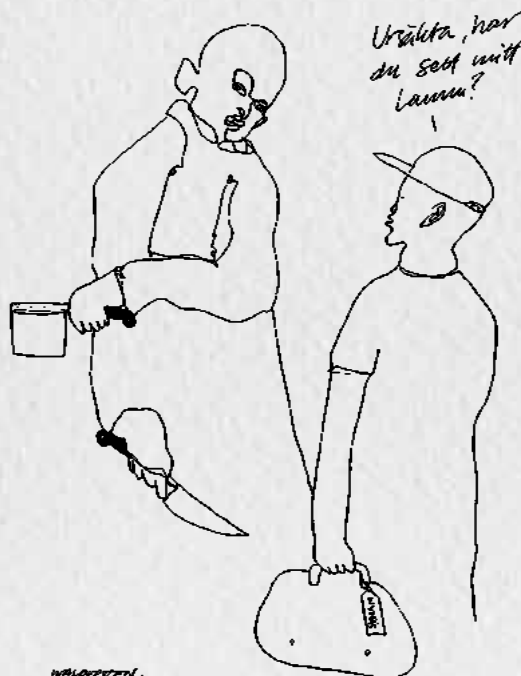
och skyddskommitéer gör för de anställda. Vi är självklart medlemmar i Visita, branschorganisationen för svensk besöksnäring.

Under fjolåret blev flera av våra restauranger rökfria arbetsmiljöer. Det innebär att våra anställda fått tydligare regler för när och var de får röka, ett initiativ vi hoppas ska bidra till en bättre hälsa bland medarbetarna, en bättre upplevelse för våra gäster och en jämnare arbetsfördelning rökare som icke-rökare.

Våra gäster delar våra medarbetares arbetsmiljö och där är ljudet en stor faktor. Under fjolåret installerade både Riche och Sturehof akustiktak i matsalarna och vissa delar av köken för att mildra buller och störande ljud. Extra stolta är vi över **Taverna Brillo som vann pris på White Guide-galan i fjol för Årets Ljudmiljö**, ett pris utdelat av Hörselskadades Riksförbund.

Tekniska lösningar inom restaurangbranschen är mycket populära och hela tiden kommer det nya. Under hösten har vi öppnat Tavernina, i samma lokal som Taverna Brillo, där vi erbjuder enkla och prisvärda rätter för att äta på plats såväl som ta med med. Nyheten är hur du beställer och betalar - antingen via vår app eller på pekskärmar vid kassan. Ett första steg mot en digital revolution kanske?

Vi har även infört kontantfritt på flera av våra restauranger - på Luzette och Ulriksdals Vårdshus betalar du med kort och under 2019 kommer detta gälla även på Taverna Brillo. Det är smidigare för våra gäster och är säkrare för vår personal då rånrisken minskar.



Under 2018 blev Svenska Brassrier, som enda företag inom besöksnäringen, utvalt som ett av 100 karriärföretag i Sverige av en oberoende jury.

Motiveringen löd: "Genom att ge medarbetarna stora möjligheter att utvecklas och göra karriär arbetar Svenska Brassrier attraktivt med sitt Employer Branding. Med en innovativ arbetsmiljö samt karriärmöjligheter för sina medarbetare inom verksamheten utses härmed Svenska Brassrier till ett av Sveriges Karriärföretag 2019."

Vi tar emot praktikanter på alla våra restauranger, främst i köken. I fjol tog vi in över 70 praktikanter från flera skolor runt om i landet. Ofta övergår praktiken direkt till en anställning men det är också vanligt att praktikanten återvänder först efter avslutade studier.

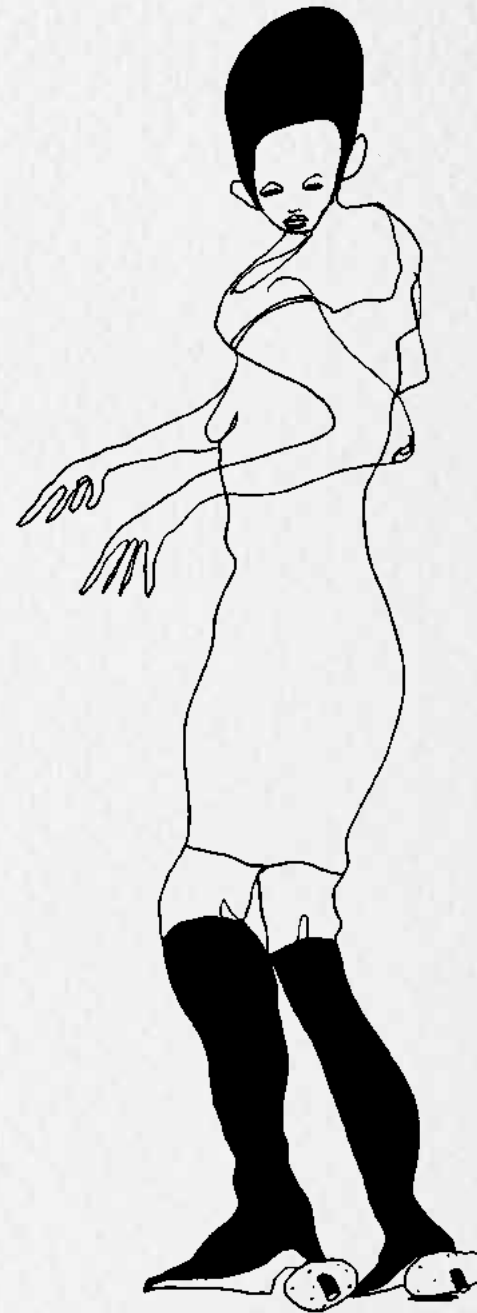
SNITT FÖR ALLA RESTAURANGERS NET PROMOTER SCORE

