

HÅLLBARHETSRAPPORT 2022



Blomster
landet

INNEHÅLL

- 3** VI TROR PÅ EN HÅLLBAR UTVECKLING
- 4** DETTA ÄR BLOMSTERLANDET
- 5** HÅLLBARHETSÅRET I KORTHET
- 6** HÅLLBARHET ALLT VIKTIGARE I DET "NYA NORMALA"
- 7** VAD ÄR HÅLLBARHET?
- 8** SÅ ARBETAR VI MED HÅLLBARHET
- 9** VIKTIGA HÅLLBARHETSFRÅGOR
- 10** HÅLLBARHET OCH PÅVERKAN I VÄRDEKEDJAN
- 11** HÅLLBARHETSRISKER
- 13** VÅR HÅLLBARHETSBLOMMA
- 14** MÅLOMRÅDEN
- 15** RISKANALYS
- 16** MÅLOMRÅDE: LEVERANTÖRER
- 17** NYTT AFFÄRSSYSTEM – GRÖNA MÖJLIGHETER
- 18** MÅLOMRÅDE: PRODUKTER
- 19** PRODUKTER – I KORTHET
- 20** MÅLOMRÅDE: DRIFT & MINSKAD MILJÖPÅVERKAN
- 21** SMARTA SYSTEM OCH SAMORDNING SPARAR ENERGI
- 23** BLOMSTERLANDETS KLIMATPÅVERKAN
- 24** MÅLOMRÅDE: SÄLJKANALER – BUTIKER & E-HANDEL
- 25** HÅLLBARHET I PRAKTIKEN
- 26** HÅLLBARHETSRADET – PILOTBUTIKER & BOLLPLANK
- 27** MÅLOMRÅDE: KUNDER
- 28** SMÅ MÄRKNINGAR SOM GÖR STOR SKILLNAD
- 29** TILLSAMMANS FÖR EN GRÖNARE FRAMTID
- 30** MÅLOMRÅDE: MEDARBETARE
- 31** MEDARBETARE – I KORTHET
- 32** MÅLOMRÅDE: VÅRT SÄTT ATT VARA



VI TROR PÅ EN HÅLLBAR UTVECKLING

På Blomsterlandet är vi medvetna om baksidan av ökad konsumtion i form av negativa klimatavtryck. Dessa vill vi vara med och minska. Men ytterst ser vi växter och växtlighet som en resurs. De skapar ett ombonat hem, de ger oss trädgårdar som bär frukt och de binder koldioxid. Många blommor är dessutom viktiga näringskällor för humlor och bin som hotas när den biologiska mångfalden rubbas.

Vi vill ta vårt ansvar och vara en viktig del i att driva trädgårdsbranschen i riktning mot en ökad hållbarhet. Vi vet att förändringar inte sker över en natt och arbetar därför långsiktigt tillsammans med våra leverantörer för att utveckla en mer hållbar verksamhet. Här berättar vi om vårt arbete med hållbarhetsfrågorna under år 2022.



PRODUKTION AV RAPPORTEN:

FOTO: Blomsterlandet, DoRight, Håkan Tiderman, Martin Savara, MostPhotos

ILLUSTRATION: Lisa Göthberg

TEXT: Blomsterlandet, DoRight

Denna hållbarhetsrapport är en del av rapporteringen för S-Invest Trading AB som är moderbolag för Blomsterlandet i Sverige AB där den huvudsakliga verksamheten sker.

DETTA ÄR BLOMSTERLANDET

VÅRA RÖTTER

Rötterna finns i Göteborg och går tillbaka till 1970-talet och bolaget S-blommor som levererade växter till dagligvaruhandeln. Planerna på att starta en egen säljkanal i form av egna butiker tog fart och 1989 öppnades den första Blomsterlandet-butiken i Jönköping. Nästa butik öppnades i Halmstad 1991. Stena Adactum tog över ägarskapet 2004. I det skedet var S-blommor rikstäckande tack vare sitt samarbete med flera Ica-butiker samt Willyskedjan och Blomsterlandet hade 18 egna butiker, framför allt i västra delarna av landet. En expansionsfas inleddes, både geografiskt och i antal egna butiker och ett beslut togs att knoppa av verksamheten inom S-blommor. Detta skedde 2018. Sedan dess har Blomsterlandet öppnat ännu fler butiker och i slutet av 2022 hade vi 63 butiker och planerade som bäst för öppnandet av butik nummer 64.

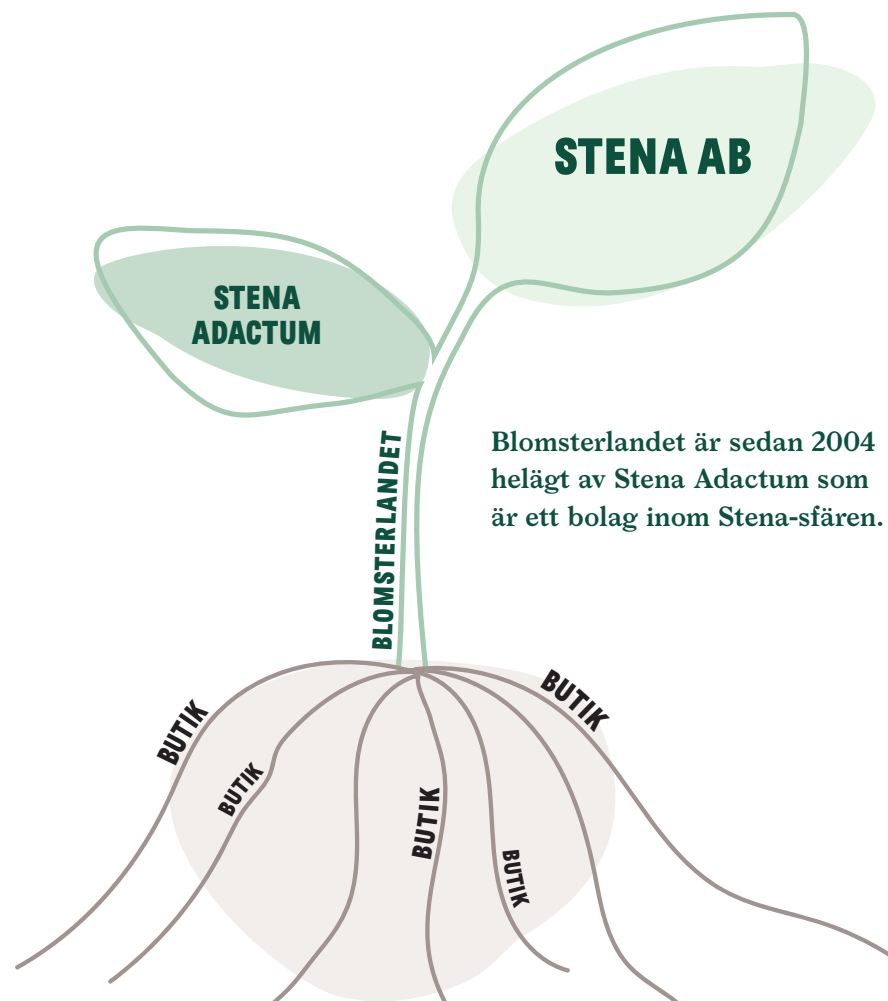
Omsättning: 1,9 miljarder kronor

Antal heltidstjänster: 744

Antal butiker: 63

Supportkontor: Mölnlycke

Logistikcenter: Helsingborg



HÅLLBARHETSÅRET I KORTHET

HEJDÅ CELLOFAN

Under året började vi att fasa ut cellofanplast runt buketterna vi binder själva i butik. Sedan tidigare har vi slutat sälja cellofan på rulle till kund och vi har övergått till tunnare cellofan runt de färdiga buntarna med snittblommor som kommer till våra butiker.

ALLA SKA FÅ BLOMMA HOS OSS

Precis som vi tror på biologisk mångfald i naturen tror vi att mångfald inom vår organisation berikar och gör oss starkare. Vi vill skapa ett företagsklimat där våra medarbetare känner att de får vara sig själva och där våra kunder känner sig välkomna som de är. I år upprättade vi en mångfaldspolicy. Vi vill att alla ska få blomma hos oss.

ÖKAD MATERIALÅTERVINNING

Mängden avfall i våra butiker har ökat men samtidigt ökar mängden avfall som går till materialåtervinning. Andelen avfall som materialåtervinns ökade med två procentenheter till 29 procent jämfört med föregående år.

LYSANDE MED LED

Vi fortsätter att konvertera till energisnål LED-belysning i alla våra butiker. Nu har 40 av 63 butiker övergått till LED.

HEJDÅ 100 TON ENGÅNGSEMBALLAGE

Vi har börjat använda dukar av återvunnen plast för att skydda och svepa in vagnarna som våra snittblommor levereras på. De nya ”svepen” kan användas ett hundratal gånger innan de återvinns. Tidigare användes engångsemballage, främst plast, till detta. Våra beräkningar visar att vi därmed ska spara ungefär 100 ton engångsmaterial på ett år.

VILL BI-DRA TILL ÖKAD BIOLOGISK MÅNGFALD

Det är kanske rätt naturligt att ett företag som älskar växter och trädgård värnar om biologisk mångfald. Men det är inte bara naturligt. Det är snarare nödvändigt. Under året fortsatte vi arbetet med att få med oss våra kunder på att hjälpa de hotade pollinatörerna, som bin och humlor. Vi tipsade om växter som de pollinerade insekterna tycker extra bra om och annat man kan göra i sin trädgård eller på sin balkong för att ge ett bi-drag med rätt enkla medel.

PLASTPANTA MED BOWER-APPEN

Vi inledde ett samarbete med appföretaget Bower, vilket gör att våra kunder nu kan panta Blomsterlandets plastförpackningar. Det är bara att ladda ner appen och skanna streckkoden på förpackningen när du står vid återvinningen.

