

G R E A T E A R T H

# Support your local planet.

HÅLLBARHETSRAPPORT #5  
2022



## 2022: Vad vi har gjort och hur det har gått

Innehållsförteckning	2
VD inleder	3
5 fokusområden	4
Snabbfakta	5
I fokus 2022 – överblick	6 - 7
Vårt syfte	8
Vår bransch	9
Vår kärnaffär	10 - 13
Våra produkter	14 - 18
Förpackningar & logistik	19 - 23
Hur vi är bland andra	24 - 25

## 2030 & framåt

Vitamin efter person	26
Mindre avfall, mer vitaminer & gräv där du står	27



# Vitaminer & mineraler är inget hokus pokus

I tider av kris och kostnadsökningar är det lätt hänt att långsiktiga hållbarhets-satsningar och investeringar blir nedprioriterade. Därför kändes det tryggt att vi under 2022 kunde luta oss mot att vi fick se effekten av de satsningar vi initierat flera år tidigare.

Flytt av produktionen från USA till Skandinavien var en av dessa konkreta saker som gjorde att då många andra inom livsmedelsbranschen blev tvungna att höja priserna rejält 2023 så kunde vi hålla tillbaka våra prisökningar och göra en mindre justering än de flesta andra. Detta utan att ha försakat varken kvalitet eller hållbarhet.

Beslutet att införa refill för våra storsäljare visade sig nu mycket relevant inte bara ur ett miljömässigt hållbarhetsperspektiv utan också då denna lösning kan säljas till en lägre kostnad. Med detta hoppas vi att några fler som har fått det ekonomiskt utmanande kan ha råd att fortsätta ta hand om sig själva.

Tittar vi framåt så är det med stolthet som vi nu undersöker om det är dags att skärpa våra interna krav på oss själva ytterligare. Vi tillhör ett av de första varumärken som blev certifierade i "Certified for self-care" som baseras på myndighetskrav och erkända livsmedelsstandarder som till exempel ISO 22000, ISO 9001. Här tittar vi framåt för att se hur vi kan ta nästa steg.

Årets hållbarhetsrapport är #5 i ordningen, vår första släpptes redan 2018. Även här är vi redan i planeringsstadiet för nästa års hållbarhetsrapport. Inte för att vi måste, utan för att vi är så stolta över det vi gör varje dag att vi vill dela med oss av det.

Ta hand om dig!  
Eva, VD.



Vi har valt ut 5 fokusområden baserat på den påverkan vi kan ha kopplat till Agenda 2030.

## Support your core.

Vi existerar för att hjälpa människor att må bra – så att de orkar göra bra saker – både för sig själva och för planeten. I decennier har i synnerhet kvinnors hälsa halkat efter – och det vill vi göra något åt. Både med näven knuten på barrikaderna och som leverantör av näringstillskott.

## Support your wellness.

Hälsa är vår kärnverksamhet. 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 arbete – och hållbarhetsarbete.

## Support your inside.

Våra produkter ska hålla hög kvalitet och vi arbetar kontinuerligt med att optimera dem. Här ligger fokus på våra produkters innehåll och effekt samtidigt som vi ständigt jobbar för att minska den påverkan tillverkningen av våra produkter har på planeten.

## Support your outside.

Två av våra främsta utmaningar är transporter och förpackningar. Våra produkter behöver skyddas för sin hållbarhet och för bibehållen effekt, och transporteras på ett ansvarsfullt sätt. Sen behöver dom säljas på ett sätt som gör det enklare för konsumenten att göra hållbara val – det jobbar vi febrilt med!

## Support your relations.

Tillsammans med andra kan vi åstadkomma de största effekterna, våra relationer är ett ekosystem där vi använder oss av varandras kompetenser. Vår uppförandekod är vår ledstjärna för alla typer av samarbeten.

**92%**  
VEGANSKA PRODUKTER



**345**  
ÅTERFÖRSÄLJARE  
**735**  
BUTIKER



**733 899**  
SÅLDA PRODUKTER

A wooden pill organizer with compartments labeled 'M', 'T', 'O', 'T', 'F', 'L', 'S'. Several pills of different shapes and colors are scattered around the organizer.

