

G R E A T E A R T H

Support your local planet.

HÅLLBARHETSRAPPORT #3
2020



Vad händer med världen när du mår bra?

Vitaminer och mineraler är inget hokuspokus.

Det är inte ett mellanmål eller frukostersättning. Det är heller inget som gör att du får bättre kondition eller ett komplett och fulländat liv. 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 slösa på jordens resurser i onödan.

För oss handlar det om mer än näringstillskott. Vår vision är en framtid där ett bra och sunt 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 människor att bli glada och starka - och att den styrkan sprids till omgivningen och skapar en kedjereaktion av bra händelser. För när vi människor mår bra har vi helt enkelt bättre förutsättningar att göra världen till en lite bättre plats.

Support yourself.

Support yourself.

Great Earth startades för mer än 30 år sedan, med en dröm om en bättre värld för både människa och planet. Våra produkter är utvecklade för att du ska kunna få i dig det du faktiskt behöver – inget mer. På så sätt slipper vi slösa på jordens resurser i onödan.

Idag är vi en av Sveriges ledande aktörer inom naturlig hälsokost och vi existerar för att våra kunder ska kunna göra det som får dem att må bra, genom ett brett sortiment av näringstillskott för hela livet.

Vi finns för piruetter och magplask, för drömmar och verklighet, för ljus och mörker, för handlingskraft och nedvarvning. Och allt däremellan. Hos oss hittar du ett gäng kraftfulla produkter som vill hjälpa att stärka och stötta, oavsett vem du är och vilken fas i livet du befinner dig i.

Innehåll

2020: VAD HAR VI GJORT & HUR HAR DET GÅTT

Snabb fakta	4
Vi ska förändra världen	5
Vårt hållbarhetsfokus	6
Allt hänger ihop	7-8
Fokusområden	9
Hälsa	10
Grunden	11
Insidan	12-13
Utsidan	14-16
Relationer	17-18

2030: BEYOND & FRAMTIDENS NÄRINGSTILLSKOTT

Varför näringstillskott?	19
Vilket näringstillskott?	20
Vad innehåller det?	21
Hur vill vi köpa?	22-23

GREAT EARTH IDAG: SNABBFAKTA

800

BUTIKER/ÅTERFÖRSÄLJARE

Support
your
glow.

VARAV

64 ST PRODUKTER

56 ÅR VEGANSKA

950 000

SÅLDA PRODUKTER 2020

70%

KVINNLIGA KUNDER

THE WHOLE IS NOT A THING. THE WHOLE IS THE WORLD.

60 MSEK

I OMSÄTTNING 2020

Livsviktig vitamin?

Säg hej till vår hälsoguru:
Monika Björn

15+

ANSTÄLLDA I GÄVLE

SWE

VÅRA MARKNADER

FIN

Vi supportar
kvinnohälsa

Vi säljer inte bara vitaminer & mineraler – Vi förbättrar världen också!



Vi står inför mänsklighetens kanske största utmaning - att rädda klimatet. Det är en fråga som rör alla, överallt. Klimatfrågan är stor och komplex. Men bara för att någonting är stort och svårt betyder inte det att vi ska ge upp. Så, vad gör vi?

I komplexa situationer är det viktigt att kunna lyfta blicken, se framåt och våga vara visionär, lite som föräldraskap. Som förälder utsätts man dagligen för en vardag med starka personliga viljor, väder, kläder, mat, sömn, snor, lördagsgodis, sociala medier osv. Det är omöjligt att lägga en plan som man följer, man tvingas hela tiden testa, agera, testa igen, utvärdera, navigera och agera mot målet. Att bygga en hållbar verksamhet är samma sak - vi måste fokusera på målen mer än detaljplanen och kunna justera kursen efter vägen.

Det handlar också om att gräva där man står. Därför väljer vi att som första företag i vår bransch ta stafettpinnen och göra ett gediget hållbarhetsarbete med de bästa verktygen som finns tillgängliga idag. Vi vill utmana och uppmuntra både vår bransch och våra kunder till att ta ställning, ifrågasätta, vara nyfikna och samtidigt hjälpas åt att ta hand om vår planet.

/ Jorunn



Hållbar utveckling

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 branschstandarden “Certified for self-care”.

Men detta är långt ifrån nog och vi har sedan länge bestämt oss för att göra skillnad.

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. I slutet av rapporten pratar vi lite om vad som händer i horisonten - hos oss men också ute i världen.

Support your local planet.