RISKKARTLÄGGNING I ASIEN & KINA

Under 2022 påbörjade vi en riskkartläggning av våra leverantörer i Kina och Asien. Målet är att under 2023 ha granskat samtliga kinesiska leverantörer och påbörjat en kartläggning av övriga leverantörer i Asien.

FINALISTER I MARKET AWARDS

Under året delades Market Awards ut för första gången, en utmärkelse som delas ut till de främsta företagen i de tio största branscherna inom detaljhandeln. Blomsterlandet var en av tre finalister i kategorin Hus & hem, tillsammans med Ikea och Jysk. För att vinna krävs såväl starka ekonomiska nyckeltal som en god utveckling vad gäller varumärke, innovation, kundnöjdhet och hållbarhet. Omfattande research har genomförts av Market i samarbete med Xtreme Insight, Better Business samt Center for Retailing vid Handelshögskolan i Stockholm. Tidningen Aktuell Hållbarhet har också hjälpt till med en analys av företagets hållbarhetsarbete. Vinnare i kategorin Hus & hem blev Ikea.



HÅLLBARHET ALLT VIKTIGARE I DET "NYA NORMALA"

Hur skulle du vilja sammanfatta hållbarhetsåret 2022?

Jag är förmodligen inte ensam om att tycka att 2022 var ett märkligt år. Vi gick från att lämna pandemin i början av året med en stark längtan efter att äntligen få återgå till det vanliga. Även om det pratades mycket om vad det nya normala skulle innebära, fick vi aldrig tid att lära känna det. För istället inleddes ett krig i vårt närområde och ju mer tiden gick in på året blev det allt tydligare att vi nu med hög fart var på väg in i konjunkturnedgång och energikris.

När man befinner sig i ett läge med så många osäkerhetsfaktorer är det lätt att dra i handbromsen och känslan var väl lite "undrar hur det har gått med vårt hållbarhetsarbete under 2022". Men när vi tittar tillbaka på året som gått så tycker jag ändå att vi kommit en bra bit.

Vad vill du särskilt lyfta för insatser under året?

Jag skulle vilja uppmärksamma de där till synes små sakerna som pågår hela tiden, en förflyttning där vi ständigt utmanar oss genom att ta bort onödigt emballage runt våra växter och vid transporter.

Det kan tyckas vara små saker, men att återvinna omkring 80 procent av plastbrättarna som våra växter levereras på och låta resten sorteras och återanvändas gör skillnad. Eller att börja svepa in våra blomstervagnar som snittblommorna transporteras på med dukar av återvunnen plast som kan återanvändas hundratals gånger

istället för att snurra in vagnarna i lager efter lager av engångsplast som efter användning ofta slängs. Det minskar verkligen vår klimatpåverkan.

Det är många små saker som tillsammans ger en stor hållbarhetseffekt. Det är riktningen och att vi alla inom bolaget går åt samma håll som är viktigt, inte bara hastigheten i vårt förändringsarbete. Vi vet att vi är på en hållbarhetsresa utan slut och nu tycker jag att hållbarhet finns med som en bra och naturlig del inom de flesta verksamheterna i vårt bolag.

Ett annat område som jag skulle vilja lyfta fram är vårt sätt att arbeta med energieffektiviseringar i våra egna fastigheter. Jag har sagt tidigare att detta kanske inte är det "hetaste" att prata om men det är ett område som verkligen ger stora effekter för vår klimatpåverkan. I år blev det även en ögonöppnare för många i och med de höjda energipriserna. Men vi har sedan ett par år tillbaka ett ganska omfattande program med installationer av solpaneler på egenägda fastigheter, installation av LED-belysning i alla butiker och energibesparande åtgärder i våra verksamheter. Så jag vill hävda att vi tack vare vårt tidiga arbete med detta nu skaffat oss konkurrensfördelar. Nu ser vi att de investeringar vi gjort av klimatskäl även



JAN LARSSON
VD Blomsterlandet

varit rätt ur ett långsiktigt ekonomiskt perspektiv.

Och den sociala dimensionen?

Vi har tagit flera steg under året. Vi har infört en mångfaldspolicy. Vi har satt upp långsiktiga mål om att vi ska ha noll diskriminering och noll allvarliga arbetsplatsolyckor och tillbud. I det arbetet insåg vi att vi behöver sätta en bättre och mer stabil grund och bli mer systematiska i hur vi definierar begrepp samt påbörja arbetet med att vi har väl

fungerande metoder för rapportering. Självklart har vi redan tidigare tagit hand om de personer som drabbats men vi insåg att vi behöver en mer inarbetad process i dessa frågor, för att på sikt kunna leva upp till våra mål.

Vi initierade under året också en riskkartläggning av samtliga våra leverantörer i Asien och Kina.

Och sist men inte minst tycker jag det är viktigt att nämna att vi fortsätter omställningen av verksamheten med en allt snabbare digitalisering, där vi under 2023 bland annat kommer göra stora förändringar av vår marknadsföring. Vi slutar att distribuera tryckta reklamblad och en stor mängd tryckta butiksskyltar ersätts av kommunikation på digitala skärmar. Det kommer också ett flertal nya aktiviteter, vad gäller emballage för våra produkter.

VAD ÄR HÅLLBARHET?

En stor del av klimatförändringarna, bristen på vatten och förlusten av biologisk mångfald är orsakade av oss människor. Ett överutnyttjande av jordens resurser har lett till dagens problem.

Hållbar utveckling är ett begrepp som används för att peka ut en önskvärd samhällsutveckling. En utveckling som behöver ske i balans och utan att utarma vår planet.

Begreppet hållbarhet bygger på de tre komponenterna eller grundpelarna ekologisk, social respektive ekonomisk hållbarhet, som när de samspelar och stödjer varandra, leder till hållbar utveckling.

”En hållbar utveckling tillfredsställer dagens behov utan att äventyra kommande generationers möjligheter att tillfredsställa sina behov.

Brundtlandkommissionen 1987

SÅ ARBETAR VI MED HÅLLBARHET

Blomsterlandet arbetar efter en strategisk plan som har ett treårsperspektiv och fastställs årligen. Den strategiska planen befinner sig i skärningspunkten mellan verksamhetsstrategi, digital strategi och hållbarhetsstrategi.

Hållbarhetsstrategin ger oss riktningen för hållbarhetsarbetet. I vår hållbarhetsplan beskriver vi de mål och aktiviteter som ska ta oss framåt under innevarande år. Det finns ett målkort och en ansvarig person för varje målområde. Samtliga målområdesansvariga, samt delar av ledningsgruppen och ytterligare några personer, möts i hållbarhetsgruppen för kunskapsöverföring, uppdatering och synkronisering av hållbarhetsarbetet. Denna hållbarhetsgrupp sammanträder ca sex gånger per år. Det finns även ett hållbarhetsråd med representanter från butiksledet som både fungerar som språkrör samt testar nya metoder och arbetssätt.

RISKANALYS

Blomsterlandet arbetar löpande med att identifiera risker i samband med planering, projekt och beslut. De största riskerna sammanställs årligen till en övergripande riskanalys som presenteras för bolagets styrelse. Analys av hållbarhetsrisker - med fokus på områdena antikorruption, mänskliga rättigheter, miljö samt socialt ansvar - sker i samverkan mellan områdesansvariga, hållbarhetsgruppen och ledningsgruppen.

VÄSENTLIGA HÅLLBARHETSFRÅGOR

Vår väsentlighetsanalys tar sin utgångspunkt i vår värdekedja och påverkan på samhället i stort. Vid arbetet med att identifiera väsentliga hållbarhetsfrågor lyssnar vi självklart på våra intressenter.

HIT VILL VI

- Klimatneutral verksamhet
- Inga arbetsplatsolyckor eller allvarliga tillbud
- Ingen diskriminering
- Från linjärt flöde till cirkulärt
- Certifierad verksamhet

AMBITION 2026: STRATEGISKA MÅL

Hållbarhetsarbetet bedrivs på både kort och lång sikt. Våra strategiska mål siktar mot 2026, räknat från basåret 2019.

- Minska våra klimatutsläpp med 25 procent, per butik
- Minska energianvändningen med 20 procent per kvadratmeter.
- Öka andelen egenproducerad el till 10 procent av den totala elanvändningen
- Öka andelen återvunnet material i verksamhetens avfallshantering till 50 procent

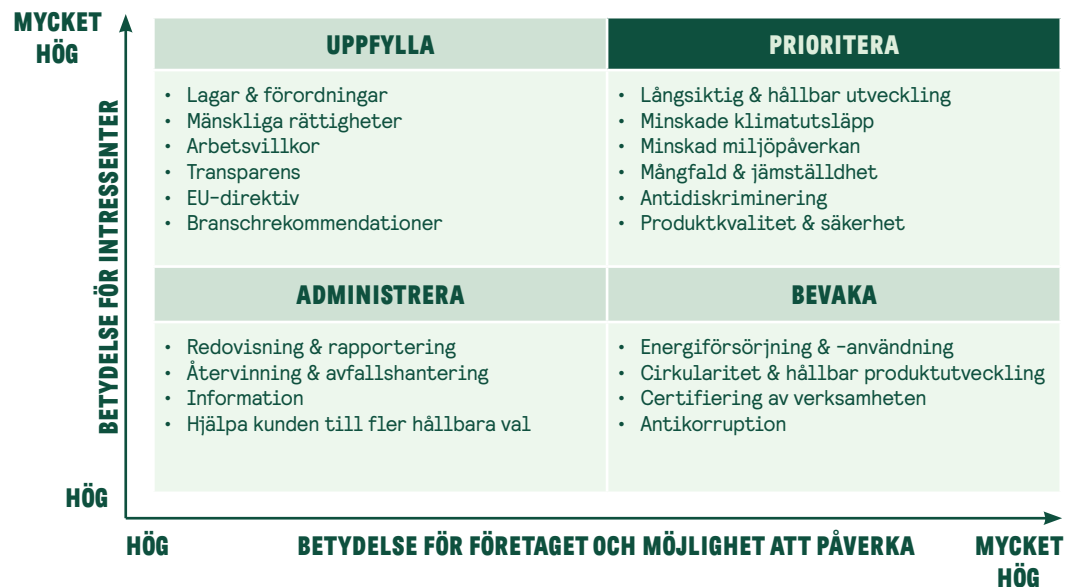
VIKTIGA HÅLLBARHETSFRÅGOR

Information och undersökningar från intressenterna, tillsammans med våra egna ambitioner och mål ger oss underlag för vilka hållbarhetsfrågor vi ska fokusera på.