**V**  
supportar  
kvinnohälsa

A woman with long brown hair, wearing a pink ribbed sweater, is flexing her right bicep. She is holding a wooden sign that says 'GREAT EARTH'.

**185 000**  
BEHOVSTEST GENOMFÖRDA



**58**  
**MSEK**  
I OMSÄTTNING



**10 941**  
KUNDER I VÅR WEBBSHOP



**2,5 till 0,3**  
VARV RUNT JORDEN I  
TRANSPORTSTRÄCKA

A shadow of a hand with fingers spread is cast onto a brown background.

**70%**  
KVINNLIGA KUNDER

# I fokus 2022



## Vitamin efter person

Vi vill göra det enklare för våra kunder att hitta rätt i vitamindjungeln – och bara köpa tillskott som de faktiskt behöver. Det finns ingen poäng för varken dem, oss eller planeten att folk köper sådant de inte behöver.

Under 2022 vidareutvecklade vi vårt behovstest, där du svarar på ett gäng frågor kring hur du lever och får sedan en produktrekommendation tillsammans med andra tips och trix från vår egna expert Rebecca.

Kan du gissa hur många som gjort behovstestet sedan dess lansering? Svaret förvånade oss, det avslöjas senare i denna rapport.



## Flytt till nya lokaler

Vår logistik spelade "Tetris på lagret" alltför ofta med lastpallarna. Detta är inte bra för varken arbetsmiljö eller ekonomi då allt tog mycket längre tid än det behöver. Därför var en flytt till nya lokaler ofrånkomligt.

2022 pågick ett större arbete med arkitekter, LEAN experter (för att se på flöden) och alla medarbetare för att forma våra nya lokaler. Bygget tog hela 2022 och själva flytten gick direkt efter nyår.



## Mindre luft – Refill for the win!

De senaste åren har vi fokuserat på att reducera mängden luft som fraktas i våra förpackningar. Snart har vi kommit till ett läge där vi i princip inte kan frakta mindre luft i våra burkar.

Under 2022 har vi tagit piloten vi genomförde gällande refill och skalat upp det till åtta av våra storsäljare. Detta har mottagits väl av såväl konsumenter som återförsäljare.

Parallellt med refill har vi optimerat fyllnadsgraden i våra burkar och ökat den.

## Save A Pill - Nytänkade för att minska svinn

Alla produktbolag har viss kassation av produkter på grund av etiketter som sitter snett eller förpackningar som har hamnat i kläm under transport. Så även vi och med innehållet fortfarande i perfekt skick så ville vi hitta en lösning för att slippa kassera dessa produkter. Ur detta sprang hållbarhetsinnovationen "Save A Pill".

## Närmare produktion

2022 var året då vi tog steget att flyttade lejonparten av vår produktion från USA till Skandinavien.

Att flytta produktionen närmare ger kortare transporter till vår huvudmarknad här i Skandinavien. Men också tätare kontroller och ett jämnare kassaflöde – vilket frigör ytterligare kraft i vårt innovationsarbete framåt. Vi siktar på fler kraftfulla och närproducerade tillskott åt folket i framtiden!



# Vårt syfte



## Vad händer med världen när du mår bra?

Vi drivs av tanken att människor som mår bra gör bra saker. Om du mår bra orkar du vara en bättre lyssnare, du blir en bättre partner, en bättre vän, en bättre förälder, du kanske orkar ta på dig ett större uppdrag i en ideell förening – eller ta upp en hobby som får dig att må ännu bättre.

Vi tror på positiva spiraler. På effekten av god sömn – eller att ha full pott på alla näringsämnen, vitaminer och mineraler.

Vi tror på att skapa förutsättningar för balans. I cykeln, i livet. Varje månad, hela månaden.

Vi går till jobbet varje dag för just den anledningen – att öka välmåendet i världen. Det börjar med dig.

