

Hållbarhets- rapport

2:1

Great Earth[®]





2019 var året då hållbarhetstänket fick allt mer inflytande över vår affär. Jag är väldigt stolt över att hållbarhetsfrågorna idag alltid är närvarande när beslut tas i vår verksamhet. Under 2020 ska vi fortsätta se till att hållbarhet genomsyrar allt vi gör och att vi har en hållbar ekonomi, hållbar miljö, en hållbar arbetsplats och hållbara medarbetare.

Men hållbarhet förblir förstås bara ord så länge man inte bryter ner det i vad det betyder för oss på Great Earth.

Under året har vi stärkt vår kompetens kring företagets ekonomi, så att vi framåt kan vara en trygg partner för både våra kunder och leverantörer. Men främst en trygg arbetsplats för våra medarbetare.

Vi har ändrat vår vision till **Good Life - Great Earth** vilket innebär att vi vill hjälpa våra kunder att endast äta det de behöver och producera våra produkter med omtanke för planeten.

Jag vill att Great Earth blir en plats där personalen trivs, utvecklas och vill stanna. En arbetsplats som attraherar och engagerar våra medarbetare och partners. Utan det tror jag inte att vi når några av de målsättningar vi har satt framåt. Hållbarhetsarbetet börjar inifrån.

VD
Jorunn Wallton-Haaland

Men hållbarhet förblir förstås bara ord

så länge man inte
bryter ner det i vad det
betyder
för oss
på Great
Earth



Innehåll

VD:N HAR ORDET	2-3
FRÅN LOS ANGELES TILL GÄVLE	8-9
MANIFEST	10-11
HÅLLBARHET FÖR GREAT EARTH	12-15
NÄRINGSLIVETSROLL FÖR EN VÄLMÅENDE PLANET	16-17
ALLT HÄNGER IHOP	18-19
VÅRA FOKUSOMRÅDEN	20-21
HÄLSA	22-27
GRUNDEN	28-31
INSIDA	32-37
UTSIDA	38-43
RELATIONER	44-45
SYNPUNKTER	46-47



Om individen mår bra - mår världen bättre

Vi tycker att hälsa är det viktigaste som finns. Genom våra produkter kan vi bidra till att fler människor kan leva ett friskare och hälsosammare liv. Och det är precis det vi vill göra. Det är inte mer komplicerat än så.

En hektisk vardag, urlakad jord och ökat näringsbehov är några anledningar till att kosttillskotten efterfrågas allt mer. Vi ser också ett ökat intresse för att ta hand om sig själv och sin hälsa på ett mer proaktivt sätt. Grunden för en god hälsa är bra kost och en fysiskt aktiv vardag. Kosttillskott ska tas för vad det är - ett komplement som gör det lättare att uppnå det dagliga näringsbehovet.

Vår historia börjar redan 1971 i Kalifornien då Great Earth grundades av hälsoprofilerna och farmaceuterna Bernie Bubman och Earl Mindell. Deras vision var att introducera naturliga kosttillskott på den amerikanska marknaden, produkter som kunde hjälpa människor förbättra sin livskvalitet och hälsa. Det dröjde inte länge förrän Great Earth etablerat sig som en av USA:s största hälsokostkedjor.

1987 introducerades Great Earth på den svenska marknaden och idag, efter 30 års hårt arbete, är Great Earth en av Sveriges ledande aktörer inom naturlig hälsokost. Våra produkter säljs i över 500 butiker i Sverige och vi jobbar dagligen med att utveckla vårt sortiment.

Vi tycker inte att man ska stoppa i sig vad som helst. Våra kunder ska känna sig trygga med att de får en säker, bra och effektiv produkt. Därför har vi rigorösa

rutiner och kontroller av allt från produktion och förpackning till etikettering och marknadsföring.

Den ursprungliga idén om att erbjuda produkter som förbättrar livskvaliteten för människor håller vi fast vid och det kommer vi fortsätta att göra. Men vi vill inte stanna där. För att människor ska vara vid god hälsa måste även vår planet vara vid god hälsa. För att leva vår vision arbetar vi sedan många år med hållbarhet. Vi vill leva upp till vårt namn.

**Välkommen till Great Earth -
nu och i framtiden.**





Vitaminer och mineraler är inget hokus-pokus. Det är inte ett mellanmål eller frukostersättning. Det är heller inget som gör att du får bättre kondition eller längre hår. Det är ett komplement till mat och träning - ett verktyg för ett sundare liv.

Men borde det inte räcka att motionera och äta sunt? Jo, egentligen. Men faktum är att samtidigt som vår mat innehåller mindre näring så äter vi mer, rör oss mindre och mår sämre. Näringstillskott ger dig bättre förutsättningar att må bra, oavsett var du befinner dig i livet. Våra produkter är utvecklade för att du ska kunna få i dig det du behöver - inget mer. Då slipper vi också slösa på jordens resurser i onödan.