I väsentlighetsanalysen klassificeras hållbarhetsfrågorna utifrån intressenternas perspektiv - deras förväntningar och önskemål och vilken betydelse frågorna har för dem - samt vilken betydelse de olika hållbarhetsfrågorna har för företaget och i vilken grad vi kan påverka dem.

Resultatet av väsentlighetsanalysen ligger sedan till grund för vad vi fokuserar på inom våra olika målområden för hållbarhetsarbetet.

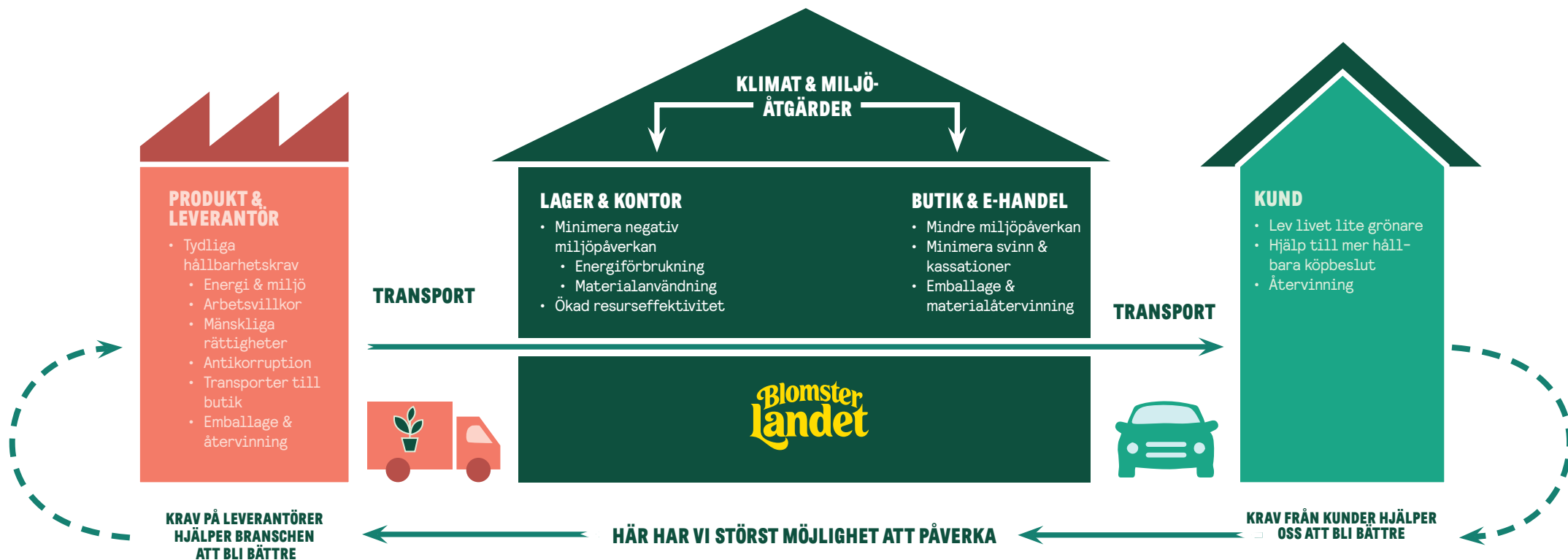
VÄSENTLIGHETSANALYS



INTRESSENTDIALOG

INTRESSENT	KUND	MEDARBETARE	ÄGARE	MYNDIGHETER & SAMHÄLLE	ÖVRIGA INTRESSENER bl a leverantörer & fastighetsägare
VAD ÄR VIKTIGT?	<ul style="list-style-type: none"> Produktkvalitet & säkerhet Mänskliga rättigheter Minskad miljöpåverkan Transparens Återvinning & avfallshantering Hjälp till mer hållbara val 	<ul style="list-style-type: none"> Arbetsvillkor Mångfald & jämställdhet Minskad miljöpåverkan Antidiskriminering 	<ul style="list-style-type: none"> Långsiktig & hållbar utveckling Minskad miljöpåverkan Antikorruption Mångfald & jämställdhet Cirkularitet & hållbar produktutveckling Energiförsörjning & -användning 	<ul style="list-style-type: none"> Lagar & regelverk Redovisning & rapportering Antikorruption Minskad klimatpåverkan Minskade klimatutsläpp Arbetsvillkor Mångfald & jämställdhet 	<ul style="list-style-type: none"> Lagar & regelverk Antikorruption Inriktningsdirektiv, t ex Code of conduct Fastighetsägarnas gröna hyresavtal
HUR DELAS INFORMATIONEN?	<ul style="list-style-type: none"> Kundundersökningar, kundkontakt i butik och via kundtjänst Online - webbplats och sociala kanaler 	<ul style="list-style-type: none"> Medarbetarundersökningar Medarbetarsamtal Intranät Digitala informationsmöten 	<ul style="list-style-type: none"> Strategimöten & styrelsemöten Rapporter & redovisningar Pressmeddelande 	<ul style="list-style-type: none"> Löpande dialoger Myndighetskontakter Lagar Mediarapportering 	<ul style="list-style-type: none"> Löpande dialoger Erfarenhetsutbyte Certifieringar

HÅLLBARHET OCH PÅVERKAN I VÄRDEKEDJAN



På väg från linjär till cirkulär verksamhet

HÅLLBARHETSRISKER

Här är de hållbarhetsrisker vi identifierat inom de fyra rapporteringsområden som lagstiftningen kräver.

MILJÖ

Risker

Vi producerar inte själva varorna vi säljer i våra butiker, så det är framför allt i leverantörsledet som de stora miljörelaterade riskerna finns i form av energiåtgång, utsläpp, tveksamma val av råvaror, inslag av icke tillåtna bekämpningsmedel och liknande. Där är också våra möjligheter till kontroll relativt små. Risken att våra leverantörer inte lever upp till vår uppförandekod bedöms vara störst i länder som klassas som högriskländer av bland andra Amfori BSCI. Driften av vår verksamhet leder också till utsläpp av växthusgaser, liksom transporter av produkterna vi säljer.

Styrning

Vårt arbete inom miljöområdet styrs bland annat av vår miljöpolicy och hållbarhetspolicy.

Aktiviteter

Vi arbetar aktivt med att minska den negativa miljö- och klimatbelastningen som vår verksamhet medför, både när det gäller produktionen av de varor vi säljer, emballagen som används, och transporter de medför. Vi har stort fokus på att arbeta med certifierade leverantörer samt att minska användningen av engångsballage och att öka graden av materialåtervinning.

Att energieffektivisera våra butiker och de fastigheter vi äger är också ett prioriterat område.

SOCIALT ANSVAR/MEDARBETARE

Risker

I vår verksamhet finns flera identifierade hälsorisker. Att risk för rån och överfall i butik - samt fysiskt tunga lyft både i lager och butik - förekommer vet vi sedan tidigare. I koncernen som helhet finns hälsorisker, särskilt då i form av upplevd stress och hög arbetsbelastning under vissa perioder.

Styrning

Grundläggande för vår del är att försöka förebygga ohälsa och skador som beror på arbetet. Vi har satt upp en nollvision om diskriminering samt arbetsplatsolyckor och allvarliga tillbud som långsiktigt mål. Vår arbetsmiljöpolicy, skyddsombudspolicy, rehabiliteringspolicy och sedan länge inarbetade rutiner vägleder oss, liksom vår nya mångfaldspolicy. Även vår uppförandekod som används både externt och internt guidar oss i vårt arbete.

Aktiviteter

Vi arbetar kontinuerligt med utbildningar för vår personal. Det handlar om allt från säkerhetsrutiner till bolagets värdegrund och ren kunskapsöverföring inom olika områden. Varje år genomförs även en medarbetarundersökning som en temperaturmätare för företaget som ger underlag för vilka insatser som behövs på kort och lång sikt. >>



MÄNSKLIGA RÄTTIGHETER

Risker

De främsta riskerna för brott mot mänskliga rättigheter bedömer vi finnas i leverantörsledet och då främst i de länder som klassas som högriskländer.

Styrning

Våra styrdokument inom mänskliga rättigheter guidar såväl vårt interna arbete som de krav vi ställer på våra leverantörer. Våra riktlinjer baseras på internationella konventioner som FN:s deklaration om mänskliga rättigheter, ILO:s konventioner för arbetslivet och principerna i FN:s Global Compact. Vi är medlemmar i den internationella organisationen Amfori BSCI, som antagit en omfattande uppförandekod för leverantörer. Merparten av våra leverantörer har förbundit sig att leva upp till vår uppförandekod och de krav kring hållbarhet som vi ställer i våra samarbetsavtal.

Aktiviteter

Under året har vi intensifierat vår genomlysning av leverantörsledet genom att bland annat skicka ut en enkät där vi ställer frågor som rör arbetsförhållanden, mänskliga rättigheter och arbetsmiljö. Varje leverantör följs upp och handlingsplaner sätts upp vid behov.

ANTIKORRUPTION

Risker

Risk för korruptionsbrott finns främst i vårt leverantörsled, särskilt i länder som klassas som högriskländer. Genom täta kontakter, en tydlig inköpsprocess och kvalitetssäkring minskar vi riskerna för korruption i leverantörsleden. Samtidigt får vi inte blunda för att korruption kan ske även i den egna verksamheten.

Styrning

Grunden för arbetet är vår antikorrupsionspolicy, tillsammans med uppförandekod och inköpspolicy. Vi har också en attestordning som ska minska risken för oegentligheter. Den visselblåsarfunktion vi har infört ger våra medarbetare möjligheter att påtala misstänkt brottsligt beteende, som mutbrott.