ÅR 2018

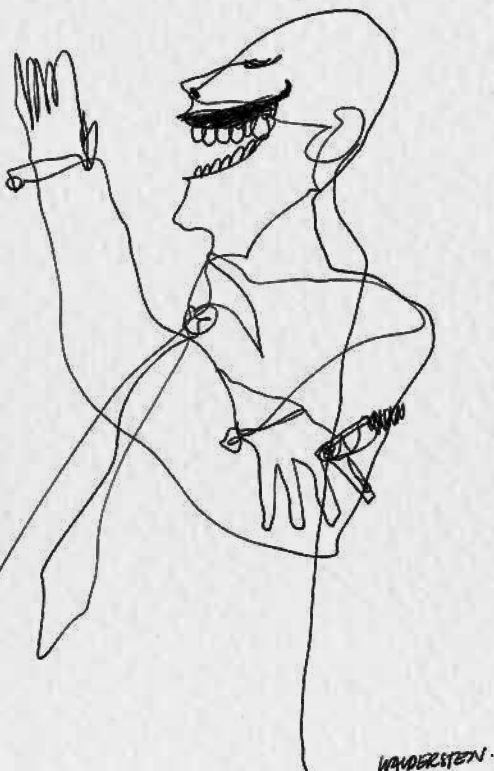
44 AV 100 MÖJLIGA

NPS är en undersökningsmetod som mäter kundupplevelsen utifrån frågan: "Hur sannolikt är det att du skulle rekommendera det här företaget till en vän eller kollega?". NPS har kommit att bli en mätstandard för företag världen över som vill mäta och förstå hur nöjda och lojala deras kunder är. Skalan går från -100 till 100. Sturehof har med sitt tidigare bokningssystem inte kunnat mäta NPS och är därför inte med i statistiken för 2018.

Våra gäster är det viktigaste vi har och vi jobbar ständigt med att skapa en ännu bättre upplevelse för varje enskilt tillfälle. Det här är ett av de sätten vi använder och varje respektive restaurang har en målsättning på vilket NPS-snitt de vill ha under året.



Ashby? Ha ha ha
ha ha ha!

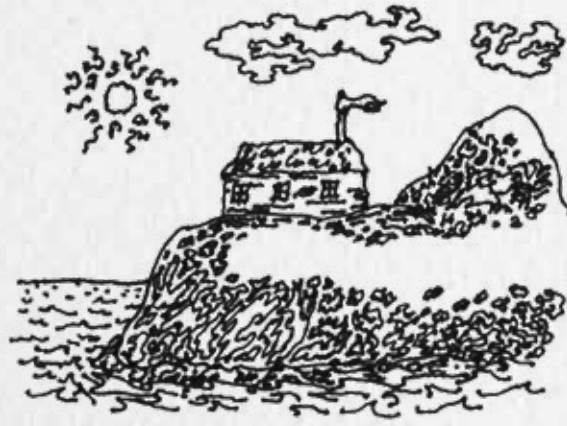




**TEATERGRILLENS
'NPS' LÄG PÅ
96/100**

UNDER MAJ MÅNAD 2018.

INTE SÅ ILLA PINKAT.



JÄMLIKHET

Vår gemensamma arbetsplats ska vara en mötesplats där alla våra medarbetare och gäster, oavsett ålder, kön, funktionsvariation, etnicitet, ursprungreligion, ekonomisk eller annan ställning är välkomna och känner sig hemma. För oss inkluderar jämlikhet även jämställdhet och därför har vi valt att förena FN:s globala mål nummer 5 (jämställdhet) med mål nummer 10 (minskad ojämlikhet) och redovisar dem här som ett och samma mål.

Mångfald skapar en bättre arbetsplats för alla och är en viktig del i vårt framgångskoncept. Vi har medarbetare från hela världen som tillsammans talar över 25 språk. I flera av våra kök sker merparten av kommunikationen på engelska. Vi vill ta hand om alla våra anställda och behövs det till exempel plockas fram nödvändiga dokument för nyanlända eller anpassas scheman för SFI-studier hjälper vi gärna till.