För oss handlar det om mer än näringstillskott. Vår vision är en framtid där ett bra liv ger näring till en bättre värld - för människor och planet. Du har säkert märkt vad som händer med världen när du mår bra. Visst ser den lite bättre ut? Gladare och ljusare? Det är just det vill vi ta vara på. Vi vill hjälpa dig att bli glad och stark – och att din styrka sprids till din omgivning och skapar en kedjereaktion av bra vibbar. För när vi mår bra har vi helt enkelt bättre förutsättningar att göra världen till en lite bättre plats.

Hållbarhet för Great Earth

Produktion kommer alltid att påverka vår planet i någon utsträckning. Det gäller förstås även om produkten anses vara hållbar, eftersom vi använder resurser från vår planet, omvandlar dem, transporterar dem och konsumerar dem. Den skillnad vi kan göra ligger i hur lite påverkan just vår produktion har på planeten och hur mycket bättre och mer hållbara våra produkter kan vara i jämförelse med liknande produkter på marknaden.

Vi har framförallt fokuserat på våra produkters kvalitet, säkerhet och effektivitet. Det handlar helt enkelt om våra kunders trygghet. En självklar del i vårt kvalitetsarbete är att produkterna ska vara hållbara för både människa och miljö, därför försöker vi alltid använda de mest hållbara ingredienserna och byter ut eller avvecklar ingredienser och produkter som inte längre lever upp till våra kvalitets- och hållbarhetskrav.

Något som kännetecknat oss under våra 30 år som företag är vår nyfikenhet. Vi var bland de första inom vårt område i Sverige att införa verksamhetssystem för att säkra hela kedjan - från produktutveckling till butik. Våra processer granskas årligen genom externa revisioner och sedan 2011 är vi certifierade enligt branschstandarderna "Certified for self-care". Framöver kommer vi att fortsätta utforska nya förpackningssätt, återbruk och produktion, Vår ambition är att få in ett cirkulärt tänkande i hela livscykeln för våra produkter.

Peter Drucker, amerikansk managementexpert, myntade uttrycket "Culture eats strategy for breakfast". Han menar att det inte spelar någon roll hur fina strategier du tar fram om kulturen i företaget inte finns där för att understödja strategin. Här kan vi inte annat än att hålla med. Vi tror att motiverade och välmående medarbetare lägger den stabila grunden för att kunna bedriva ett seriöst hållbarhetsarbete. Hållbarhetsarbetet börjar inifrån.

**”Culture eats strategy for
breakfast”**

- PETER DRUCKER

A person wearing a light brown button-down shirt is holding a large, dense bouquet of fresh green herbs. The bouquet includes basil, mint, and other leafy greens, with some roots visible at the bottom. The person's hands are visible, holding the stems of the herbs. The background is a plain, light-colored wall.

Hälsa är det vi kan och brinner för, därför är det naturligt för oss att uppmuntra en aktiv livsstil hos vår personal. Vi har genom åren genomfört en rad förbättringar för våra anställda och vi arbetar kontinuerligt för att hålla vår sjukfrånvaro på den låga nivå den är idag. Alla våra medarbetare har rätt till friskvårdsbidrag och till gratis träning. Vi ser till att skapa så mycket tid som möjligt för gemensamma aktiviteter som stärker relationerna mellan medarbetarna och ger tid för reflektion. Alla ska bli sedda och hörda i vårt gemensamma arbete.

Med en sådan kultur på plats, och en väl fungerande affärsplanering från styrelsenivå ned till enskilda medarbetares utvecklingssamtal, har vi goda förutsättningar att ta en ledande position inom hållbarhet i vår bransch. Vi är gärna de som går först och sätter en standard och vi delar mer än gärna med oss av vårt synsätt och våra metoder. Men lika gärna tar vi del av andras. Genom samarbete och kompetensutbyte hoppas vi på att tillsammans med våra samarbetspartners och konkurrenter förbättra hållbarhetsarbetet i hela vår bransch.

“There is no business on a dead planet”

- GUNHILD STORDALEN

Genom FNs Agenda 2030 finns nu ett globalt uppdrag med tydliga mål och riktlinjer för att skapa en hållbar värld. År 2030 ska vi tillsammans ha nått de 17 Globala målen och skapat förutsättningar för att kunna fortsätta leva tillsammans på en välmående planet.

Att näringslivet nu mobiliserar för att vara med och ta en aktiv roll i arbetet mot en hållbar värld är viktigt och nödvändigt. Vi är glada att vi nu kan koppla vårt hållbarhetsarbete till tydliga och mätbara mål. Av den anledningen har vi också gått med i Global Compact och genom vårt medlemskap får vi en ännu tydligare länk mellan vårt hållbarhetsarbete och de globala målen.