Aktiviteter

Kännedom bland våra anställda om den visselblåsar- funktion vi infört är viktig och därför ställer vi frågan om man känner till att funktionen finns i den årliga medarbetarundersökningen.

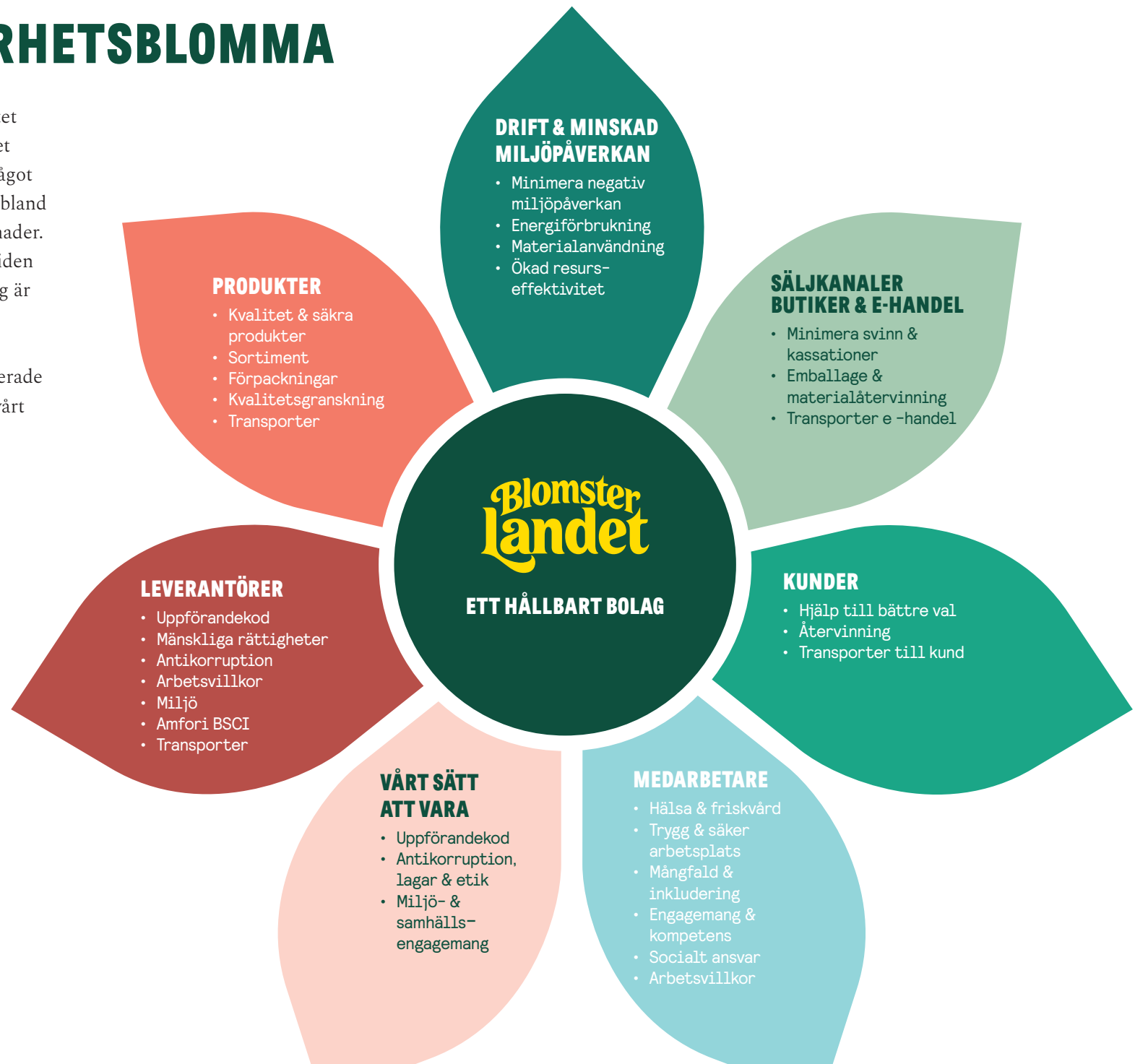
Under året påbörjades en riskkartläggning av våra leverantörer i Asien och Kina med målet att samtliga kinesiska leverantörer ska ha granskats under 2023.



VÅR HÅLLBARHETSBLOMMA

Vår ambition är att hållbarhetsarbetet ska vara något som vi känner stolthet över, som känns meningsfullt och något som vi gör med glädje även om det ibland innebär merarbete eller ökade kostnader. Vår inställning är också att vi hela tiden lär oss och att alla steg i rätt riktning är viktiga, även de små stegen.

Hållbarhetsfrågorna ska vara integrerade i alla delar av vår verksamhet och i vårt dagliga arbete





MÅLOMRÅDEN

Blomsterlandets hållbarhetsarbete är indelat i sju målområden med tydlig ansvarsfördelning. Inom varje område sätter vi specifika mål bland annat baserade på vår väsentlighetsanalys och bestämmer aktiviteter för en mer hållbar verksamhet.

Våra målområden knyter an till FN:s globala hållbarhetsmål. Prioriterade FN:mål för vår del är mål 7, 8, 12 och 13 - det vill säga hållbar energi för alla, anständiga arbetsvillkor och ekonomisk tillväxt, hållbar konsumtion och produktion samt bekämpa klimatförändringarna.



Läs mer om *Globala målen*

LEVERANTÖRER

Övergripande mål: Vi strävar efter goda och långsiktiga relationer med våra leverantörer och att de delar vår syn på hållbarhet och ställer upp på vår uppförandekod och krav på goda arbetsvillkor och minskad miljöpåverkan.



PRODUKTER

Övergripande mål: Vi arbetar ständigt för ett mer hållbart sortiment där vi vill minska vår klimatpåverkan, reducera och optimera såväl transporter som emballage samt öka möjligheterna att återanvända och återvinna förpackningar och produkter.



DRIFT & MINSKAD MILJÖPÅVERKAN

Övergripande mål: Att bli mer energieffektiva och att rusta de fastigheter vi har rådighet över med förnybara energikällor som solceller och bergvärme.



SÄLJKANALER BUTIK & E-HANDEL

Övergripande mål: Även inne i våra butiker och lager ska vi minska energianvändningen. Vi ska minska kassationerna och öka materialåtervinningen av vårt avfall.



KUNDER

Övergripande mål: Guida våra kunder till mer medvetna val när de handlar hos oss och göra det enklare för dem att återvinna de emballage de fått med sig hem.



MEDARBETARE

Övergripande mål: Blomsterlandet ska vara en trygg och attraktiv arbetsplats där alla ska ha samma förutsättningar att utvecklas.



VÅRT SÄTT ATT VARA

Övergripande mål: Vara ett bolag med en företagskultur som baseras på tydliga värden. I vår hållbarhetspolicy fastslås också att vi månar om alla steg som leder mot ökad hållbarhet, även om de är små och även om de leder till en merkostnad på kort sikt.





RISKANALYS

Verksamhetens identifierade hållbarhetsrisker inom respektive målområde.

	LEVERANTÖRER	PRODUKTER	DRIFT & MINSKAD MILJÖPÅVERKAN	SÄLJKANALER BUTIK & E-HANDEL	KUNDER	MEDARBETARE	VÅRT SÄTT ATT VARA
IDENTIFIERADE RISKER	<ul style="list-style-type: none"> Åsidosättande av mänskliga rättigheter, oskäligen arbetsvillkor Användning av bekämpningsmedel & otillåtna ämnen Korruption Godstransporter till vår terminal, utsläpp av växthusgaser samt partiklar från fordon & fartyg 	<ul style="list-style-type: none"> Odling, energiförbrukning Klimatpåverkan, utsläpp av växthusgaser Kemikalier, bekämpningsmedel & andra skadliga ämnen i produkt Fossila resurser Emballage & avfall 	<ul style="list-style-type: none"> Energiförbrukning, uppvärmning, nedkylning, belysning Köldmedia Vattenåtgång Kassationer Emballage & avfall Egna resor 	<ul style="list-style-type: none"> Kassationer Avfallshantering & materialåtervinning Transport till/från butik Hemtransport till kund 	<ul style="list-style-type: none"> Produktval Sortering & återvinning Användning av bekämpningsmedel 	<ul style="list-style-type: none"> Arbetsmiljö, säkerhet, stress & hälsa, smittorisk Bristande mångfald & ojämsställda möjligheter Kunskaps- & kompetensbrist 	<ul style="list-style-type: none"> Korruption & bristande affärsetik Åsidosättande av lagar & förordningar Bristande miljö- & samhällsengagemang
RISKHANTERING	<ul style="list-style-type: none"> Prioritera certifierade leverantörer Minska antalet transporter Smartare packning & samtransporter Minska andelen fossilberoende transporter Miljökrav på egna & externa fordon Öka andelen svenskodlade växter - minska långa transporter Kontroll & uppföljning 	<ul style="list-style-type: none"> Miljömärkningar Val av mer motståndskraftiga växtsorter Testning av produkter Hållbar produktutveckling, cirkularitet Mer hållbara emballage, identifiera alternativ till plast 	<ul style="list-style-type: none"> El från förnybara källor Egen klimatsmart energi t ex solceller Energieffektivisering i fastigheter Åtgärdsplan för underhåll av kylsystem Handlingsplan för att minska vattenanvändning Ansvarsfull avfallssortering i butik, återvinningsprocesser 	<ul style="list-style-type: none"> Systematiskt arbete med, & uppföljning av inköp för att minska kassationer & reklamationer Kontinuerligt arbete för att öka materialåtervinning Laddstationer på kundparkering Möjlighet att åka kollektivt till butik Möjlighet att hämta e-handelsvaror i butik 	<ul style="list-style-type: none"> Info om certifieringar/märkningar Info om hållbara val /minskad miljöpåverkan Kunskap om hur kund kan påverka - växter för t ex pollinatörer Val av emballage som kunden kan lämna för återvinning 	<ul style="list-style-type: none"> Systematiskt arbetsmiljöarbete, skyddsron, utvecklingssamtal, medarbetarundersökning Arbetsmiljöpolicy Aktivt arbete mot kränkande särbehandling Utbildning & kompetensutveckling på jobbet Friskvårdsbidrag 	<ul style="list-style-type: none"> Visselblåsarsystem Klimatkompensation & klimatväxling av egna resor i bolaget Samhällsengagemang
STYRNING	<ul style="list-style-type: none"> Hållbarhetspolicy, uppförandekod, antikorrupsionspolicy, miljöpolicy, hållbarhetspolicy, inköpspolicy 		<ul style="list-style-type: none"> Miljöpolicy, hållbarhetspolicy, emballagestrategi Klimatkompensation 	<ul style="list-style-type: none"> Miljöpolicy, hållbarhetspolicy 		<ul style="list-style-type: none"> Arbetsmiljöpolicy, uppförandekod, rehabiliteringspolicy, mångfaldspolicy 	<ul style="list-style-type: none"> Antikorrupsionspolicy, intern uppförandekod, attestordning Hållbarhetspolicy