I fjol började vi samarbeta med ett företag som hjälper oss att anställa nyanlända. Hittills har det resulterat i två anställningar, på Sturehof respektive Stockholms Matmarknad.

När man tittar tillbaka på fjolåret, såväl som slutet av 2017 är det svårt att inte nämna #metoo. Restaurangbranschen i stort och inte minst vi som koncern blev tydligt påminda om vilka brister som finns i strukturen och som vi inte hade jobbat med tillräckligt mycket. Brister som dessutom inte bara är kopplade till kön utan även andra normbrytande egenskaper.

Vi har ett allvarligt problem med hård jargong. För att försöka komma till bukt med det har vi tagit hjälp av externa jämlikhetskonsulter som utbildat våra ledare och erbjudit föreläsningar åt våra medarbetare. Vi har uppdaterat våra policys rörande trakasserier och infört en visselblåsarfunktion där medarbetare kan anmäla incidenter anonymt. Med hjälp av årliga enkäter, även dem anonymiserade, försöker vi få en bättre uppfattning av hur trygga våra medarbetare känner sig. Men det räcker inte, vi måste göra mer och göra det ännu tydligare att vi ska vara en arbetsplats fri från jargong och trakasserier.



Vi har valt att redovisa det totala antalet arbetade timmar inom koncernen fördelat på kön, oavsett anställningsform. I vår bransch är det vanligt med olika anställningsformer på samma arbetsplats, som tillsvidare- och visstidsanställning samt enstaka dagar. Därför anser vi att den här datan är mer lik verkligheten, för i slutändan handlar det om vem som får timmarna och därmed betalt för dem.

Bar är den avdelning med sämst könsfördelning och i köken ser det heller inte jämställt ut. I en tid då över hälften (54 procent) av landets studenter på restaurang- och livsmedelsprogrammet är kvinnor, måste vi jobba hårdare med den här frågan.

TOTALT ARBETADE TIMMAR ÅR 2018 **700.000**

UPPDELAT PÅ AVDELNING

MÄN 85% **BAR** 15% KVINNOR

MÄN 54% **MATSAL** 46% KVINNOR

MÄN 77% **KÖK** 23% KVINNOR

MÄN 60% **ÖVRIGT** 40% KVINNOR

TOTALT 67% MÄN & 33% KVINNOR

Vi stöttar, i samband med julborden på Ulriksdals Vårdshus, organisationen Teskedsorden. De jobbar långsiktigt med skolprojekt, utbildning och opinionsbildning för ett öppet Sverige där allas rättigheter respekteras oavsett etnicitet, kön, sexualitet eller funktionalitet. Vi tror som Teskedsorden att vägen till förändring sker via våra barn och ungdomar och vill förmedla det budskapet ytterligare under julen. Utöver att donera pengar per sålt julbord delar vi även ut böcker och utbildningsmaterial från Teskedsorden till alla barn som besöker oss. Totalt har vi donerat 61 424 kronor till Teskedsorden och delat ut över 5000 böcker sedan vi inledde vårt samarbete 2016.

Lova Wallerö Frostenson från Teskedsorden säger, "Samarbetet med Ulriksdals Vårdshus som bidrar både till insamling för Teskedsordens arbete för mångfald och allas lika värde, men också till kommunikation av våra frågor till ett stort antal gäster, är otroligt värdefullt för oss som ideell organisation. Det ger oss en unik möjlighet att nå vår målgrupp på nya kreativa sätt".

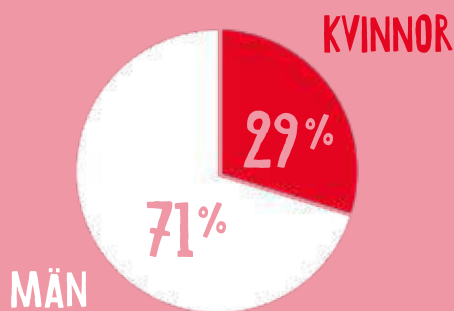
Vi rekryterade 160 personer i fjol, av dem var 33 procent kvinnor och 67 procent män. Det här gäller endast prov- och tillsvidareanställningar. Vi behöver tveklöst nå en jämnare könsfördelning, till exempel genom att bredda våra nätverk och hitta nya kanaler i sökandet av nyanställda. Det här gäller inte bara ur ett jämställdhetsperspektiv utan är viktigt för den övergripande jämlikheten på vårt företag.

Sedan i fjol lägger vi ut koncernens samtliga lediga tjänster på en gemensam hemsida där det också är möjligt att anmäla sitt intresse till ännu inte utlagda tjänster. Det här gör det enklare för oss att matcha rätt person till rätt tjänst och i längden rekrytera mer jämställt. Tjänsterna annonseras i till exempel sociala medier, men vi behöver se över hur det här arbetet går till för att vidga vårt genomslag.