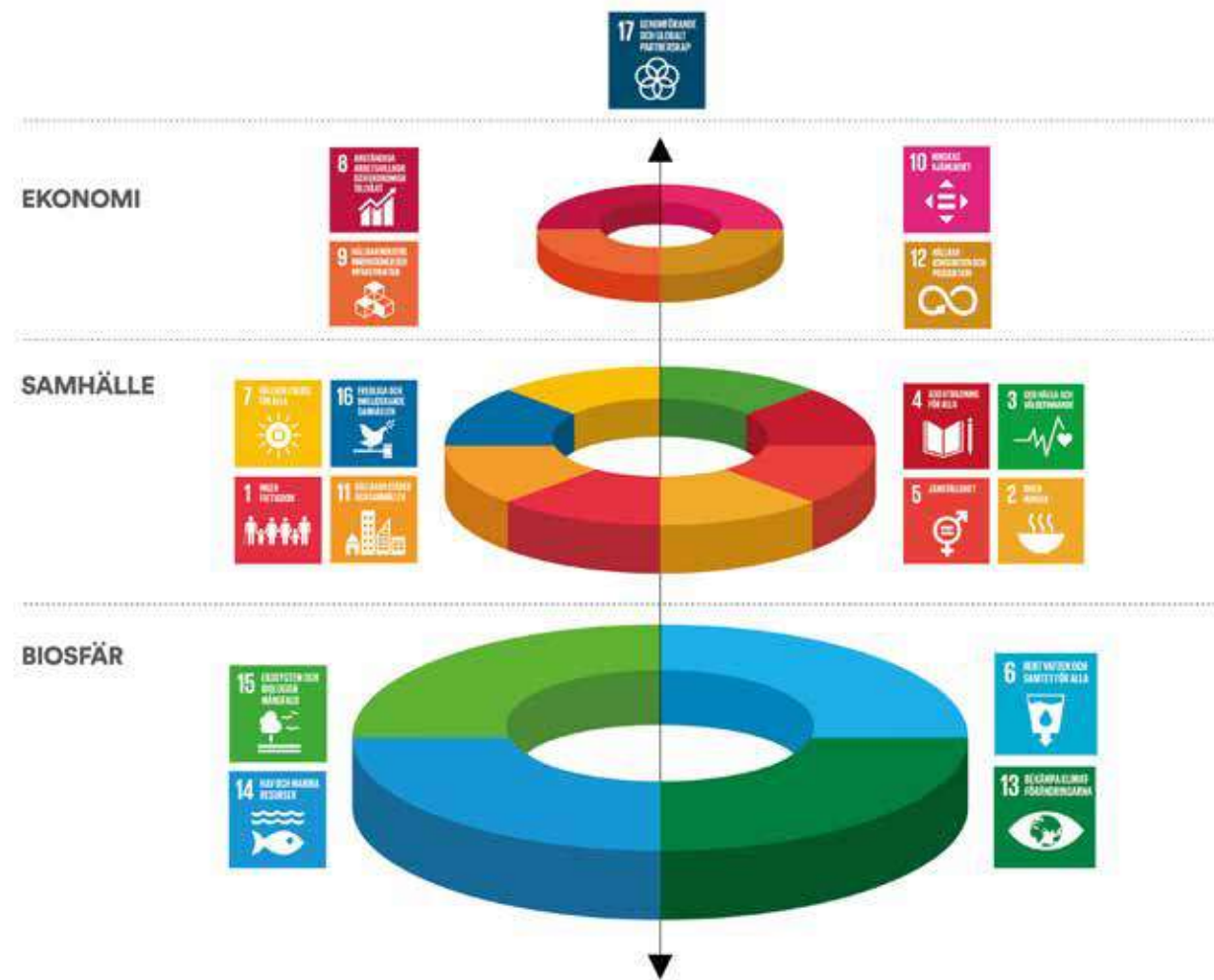


WE SUPPORT



Allt hänger ihop

Bildkälla från dnvgl.com
Översatt från originalet från
Stockholm Resilience Center,
Rockström, J och Sukhdev, P 2016



Allt hållbarhetsarbete hänger ihop. De tre dimensionerna av hållbarhet enligt *Brundtlandrapporten* och de 17 Globala målen påverkar och är beroende av varandra. Vårt arbete med att ta fram hälsoprodukter har en positiv inverkan på vissa mål samtidigt som vår produktion, hur vi förpackar och transporterar eller väljer ingredienser kan ha en negativ inverkan på andra mål.

Miljömässig hållbarhet är själva förutsättningen för allt liv, vårt samhälle och vårt företag. Vår kärnverksamhet är hälsa och genom våra produkter kan vi bidra till att fler människor kan leva ett friskare liv - ju fler vi når desto fler kan vi påverka. Som många andra företag vill vi växa - men inte till vilket pris som helst. Vi är dock övertygade om att det går att kombinera ekonomisk framgång med ett seriöst hållbarhetsarbete. Vi tror till och med att de bolag som inte bygger in ett genuint hållbarhetsarbete i kärnan av sin verksamhet kommer att få det kämpigt framöver.



Vi tror på att fokusera och kraftsamla och har därför valt ut de globala mål där vi ser att vi kan bidra mest, de mål som ligger oss närmast och där vi kan mäta tydliga framsteg.