**Support yourself.**



## Att driva förändring i vår bransch

Kosttillskott bygger på att man hittar de mest kraftfulla vitaminerna och mineralerna och koncentrerar dem i ett format som är lätt att få i sig. De mest kraftfulla, potenta, mineralerna finns ibland långt bort. Att produkter och råvaror får resa långt är en av de klimatomständiga utmaningarna som vi delar med andra i vår bransch.

Men det betyder inte att vi är nöjda med det! Vi strävar hela tiden efter att hitta bättre sätt att producera utan att tumma på kvalitén. Genom innovation, nytänk och nya sätt att producera våra produkter vill vi driva förändring i vår bransch.

2022 tog vi ett stort kliv för att flytta vår produktion över Atlanten. Från USA till Europa med de flesta producerade i Skandinavien. Ett arbete som inte minst handlar om att hitta nya kraftfulla råvaror närmare, eftersom vårt mål är att jobba med råvaror nära produktionen och produktion nära där produkten skall konsumeras..

Framöver kommer vi att fortsätta utforska nya förpackningssätt, återbruk och produktion. Allt för att minska mängden frakter. Vår ambition är att få in ett cirkulärt tänk i hela livscykeln för våra produkter.



# Bara det du behöver – inget mer.

Att tillgodose våra behov av vitaminer, mineraler och näringsämnen innebär någon form av påverkan på planeten – oavsett hur vi väljer att inta den – eftersom all produktion i någon utsträckning påverkar planeten. Därför ser vi som vårt uppdrag att se till att våra kunder får det de behöver och inget mer!

Det gör vi t ex genom att ha så effektiva produkter som möjligt, med så lite fyllnadsmedel som möjligt – och genom att erbjuda behovsstyrda produkter och lära våra kunder vad de behöver.

En självklar del i vårt kvalitetsarbete är att jobba för att produkterna ska produceras på det sätt som för stunden är mest hållbart. Ny forskning, nya metoder och nya rön har t ex lett till att vi bytt ut ingredienser och produkter som inte längre lever upp till våra kvalitets- och hållbarhetskrav.

Under 2022 uppdaterade vi ett större antal av våra produkter i samband med att vi bytte tillverkare. Vi släppte 8 uppdaterade format av befintliga produkter och 1 helt ny. Det är ett löpande arbete, helt enkelt.

Vi eftersträvar att alltid använda de bästa råvarorna – alla aspekter inkluderade. Socialt, ekonomiskt och ekologiskt.

## Ögonhälsa - Ett viktigt område

När vi mår bra gör vi bra saker. Vår affärsidé är att utveckla och tillhandahålla behovsanpassade produkter som gör att du som individ kan må bra och därmed göra bra saker.

Under 2022 släppte vi ett antal nya, och uppdaterade produkter, och ett av de områden det finns ett stort behov av är produkter för ögonhälsa.

Vår nya produkt **VitalVision** innehåller den exakta näringsformeln som rekommenderas av forskare för att minska risken för progression hos personer med måttlig till avancerad åldersförändringar i gula fläcken, kallas också makuladegeneration eller på engelska age-related macular degeneration, AMD.

I den välkända Framingham Eye Study anges prevalensen av AMD till att drygt 364 000 Svenskar har denna åkomma.

Vi hoppas att vi kan hjälpa så många som möjligt av dessa individer och därmed leva vår vision

Sedan att produkten hjälper alla människor med förbättrat mörkerseende ser vi som en bonus.





6 VECKORS  
SEMESTER



30 MIN PROMENAD PÅ  
ARBETSTID VARJE DAG



ARBETSMILJÖHANDBOK  
& KLIMAKTERIEPOLICY



BONUSSYSTEM:  
VI GLÄDS TILLSAMMANS



PERSONALHANDBOK FÖR  
TYDLIGA RIKTLINJER

### Good life – great workplace

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. Vi ser även till att skapa så mycket tid som möjligt för gemensamma aktiviteter som stärker relationerna mellan medarbetarna och ger tid för reflektion.