Under fjolåret har vi anställt ett flertal kvinnliga ledare, en majoritet av dem är rekryterade internt. Det rör på sig åt rätt håll men vi är ännu inte nöjda utan vill jobba ännu hårdare för att lyfta icke-män till ledande positioner. Tydliga förebilder är ett av de bästa knepet för att framöver få till en bättre fördelning inom vårt företag.

KÖNSFÖRDELNING MELLAN VÅRA CHEFER

2018



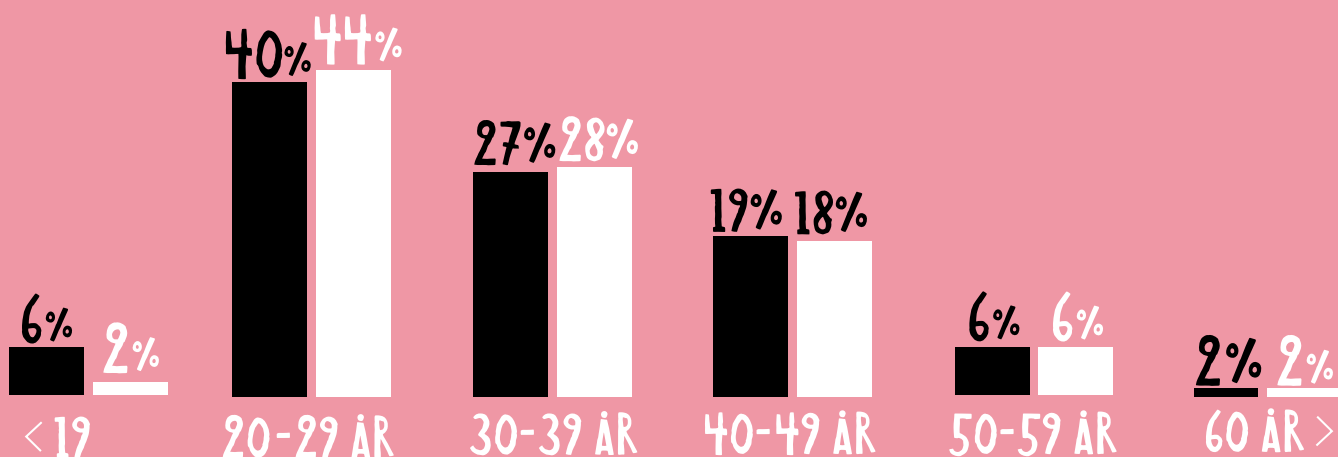


Sjukfrånvaro bland de anställda kan vara ett mått på välbefinnande. Under fjolåret låg sjukfrånvaron på Svenska Brassier på 3,5 procent varav 1,1 procent utgjordes av långtidssjukskrivna. Med det ligger vi strax under rikssnittet, en sund sjukfrånvaro i en tuff bransch.

I genomsnitt stannar en medarbetare hos oss i 34 månader, vilket vi tycker är på tok för kort tid. Det är tydligt att vi måste satsa mer på att behålla vår personal genom att erbjuda fortbildning, tydligare karriärvägar och fler möjligheter att utvecklas. I fjol erbjöd vi våra medarbetare interna såväl som externa utbildningar i allt från handledning av praktikanter och teamutveckling för ledningsgrupper till souschefsutbildning och vinkunskap.

Många av våra anställda, i synnerhet de unga, har fått sina allra första jobb i livet genom oss. Samtidigt vill vi vara en arbetsplats som uppmuntrar fler anställda att stanna till pensionsåldern. Det är viktigt med en dynamisk åldersblandning på jobbet och vi anser oss relativt nöjda med fördelningen, men hoppas kunna hålla kvar vår personal över längre tid. Siffran är endast för tillsvidare- och provanställningar.

ÅLDERSFÖRDELNING 2017 & 2018





Under 2018 erbjöd vi totalt 149 livespelningar. Om en spelning är en halvtimme har vi erbjudit nästan 75 timmar livemusik, helt gratis.

MEDARBETAR- UNDERSÖKNING

36%

UPPGER ATT DE KÄNNER SIG
VÄLDIGT ENGAGERADE
OCH MOTIVERADE
I JOBBET

SNITTET I SVERIGE ÄR 16%

Så gott som varje dag erbjuds musikuppträdanden på Bar Brillo, Lilla Baren, Sturehof, O-baren, Riche och Växthusbaren i form av liveband och DJ:s. Genom våra bokningar påverkar vi vem som får synas och vilka som får betalt, därför tycker vi det är viktigt att även redovisa den levande musiken som en del av vår verksamhet. Statistiken är baserad på könsidentifierade namn.

Våra DJ-bås kan inte vara döva för samhällsutvecklingen, under året måste vi sätta tydliga mål för att nå en bättre fördelning och representation bland våra DJ:s.