Redan för mer än 30 år sedan slog Brundtlandrapporten, Vår gemensamma framtid, fast att det är viktigt att vi jobbar i tre dimensioner av hållbarhet: ekologisk, social och ekonomisk.

För oss har detta varit viktigt så att vi säkerställer ett sunt företag som är en trygg arbetsgivare, har koll på klimatavtrycket och tar vårt sociala ansvar.

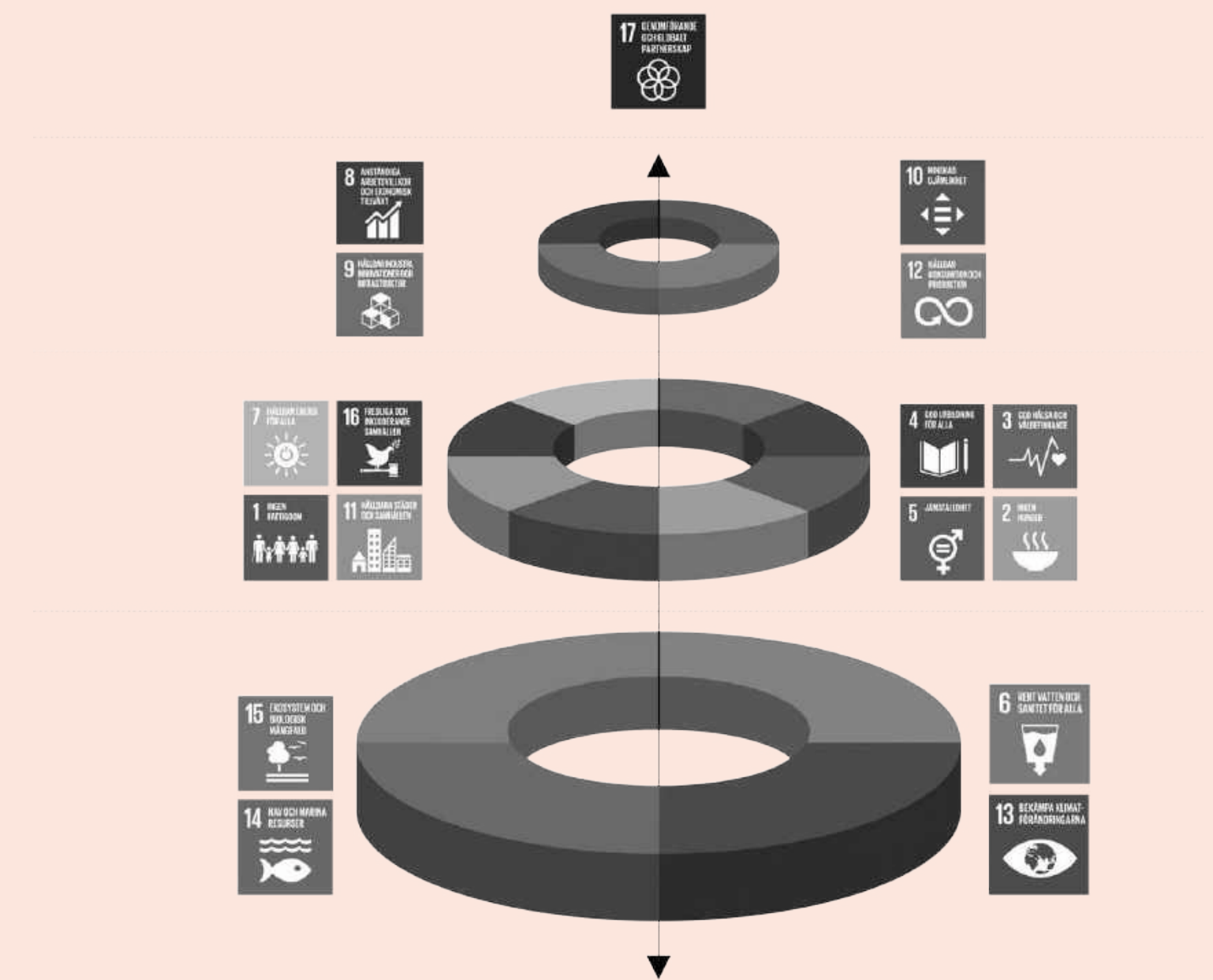
Ett antal år senare skapade FN "Agenda 2030" med 17 globala mål som syftar till att förenkla för verksamheter att kunna fokusera på saker som gör att de tre dimensionerna kan uppfyllas.