Vi kommer att fortsätta arbetet med att koppla samman vårt hållbarhetsfokus med de globala målen, allt för att skapa tydlighet i hur vi tillsammans kan jobba mot en hållbar framtid.

Vårt hållbarhetsarbete är indelat i fem fokusområden - **Hälsa, Grunden, Insida, Utsida och Relationer**. Den här strukturen hjälper oss att skapa tydlighet så att vi kan fokusera på de områden som ger störst effekt.

Genom indelningen vill vi också säkerställa ett utifrån-in-tänk. Vi vill undvika att fastna i idén om våra produkters förträfflighet och inte glömma bort att det måste finnas ett behov eller brist som de skall lösa för verkliga människor.

5

Hälsa är kärnan i vår verksamhet. Vi vill ha välmående och nöjda kunder men att vårda våra medarbetare är minst lika viktigt för oss. Motiverade medarbetare som mår bra lägger den stabila grunden och är avgörande för att kunna bedriva ett seriöst hållbarhetsarbete. Här ingår också våra partnersamarbeten, vilka har en tydlig koppling till vår vision.

I fokusområdet Relationer har vi samlat de initiativ som hjälper oss att snabbare nå vår vision. Tillsammans med andra aktörer tror vi att vi kan åstadkomma de största hållbarhetseffekterna, ett ekosystem där vi ser bortom kortsiktighet och använder oss av varandras kompetenser. Vår uppförandekod ska vara en ledstjärna för oss och för dem vi arbetar med.

Här samlar vi vårt arbete med att säkerställa att vi följer och utvecklar våra policys men även de extra steg vi tar för att kunden alltid ska känna sig trygg med vår produkt. Utöver det fokuserar vi på de konkreta förändringar vi kan göra i vår omedelbara närhet för att skapa en hållbar grund att stå på.



Två av våra främsta utmaningar är transporter och förpackningar. Våra produkter behöver skyddas för sin hållbarhet och för att bibehålla sin effekt och de behöver transporteras på ett ansvarsfullt sätt. Vi fokuserar på att effektivisera transporter och reducera CO2 utsläpp.

Våra produkter ska hålla hög kvalitet och vi arbetar kontinuerligt med att optimera dem. Här ligger fokus på våra produkters innehåll och effekt och att minska den negativa påverkan tillverkningen av våra produkter har på miljön.

Hälsa



VÅR KÄRNAFFÄR

Hälsa är kärnan i vår verksamhet och vår vision om att alla människor ska få leva ett friskare och hälsosammare liv. Vi delar gärna vår vision med andra och vi vet att vi genom våra produkter skapar goda förutsättningar för att nå den.

VÄLMÅENDE MEDARBETARE

Motiverade medarbetare som gillar att gå till jobbet är vår främsta tillgång i företaget. Vi har genom åren genomfört en rad förbättringar för vår anställda och vi arbetar kontinuerligt för att exempelvis minska sjukfrånvaro.

- Alla våra medarbetare har rätt till friskvårdsbidrag och till gratis träning.

- Vi ser till att skapa så mycket tid som möjligt för gemensamma aktiviteter som stärker relationerna mellan medarbetarna och ger tid för reflektion. Att våra medarbetare känner mening och glädje i sitt arbete lägger grunden för vår framgång.

- Alla ska bli sedda och hörda i vårt gemensamma arbete. Alla medarbetare uppdateras vid ett flertal tillfällen varje år gällande vår gemensamma affärsplan, mål och de aktiviteter vi skall göra för att nå dessa mål. Alla medarbetare har medarbetarsamtal med sin närmaste chef.

MÅNGFALD

Mångfald handlar om representation och relevans. Bred representation är nödvändigt för att kunna hålla sig relevant för en bred kundgrupp. Vi är ett litet företag men vår ambition är att skapa en jämlik miljö där vi tar tillvara på olikheter. Vi ser helt enkelt mångfald som ett verktyg för att nå våra mål.

Great workplace



Great Earth är Vänföretag till SOS Barnbyar sedan januari 2018

Great Earth är vänföretag till SOS Barnbyar sedan januari 2018. Vi samlar in pengar tillsammans med våra återförsäljare via kampanjer och under 2019 bidrog vi med 110 000 kr till SOS Barnbyars verksamhet i Ukraina. Genom samarbetet kan vi bidra till att fler barn kan växa upp till friska och trygga vuxna.



Vi tror på mångfald och rätten att älska den man vill

Därför har vi i två års tid sponsrat och engagerat oss i eventet Run for Pride - en färgstark löparfest med fokus på glädje, fest och gemenskap. Run for Pride är Sveriges första HBTQ-lopp och för varje anmäld deltagare så går 100:- till Regnbågsfonden. Här går motivation före prestation och poängen är att man tillsammans står upp för vikten av rättvisa.