### En utvecklande miljö

På Great Earth ska alla bli sedda och hörda. Alla medarbetare uppdateras varje år om vår affärsplan, våra mål och de aktiviteter vi planerar för att nå dem. Alla medarbetare har också medarbetarsamtal med sin närmaste chef för att sätta en plan för sin fortsatta personliga utveckling inom företaget.

### En öppen kultur

Vi är övertygade om att framgång skapas av att vara många olika. Därför strävar vi efter att bygga ett team av medarbetare med skilda kompetenser, erfarenheter och bakgrunder. Vi är ett litet företag, men vår ambition är att skapa en jämlik miljö där vi tar vara på våra olikheter. Det är så vi kan utvecklas och hålla oss relevanta.

### Jämställdhet

I vår strävan efter att vara Great Work Place är våra medarbetares välmående viktigt och vi vill med handlingskraft, öppenhet och integritet lyfta alla aspekter av hälsa genom livets skeden.

Jämställdhet för oss är ung, gammal - man, kvinna och att vi kommer från olika kulturell bakgrund. Där kulturell bakgrund inte betyder var du är född utan vilka erfarenheter du har med dig.

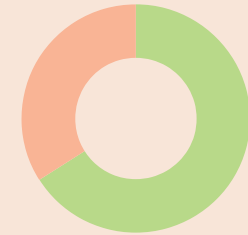
Vi strävar såklart också efter att ha en jämn fördelning av kvinnor och män, bland våra medarbetare, på ledande befattningar och i styrelsen.

**100 till 73**

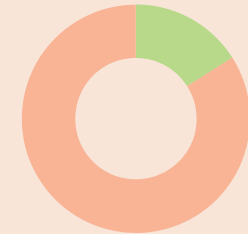
Under 2022 minskade totala antalet sjukdagarna från 100st 2021 till 73st 2022.  
En minskning med 27%

### Andel kvinnor & män 2022

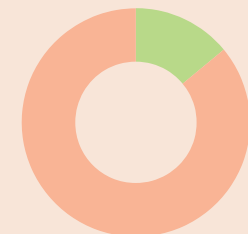
Styrelse  
34% Kvinnor  
66% Män



Ledande befattningar  
84% Kvinnor  
16% Män



Medarbetare  
86% Kvinnor  
14% Män



A photograph showing two clear plastic test tubes on a white rectangular surface. The tube on the left is tipped over, and a pile of bright yellow powder has spilled out onto the surface. The tube on the right is upright and contains a similar amount of yellow powder. The background is a light-colored, speckled surface.

**We support our inside**

## Ett nytt hem

Vår logistik spelade "Tetris på lagret" alltför ofta med lastpallarna. Detta var inte bra för varken för arbetsmiljö eller ekonomi då allt tog mycket längre tid än det behöver. Så något behövde göras.

2022 pågick ett större arbete med arkitekter, LEAN experter (för att se på flöden) och alla medarbetare för att forma våra nya lokaler. Byggnationen tog hela 2022 och själva flytten gick direkt efter nyår 2023.

Vi valde plats för de nya lokalerna så att vi ligger central i logistikcentret i Gävle. Vi har nu 100 m till vår huvudfraktleverantör vilket har många fördelar. Läget är också sådant att våra samarbetspartners, oavsett om de kommer från norr eller söder enkelt komma till oss oavsett om de kommer med bil eller tåg.

Lokaltrafik är en självklarhet och en säker cykelbana från Gävle centrum underlättar för de av oss som vill cykla till jobbet.

Ur ett hållbarhetsperspektiv så ser vi markant förbättring av arbetsmiljö, snabbare och enklare flöden samt mer effektiva transporter.





## Save A Pill - Nytänkade för att minska svinn

Inspirationen till "Save A Pill" kommer från hur andra branscher jobbar med att minska kasserade produkter genom att sätta ett bättre pris samt tydlig kommunikation. På så sätt blir det enklare för konsumenterna att kunna välja dessa produkter istället. Eftersom vi har en produkt där innehållet är garanterat perfekt även om förpackningen inte är det så är detta en modell som fungerar bra för oss.

