

VDs tal – årsstämma 2021

Tack för ordet!

Jag vill inleda med en tillbakablick över 2020. Den pågående pandemin har satt avtryck – den har snabbt förändrat vår vardag och hur vi lever. Innan jag går närmare in på insatserna vi vidtagit med anledning av pandemin vill jag kort nämna hur viktigt det är för oss att hålla oss a jour med omvärlden och hela tiden ligga om inte före, så i takt med omvärldens förväntningar och förändringar. Detta spänner över en bredd av faktorer – däribland demografiska förändringar, de pågående och kommande klimatförändringarna samt förändrade konsumtionsbeteenden.

Precis som Göran nämnde såg vi tidigt ett behov av att följa konsumtionsutvecklingen nogsamt under pandemin då vi vet att alkohol är en riskfaktor vid samhällskriser.

Under mars-december utfördes mätningar med totalt 13 000 respondenter i syfte att få en bild av alkoholkonsumtionen under pandemin. Resultatet pekar på att de allra flesta inte har förändrat sina alkoholvanor. Två av tio har minskat sin konsumtion, och det är främst unga vuxna som minskar konsumtionen. Samtidigt anger var tionde att man ökat sin konsumtion. Denna grupp följer vi noga.

Alkohol är inte en vara som andra, och det är också anledningen till att Systembolaget existerar. Vi finns till för att minska alkoholens skadeverkningar och bidra till en bättre folkhälsa. Vi i Sverige har kommit långt – vi är ett av de länder i Europa som dricker minst. Den svenska alkoholpolitiska modellen går hand i hand med det som WHO rekommenderar: begränsande av tillgänglighet, ett reglerat pris och reglerad marknadsföring.

Vi är ett värderingsstyrt företag – alla våra medarbetare bottnar i samma värderingar: omtänksam, kunnig och inspirerande. Vi har med oss detta både i vårt interna arbete, hur vi är med varandra och i mötet med kund. Värderingarna återspeglas också i målbilden i vår strategiska plan: Jag är stolt över Systembolaget och den skillnad som görs för alla i Sverige!

Allt vi gör strävar efter att vi ska nå vår vision: Ett samhälle där alkoholdrycker njuts med omsorg om hälsan så att ingen tar skada.

Systembolagets verksamhet skapar värden. De positiva värdena vi tillför är exempelvis att färre far illa av alkoholkonsumtion, kunskaps spridning och arbetstillfällen i hela Sverige. För oss står alltid kunden i centrum – och när vi på Systembolaget talar om kund så menar vi alla i Sverige.

Värderingarna som jag tidigare talade om genomsyrar också vårt kundlöfte: Du ska alltid känna dig välkommen, du ska alltid kunna upptäcka nytt tillsammans med oss och du ska alltid kunna lita på att vi säljer med ansvar. Kundlöftet är vår ledstjärna i vardagen och finns i

ryggmärgen hos alla våra anställda. Det gäller i alla situationer – i och utanför butik, i vår e-handel och hur vi bemöter varandra internt.

Just när det gäller e-handel så presenterade vi under 2020 vår nya onlinebutik. Den är byggd på samma sätt som våra fysiska butiker – med omtanke som grund, och där vi ger kunderna kunskap och inspiration – utan att locka till merförsäljning. Vi har bland annat också en digital ångravagn just för att kunden aldrig ska handla mer än vad den tänkt sig.

Vår e-handel är en del av arbetet för att våra kunder ska kunna ta del av vårt djupa och breda sortiment. Dock är det i våra butiker som den största delen av inköpen görs, följt av köp via ombud. Sett till sortimentet kan vi urskönja vissa trender: premiumiseringstrenden håller i sig – våra kunder köper dyrare produkter. Dessutom ser vi att intresset för det lokala och småskaliga sortimentet fortsatt ökar.

Vi har ett uppdrag från vår ägare att agera föredömligt på hållbarhetsområdet.

Vi har också tydligt satt upp långsiktiga mål för att Systembolaget ska bidra till FN:s globala mål och att vi arbetar med att bidra till målpuffyllelsen.

En viktig del för att skapa förutsättningar långsiktigt är att göra bedömningar av risker på området. Det kan handla om arbetsrätt, alkoholmissbruk i leverantörskedjan eller tillgång till vatten. För Systembolaget är intressentsamverkan en viktig väg framåt för att göra skillnad och mota riskerna på hållbarhetsområdet. Ett exempel på det är samarbete med facket i Sydafrika som varit aktivt sedan 2017. I mars 2020 mottog vi den första rapporten från ett sydafrikanskt fackförbund via den etablerade gemensamma rapporteringskanalen. Rapporten berörde bland annat ett avskedande av en facklig representant samt trakasserier av fackligt anslutna. Parterna inom samarbetet har under 2020 tillsammans försökt få de olika parterna i fallet att lösa konflikten. Det har bland annat upprättats ett samarbetsavtal mellan producenten och fackförbundet.

Även på hemmaplan görs naturligtvis mycket arbete i strävan efter att vara ett välkänt föredöme inom hållbarhet. Bland annat tog vi under förra året fram ett nytt ramverk som stöd för mer cirkulära lösningar. Ramverket ger vägledning i att integrera det cirkulära perspektivet i hela Systembolagets verksamhet.

VÅRA RESULTAT OCH EKONOMISK VERKSAMHET

Innan jag rundar av kan jag konstatera att 2020 var ett rekordår för Systembolaget i många olika bemärkelser. Detta beror till stor del att många andra försäljningskanaler begränsades kraftigt.

Låt mig gå igenom några av resultaten:

- Nöjd Kund Index (NKI) – 81,9 ligger på stabilt hög nivå. Under året förändrade vi metod men 2020 års resultat motsvarar NKI-resultaten från år 2019.
- Vi kan konstatera en ökning av ålderskontrollen till 95,3 procent.

- Stödet för ensamrätten, Opinionsindex, visar att 76 procent stödjer Systembolagets ensamrätt. Detta är en ökning i jämförelse med 2019.
- Ser man till de ekonomiska nyckeltalen kan man konstatera att avkastningen på eget kapital, soliditet och netto- och rörelseresultat har ökat.

Avslutningsvis vill jag rikta ett stort och varmt tack till alla medarbetare som slitit hårt under förra året. Det har varit tufft, omställningen har gått snabbt och nya rutiner och riktlinjer att förhålla sig till har skett snabbt. Men – ni klarade uppgiften på ett helt enkelt fenomenalt sätt! Jag kan inte vara mer stolt. Tack!