2018 så valde vi att ansluta oss till detta initiativ och vi tog då också fram 5 fokusområden som gör att vi kommer att bidra på ett positivt sätt till de 17 globala målen. Dessa områden sätts det interna mål för, följs upp och vi firar framgångar och tar korrigerande aktiviteter då vi inte når de effekter vi vill.

Produktion kommer alltid i någon utsträckning påverka vår planet.

Det gäller förstås även om produkten anses vara hållbar, eftersom vi använder resurser från vår jord, omvandlar dem, transporterar dem och konsumerar dem. För att göra skillnad så fokuserar vi på våra produkters kvalitet, säkerhet och effektivitet. Detta samtidigt som vi ser till hela livscykeln.

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.





Support yourself.

Vårt hållbarhetsarbete genomsyrar allt vi gör och är indelat i fem fokusområden: **Hälsa, Grunden, Insida, Utsida och Relationer.** Den 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.

Support your wellness.

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 vår stabila grund och är avgörande för att kunna bedriva ett seriöst hållbarhetsarbete. Här ingår också våra partnersamarbeten, vilka har en tydlig koppling till vår vision.

Support your core.

Här samlar vi vårt arbete med att säkerställa att vi följer upp och utvecklar våra policys, men även de extra steg vi tar för att kunden alltid ska kännas 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.

Support your inside.

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

Support your outside.

Två av våra främsta utmaningar är transporter och förpackningar. Våra produkter behöver skyddas för sin hållbarhet och för bibehållen effekt, samt transporteras på ett ansvarsfullt sätt.

Support your relations.

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 är en ledstjärna.

Support your wellness.

För oss handlar det här om mer än näringstillskott. Vår vision GOOD LIFE – GREAT EARTH handlar om 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 detta vi vill 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.

Internt lever vi efter Good Life - Great Work Place och de konkreta saker vi gör för att alla skall må så bra som möjligt är:

- SMOOTHIE
- 30 MIN PROMENAD
VARJE DAG
- 6 VECKORS
SEMESTER
- STEGRÄKNARE
- ARBETSMILJÖHANDBOK
- BONUSSYSTEM
- PERSONALHANDBOK
- 
- 
- 
- 
- 
- 
- 

MÅNGFALD

Mångfald handlar om representation och relevans. Bred representation är nödvändigt för att kunna hålla sig relevant. 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.



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 våra anställda och vi arbetar kontinuerligt för att exempelvis minska sjukfrånvaro. Alla våra medarbetare har rätt till friskvårdsbidrag och till gratis träning. Vi ser även 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 är otroligt viktigt, och lägger grunden för att vi skall nå vår vision. Därför är det av vikt att alla blir sedda och hörda i vårt gemensamma arbete.

Support your core.

När det kommer till hur vi driver vår verksamhet så har 2020 varit ett minst sagt spännande år. Våra arbetssätt har utmanats ordentligt, men nu börjar vi se ljuset i tunneln och har skapat förutsättningar för nya och mer hållbara arbetssätt som vi tänker implementera permanent.

VÅRA PRODUKTER

Vi är experter på våra egna produkter och vi tål att vara helt transparenta. Att du vet vad du stoppar i dig och varför är en självklarhet för oss. Det vi nu arbetar mot är lokala råvaror och kortare transportsträckor.

VÅRA LEVERANTÖRER

Vi genomför sedan flera år leverantörsutvärderingar på plats hos alla våra leverantörer. De utsätts för samma strikta krav som vi ställer på oss själva i de tre dimensionerna, ekologisk, ekonomisk och social. Vår code of conduct lägger en fjärde dimension ovanpå.

VÅRA RESOR

Under Covid-19 är vi nog inte ensamma om att ha rest minimalt. Videomöten och distansarbete har varit vardagsmat, och banat väg för nya, mer hållbara arbetssätt som vi tänker behålla.

När det kommer till hur vi driver vår verksamhet på en daglig basis så handlar det egentligen om hygienfaktorer (som borde vara vedertaget), t.ex:

Vi använder grön el.

Vi återanvänder kartonger för transport till kund.

Vi har en effektiv återbruksrutin.

Vi har uppdaterat till en hållbar server/datamiljö.

Vi utbildar medarbetare löpande kring hållbarhet.

Vi har en avfallsrutin och koll på våra avfallsmängder.

Och där vi inte kommit ända fram klimatkompenserar vi.

Support your inside.