Grunden



VÅRA PRODUKTER

Vi vill bli experter på våra egna produkter. Det kanske låter lite konstigt men det vi menar är att vi vill ha hundra procent koll på var alla våra råvaror skördas eller framställs. Det är tyvärr lättare sagt än gjort, men vi har redan i dagsläget mycket information om innehållet i våra produkter - och vi är övertygade om att vi tillsammans med våra tillverkare kan skapa full transparens. Det är vi skyldiga våra kunder.

Under 2020 har vi valt ut tre produkter att börja med.



VÅRA LEVERANTÖRER

Vi genomför redan idag leverantörsutvärderingar på plats hos våra leverantörer. För att bli ännu bättre på detta kommer vi framöver att börja en noggrann kartläggning och utvärdering av våra fem största leverantörer och deras miljöpåverkan. När vi fördjupat oss i våra leverantörers arbete kan vi också förbättra vår kravställning. Och när våra krav är tydliga kan de i sin tur ställa krav på det vi efterfrågar. På så sätt kan vi tillsammans skapa hållbara kedjor.



VÅRA RESOR

Under 2019 så drog vi ner vårt resande med flyg och bil avsevärt. Vi åkte istället tåg och föredrog videomöten.

Vi vill bli experter



Hemma hos Great Earth

Vi väljer alltid lokalt när det är möjligt. Detta gäller såväl tjänster som produkter. Ett par exempel på det är rekrytering och ekonomitjänster.

Förra året skrev vi att vi skulle sluta trycka vår produktkatalog och övergå till en appbaserad katalog. I år måste vi erkänna att vi tvingats skjuta upp detta mål. Vi har fortfarande som ambition att övergå till en helt digital version, men just nu är efterfrågan på vår tryckta katalog för stor. Vi behöver helt enkelt lägga lite mer tid på att ta fram en digital katalog som våra kunder gillar lika mycket som den tryckta.

Vi källsorterar och väger allt vårt avfall. Detta dokumenteras och rapporteras in till FTI som är en del av förpackningsinsamlingen.

Bruna avfallspåsar för matavfall nu infört hos oss.

Voff!

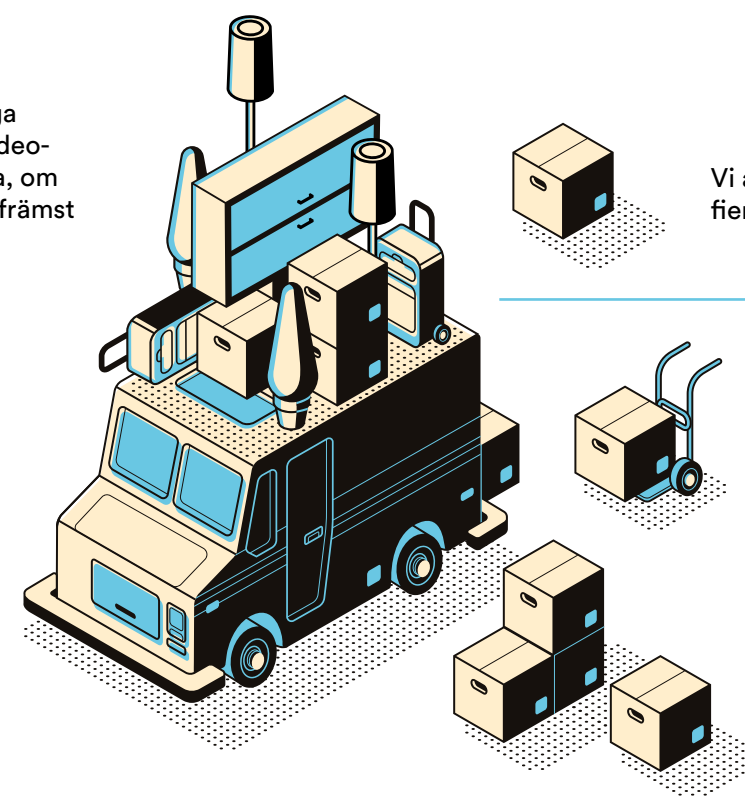
Och så får vi inte glömma djuren. Vi har två kontorshundar. Båda två är mycket uppskattade av både medarbetare och besökare. Självklart har vi tydliga regler kring var hundarna får vistas för att allergisäkra våra produkter och möteslokaler.

100%

All vår el är 100% förnyelsebar och vi köper den från vårt lokala energibolag.

Vi försöker hålla så många möten som möjligt via videosamtal istället för att resa, om vi måste resa så väljer vi främst miljövänliga färdsätt.

Vi använder bara miljöcertifierade tryckerier.



Vi återvänder kartonger från våra tillverkare när vi skickar produkterna vidare till våra kunder. Det minskar avfall och den energiförbrukning produktion av nya kartonger kräver. Vi uppmanar dessutom alla vi skickar våra produkter till att i sin tur göra samma sak. Förhoppningsvis skapar det en ännu längre kedja där avfall och energiförbrukning minskar.