MÅLOMRÅDE

LEVERANTÖRER

Vi strävar efter långsiktiga relationer med leverantörer som delar vår syn på vad som är bra för såväl människa som miljö. För att vara en hållbar leverantör till Blomsterlandet vill vi att leverantören skriver under vår uppförandekod där vi tydliggör våra förväntningar och krav i frågor som rör mänskliga rättigheter, antikorruption, arbetsförhållanden och miljö.

Uppförandekoden baseras på internationellt vedertagna konventioner som FN:s deklaration om mänskliga rättigheter, ILO:s konventioner för arbetslivet och principerna i FN:s Global Compact. Blomsterlandet är också medlem i den internationella organisationen Amfori BSCI, som antagit en omfattande uppförandekod för leverantörer i riskländer.

Vi vill att våra leverantörer lever upp till vår uppförandekod. Men som köpare av varor från ett stort antal producenter i olika länder är vi medvetna om att det finns risk att krav och förväntningar inte alltid efterlevs.

Riskkartläggning

Vi har som mål att göra en individuell riskbedömning av samtliga leverantörer, ett arbete vi påbörjade i slutet av 2021 med enkäter till våra svenska och europeiska leverantörer av växter och trädgårdstillbehör. Under arbetet fann vi bland annat att tre leverantörer svarat ja på frågan om de anlitar ungdomar under 15 år i verksamheten. Vid en närmare kontroll visade det sig att samtliga fall handlade om familjemedlemmar som hjälpte till.

Under året har kartläggningen av svenska och europeiska leverantörer fortsatt. Med hjälp av resultaten har vi vid uppföljande möten ställt krav på en handlingsplan för att fel och brister ska rättas till.

Vi vill också att våra leverantörer av blommor och växter är certifierade. Vi årets slut var drygt 90 procent av våra växtleverantörer certifierade enligt någon av standarderna IP Sigill, MPS eller Global GAP.

Under 2022 påbörjades även en riskkartläggning av våra leverantörer i Kina och Asien. Målet är att under 2023 ha granskat samtliga kinesiska leverantörer och påbörjat en kartläggning av övriga leverantörer i Asien.

Transporter

Varutransporter står för en betydande del av vår klimatpåverkan. Med hjälp av en ny digital strategi och ett nytt affärssystem kommer vi få större möjligheter att sänka utsläppen från våra transporter. Det sker genom att öka fyllnadsgraden i varje leverans, sampacka fler varor och minska det totala antalet leveranser.

Ett arbete pågår också med att se över våra leverantörsavtal och skärpa klimatkraven för lastbils-transporter och sjöfrakt.



NYTT AFFÄRSSYSTEM - GRÖNA MÖJLIGHETER

Ny digital strategi och ett nytt affärssystem kommer att ge Blomsterlandet möjligheter att arbeta aktivt för att sänka utsläppen från transporter och logistik. Det nya systemet ger bättre möjlighet att följa upp och styra flödet, säger logistikchef Ann Bernlert.

Det är drygt ett år sedan Ann Bernlert tillträdde som Blomsterlandets logistikchef - bland annat med uppdraget att se till att transporterna blir mer klimatsmarta. Sedan dess har hon lagt större delen av sin tid på det nya affärssystem som införs efter sommaren 2023.

– På vårt logistikcenter i Helsingborg har det mesta hanterats relativt manuellt. Nu får vi kontroll och kan följa flödet i realtid på allt från leveranser och lagerhantering till orderbehandling och distribution. Framför allt får vi lagersaldoredovisning vilket kommer hjälpa oss framåt med styrning av varor, säger hon.

Optimera transporterna

Med ett affärssystem skapas förutsättningar att optimera transporterna och samtidigt minska miljö- och klimatpåverkan. Dessutom ger systemet möjlighet att för utvalda varugrupper använda det hon kallar ”behovsdriven påfyllning”.

– Det innebär att de butiker som når brytpunkter på artikelnivå får påfyllning. Då skickar man inte ut varor som inte behövs, minskar risken att bygga onödigt lager i butik och skapar bättre plats för de varor som hanteras för stunden. Det är en hållbarhetsfråga, tycker jag.

Hon vill också se över direktleveranserna till butikerna. Vissa varor är det bra att skicka direkt, andra kan dirigeras via terminalen istället. Då kan man

sampacka mer och minska antal leveranstillfällen till varje butik.

– Och genom att vi optimerar transporterna ökar vi fyllnadsgraden och skickar därmed inte luft, säger Ann Bernlert.

Spårbarhet i leveranskedjan

Ann har 25 års erfarenhet av logistikfrågor och var under sju år logistikchef för Hemtex som hade 220 butiker som mest. Därifrån har hon med sig många idéer om hur logistiken ska organiseras för att både bli mer effektiv och mer hållbar.

Den kanske största hållbarhetsvinsten med affärssystemet väntar sig Ann Bernlert att få genom bättre överblick och genom att kunna optimera och planera flödet.

– Genom att vi får spårbarhet i leveranskedjan och kan jobba med uppföljning och analyser kan vi ta datadrivna beslut, säger hon.

Varuflödet tar olika vägar

Varuflödet i Blomsterlandet tar många vägar. En del går direkt från odlare och leverantör till butik, en del går först till terminalen i Helsingborg och distribueras sedan till butikerna. En del varor skickas också mellan butiker och temporära lager.

Produkter från Kina och Asien kommer med



NAMN: ANN BERNLERT

GÖR: LOGISTIKCHEF

PÅ BLOMSTERLANDET SEDAN: 2021

UPPDRAG: ATT KOORDINERA OCH
EFFEKTIVISERA LOGISTIKFLÖDET

sjötransport, liksom krukor och keramik från Portugal. Övriga transporter sker oftast med lastbil. Det gäller också transporterna från Helsingborg ut till butikerna. Lastbilsfrakterna står också för den absolut största delen av transporternas klimatutsläpp.

När det gäller sjöfrakt från Asien vill Ann bland annat undersöka om det går att samla mer gods i färre avgångshamnar och nyttja större containrar som rymmer mer.

Koll på alla transporter

Ett grundläggande problem är att det är svårt att beräkna hur stora klimatutsläppen från transporterna är. I dagsläget är det bara transportören Kuehne Nagel som lämnar uppgifter för sjöfrakten.

På lastbilssidan är det också svårt att få fram siffror. Men nya fraktavtal och utvalda transportörer kommer att göra det lättare att mäta och minska klimatpåverkan.

– Jag vill ha koll på alla våra transporter, säger hon.

MÅLOMRÅDE

PRODUKTER

En betydande del av vår verksamhets miljömässiga och sociala påverkan kommer från produkterna vi säljer.

Emballage & förpackningar

Förpackningsfrågan är starkt kopplad till produkterna och en viktig del i vårt hållbarhetsarbete. Vi arbetar sedan länge med att minska användningen av plast och att återvinna så stor andel som möjligt av den plast som trots allt används.

Under året infördes en ny typ av ”svep” runt vagnarna för snittblommor. Svepen används för att skydda blommorna under transport till och från vårt lager och ut till butik. De var tidigare gjorda främst av engångsplast som lindades i flera varv runt vagnarna och sedan blev avfall. Men genom att byta till en duk av återvunnen plast kan vi nu minska mängden avfall. Duken är tillverkad av återvunnen plast och gjord för att användas upp till ett hundratal gånger. Fullt genomfört beräknas bytet minska vårt avfall med 100 ton per år.

Under 2022 började vi byta från svart till grå insida på våra jordsäckar. Det innebär att jordsäcken kan återvinnas till ny plast istället för att eldas upp. Bytet kommer att slå helt igenom under 2023.

Under året inledde vi ett samarbete med pantföretaget Bower. Det innebär att alla plastförpackningar till varor under vårt eget varumärke har ett pantvärde som tillfaller de kunder som skannar produkten och lämnar förpackningen till återvinning.

Hållbara växter

Vi arbetar ständigt för att erbjuda våra kunder ett förbättrat sortiment, bland annat genom att välja växtsorter som är friska och mer motståndskraftiga och därmed behöver mindre bekämpningsmedel både vid odling och hemma hos konsumenten.

Vi testar också våra växter genom att undersöka hur mycket kemikalier som använts för att odla dem. Sorter som behöver mer bekämpningsmedel än andra väljer vi bort.

E-planta och Från Sverige-märkt är exempel på växter som är odlade i Sverige och anpassade för våra förhållanden och därför har större chans att leva länge. Hållbart är också hållbarhet, menar vi. Dessutom vill vi bidra till att stärka svensk odling som näringsgren.