Kvalitet + hållbarhet = sant. Våra produkter är designade och producerade med ingredienser av absolut högsta kvalitet för att våra kunder ska kunna få i sig det som de behöver och inget mer. Då slipper vi slösa på jordens resurser i onödan. Allt vi gör skall vara bäst i test! För när det kommer till kvalitet handlar det 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.

VI HAR BÖRJAT MED ALGOLJA!

Och tagit bort krillolja (som vi hyllade förra rapporten). Ett bra exempel på att justera kursen med ny kunskap kring påverkan - i det här fallet så har alger en mycket lägre klimatpåverkan än krill.

FLER & BÄTTRE VEGANSKA & VEGENTARISKA PRODUKTER!

Vilket båda är bra för att minska vår påverkan. Men om det är så enkelt, varför är inte hela vårt sortiment vegetariskt/veganskt? Jo, för att vissa animaliska ingredienser är väldigt potenta och dessa behöver vi se till att nyttja. Detta är en del i det cirkulära systemet som vi är med och bygger. Mer om detta nästa rapport.

VI HAR FLYTTAT EN DEL AV PACKNINGEN TILL SVERIGE

Genom att frakta i bulk och packa här hemma får vi mycket bättre kontroll över vår produktionskedja. Att det dessutom minskar vår klimatpåverkan gällande frakten är såklart en superbonus!

VI ÄR I FULL GÅNG MED ATT OPTIMERA FYLLNADSGRADEN

Våra nya burkar är mycket snyggare än tidigare, men framförallt så har vi optimerat fyllandsgraden så att vi slipper frakta luft - för det känns ju onödigt.

VI HAR SETT ÖVER SORTIMENTET

Och fasat ut produkter som var för generiska och icke-specifika kopplat till individens behov. Då vårt mål är att varje individ ska få i sig exakt det denne behöver - no more no less.



Support your inside.



VI STÄLLER KRAV PÅ VÅRA LEVERANTÖRER

Vi är inte bara petnoga med vår egen kvalitet och säkerhet. För lika hårda som vi är mot oss själva är vi mot våra leverantörer. Därför samarbetar vi uteslutande med leverantörer som följer en så kallad Good Manufacturing Practice (god tillverkningssed, engelsk förkortning GMP). GMP är ett omfattande regelverk som styr tillverkning och paketering av livsmedel, hälsokost och läkemedel. I kvalitetsstämpeln ingår regler om produktionspersonalens utbildning och ansvarsförhållanden. När produkter tillverkas med GMP-standard måste varenda tillverkad sats analyseras av en person med särskilda kvalifikationer. Om något fel skulle uppstå under produktionen måste det även utredas enligt ett särskilt system kallat Corrective and Prevention Action.

VI FÖLJER INTERNATIONELLA FÖRESKRIFTER

För att produkter ska godkännas för internationell försäljning och konsumtion måste de följa USA:s livsmedels- och läkemedelsmyndighet och deras kvalitetsföreskrifter. Alla våra produktionspartners följer dessa lokala kvalitetsföreskrifter, vilka är jämförbara med den internationella kvalitetsstandarden ISO 13485.

Vi är ivriga påhejare av certifieringar och är certifierade enligt CFSC. Det enda tråkiga med dem är deras trista förkortningar som aldrig blir bra i skrift. Det är inte så mycket att göra åt saken, så låt oss presentera CFSC som är en förkortning för (Certified for self-care). Ett system framtaget av den oberoende branschorganisationen Svensk Egenvård. CFSC är den enda unikt anpassade certifieringen för producenter och leverantörer av kosttillskott och sport- och viktminskningsprodukter i Sverige. För att få certifieringen granskas företaget noggrant av en oberoende part. Den oberoende parten går igenom hur väl man följer branschriktlinjer, myndighetskrav och en lång lista av erkända livsmedelsstandarder. Exempel på sådana riktlinjer är ISO 22000, ISO 9001, BRC (Global standard för livsmedelssäkerhet) samt International Food Standard IFS. En ytterligare fördel med CFSC är att det är en tidsbegränsad certifiering. De företag som har certifierats granskas årligen och en förnyelse av certifikatet krävs vart tredje år.