TOTALT ANTAL SPELNINGAR 2018

831

KÖNSFÖRDELNING MELLAN VÅRA DJ:S

KVINNOR **31%** MÄN **69%**



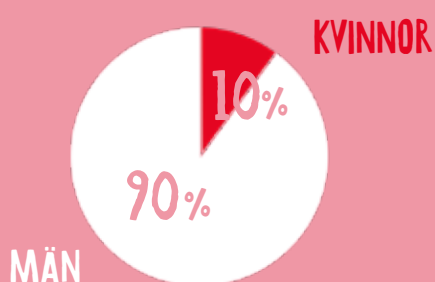
Vi har ett hundratal gäster som ingår i vårt lojalitetsprogram. Programmet är inte representativt för våra gäster i stort men vi tycker det är desto viktigare att mäta fördelningen även här. Siffrorna är baserade på könsidentifierade namn då vi inte ber våra gäster ange sitt kön när de går med i programmet.

Under 2017 identifierade vi att fördelningen inom programmet var under all kritik, sedan dess har vi genomfört flera förändringar och jobbar aktivt för att nå en jämnare nivå. Dock håller vi fortfarande inte måttet.

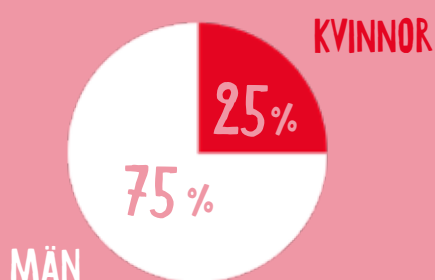


KÖNSFÖRDELNING INOM LOJALITETSPROGRAMMET

2017



2018



Svenska Brassrier har alltid haft en stark koppling till konstscenen. På samtliga av våra restauranger hittar man noga utvald konst i alla dess former som skulptur, foto och målningar i såväl temporära som permanenta utställningar. I snitt har vi en konstutställning i veckan på någon av våra restauranger, året runt. Statistiken är baserad på könsidentifierade namn och omfattar endast tillfälliga utställningar under 2018, alltså inte den permanenta konsten.

I dagsläget är vi nöjda med en nästintill jämställd könsfördelning bland våra konstnärer, men vi är inte färdiga här utan kommer att fortsätta verka för en mer jämlik konstscen som inte bara utgår från könstillhörighet.



TOTALT ANTAL UTSTÄLLNINGAR 50

ÅR 2018

KÖNSFÖRDELNING MELLAN KONSTNÄRERNA

KVINNOR 46% MÄN 54%



HÅLLBAR KONSUMTION OCH PRODUKTION

Tänk på en så banal sak som flaskvatten, hur orimligt ohållbart är inte det egentligen? Eller allt papper som går åt på en restaurang, från handdukarna på toaletterna till menyerna i matsalarna. Från mat till upplevelser, våra gäster kommer till oss för att konsumera. Bakom den konsumtionen gömmer sig en lång kedja av resurskrävande produktion och transporter. I den ingår inte bara vi själva, det gör även våra gäster och producenter. Hur minskar vi vårt gemensamma avtryck? Det är vi som restaurangkonsumenterna ansvariga för. Hållbar konsumtion och produktion är tveklöst en av de riktigt stora utmaningarna vi har framför oss.

Alla våra restauranger använder gas förutom Ulriksdals Vårdshus. Istället för vanlig stadsgas har vi valt att handla biogas. Den produceras av organiskt material, till exempel matavfall. Vi ser det som en självklarhet att använda fossilfri gas till våra restauranger.



När vi började odla på marken utanför Ulriksdals Vårdshus byggde vi även ett helt eget rum för vår nya kompost - JK6200. Den fem meter långa komposten sväljer 100 kilo matavfall per dag, som med hjälp av luft och rörelse förvandlas till jord inom en månad. Idag sorterar köket och matsalen matrester till komposten som sedan blir till jord som används på odlingen, som i sin tur blir till grönsaker som serveras på vårdshuset. Ett slutet kretslopp helt enkelt!

Flera av våra restauranger sorterar idag sitt matavfall, förutom köken på Taverna Brillo och Sturehof. Det måste vi åtgärda så snart det går. Alla restauranger måste bli bättre på att även sortera annat typ av avfall, i synnerhet plast och metall.

LUZETTE SORTERAR MATAVFALL

"VI HAR SORTERAT MATAVFALL SEDAN AUGUSTI 2017."

RICHE & TEATERGRILLEN SORTERAR MATAVFALL

"VI SORTERAR ALLT VI KAN MEN VISST MATAVFALL, SOM BEN, SLÄNGS MED VANLIGT AVFALL."

STUREHOF SORTERAR DELVIS MATAVFALL

"STOCKHOLMS MATMARKNAD SORTERAR MATAVFALL, STUREHOF SKA BÖRJA SNARAST."

TAVERNA BRILLO SORTERAR INTE MATAVFALL

"MED DET NYA DISKRUMMET FINNS DET PLANER PÅ ATT SÄTTA IGÅNG SÅ SNART SOM MÖJLIGT."