---

### 2300 burkar räddade!

Vi har märkt att många konsumenter vill få möjligheten att vara delaktig i att välja produkter med skavanker.

Initiativet har lett till att vi istället för att behöva kassera produkter pga olika anledningar såsom kort datum, byte av design, skada på burkar osv, så har vi istället fått ut ca 2300 st av dessa via Save a Pill.

---

Självklart är målet att vi inte ska behöva kassera produkter alls, dock är det omöjligt idag att det till 100% inte blir några bucklor på burkarna i samband med till exempel frakt. Eller att veta i förhand exakt hur många tusentals burkar per vecka vi kommer sälja av precis alla våra produkter.



## Behovstest - Praktisk digitalisering

I april 2021 så lanserade vi första versionen av vårt behovstest. Vi visste utifrån antalet frågor till vår kundtjänst att en av de vanligaste frågorna var just vilka kosttillskott jag utifrån min livssituation behöver.

Det är för oss viktigt ur ett hållbarhetsperspektiv att du bara äter det du behöver äta. Både utifrån din personliga ekonomi att du inte skall spendera pengar på det som du inte behöver men även utifrån belastning på produktionssidan då vi inte skall producera saker i onödan.

Då vi summerar 2022 så har över 185 000 människor genomfört vårt behovstest.

Vi har under 2022 vidareutvecklat behovstestet och gjort det både mer avancerat bakom kulisserna samtidigt som vi gjort det ännu enklare att använda.

### 185 000 test genomförda!

Det finns ett stort intresse för att få hjälp med vilka tillskott som jag som individ skall välja utifrån min livssituation.



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. Vi vill inte använda jordens resurser i onödan och vill gärna bidra till att våra kunder inte gör det heller.

Här är några exempel på hur vi jobbar för att utveckla vår produktion och våra produkter.

### **Fler och bättre veganska & vegetariska produkter**

92 % är nu helt veganska. Det 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. Men vi jobbar ständigt för att de ska vara lika klimatsmarta – och i första hand komma från restprodukter som är smarta att använda. Det tänket är grunden för det cirkulära system som vi vill vara med och bygga.

### **Vi ser löpande över sortimentet**

Produkter som inte möter våra högt ställda krav, både vad gäller spårbarhet och kvalitet, får inte finnas kvar. Vi håller också på att sortera bort generiska produkter och produkter som inte följer vår nya linje kopplat till individens behov. Parallellt uppdaterar vi befintliga produkter. Under 2022 så ändrades 5 produkter gällande tablettstorlek för att göra dem mer lättillgängliga för de som har svårt att svälja tabletter. Refill är också ett exempel där vi uppdaterar hur produkten förpackas för att uppnå andra fördelar.

### **Vi fortsätter optimera fyllnadsgraden**

Våra nya burkar är mycket snyggare än tidigare, men framförallt så har vi optimerat fyllnadsgraden så att vi slipper frakta onödig luft. 2022 var fyllnadsgraden 69 % – vårt långsiktiga mål är 80 %. Samtidigt behöver burken vara tillräckligt stor för att möta andra lagkrav, så det är en ekvation som inte är helt enkel.

---

## **69% fyllnadsgrad 2022**

En ökning från 65% 2021 till 69% 2022.  
6 produkter optimerade

Minskad fraktvikt: 97 kg  
Minskad fraktvolym: 5,3 m3

---

Från 55% till  
85% fyllnadsgrad!





...and outside.

### Burk av återvunnen PET

Våra nya burkar är tillverkade i återvunnen PET. Varför har vi då plastburkar? Jo, för att plast är otroligt bra för att förvara vår typ av innehåll. Vi hoppas förstås att våra kunder ser till att burken återvinns igen. Burkarna av Recycled PET (RPET) har vid studier bevisat att de är stabila, dvs i nyskick, i 7 år. Så de är alldeles för fina att använda bara en gång. Refill passar dem perfekt.