PRODUKTER - I KORTHET

BLOMMOR PÅ BÅT

Rosor från Kenya brukar fraktas med flyg till Nederländerna för att hålla sig friska. Därifrån går de med lastbil till Sverige. En resa på totalt två dygn, men med stora klimatutsläpp. Under hösten 2022 började vi testa att skicka rosorna med båt från Kenya till Nederländerna. Då tar resan tre veckor.

– Resultatet har varit väldigt gott och detta är något vi kommer att fortsätta med, säger inköpschef Andreas Karlsson.



TORVFRI OCH TORVREDUCERAD JORD

Efter att ha lanserat en helt torvfri jord kunde vi under året även lansera en torvreducerad planteringsjord, som medför en betydligt mindre klimatpåverkan än vanlig torvblandad jord. Råvaran i den nya jorden består av avfall från pappersmasseindustrin som blandas med trädgårdskompost, höns gödsel och barkmull. Projektet drivs tillsammans med Stena Recycling.

HÅLLBARHETSMÄRKTA VAROR MINSKAR

Fairtrade-märkta snittrosor stod för 47 procent av den totala försäljningen av snittrosor. Det är en minskning med 21 procentenheter jämfört med året innan. Vi har noterat ett märkbart mindre köpintresse bland kunderna för Fairtrade-rosor, vilket ligger i linje med allmänt minskad försäljning av hållbarhetsmärkta varor även i dagligvaruhandeln under 2022.

Tittar vi på försäljningen av KRAV-märkta produkter tyder siffrorna först på en ökning om 20,5 procent men det beror till stor del på försäljning av KRAV-märkta kryddor – en produkt vi inte alls hade i sortimentet 2021. Om vi räknar bort kryddorna ur jämförelsen har försäljningen av KRAV-märkta varor minskat med 8,4 procent jämfört med 2021.

HÅLLBARHETSMÄRKTA ODLARE

Drygt 90 procent av våra odlare är hållbarhetsmärkta. De flesta enligt MPS, en internationell hållbarhetsmärkning för blomsterbranschen som ställer krav på miljöarbete och arbetsvillkor. Andra märkningar är den svenska IP Sigill samt Global GAP, en global standard för kvalitetssäkring av livsmedel och prydnadsväxter.

MPS-CERTIFIERADE

Under året utökades vår certifiering till att även omfatta vårt logistikcenter i Helsingborg. Sedan 2020 är vår inköpsorganisation MPS-certifierad enligt Florimark Good Trade Practise. MPS är en internationell hållbarhetsmärkning för blomsterbranschen med ursprung i Nederländerna. För att bli certifierad måste man kunna uppvisa ett systematiskt arbetssätt med rutiner, dokumentation och kontroller inom flera specificerade områden, bland annat miljö, produktkvalitet, säkerhet och arbetsförhållanden. Det handlar om att säkerställa hela kedjan från inköp, logistik och transport till butikerna, hur inköpsprocessen ser ut och att vi kontrollerar att alla odlare i sin tur är certifierade. Vi ska också kunna visa hur vi utför kvalitetskontroller av produkterna, som att snittblommorna verkligen har rätt temperatur i våra kylar och under transporten. Upprinnelsen till certifieringen är att vi krävt den av våra leverantörer i Europa och då ville vi föregå med ett gott exempel.



KRAV-MÄRKT FÖRETAG

Blomsterlandet är certifierat för att sälja KRAV-märkta produkter som jord och gödning. Förutom att produkterna är godkända för KRAV-odling innebär det att vi som företag följer KRAVs hållbarhetsregler. Det innebär bland annat att vi förbinder oss att respektera mänskliga rättigheter och att ta socialt ansvar. Vi arbetar med omsorg om naturen och har en plan för vårt miljöarbete. Och vi använder förnybar el.



MÅLOMRÅDE

DRIFT & MINSKAD MILJÖPÅVERKAN

Vi arbetar för att minska vår negativa miljöpåverkan. Framför allt arbetar vi med att minska våra utsläpp av växthusgaser, främst koldioxid. Det sker bland annat genom att minska energianvändningen i våra butiker - eftersom det är där den största användningen sker.

Solpaneler och bergvärme

Vi har identifierat fjärrvärme som den i särklass största källan till våra växthusgasutsläpp. Därför har vi sedan 2017 skrivit in geoenergi - i dagligt tal bergvärme - som önskvärd värmebärare. Tillsammans med solpaneler blir det en bra kombination då vi eftersträvar fastigheter som är självförsörjande på energi med nära-noll-utsläpp när vi om- eller nyetablerar en butik eller lager. Vi strävar efter att installera solpaneler på alla fastigheter vi äger och därmed har rådighet över. Under året installerade vi solpaneler på ytterligare två butiker.

Klimatkompensation

Precis som under pandemiåren ersattes många fysiska möten av videomöten. Även om vi inte är uppe i samma resenivå som före pandemin så har resandet ökat - både bilresorna och flygresorna ökade under 2022 jämfört med året innan. Personresor med bil ökade med 15 000 mil eller 14 procent. Under förra året flög vi 35 000 mil jämfört med 12 500 mil år 2021. Räknat i koldioxidekvivalenter motsvarar det en ökning från 31 till 91 ton. Flygresorna klimatkompenserar vi för genom organisationen Vi-skogens arbete med trädplanteringar och hållbara jordbruksmetoder i Kenya.

Gröna satsningar

Resor som görs med tjänstebilar ingår i ett klimatväxlingsprogram där varje körd mil medför en merkostnad som vi fonderar internt för gröna satsningar utöver budget. Denna klimatväxling har finansierat ytterligare sju laddstolpar med plats för att ladda fjorton elbilar vid supportkontoret i Mölnlycke.

ENERGISNÅL BELYSNING

Under året har vi bytt till energisnål LED-belysning i ytterligare tre av våra butiker. Det betyder att 40 av 63 butiker nu har gått över från konventionella lysrör till LED.

SOLPANELER

Under året har vi installerat solpaneler på taken på två av våra butiker. Det betyder att sammanlagt sju av våra fastigheter använder solenergi.

EGNA FASTIGHETER

Vi äger själva fastigheterna till 14 butiker samt vårt supportkontor i Mölnlycke. Det är i första hand där vi installerar solpaneler och bergvärme.

BERGVÄRME

Vi har under året installerat bergvärme i tre butiker och i en av dem har vi dessutom bytt bort en oljepanna. Nu värms sex av våra butiker upp med hjälp av bergvärme.



SMARTA SYSTEM OCH SAMORDNING SPARAR ENERGI

Takluckor som står öppna, dörrar som inte stängs, fläktar som blåser åt fel håll och lampor som lyser för mycket och för ofta. En butik kan förbruka stora mängder energi – i onödan. På Blomsterlandet i Rud, Karlstad, har detektivarbete och ett nytt styrsystem halverat energikostnaden.

Att värma och lysa upp en av Blomsterlandets butiker kräver mycket energi. Växterna måste ha ljus och taket ska släppa igenom solens strålar. På vintern innebär det att det mycket värme kan försvinna ut genom taken. Butiksdörrar och portar är andra energitjuvar.

På sommaren är det omvänt: i äldre butiker skyddar väv i taket mot solen, men takluckorna måste ändå öppnas för att sänka temperaturen. Stora ”tropikfläktar” hjälper också till för att suga ut värmen. När temperaturen blir alltför hög kan i vissa fall ett kylsystem behöva användas.

I nya butiker finns varken takluckor, tropikfläktar eller skuggväv. Istället regleras temperaturen främst med ventilationssystemet. Men även här finns energiläckage att täta och mycket att spara in.

Undersökte största energiläckorna

För fem år sedan gjordes en kartläggning av samtliga butiker för att undersöka var de största energiläckorna fanns och hur energiåtgången kunde minska.

– Den största energiförlusten är när man släpper ut värme. Men också att man har fel eller för mycket belysning, säger Jan Thilander, energi- och miljösamordnare på Blomsterlandet.

Ett av vanligaste problemen i äldre butiker var att takluckorna stod öppna i onödan och att fläktarna inte fungerade som de skulle. Det gällde särskilt på vintern

när fläktarna ska hålla kvar värmen i butiken så att den inte stiger uppåt. Då måste de snurra åt andra hållet än på sommaren.

Kabelfel kostade massor av energi

I en butik hade man både fönster och takluckor öppna även på vintern för att inte få det för varmt. Det hjälpte inte att temperaturen på pannan var inställd på 17 grader. Felet visade sig vara en liten kopparkabel i en ventil som reglerar flödet av varmvatten i värmesystemet. Kabeln ska vara skalad från sitt hölje för att registrera rätt temperatur, det hade någon missat vid installationen.

– Vi letade i flera dagar för att hitta felet. När vi fixat kabeln sparade butiken nära hundratusen kilowattimmar per år på sin energiräkning, säger Jan.

Hittade energitjuvar

En annan energitjuv var kallluft som spreds från butikslagren via den stora varuporten som står öppen vid leveranser. Eftersom lagren tidigare ofta hade innerväggar som inte gick ända upp till taket, spred sig kylan i hela butiken.

En annan upptäckt var att skjutdörrar med för stor öppning släppte ut mängder av värme.

– Vi räknade ut att varje decimeter smalare öppning sparar två tusen kronor per år.



NAMN: JAN THILANDER
GÖR: ENERGI- OCH MILJÖSAMORDNARE
PÅ BLOMSTERLANDET SEDAN: 1996, ARBETAT
MED ENERGIFRÅGOR SEDAN 2012
UPPDRAG: ATT UTVECKLA ENERGISTRATEGIER

Belysningen förbrukar också mycket energi. Dels beroende vilken typ av lampor som används, dels på hur ofta ljuset står på. Nu är nästan alla lampor på Blomsterlandet utbytta mot LED. Samtidigt försöker man gå över till att ljusstyrkan ökar eller minskar efter behov.

– Många butiker hade stora spottar som lyste på fasaden hela natten. Nu släcker vi all extern belysning klockan 22. Och inne i butiken styr vi så att det är tänt bara där det behövs. Det har vi sparat mycket på, säger Jan.