Insida



VEGANSKA PRODUKTER

Våra kunder efterfrågar i allt större utsträckning veganska produkter helt fria från animaliska råvaror. De senaste två åren har vi lagt ner mycket arbete på att minska det animaliska innehållet i våra produkter och istället använda vegetabiliska ingredienser. Idag är andelen veganskt i vårt sortiment 88%, vårt mål är att det ska vara över 90 %.

Varför har vi inte 100 % som mål? Jo, för att vissa råvaror med animaliskt ursprung (BioCell Collagen och Ergozyme) idag inte har fullvärdiga ersättare från växtriket. Vi vill inte riskera att tumma på kvalitén i våra produkter, därför har vi valt att ha dem kvar tills vidare.

Idag ser fördelningen i vårt sortiment ut så här:

88 %
Veganska
produkter

Under 7 %
Produkter
med anima-
listiskt innehåll

KRILLLOLJA - HÅLLBAR OMEGA-3

Vi har valt att inte erbjuda någon fiskolja i vårt sortiment och istället använder vi Omega-3 från krillolja, vilket är ett hållbart alternativ för både människa och miljö. Krillolja är mer lättupptagligt för kroppen än fiskolja då den inte behöver brytas ner och omstruktureras innan den kan tas upp av kroppens celler.

Krill har även ett naturligt innehåll av astaxantin och kolin. Astaxantinet fungerar som en antioxidant som håller krilloljan färsk och skyddar omega-3 fettsyror från oxidation. Inga tillsatser behövs för att bevara lång stabilitet av krilloljan.

Krill fiskas i Antarktis och är på grund av de mycket låga halterna av föroreningar i området nästan helt fri från tungmetaller och miljögifter, till skillnad från andra marina källor för omega-3. Dessutom är krill en förnybar hållbar källa - det finns mycket krill.

Kommersiell krillfångst i Antarktis ligger huvudsakligen i område 48 och är strikt reglerat av Commission for the Conservation of Antarctic Marine Living Resources (CCAMLR). Vår leverantör har även en överenskommelse med Green Peace angående fiskezoner där de tillåts fiska krill.

Så här går det till



Vi använder Superba2™ i våra produkter - en krillråvara från leverantören Aker BioMarine i Norge. De arbetar med hållbarhet genom hela processen vilket var viktigt för oss i valet av råvaruleverantör. De har varit involverade i krillfiske sedan 2003 och arbetar uteslutande med hållbart fiske.

Aker BioMarine arbetar även aktivt för att skydda regionens ekosystem och miljö genom att samarbeta nära olika organisationer som Världsnaturfonden och CCAMLR, vilka arbetar för att bevara det marina livet i Antarktis.

SPÅRBARHET

Vi har 100 % spårbarhet av den krill vi använder - vi vet exakt var varje batch av krillen är fiskad. Det är möjligt genom de avancerade GPS-system som används av fartygen. Den exakta fångstpositionen anges även med koordinater på våra burkar och snart kommer våra kunder att kunna se var krillen i deras burk är fiskad via en sökfunktion på vår hemsida.

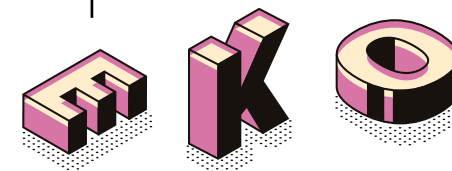
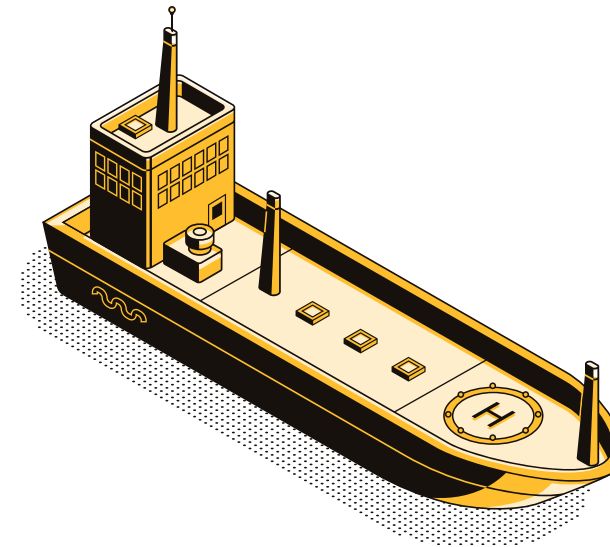
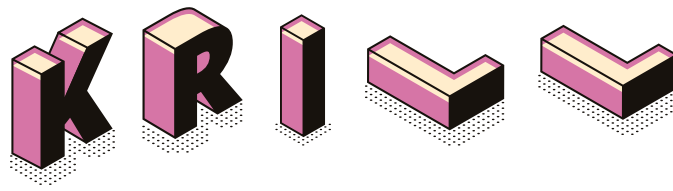
Superba™ är den första krillingrediensen som är certifierad av MSC som är 100 % spårbar från hav till kapsel. MSC:s spårbarhetscertifiering ger en försäkran till företag och konsumenter att produkterna kan spåras genom hela kedjan tillbaka till dess ursprung.