VI JOBBAR ENLIGT HACCP

När det kommer till kvalitet tror vi på att ha både hängslen och livrem. Det kan helt enkelt inte bli för mycket. Därför jobbar vi enligt HACCP som har utarbetats av FN:s livsmedels- och jordbruksorganisation. Denna förkortning står för Hazard Analysis and Critical Control Points (på svenska riskanalys och kritiska styrpunkter.) Syftet med denna metod är att minimera risken för att kvalitetsbrister uppkommer under produktionsprocessen. HACCP är en standardiserad arbetsmetod som beskriver hur man kartlägger, bedömer och kontrollerar potentiella risker i livsmedelsproduktionen. Arbetsmetoden är utvecklad med avsikt att livsmedel och produkter alltid ska vara helt säkra för konsumenten.

Support your outside.

En stor del av vår vardag består av att lista ut hur vi kan minimera vår påverkan gällande förpackningar och logistik. Detta är superviktigt i takt med att e-handeln ökar och vi skickar produkter i högre utsträckning nu än förr. Det gäller inte bara att frakta på ett smart sätt, vi behöver se över hela förpackningssystemet och hur vi kan bli bättre där. Vi ser många nya konsumentbeteenden som är sprungna ur denna utveckling och vi tittar just nu på vår egna förpackningsevolution.

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. Covid-19 har präglat allt under det gångna året, och tyvärr inte minst gällande flygfrakter - vilka har ökat under året. Det har gjort att vi har kunnat leva upp till vår servicenivå, men betyder mer miljöpåverkan och betydligt högre kostnader. Att flygfrakt är dåligt för både miljö och ekonomi är vi väl medvetna om. Därför tittar vi även på produktionslösningar närmre hemma vilket gör att vi slipper frakta överhuvudtaget på så vis.

KUNDFRAKT

Vi skickar primärt våra produkter till kund med Postnord. Dels för att de är bra på det de gör, samt att de jobbar aktivt med att minska sin klimatpåverkan och erbjuder oss bra verktyg för att minimera vår.

MER LOKAL PRODUKTION

Under året har vi tagit hem 10 produkter som nu produceras inom EU istället för på andra sidan Atlanten. Detta är bra på många sätt, inte minst för att vi slipper frakta produkter långa sträckor. Vi får även ännu bättre kontroll på våra produkter och kan tillsammans med våra producenter fortsätta höja ribban för både kvalitet och innehåll.

FÖRPACKNINGAR

Under 2020 har vi gjort ett stort arbete med att omforma hela vårt varumärke, med stor fokus på våra förpackningar. Förutom att burkarna fått ett nytt utseende så är de även optimerade gällande både fyllnadsgrad och materialval. De nya burkarna är producerade i återvunnen PET, vilket är jättebra. Men detta är bara början - vi håller på att se över hela systemet och spännande saker väntar!

NYA BURKAR!

Våra nya (över-snygga) burkar är tillverkade i återvunnen PET. Varför har vi då plastburkar? Jo, för att plast är otroligt bra på att förvara denna typ av produkter - vi delar sen på ansvaret att se till att burken inte hamnar i naturen. Som kund kan du nu till exempel panta den då vi inlett samarbete med Bower.



MER FLYGFRAKT! (VILKET SÅKLART ÄR JÄTTEDÅLIGT)

Detta har tyvärr varit nödvändigt under detta konstiga, gångna år. Det har fått oss att jobba ännu hårdare med arbetet att utvinna och upphandla mer lokala råvaror. För Covid-19 är sannolikt inte den sista pandemin som drabbar mänskligheten.

Även det bästa planerna kan gå om intet.

Vi har sedan många år följt vår CO2 påverkan gällande våra frakter och sedan 2018 har vi öppet redovisat dessa siffror. 2020 redovisade vi en markant sänkning (-61 %) av våra CO2 utsläpp som härrör från frakter vilket vi uppnådde genom bättre planering av supply chain.

Great Earth har merparten av produktionen i USA då det hittills är där den den högsta tekniska kvaliteten finns något som vi nu snabbt ser ändras.

Under 2020 har vi ökat vårt fokus på att ha produktion närmare konsument och på så sätt få ned frakterna ytterligare. Vi har 2020 lyckats flytta 15% av våra produkter till producenter i Sverige och inom Europa och vårt långsiktiga mål är att vi skall ha all produktion så nära konsumenten som möjligt.

Men 2020 var även ett år av en pandemi och det har på fler än ett sätt satt käppar i hjulet för oss. Vi har haft två stora utmaningar som vi vill lyfta i denna rapport.