Egen väderstation

Butiken i Karlstad var en av dem som stack ut i undersökningen. Trots egen bergvärme hade man ovanligt hög energiförbrukning. För att få bukt med problemet inleddes 2018 ett pilotprojekt med målet att få total kontroll över alla delar i systemet. 2020 var alla komponenter installerade.

– Men själva it-delen fungerade fortfarande inte och det var otroligt knöligt att få kommunikationen på plats



Men det finns fortfarande barnsjukdomar. Framför allt har det varit svårt att få rätt temperatur, berättar butikschef Malin Rönning.

– Det har varit väldigt varmt på sommaren, upp till 42 grader, och kallt vintertid. En morgon när jag kom var det bara tolv grader. Det visade sig att filtren i fläktsystemet var igensatta. Men får vi bara ordning på temperaturen så är jag jättenöjd, säger Malin.

Fullt utvecklat ska systemet styra allt från takluckor, tropikfläktar och skuggväv till värmepanna och belysning. Information kommer bland annat från en egen väderstation på taket och termometrar runt om i butiken.

Och resultatet?

Jan Thilander klickar fram en sammanställning över butikens energiförbrukning 2016: 438 000 kWh. Och 2022: 197 000 kWh.

– En halvering, säger han. Men de priser som gällde 2022 ger det en besparing på omkring 700 000 kronor.



MALIN RÖNNING
BUTIKSCHEF

Fler står på kö

Efter Karlstad står butiken i Torslanda på tur. Butiken har både solceller och bergvärme, men kommer ändå vinna på ett styrsystem.

– Vi vill ha en mall och en standard för hur systemet ska installeras, sedan är det bara att rulla vidare till fler butiker, säger Magnus Eriksson, projektansvarig inom fastighetsutveckling.

Under 2023 räknar han med att ytterligare sju butiker i fastigheter som Blomsterlandet äger ska få ett system. Totalt är Blomsterlandet fastighetsägare för 14 av kedjans 63 butiker, men det kan bli aktuellt med system även i butiker med andra hyresvärdar.

Kostnaden för själva styrsystemet ligger på mellan 50 000 och 75 000 kronor. En investering som snabbt betalar sig, både för miljön och plånboken.

– Ingen har tänkt så mycket på detta förut eftersom energin varit så billig. Nu är alla intresserade, säger Magnus Eriksson.



MAGNUS ERIKSSON
PROJEKTANSVARIG,
FASTIGHETSUTVECKLING

STYRS AV SYSTEMET

- Armaturer
- Skuggväv
- Varmluftssystem/kylsystem
- Elvärmeaggregat
- Takluckor
- Ventilation
- Filter
- Temperaturgivare
- Väderstation
- Belysning
- Tropikfläktar
- Värmepumpar

Blomsterlandets klimatpåverkan

De största källorna till Blomsterlandets koldioxidutsläpp är fjärrvärme (scope 2), utsläpp av köldmedia samt tjänsteresor i bil (scope 1 och 3). Utsläppen i scope 3 är i många fall svåra att beräkna, men vi mäter vi bland annat indirekta utsläpp från inköpt bilbränsle och utsläpp från flygresor i tjänst.

Vi har under året effektiviserat vår elanvändning med sju procent, eller 1 400 mWH, vilket motsvarar energianvändningen för omkring 70 småhus. Denna minskning i utsläpp av växthusgaser äts dock upp av utsläpp på grund av tillbud i våra system för kyl- och värmeanläggningar. Rapporteringen av köldmedieutsläpp släpar ett år, så de skedde i själva verket 2021. Det var då vi upptäckte läckage i sju butiker. Sedan dess har vi påbörjat arbetet med att byta köldmedia och infört tätare serviceinter-vall av anläggningarna.

Personresor med bil har ökat med 15 000 mil eller 14 procent jämfört med föregående år. Flygresorna har också ökat. Under året flög vi 35 000 mil jämfört med 12 500 mil under pandemiåret 2021. Vi har ökat resandet men vi är fortfarande inte uppe i samma nivåer som före pandemin.

Klimatindikatorer

Vid sidan om mätningar enligt GHG eller Greenhouse Gas Protocol som redovisas i tabellen intill, mäter vi även det vi kallar klimatindikatorer. Efter en nedåtgående trend ser vi även här hur utsläppssiffrorna ökade av skäl som beskrivits ovan.

Klimatinvesteringar

Vi har under 2022 investerat drygt nio miljoner kronor i förnybar energi och energieffektiviserande åtgärder. Glädjande är att vi har tagit bort den sista oljepannan i beståndet. Vi har nu förnybar uppvärmning i butikerna i Karlstad, Nacka, Södertälje, Torslanda och Örnsköldsvik, med fin energiprestanda som resultat. Solpaneler, LED-belysning och utveckling av smarta fastighetssystem är andra gröna investeringar under 2022.

Solpaneler: 1,2 MSEK

Uppvärmning genom förnybar energi (bergvärme): 4,4 MSEK

Miljösystem – AI-system: 0,2 MSEK

LED-belysning: 3,3 MSEK

UTSLÄPP CO₂-EKVIVALENTER

	2022	2021	2020
SCOPE 1 - DIREKTA UTSLÄPP är till exempel Blomsterlandets egna direkta utsläpp från butiker samt egna och leasade bilar.	(ton) CO ₂ e	(ton) CO ₂ e	(ton) CO ₂ e
Direkta utsläpp, främst tjänsteresor i bil ¹	178	146	160
Köldmedier, i kylanläggningar ²	206	45	10
Eldningsolja	29	28	13
SCOPE 2 - INDIREKTA UTSLÄPP FRÅN INKÖPT ENERGI är så kallade indirekta utsläpp från leverantörer av el och fjärrvärme.			
Fjärrvärme ³	411	466	507
El ⁴	9	10	-
Summa Scope 1 och 2	833	695	689
SCOPE 3 - ANDRA INDIREKTA UTSLÄPP består av andra indirekta utsläpp i värdekedjan. Till exempel från flygresor, lastbilstransporter, förpackningar och avfall. Utsläppen inom scope 3 uppstår både genom egna aktiviteter på Blomsterlandet och hos leverantörer, transportörer och kunder.			
Indirekta utsläpp, främst från tjänsteresor i bil	53	43	91
Flygresor i tjänsten	91	31	53
(Klimatkompensation ⁵)	91	31	53
Summa Scope 1, 2 och 3	977	775	834
Biogas ⁶	0,3	0,5	0,5
KLIMATINDIKATORER	(ton) CO ₂ e	(ton) CO ₂ e	(ton) CO ₂ e
Utsläpp per butik	15,7	12,01	12,60
Utsläpp per anställd	1,32	1,08	1,16

Hänvisningar

1. Enligt vägtrafikemissionsmodellen

2. Tesab köldmedierapport 2021. Utsläpp gäller Backaplan, Enköping, Falkenberg, Linköping, Stenungsund, Sundsvall och Växjö.

3. Beräknat enligt Naturvårdsverket och Svensk fjärrvärme.

4. El ursprungsmärkt, Bra miljöval

5. Avser utsläpp från flyg i tjänsten. Utsläppsfaktor 1,9 enl. SOU 2019:11 Klimatkompensationen påverkar ej summan av redovisade utsläpp.

6. Biogena koldioxidutsläpp tas ej med i klimatredovisning enl. GHG-protokollet.

MÅLOMRÅDE

SÄLJKANALER – BUTIKER & E-HANDEL

Vår ambition är att minska vår klimatbelastning och ett viktigt steg på vägen är att nå en klimatneutral butiksdrift. Därför siktar vi in oss på att bland annat välja förnybar el där det är möjligt och att ersätta lysrören i butik och vår e-handelsterminal med energisnålare LED-belysning. Vi har under flera års tid successivt bytt ut konventionella lysrör till energisnål LED-belysning i våra butiker. Vi insåg under resans gång att även kylrum och trädgårdsmarknaden borde omfattas. Numera gör vi samtliga dessa installationer när vi konverterar till LED. Under året färdigställdes komplett LED-konvertering i butikerna i Falkenberg, Norrtälje och Ängelholm medan butikerna i Borlänge och Kalmar kompletterades. Det innebär att 40 av våra 63 butiker nu är utrustade med LED-ljus.

Hur vi kan hushålla med vatten är också en fråga vi undersöker närmare, samt hur vi kan bli bättre på att öka graden av materialåtervinning i vår verksamhet. Den totala mängden avfall ökar men samtidigt ökar mängden avfall som återvinns. Ett fel i vår rapportering av återvunnet material gör att uppgifterna från förra årets hållbarhetsrapport blivit felaktiga. Korrekt är att materialåtervinningen 2021 låg på 27 procent. Den ökade med två procentenheter under 2022 och är uppe i 29 procent.

Guidar till medvetna val

Vi arbetar för att guida kunderna till det mer hållbara sortimentet, såväl i fysisk butik som på vår webbplats. När e-handelskunden väljer att hämta upp varorna i butik innebär det att produkterna kan samtransporteras från

vårt centrallager tillsammans med andra leveranser som ska till butiken.

Under året introducerade vi en ny tjänst; möjlighet att beställa blombud online med hemleverans. Leveranserna utförs av Best Transport i bilar som drivs med förnybara bränslen.

Kassationer

Att hålla nere reklamationer och kassationer är också en viktig åtgärd i sammanhanget. Ju färre växter som behöver slängas desto bättre är det för miljön. För annars har ju odling och transport varit förgäves.

Blomsterlandet har en växande e-handel men för vår del finns en utmaning i de förväntningar som finns hos en kundgrupp som växt upp med att köpa prylar snabbt online. Växter är unika och i verkligheten finns en naturlig variation som gör att alla inte ser ut exakt som bilden på hemsidan. Dessutom kan en plantas tillväxt ibland gå både snabbare och långsammare än förväntat. I vissa fall leder detta till reklamationer och returer. Vi jobbar därför ständigt med att göra produktinformationen så tydlig och rättvisande som möjligt.