ULRIKSDALS VÄRDHUS SORTERAR MATAVFALL

"ALLT SOM INTE ÄR DJURBEN, OLJA ELLER FET MAT GÅR TILL VÅR EGEN KOMPOST, RESTEN TAS HAND OM AV SOLNAS MATAVFALLSHANTERING."

Vi slänger på tok för mycket mat. För att minska matsvinnet och samtidigt ta ansvar för våra gästers hälsa ser vi hela tiden över våra portionsstorlekar. Vi tror att det är ett mer effektivt sätt än att erbjuda gästerna doggy bags (vilket vi självklart gör ändå om de ber oss). Bäst för miljön vore såklart om vi alla åt mindre kött, men små förändringar kan fortfarande göra stor skillnad. Det här är en fråga vi fokuserar mycket på och våra kök har sedan i fjol gjort flera förändringar.



STUREHOF

Torskryggen minskade i storlek från 180 till 160 gram. En generell mer rimlig storlek på protein och en rejäl besparing på havets resurser - 35 kilo mindre torsk på en månad.

ULRIKSDAL

Med en sprillans ny meny som givit mer plats på tallriken åt grönsaker har det animaliska proteinet på en varmrätt minskat med cirka 40 procent, från 180 till cirka 100 gram.

RICHE & TEATERGRILLEN

En flygresa till New York från Stockholm, det är besparingen vi hittills gjort när entrecôten gått ner i storlek från 330 till 300 gram. 250 kilo mindre kött på ett knappt halvår, vilket motsvarar 3000 kilo koldioxid.

Andelen av våra gäster som vill äta vegetariskt och veganskt växer hela tiden och våra kökschefer anpassar ständigt menyerna för att möta efterfrågan. Samtidigt adderar vi allt fler rätter där det animaliska proteinet inte är i centrum men fortfarande adderar smak. Det bidrar till minskad köttkonsumtion, men det räknar vi inte in i den här statistiken.

ÅR 2018

SÅLDE VI
NÄSTAN **70.000**
VEGETARISKA OCH VEGANSKA VARMRÄTTER

DE STOD FÖR

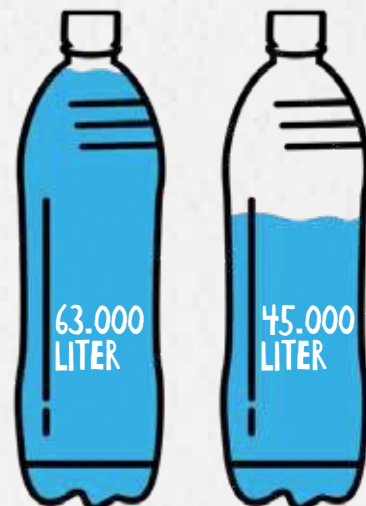
11% AV ALLA VARMRÄTTER
VI SÅLDE TOTALT



Ett av de viktigaste verktygen på en restaurang är menyn. Eftersom matutbudet ständigt uppdateras behöver även nya menyer skrivas ut. Vissa restauranger skriver ut i andra format än A4, då har dessa räknats om till en gemensam storlek. Vi jobbar medvetet med att minska förbrukningen av papper, till exempel genom att skriva ut mer sällan eller i mindre format.

Tidigare skrev Riche ut nya lunchmenyer varje dag, både på svenska och engelska. Sedan i fjol visas lunchmenyn istället på utvalda platser i restaurangen och därför behövs betydligt färre menyer skrivas ut på papper. Från 1740 stycken A4 i veckan till 1000 stycken, en minskning på 43 procent!

29% MINDRE INKÖP AV VATTEN 2017 JÄMFÖRT MED 2018

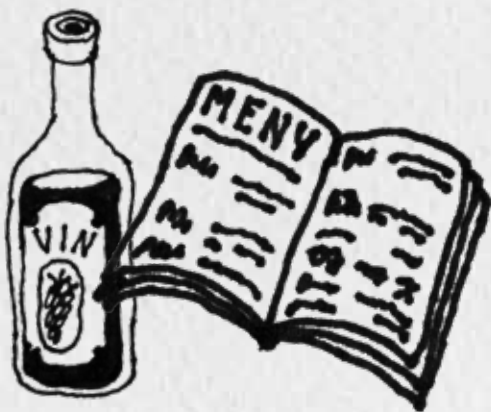


ÅR 2018
FÖRBRUKADE VI
348.140 ST A4-PAPPER

DET MOTSVARAR EN VIKT LIKA TUNG SOM
FYRA STORA ÄLGAR

Av totalt 116 viner på glas på våra restauranger är 50 av dessa märkta med en eller flera hållbara märkningar, som till exempel Fairtrade eller ekologiskt. Det betyder att 43 procent av våra viner går att dricka med extra gott samvete.

På Sturehof är det ännu enklare. Av 30 viner på glas är 23 stycken hållbart märkta, det är alltså över 75 procent!