### Refillsystem rullas ut!

Även om burkarna är toppenfina, så stannar vi inte där. Utfallet från pilottestet med refill 2021 föll så väl ut att vi under 2022

lanserade totalt 8 storsäljare som refill. Refillsystemet var tänkt att komplettera burkarna och är särskilt lämpat för e-handeln och paket som helst ska gå ner i brevlådan.

Du slipper ta dig hemifrån för att hämta paketet, bara en sån sak. Vi fick dock återkoppling från våra återförsäljare att refillsystemet är lika attraktivt i butik så vi tog snabbt fram butiksställ för detta format.

---

## 59 refillpåsar vs 1 burk!

Mätt i volym så går det 59 refillpåsar på varje burk C-Vitamin Kompleks som återvinns. Detta innebär stora minskningar i transport för återvinningsföretagen samt för dig som privatpersonen

---

### Fakta refill (fortfarande små volymer under 2022)

Minskad fraktvikt: 81 kg (tillika minskad användning av RPET)  
Minskad fraktvolym: 2,92 m<sup>3</sup>

### **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 jämställda med den internationella kvalitetsstandard 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 arbetar 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 målet att livsmedel och produkter alltid ska vara helt säkra för konsumenten.

## 95% producerat i Skandinavien!

Great Earth har komplexa produkter med hög teknisk funktionalitet. Time Release, Portamins & TRAACS är några av de teknologier som gör våra produkter unika. Vi har därför haft vår produktion i USA där de har denna höga tekniska förmåga.

Under 2021 så utvärderade vi 14 producerande enheter och kunde till vår glädje konstatera att denna tekniska förmåga nu hade skapats i vår närhet. 2022 flyttade vi 95% av vår produktion från USA till Skandinavien.

Då vi nu jämför såväl CO2 utsläppen samt transportsträckan för vår New York baserade produktionsenhet och de Skandinaviska så ser vi med glädje att transportsträckan krympt drastiskt. Under 2022 så innebar detta att vi reducerade från 2,5 varv till 1,3 varv runt jorden i transport. Då vi framöver får ett helt år med kortare transport så kommer vi komma ned till 0,3 varv.

I Sverige kallar vi detta närproducerat men vårt Norska grannland har ett bättre ord tycker vi. De kallar det för "Kortreist".

## Från 2,5 varv runt jorden till 0,3!

Skillnaden i transportsträcka för ett års produktion mellan tillverkaren i New York och den nya i Skandinavien



En reducereing av  
CO2 med 85,3%!

## Import

	2021	2022
Sjöfrakt antal	8	5
CO2 (kg)	10 258	5067
Flygfrakt antal	13	1
CO2 (kg)	70 837	1520
Landfrakt antal	0	22
CO2 (kg)	0	1952
<b>Import antal</b>	<b>21</b>	<b>28</b>
<b>Total CO2</b>	<b>81 095</b>	<b>8 539</b>

## Kundfrakt

	2021	2022
Antal paket	4 394	6 706
CO2 (kg)	576	565
Antal pall	237	369
CO2 (kg)	1 264	2 420
Antal varubrev	8 874	8 584
CO2 (kg)	791	814
<b>Totalt</b>	<b>13 505</b>	<b>14 659</b>
<b>Total CO2</b>	<b>2 631</b>	<b>3 799</b>

Den stora förändringen i fraktpåverkan  
kommer från flytt av produktion till Europa



### Frakter

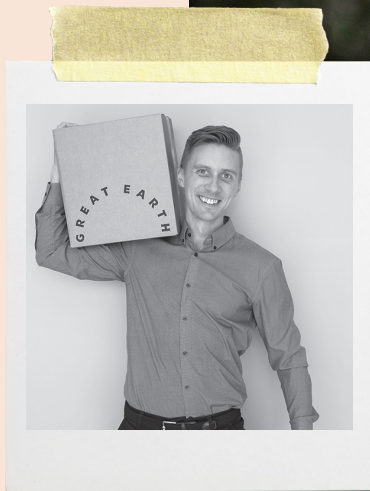
Vårt mål är alltid att använda det mest miljövänliga och, om möjligt, snabbaste fraktalternativet. I vårt fall har det tidigare betytt sjöfrakt för import, men detta har ny bytts ut mot landfrakt då vi flyttat vår produktion.