UTMANING #1 - GLOBALA SUPPLY CHAIN STÖRNINGAR

Hela den globala supply chain kedjan har varit under en gigantisk utmaning under 2020. Detta har inneburit en global brist på containers, dvs det blodomlopp av containers som rör sig runt världen kontinuerligt, har inte fungerat som det gjort tidigare. Produkter som varit producerade och redo att skicka har blivit fast i USA. Detta har inneburit att vi har varit tvungen att använda flygfrakt oftare än vi hade planerat för att få fram produkter till våra återförsäljare.

2020 använde vi flygfrakt 12 gånger kontra 4 gånger under 2019. Vi fraktade totalt 9,8 ton varor under 2020 via flyg (2019 var det 1,2 ton).

Så här har vårt mål att reducera flygfrakterna gått åt andra hållet.

UTMANING #2 - VÅR SPEDITÖR KUEHNE + NAGEL MISSLYCKAS

Vi använder ett globalt transportföretag som heter Kuehne + Nagel som vi köper fraktkapacitet från.

Kuehne+Nagel är en stor global aktör med mycket gott track record som vi varit mycket nöjda med. Vi har fått mycket bra redovisning av hur våra transporters CO2 utsläpp har sett ut föregående år.

Men pandemin har även slagit mot deras verksamhet och nu när vi skall göra sammanställningen gällande våra CO2 utsläpp för 2020 så får vi en redovisning med värden som inte stämmer. Det är för oss lätt att kvalitetsgranska de sammanställningar vi får då vi gjort detta i så många år och vi gör våra egna beräkningar löpande.

Vi har försökt få Kuehne+Nagel att visa för oss hur de kommit fram till de värden gällande CO2 utsläpp som de redovisat. Vi har tyvärr inte fått några konkreta svar från dem varför värdena ser ut som de gör.

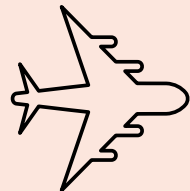
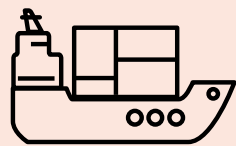
Detta gör att vi inte kan redovisa siffror för CO2 kring vår import 2020.

	2019	2020
BÅTFRAKT CONTAINER	11 frakter totalt 92 ton	11 frakter totalt 102 ton
FLYGFRAKT	4 frakter total 1,2 ton	12 frakter total 9,8 ton

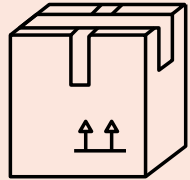
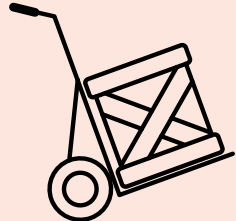
Vi skulle kunna räkna fram matematiskt våra CO2 utsläpp utifrån vad vi skeppat och föregående års siffror men vi skulle inte kunna stå för dessa värden. Vi kommer därför åter redovisa 2019 år siffror och säkerställa att vi till kommande rapport har korrekta uppdaterade värden.

Vi har därför aktivt tagit valet att ersätta Kuehne+Nagel som leverantör och vi har påbörjat arbetet med att ersätta dem. Vi byter inte leverantörer lätt då vi tror på långa relationer och ett samarbete där vi vidareutvecklar varandra tillsammans. Men då vi nu försökt under så lång tid att få till en dialog och vi får inget visat intresse tillbaka så har vi blivit tvungna att ta detta beslut.

Import totalt 2019

TRANSPORTMEDEL	ANTAL SÄNDNINGAR	C02 UTSLÄPP (KG)
Flygfrakt	4 	2662 kg
Sjöfrakt	11 	9601 kg
Totalt:	15	12263 kg

Kundfrakt 2020

FÖRSÄNDELSER	ANTAL SÄNDNINGAR	C02 UTSLÄPP (KG)
Paket	2987 	340 kg
Pall	311 	950 kg
Totalt:	3298	1290 kg

Support your relations.

Good life – Great Earth genomsyrar allt vi gör, och är både vår vision och filosofi. Den fångar hur vi ser på både livet och hur vi gör affärer. 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.