Kallt bubblande vatten är en stor favorit bland våra gäster. Men att få bubbelvattnet från källan till våra gästers bord är väldigt resurskrävande. Glas och förpackningsmaterial ska transporteras långa sträckor och sedan tas hand om av oss. När flaskan är uppdrucken börjar i princip samma cykel om - fast åt motsatt håll, för att flaskan ska hamna på återvinningen.

Under de senaste åren har alla våra restauranger installerat ett reningssystem som med hjälp av kolfilter renar kranvatten från missfärgningar, klor och bakterier. Systemet kolsyrar även vattnet när gästen ber om bubbelvatten. Renat vatten från vår egen kran innebär en rejäl besparing på flaskor, transporter och resurser.

Vi har sett över förbrukningen av städmaterial och idag återanvänds till exempel moppar fler gånger än tidigare. Det har bidragit till en minskning av nästan 800 moppgarn på bara ett år. I fjol bytte vi också disktrasor från rulle till 10-pack. Tro det eller ej, det innebar en minskning på flera tusen kvadratmeter trasa!

TIO KEMIKALIER

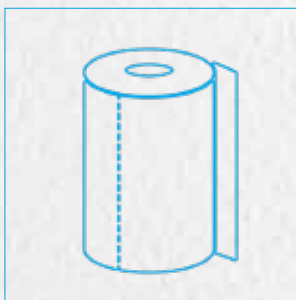
Tio kemikalier - det är så få som används när vi dagligen gör rent våra lokaler från golv till diskmaskin. Sju av de här tio är miljömärkta. Vi ska under 2019 se över de resterande tre, för även de bör vara miljömärkta. Utöver dem använder vi sex specialprodukter vid väldigt särskilda tillfällen som saknar kriterier för att miljömärkas, så som kalkborttagning eller avloppsmedel.

SÄG NEJ TILL SUGRÖR

Ju mer plast vi konsumerar desto mer hamnar i våra hav. Sedan början på 2017 säger Sturehof nej till sugrör och drinkpinnar, så gott som alla drinkar serveras utan. För de gäster som trots allt vill ha erbjuder vi en nedbrytbar variant. Många bäckar små, välj bort sugröret du också!



STÄDFÖRRÅDET



PAPPERSHANDDUKAR
2017

756000

PAPPERSHANDDUKAR
2018

92610

88%

MINDRE PAPPERSHANDDUKAR



MOPPGARN 2017

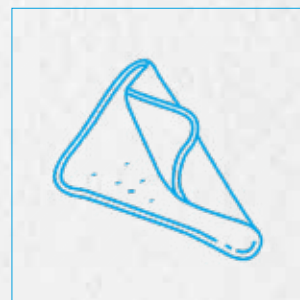
1865 ST

MOPPGARN 2018

1153 ST

38%

MINDRE MOPPGARN



DISKTRASOR 2017

3856 KVM

DISKTRASOR 2018

1124 KVM

70%

MINDRE DISKTRASOR

Under januari i fjol installerade Sturehof elektriska handtorkare på samtliga toaletter. Tack vare det förbrukar vi nästan 90 procent mindre papper, en besparing på 667 170 pappershanddukar på ett år. Däremot har konsumtionen av toapapper gått upp med ca 20 procent under samma period då inte alla gäster verkar gilla de nya handtorkarna.

Det är lika stort som en halv fotbollsplan, eller större än den delen mark som Ulriksdals köksträdgård odlar kål på till hela koncernen.

SLUTORD



Vad händer nu?

Hållbarhet är en förmåga. Det är också en färskvara. Att du nu har läst igenom Svenska Brasseriets allra första hållbarhetsrapport betyder i sig inte att vi är hållbara. Det är det fortsatta jobbet vi gör som kommer avgöra det. Varje enskilt beslut, hur stort eller litet det än är, i vilken fråga som helst, kan vara ett hållbart beslut. Den dagen vi slutar fråga oss hur vi kan göra det bättre, den dagen är det kört. Hållbarhet innebär alltså utveckling, konstant utveckling med människa, miljö och ekonomi i lika stort fokus.

Därför ska hela organisationen i år börja jobba utifrån den här hållbarhetsmodellen. Från tanke till handling, arbetet börjar med att vi tänker hållbart. Saknaden av en gemensam inköspolicy har nämnts flera gånger, även det är ett högprioriterat projekt under 2019. Alla som jobbar på Svenska Brassierier måste förstå vad vi köper in för råvaror och varför. Vi har kommit en bra bit på vägen med fisken och grönsakerna, men det stannar ju inte där. I år behöver vi också ifrågasätta köttet vi handlar och serverar.

Idag är det svårare och svårare att rakryggat slänga mat. Vi har tagit små steg för att hantera svinnet, men har fortfarande mycket arbete kvar med våra portionsstorlekar. Slutändan är det genomtallriken vi tar ansvar för miljön och våra gästers hälsa - men det är en svår balansgång, eftersom vi samtidigt behöver göra våra gäster nöjda. Tillsammans kan vi klara det. Och med tanke på all mat vi köper kan du bara föreställa dig alla förpackningar! Vi måste bli bättre på att sortera alla typer av avfall.