INGEN RISK FÖR UTFISKNING

Krillen fiskas med Aker BioMarine's egenutvecklade teknik Eco Harvesting vilken minskar bifångsten till nästan noll. Eco Harvesting är ett specialdesignat trågsystem som väljer bort oönskad bifångst och släpper ut den oskadd och påverkar alltså miljön minimalt.



Krill är den största biomassan på jorden och den totala tillåtna fångsten av krill är ca 1 % av den totala årliga krillbiomassan, som är mer än 400 - 500 miljoner ton. Valar, sälar och fåglar är några av de arter som lever på krill, men några negativa effekter för dessa arter kopplat till krillfiske har hittills inte visat sig. På grund av extrema förhållanden och den höga kostnaden för fiske i antarktiska vatten, förutspås en väldigt liten ökning av krillfisket i framtiden.





Kvalitet och livsmedelssäkerhet

CERTIFIERING OCH TILLVERKNING

Ett av våra främsta mål är att våra kunder ska känna sig trygga med att de får en säker, bra och effektiv produkt. Därför har vi ett rigoröst kvalitetsarbete, där vi kontrollerar allt från produktion och förpackning till märkning och marknadsföring.

Kvalitet och säkerhet är och har alltid varit vår största prioritet. Vi är certifierade enligt Certified for Self-care (CFSC) sedan 2011. Det är en unik certifiering för vår bransch, framtagen av Svensk Egenvård.

Certifieringen innebär att vi måste uppfylla en rad kriterier baserade på bland annat myndighetskrav, branschriktlinjer och olika internationella livsmedelsstandarder så som ISO 22000, ISO 9001, BRC och IFS.

En fördel med CFSC är att det är en tidsbegränsad certifiering.

De företag som är certifierade granskas årligen och en förnyelse av certifikatet krävs vart fjärde år. Endast ett fåtal företag i branschen är certifierade idag.

TILLVERKNING

Sedan Great Earth grundades i USA 1971 har bolaget haft sin huvudtillverkning där. Faktum är att USA som tillverkningsland fortfarande ligger långt före alla andra länder när det gäller innovation och utveckling och de höga kraven på produktionsanläggningarna gör att kvaliteten på slutprodukten är enastående. Nackdelen med att lägga produktionen långt från konsumenten är förstås att frakter tillkommer. Vi arbetar aktivt med produktionsanläggningar inom EU för att lyfta deras kompetens och förmåga för att i förlängningen kunna flytta delar av produktionen till Europa. Fram till dess jobbar vi för bättre och mer hållbara frakthalternativ.

Vi tillverkar uteslutande i fabriker som följer så kallad GMP (Good Manufacturing Practice). GMP är ett omfattande regelverk som styr tillverkning och paketering av livsmedel, hälsokost och läkemedel. I kvalitetsstämpeln ingår regler om personalens utbildning och ansvarsförhållanden. När produkter tillverkas med GMP-standard måste varje tillverkad sats analyseras och godkännas av en Qualified Person.

Den fabrik som tillverkar den största delen av våra produkter har ett eget labb med ca 35 anställda där de analyserar alla enskilda råvaror och även de färdiga produkterna innan de lämnar fabriken. På så sätt har vi full kontroll över att innehållet i alla våra produkter är korrekt.

Utsida



FRAKTER

Vårt mål är alltid att använda det mest miljövänliga och, om möjligt, snabbaste fraktnalternativet. I vårt fall betyder det sjöfrakt för import och standardpaket/pall för inrikesfrakt.

IMPORT

Vår importfrakt sköts till största delen av Kuehne & Nagel. De låter oss vara med och påverka val av rederi, vilket betyder att vi kan välja det rederi som tar den rakaste rutten till Sverige.

Tyvärr har förseningar från tillverkare, ökad efterfrågan och regelverk tvingat oss att använda mer flygfrakt än vi planerat under året. Det har gjort att vi har kan efter-

följa vår servicenivå, men betyder mer miljöpåverkan och betydligt högre kostnader. Att flygfrakt är dåligt för både miljö och ekonomi är vi väl medvetna om.

KUNDFRAKT

Vi använder DHL Freight's tjänster och målet är samla våra försändelser då det i dagsläget inte finns några direktalternativ för vår typ av försändelser. DHL är ett bolag med höga ambitioner och ett seriöst miljöarbete.