EPISKA SAMARBETEN

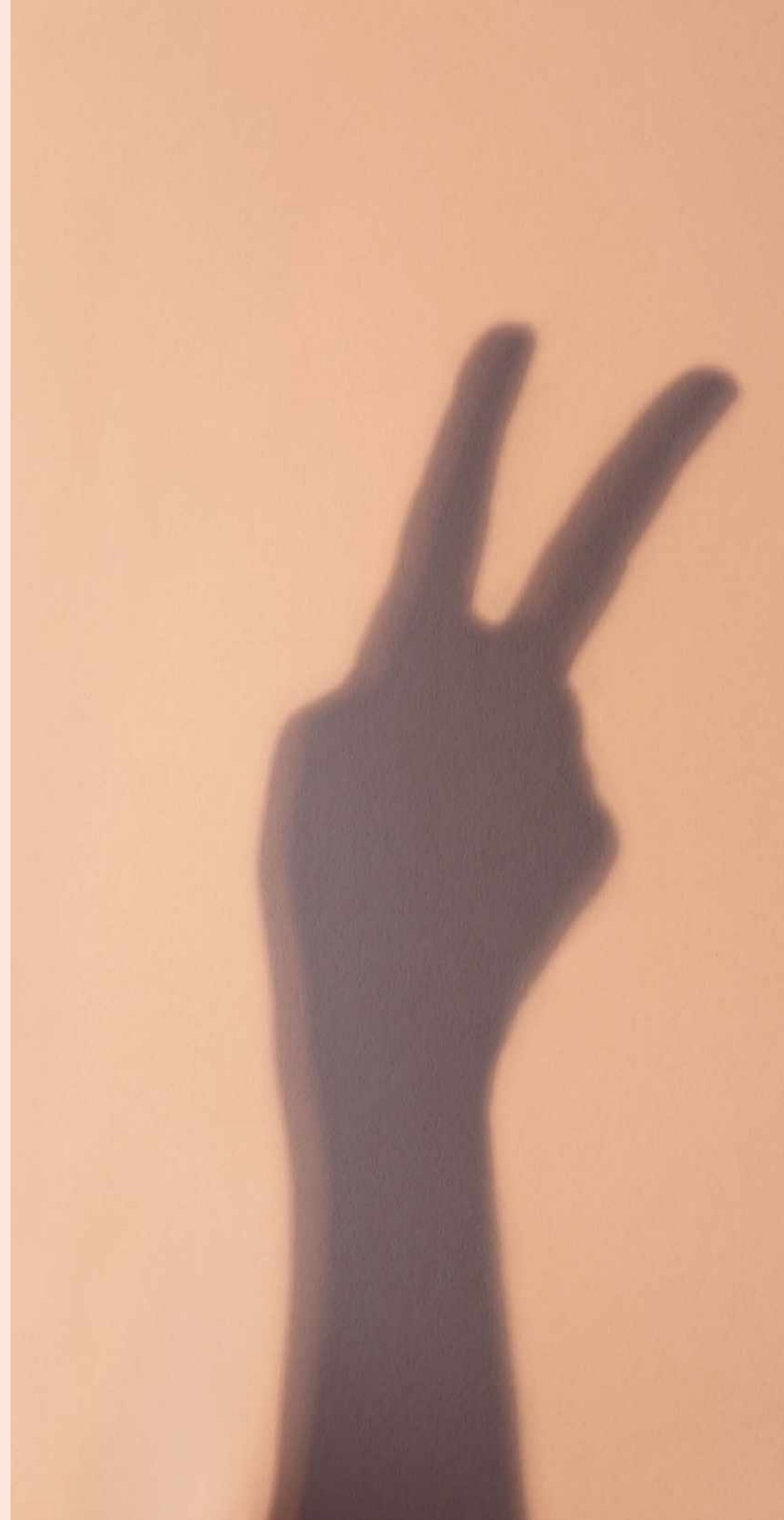
Ca/Bom, Coest, IVEO, Nordea, Centra, Exsitec är bara några av de fina gäng som vi jobbat med kontinuerligt över året. Vi tror att nya perspektiv är nyckeln till exponentiell utväxling – i synnerhet när vi tar oss för helt nya saker som det inte finns någon manual till – så det är vi glad för och tänker fortsätta med.

BREAK IT IMPACT

2020 deltog vi i Break It Impact Challenge. Där utmanades vi att på en månad genomföra fem förändringar för att göra vår affär mer hållbar.

CODE OF CONDUCT

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 medarbetare och framtida medarbetare, butiker/grossister, konsumenter, media, tillverkare och leverantörer, ägare och finansiärer, myndigheter och intresseorganisationer.



Support your relations.



Fokus: Klimakteriet
GREAT EARTH X MONIKA BJÖRN

Med hjälp av författarinnan Monika Björn, som skrivit boken Stark genom klimakteriet, har vi fördjupat vårt fokus på kvinnohälsa och specifikt klimakteriet.

Tillsammans med Monika har vi bland annat satt samman paket med näringstillskott som hjälper och stöttar kvinnors behov genom just klimakteriet.