### Kundfrakt

Under 2022 har vi fortsatt att arbeta med få transportörer. Detta för att vi hellre vill fylla varje transport än att olika bolag ska komma till oss för att hämta upp paket. Vi skickar primärt våra produkter till kund med Postnord. Dels för att de är bra på det de gör, dels för att de jobbar aktivt med att minska sin klimatpåverkan och erbjuder oss bra verktyg för att minimera vår. Dessutom kör de redan till varje brevlåda i landet.

### Fraktkompensation

Samtliga av våra brev, paket och pallar fraktkompenserar vi för genom vår fraktpartner- Postnord. En självklarhet!



# Våra relationer

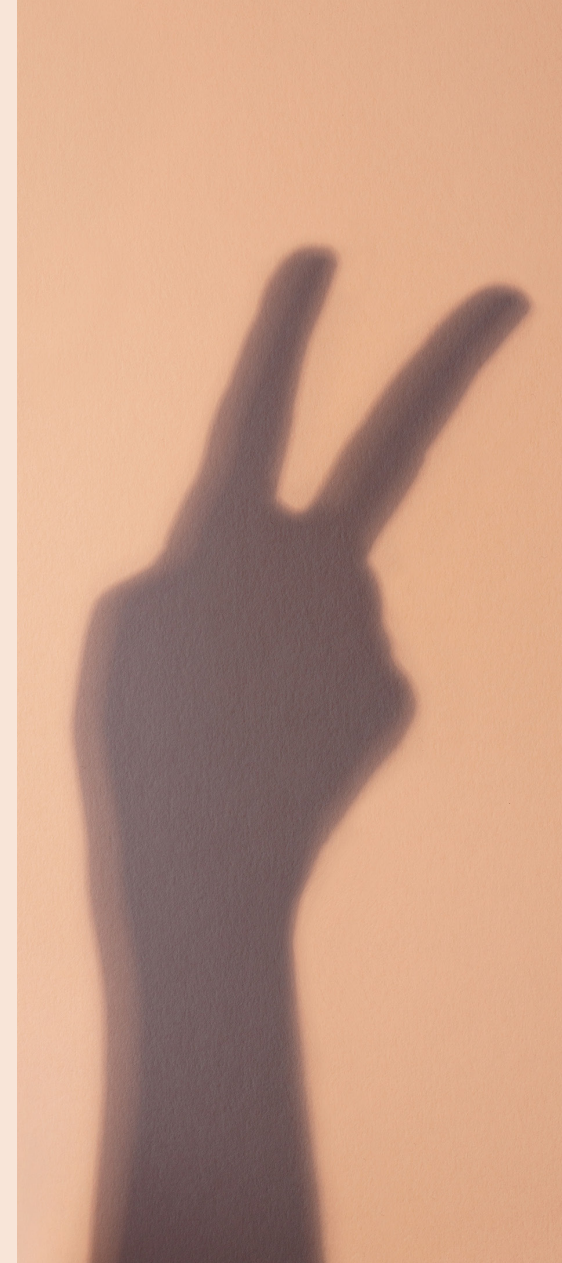
## **Code of conduct**

Vi har en uppförandekod som styr hur vi hanterar våra relationer och som 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.

## **Episka samarbeten 2022**

Alla våra återförsäljare & våra leverantörer är bara några av de fina gäng som vi jobbat med kontinuerligt över året. Vi gillar att samarbeta. 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 glada för och tänker fortsätta med.