Vi vill se fler kvinnliga ledare och förebilder och kommer fortsätta vårt jämlikhetsarbete. Vi måste fundera på hur vi ska vara en attraktiv och inkluderande arbetsplats där personalen trivs och vill stanna länge. Vår storlek är vår styrka men likaså vår svaghet. Vissa förändringar tar därför tid att implementera, andra går att göra i en handvändning. Som med disktrasorna eller entrecôten, små förändringar som gör enormt stor skillnad.

Det finns inget beslut som inte kan vara hållbart. Utmaningen är att varje dag välja rätt. Med den här rapporten har vi formulerat vår väg fram.



ORD FRÅN



RESTAURANGCHEFERNA

”

Maria Carboni

Restaurangchef på Riche & Teatergrillen

Vad hände under 2018 som du är stolt över?

- Vi har förändrat hela vår organisation till att nu ta större ansvar för vår arbetsplats och arbetsmiljö och vi ser en helt ny stolthet hos alla anställda. Nu finns tillit till att bli lyssnad till och inte tystad, olikheter främjas och stöts inte bort.

Vad är fokus under 2019?

- Jag vill göra ännu mer kring sortering av sopor och avfall. Jag vill hitta ett arbetssätt som i varje handling, varje köp, ser till ekonomiska, sociala och miljömässiga aspekter och beslutas därigenom. Mycket skulle vinnas ekonomiskt och förändras hållbart.

**RICHE SÅLDE 67 000 GLAS
CAVA ELLER CHAMPAGNE.
DE SÅLDE OCKSÅ 32 500
PORTIONER KÖTTBULLAR.**

**STUREHOF SÅLDE 21 500 TOAST
SKAGEN OCH 126 600 GLAS ÖL.
DET ÄR Knappt SEX ÖL PER TOAST.**

”

Thomas Mortensen

Restaurangchef på Sturehof

Vad hände under 2018 som du är stolt över?

- Vi har slutat med sugrör och installerat handtorkare. Vi har bättre kontroll på vilka råvaror vi köper in och använder mycket från odlingen på Ulriksdals Vårdshus. Vi har också minskat försäljningen av flaskvatten.

Vad är fokus under 2019?

- Jag vill bli mer jämställd och jag vill bli en ännu bättre arbetsgivare i form av bättre arbetsmiljö och bättre villkor. Jag vill också förbättra vårt alkoholfria sortiment. Vi måste också bli bättre på att sortera sopor och minska svinnet än mer.



Stefan Barenthein

Restaurangchef på Ulriksdals Vårdshus

Vad hände under 2018 som du är stolt över?

- Vi bytte meny till ett fokus på det gröna istället för det animaliska proteinet. Vi bytte även återvinningsföretag till Green Child.

Vad är fokus under 2019?

- Vi kommer arbeta mer med vårt utbud och hantering samt fokusera på de sociala hållandena. Vi vill fortsätta arbeta mot att bli en tydligt hållbar destination inom alla områden.

16 000 - SÅ MÅNGA
JULBORD SÅLDE ULRIKSDAL.
14 SORTERS SILL OCH FLER
VEGETARISKA ALTERNATIV
ÄN NÅGONSIN!

LUZETTE SÅLDE 22 000
KOPPAR KAFFE I FJOL.
RÄTT MYCKET JAVA, VA?



Björn Wallentin

Restaurangchef på Luzette

Vad hände under 2018 som du är stolt över?

- Vi har fått ordning på köket med personal och råvaruprocenter, vilket har varit ett enormt arbete. Vi har lyckats väl med vår Frankrikeresa som är väldigt uppskattad av personal och gäster.

Vad är fokus under 2019?

- Jag vill att vi ska bli ett vinstdrivande företag och jag vill vara med och skapa ännu bättre stämning i hela personalgruppen.



Peder Lindh och Lisa Björkman

Restaurangchefer på Taverna Brillo

Vad hände under 2018 som du är stolt över?

- Vi flyttade vårt diskrum, hållbart för både disk och serveringspersonal. Bättre arbetsmiljö, minskat kross och minskat svinn!

Vad är fokus under 2019?

- Under 2019 måste vi börja sortera matavfall. Jag kommer också ha mycket fokus på mina medarbetare som jag vill ska stanna ännu längre och trivas ännu bättre hos oss.

TAVERNA BRILLO SÅLDE 57
370 STYCKEN PIZZOR.
HAR DU TESTAT DEN MED
LÖJROM?



SVENSKA BRASSERIER

FEBRUARI 2019 - STOCKHOLM | REDAKTÖR - SAMIR YOSUFI | GRAFISK DESIGNER - MATILDA KAHL
SVENSKABRASSERIER.SE | KONTAKT: FANNY STURÉN - FANNY@SVENSKABRASSERIER.SE