Samarbetet är pågående och kommer att ytterligare utvecklas under 2021.



Fokus: Mens
GREAT EARTH X WOMEN.SYNC

I syfte att befästa vår position som expert inom behovsanpassad näringslära och kvinnohälsa har vi startat ett samarbete med duon Women.Sync - som fokuserar på ett liv i synk med den kvinnliga biologin.

Med sin enorma kompetens på området kommer de att dela med sig av artiklar, tankar, tips och råd på våra digitala plattformar.

Under 2021 kommer Women.Sync att kontinuerligt publicera artiklar på greatearth.se



Fokus: Förpackning
GREAT EARTH X COEST

Tillsammans med industridesignern Rasmus Steyner Randén driver Coest ett förpackningsprojekt som kommer mynna ut i en ny typ av behållare för vitaminer - som anspelar mer till hälsa snarare än medicin.

Syftet med detta är att kunna minska antalet burkar samt att hjälpa konsumenten att skapa en ritual kring sin hälsa.

Projektet är pågående och kommer sannolikt att lanseras hösten 2021.



2030 & beyond

Vi har satt ambitiösa mål för vårt arbete under det kommande decenniet. Under frågeställningen:

“What’s a good life in 2030” har vi definierat fokusområden där vi kommer lägga mycket fokus, både gällande affärsutveckling såväl som innovationskraft. Här följer ett axplock.

Näringstillskott – en naturlig del av vardagen.

Näringstillskott har blivit mainstream. Och med detta så växer nya behov och krav fram för oss som jobbar i branschen.

Ny konsumentbeteenden och förpackningar poppar upp varje dag, såväl som nya aktörer som tillför nya perspektiv. Visste du t.ex att man kan gå på salong i Los Angeles och få näring intravenöst?

Eller att det finns (ganska läskiga) ätbara rawbollar med tillsatt näring. Näringstillskott håller på att integreras i våra liv, både i den form det inhandlas (förpackningar) såväl som hur vi konsumerar dem.

Synen på näringstillskott har förändrats, där vi nu ser det som en del av en välmående-ritual snarare än medicin. Det tycker vi är kul!



Exempel: **GEMs** Chocolate Cherry sleep bites



Exempel: På **IV Bar** kan du få en vitamininjektion – bokstavligt talat.

Bara det du behöver

Vårt mantra handlar om att rätt person ska äta rätt vitamin, för att slita minimalt på planeten. Och nu börjar verktygen före detta bli mer tillgängliga. Med blodanalys och DNA-prover tillsammans med konsultation och rådgivning kommer ge oss enorma möjligheter gällande vårt välmående i en snar framtid.

Vårt första steg mot denna personifiering är vårt behovstest som lanseras i början av 2021. Med det kommer kunden kunna få en bra grundrekommendation kring dennes behov. Att kunna erbjuda detta är vi superglad för - så slipper vår produktchef Rebecca sitta och svara på mejl hela dagarna och istället fokusera på att utveckla nya episka produkter som möter reala behov.

Sushirestaurangen YO! har teamet upp med DNAFit för att, med hjälp av DNA, kunna skräddarsy din egna meny baserat på genetisk känslighet.

Detta är såklart småskaligt och lite långsökt, men det är indikation på att tekniken börjar bli så bra och ekonomiskt tillgänglig att det snart kan vara en verklighet kopplat till näringstillskott - där det ha desto högre relevans.



Grow local.

I takt med att nya produktionstekniker utvecklas blir det snart möjligt att “gräva där vi står” gällande vilka ingredienser vi använder i våra produkter. Vi vet att det finns enorm kraft i vår lokala natur här i Norden, och denna vill vi sakteliga integrera i våra produkter samtidigt som vi behåller samma höga kvalitet.

Skulle du t.ex. kunna tänka dig att äta restprodukterna från mussleproduktion som idag slängs? Det finns mycket supernyttigt och de är fyllda av viktiga vitaminer och mineraler. Och är ett bra exempel på hur vi kan ta vara på en "glömd" resurs i havet - som t.om har en positiv klimatpåverkan om vi kan ta hand om det som skulle annars slängas.



Mer vitaminer mindre avfall.

Vi håller på med att omfattande arbete med hela vår produktkedja.
Det är frakten, innehåll, format och paketering. Inom kort kommer vi
att se ett systemskifte.
Har du några bra tankar och idéer så lyssnar vi gärna.



G R E A T E A R T H

Good life - Great Earth