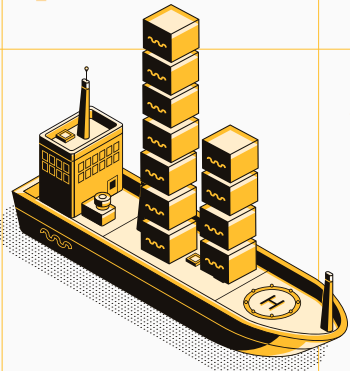
Vårt mål är att alltid använda de mest miljö- vänliga alternativet

IMO 2020

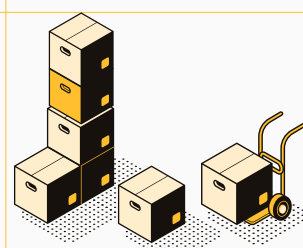
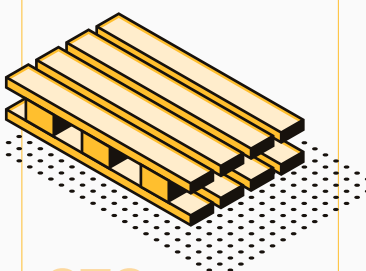
Den 1 januari 2020 införde International Maritime Organization (IMO) ett nytt bränsledirektiv som begränsar sjöfartens svaveldioxidutsläpp till 0,5 %. Direktivet tvingar branschen att investera i ny teknik eller mer miljövänliga bränslen och betyder att sjöfartens utsläpp kommer att minska avsevärt, både till havs och längs kustområdena. Bra tycker vi! Det gör det ännu lättare för oss att välja sjöfrakt före flygfrakt.



Import totalt 2019

TRANSPORT-MEDEL	ANTAL SÄND- NINGAR	CO2 UTSLÄPP (KG)
Flyg- frakt	 4	2662 kg
Sjöfrakt	 11	9601 kg
Totalt:	15	12 263 kg

Kundfrakt 2019

FÖRSÄN- DELSER	ANTAL SÄND- NINGAR	CO2 UTSLÄPP (KG)
Paket	 2673	374 kg
Pall	 232	798 kg
Totalt:	2877	1173 kg

TOTALT 2018
(IMPORT+KUNDFRAKT) 34 429 kg CO2

MÅL 2019
(IMPORT+KUNDFRAKT) 18 331 kg CO2

RESULTAT 2019
(IMPORT+KUNDFRAKT) 13 436 kg CO2

WE DID IT!

= - 61%



FÖRPACKNINGAR

Under 2019 har vi bevakat mässor och trender för att hitta mer hållbara förpackningar till våra produkter.

Vi har även tittat på fyllnadsgraden i alla våra förpackningar. Vår ambition framåt är att fylla våra förpackningar så mycket som möjligt för att undvika att onödigt material används.

Tyvärr så begränsar textstorlek på etiketter och annan praktiskt teknik i produktionen fyllnadsgraden i vissa förpackningar.

Super smart

2019 gjorde vi om våra samples produkter från miniburkar till påsar. Supersmart och tar mycket mindre plats.

Relationer



Ensam är inte stark. Vi delar gärna vår vision med andra och de riktigt stora hållbarhetseffekterna tror vi att vi uppnår tillsammans. Som enskild aktör kan vi göra en hel del för en mer hållbar värld, men tillsammans med andra kan vi göra mycket mer och mycket snabbare. Vi tror på att skapa ett ekosystem där långsiktighet och kompetensutbyte är A och O.

Vi har en uppförandekod som styr hur vi hanterar våra relationer och definierar hur vi kommunicerar med våra intressenter. Vi implementerar den vid besök på fabriker, när vi förhandlar med leverantörer och vid kundbesök - vår uppförandekod genomsyrar allt vi gör. Vi vill inte använda oss av det slitna uttrycket "möt andra så som du själv vill bli bemött". Istället försöker vi identifiera hur våra kunder och samarbetspartners vill bli

bemötta, den kunskapen kan vi kombinera med vår för att tillsammans jobba mot en mer hållbar värld.

Våra främsta intressenter idag är: våra anställda och framtida anställda, butiker/grossister, konsumenter, media, tillverkare och leverantörer, ägare och finansierare, myndigheter och intresseorganisationer.

VAD HAR VI FRAMFÖR OSS?

Massor. Fokuset på hållbarhetsfrågor ökar i Sverige, globalt och hos oss. Vi tror och hoppas att det kommer att göra arbetet med hållbarhet lättare för att tillslut bli ett självklart och integrerat arbete för alla i vår bransch.

BREAK IT IMPACT

2019 deltog vi i Break It Impact Challenge. Där utmanades vi att på en månad genomföra fem förändringar för att göra vår affär mer hållbar.

COEST

Vi är väldigt glada för vårt samarbete med Coest. De hjälper oss och andra företag att ta sig an hållbarhetsarbete på riktigt. Tillsammans kan vi visa branschen att hållbart företagande är möjligt och nödvändigt.

Tydliga mål inom alla våra affärs- områden

Vi vill bli bättre på att bli bättre

För oss handlar hållbarhet om att hela tiden förbättra hur vi bedriver vår verksamhet. Det vill vi bli bättre på. Och vi vill helst göra det tillsammans med er - våra kunder, leverantörer och samarbetspartners.

Det här är andra gången vi redovisar vårt hållbarhetsarbete och vi tar tacksamt emot synpunkter, förbättringsförslag, klagomål eller beröm.





Great Earth[®]



greatearthscandinavia
greatearth.se