### **Basket Brigade**

Under en söndag kördes 720 julkassar med mat ut till familjer och ensamstående som har det tufft. Bakom det fina initiativet ligger Basket Brigade Gävle, en välgörenhetsorganisation, som sprider julglädje under december. Vi på Great Earth var med som volontärer och körde ut kassar, och vi är riktigt tacksamma att fått möjlighet att vara med och sprida lite glädje. Med huvudkontor i Gävle var det även extra fint att få vara med och bidra lokalt.

Stort tack till Basket Brigade och alla eldsjälar som gjort det möjligt!



### **Gefle IF Fotboll**

Gratis mensskydd borde vara en självklarhet för alla! Under 2022 inledde Great Earth ett samarbete med Gefle IF Fotboll där samtliga i föreningen från F12 och uppåt får tillgång till kostnadsfria sanitetsprodukter i både omklädningsrum och medicinväskor.

Vi utbildade också Ungdomslagen och A-lagen (herr och dam) i näringslära och sponsrade med produkter för deras behov.



### **Apoteket Hjärtat - Årets kampanj!**

Bland våra viktigaste relationer är de vi har med våra återförsäljare. Och ingen blir gladare än vi när vi tillsammans uppnår resultat. Tack Apotek Hjärtat för att ni uppmärksammar oss, och därigenom hela kosttillskottsbranschen, med Årets Kampanj Omni. En särskilt lyckad kampanj som gjorde att vi ökade 300% både i butik & online, samt tog 60% marknadsandelar i kategorin Kosttillskott.

# 2030 & framåt



## Vad är ett bra liv 2030?

Hur kan vi på Great Earth skapa förutsättningar för att människor ska må bra nu, år 2030 och framåt? Det är ett konstaterat faktum att maten vi äter innehåller allt mindre näring. Det är svårt att få i sig allt man behöver via kosten även om man försöker. Och det är varken rimligt eller hållbart att vi ska äta enorma mängder fisk eller broccoli för att tillgodose våra behov. De flesta av oss behöver – och kommer att behöva – lite support för att njuta av livet fullt ut och känna kraft i vardagen. Kraft som kommer att behövas för att driva igenom förändringar i våra yrkesliv, ta hand om familjen eller what-ever-life-throws-at-you.

Här är några av de områden vi lägger extra energi på framåt – för att kunna fortsätta bidra till människors välmående och samtidigt minska vår påverkan på planeten.

## Vitamin efter person

Tiden när vi valde kosttillskott efter bokstav är över. Nu vill vi ha kosttillskott som är anpassade efter våra individuella behov och de resultat vi är ute efter. Vårt behovstest som är ett första steg i att möta den utvecklingen. Genom att personifiera våra rekommendationer får våra kunder endast de kosttillskott de behöver, vilket också sliter mindre på vår planet.

Utvecklingen går hela tiden framåt och verktygen blir mer och mer tillgängliga. Genom blodanalys, DNA-prover och skraddarsydda rekommendationer kommer vi snart få bättre möjligheter att ta hand om vårt välmående. Spännande, eller hur?

## Mindre avfall, mer vitaminer

Frakt, innehåll, format och paketering. Framtiden behöver innehålla mer – absolut inte mindre – vitaminer, men däremot mindre avfall, spill och utsläpp. Det är vår ambition och målbild. Det är därför vi tagit initiativ som ett nytt refillsystem, att frakta i bulk och att plocka bort onödiga förpackningar och vissa produkter.

## Gräv där du står

I takt med att nya produktionstekniker utvecklas blir det snart möjligt att "gräva där vi står" i större utsträckning. Vi vet att det finns enorm kraft i vår lokala natur här i Norden. Den vill vi absolut använda i våra produkter, när vi kan få samma höga kvalitet på innehållet från närmare råvaror.

Skulle du till exempel kunna tänka dig att äta restprodukterna från mussleproduktion, som skalen som idag slängs? 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. Att ta hand om det som annars slängs är ett bra sätt att minimera människans påverkan på klimatet, i alla branscher. We're on it!





Good life

Great Earth.

G  
R  
E  
A  
T  
E  
A  
R  
T  
H