MER ÅTERVUNNET

Trots att avfall ökar så ökade samtidigt mängden avfall som kunde materialåtervinnas med åtta procentenheter jämfört med föregående år. Under 2022 gick 29 procent av vårt avfall till materialåtervinning.

KASSATIONER 2022

4,3%



HÅLLBARHET I PRAKTIKEN



ENERGISNÅL BELYSNING

Vi byter kontinuerligt till energisnål LED-belysning i våra butiker. Nu har 40 av våra 63 butiker övergått till LED.

AVFALLSSORTERING & ÅTERVINNING

Andelen avfall som kunde materialåtervinnas ökade med två procentenheter jämfört med föregående år. Under 2022 gick 29 procent av vårt avfall till materialåtervinning.



MER KUVERT ISTÄLLET FÖR PAKET

Vår e-handel fortsatte att skicka beställningar på små varor som fröpåsar och handskar som varubrev istället för paket. Det minskar mängden emballage.



BÄTTRE MILJÖVAL

Vi hjälper våra kunder att välja produkter som är skonsamma mot miljön.

DIGITALA KVITTON

Nu har drygt 83 658 av våra kundklubsmedlemmar valt att få sina kvitton digitalt. Det innebär färre kvitton och mindre pappersåtgång. Totalt skickades 259 497 digitala kvitton.



FRISKARE SORTIMENT

Vi jobbar aktivt för att välja mer motståndskraftiga växter i sortimentet. Då minskar behovet av bekämpning, både hos odlarna och hemma i trädgårdarna.



SOL, VIND OCH VATTEN

Under 2022 köpte vi bara el från förnybara källor till alla vår butiker.

ÅTERVINNER PLASTBRÄTTEN

Vi återvinner 80% av alla plastbrätten som växterna levereras i. Resten sorteras och återanvänds av några av våra svenska odlare.

HÅLLBARHETSRADET

- PILOTBUTIKER & BOLLPLANK

För att fånga upp idéer på hur man i praktiken kan bli bättre på miljöfrågor finns ett hållbarhetsråd med representanter från butikerna. De är eldsjälarna som även testar och utvärderar olika initiativ för att se om de kan fungera i resten av kedjan.

- Om man har chansen att vara med och påverka tycker jag det är synd att inte ta den. Det känns ”gott att göra gott”, att kunna göra en insats för miljön och framtiden, säger Johanna Svensson som är butikschef i Kalmar och en av tre representanter från butiksledet i hållbarhetsrådet.

Ett val man gör

Är det då värt den mertid det kan ta för butiksmedarbetarna att förutom allt annat som ska göras även testa nya saker? Lisa Ljadas är butikschef i Umeå, Strömpilen och också hon med i hållbarhetsrådet:

- Ibland innan vi har kört igång en testomgång har jag undrat hur det ska gå egentligen men istället har vi fått utarbeta en ny struktur, som ofta blivit till det bättre. Och det är ju ett val man själv gjort att vara med.

Under året infördes nya svep runt snittblomsvagnarna. Tidigare virade man in de vagnar som blommorna transporteras på med papper och plast. Under året ersattes engångsemballagen av ett svep som återanvänds och som är tillverkat av återvunnen plast. På så vis beräknas vi spara 100 ton engångsemballage på ett år, sammantaget på alla butiker i kedjan.

- Nu ska förstås svepen vikas ihop, räknas och förvaras i väntan på att de ska skickas tillbaka men tidigare la man

tid på att först plocka bort allt emballage från vagnarna och sedan sortera plast och papper för sig. Det blev mycket mer avfall som skulle hanteras och det tog också tid, säger Johanna.

Jobbet har blivit enklare

Just att minska mängden engångsemballage har varit ett viktigt område att jobba med. I regel har varken produkter eller medarbetarnas jobb tagit stryk av att de försvunnit.

- Tänk att man transporterat växter i en låda som är plastad, inuti en annan låda som är plastad, på en vagn som varit insvept i ytterligare plast. När vi slutade med den här engångsplasten så märkte vi att växterna klarade sig lika bra ändå och att vårt jobb faktiskt blev enklare, säger Lisa.

Mycket av det arbete som genomförts med att minska mängden engångsemballage är inget som kunderna ser. Men annat syns ju, som att konventionell grön oasis fasas ut och ersätts av en alternativ produkt som inte är baserad på plast.

- Våra kunder är medvetna och intresserade av miljöfrågor, helt klart, det märker vi på frågor och kommentarer både i butik och på sociala medier, säger Lisa.

LISA LJADAS
BUTIKSCHEF UMEÅ STRÖMPILEN
PÅ BLOMSTERLANDET SEDAN: 2016



JOHANNA SVENSSON
BUTIKSCHEF KALMAR
PÅ BLOMSTERLANDET SEDAN: 2003

Blomsterlandet en pionjär i branschen

Under året har också cellofan runt bundna buketter i butik fasats ut. Något som både Lisa och Johanna menar fått delade reaktioner hos kunderna.

- Även om vissa kunder reagerar starkt negativt på beslutet, så känner jag ändå en slags stolthet över att kunna förklara att Blomsterlandet är något av en pionjär i branschen som gjort ett miljömedvetet val genom att välja bort ytterligare plast. Och de flesta kunder håller faktiskt med och tycker det är positivt, säger Johanna.

HÅLLBARHETSRADET

Med i hållbarhetsrådet är förutom Johanna Svensson och Lisa Ljadas även David Rydberg, butikschef i Kungsbacka samt inköpschef Andreas Karlsson och Magnus Eriksson.

MÅLOMRÅDE KUNDER

Som företag gör vi vad vi kan när det gäller hållbarhet. Men vi vill även hjälpa våra kunder att göra mer medvetna val, både när de besöker oss i butik och online.

De många certifieringar och märkningar som finns på produkterna vi säljer är ett kvitto på de höga ambitioner vi har och på de krav som ställs på leverantörerna. Därför vill vi öka kundens kännedom om dem – och det är därför vi bland annat berättar att man köper mer än en blomma när man väljer Fairtrade-märkta rosor.

Blommor + bin = livsviktigt

Att värna biologisk mångfald och pollinerande insekter som bin är viktigt. En stor del av våra pollinatörer är hotade, bland annat på grund av blombrist. Eftersom nektar och pollen från blommor är deras enda näringskälla är det inte svårt att räkna ut att det får förödande konsekvenser. Att välja rätt sorts blommande växter kan göra skillnad och här kan vi guida kunden till bättre val genom att dela med oss av den kunskap vi har om växter. Vi har tagit fram en lista över växter som är bra för humlor och bin. Den finns på vår webbplats. Där går det även att filtrera fram enbart växter som är pollinatörsvänliga för den som vill. Vi har tipsat våra kunder – både i butik, på webb och i kundmagasin - om hur rätt små insatser kan göra skillnad för de pollinerande insekterna.

Panta plastförpackningar

Under året inledde vi ett samarbete med app-företaget Bower så att våra kunder kan skanna Blomsterlandets plastemballage när de lämnar dessa på återvinningsstationen och få pant. Om vi tillsammans kan minska andelen förpackningar som hamnar i naturen och istället se till att de går till återvinning så är det en stor och viktig insats. Vår inställning är att ingen kan göra allt, men alla kan göra något.

Plantkasse att återanvända

Under året introducerade vi en plantkasse av återvunnen plast till våra kunder. Kassen finns i två storlekar och kan återanvändas många, många gånger. För e-handels kunder som hämtar upp sina beställning i någon av våra butiker, har vi också övergått från engångsemballage i papp till plantkassen som kan återanvändas.



BJUD BINA PÅ BLOMSTERBUFFÉ

- Satsa på generösa öppettider med servering av blommande favoriter från tidig vår och ända in på sensommaren.
- Locka med självservering i form av blommor på olika höjd; träd, klätterväxter, buskar, rabatter och krukor.
- Erbjud gärna en variation av blomformer, både djupa och platta. De drar till sig olika besökare.
- Frukträd och bärbuskar samt kryddor som får gå i blom är alltid populära – även om de står på en balkong inne i stan.
- Satsa på enkelblommande sorters blommor. En hel del förädlade sorter med fyllda blommor har inget innehåll av värde.
- Vatten serveras med fördel i separat vattenbad. Gärna med stenar i så att inte gästerna halkar i.
- Om du har trädgård får du gärna låta några av maskrosorna och klöverna stå kvar i ett hörn. Eller så en liten blomsteräng. Det är rena rama dessertbordet för humlor och bin.



Läs mer om
Växter för pollinatörer

SMÅ MÄRKNINGAR SOM GÖR STOR SKILLNAD

Här presenterar vi några av de märkningar som finns på produkterna vi erbjuder. Vi har valt dem för att de står för något viktigt. För oss är de ett medvetet val för en bättre miljö och för hållbarhet och långsiktighet.



E-PLANTA

Märkningen E-planta står för utvalda träd och buskar som passar för svenskt klimat. Även garanterat virusfria fruktträd och bärbuskar finns i sortimentet. Växterna är odlade i Sverige hos någon av de 21 plantskolor som står bakom märkningen.



FSC

Forest Stewardship Council står för ett miljömässigt ansvarsfullt och ekonomiskt livskraftigt skogsbruk. Certifierade företag förbinder sig bland annat att verka för biologisk mångfald och att inte avverka skog i strid med mänskliga rättigheter. Via numret på FSC-etiketten kan träet i produkten spåras till ursprungsproducenten.



EU-EKOLOGISKT

EU-ekologiskt, eller EU-lövet, har ungefär samma regler som svenska KRAV. Märkningen visar att odlingen har skett enligt EU:s direktiv för ekologisk produktion där odlaren undviker konstgödning och kemiska bekämpningsmedel. Genmodifierade organismer är förbjudna.



KRAV

KRAV-märket står för ekologiska växter och fröer. Det innebär att produktionen sker i stort sett helt utan naturfrämmande kemiska bekämpningsmedel och att konstgödning är förbjuden. Istället används naturgödsel och miljövänliga metoder för att bekämpa ogräs, skadeinsekter och sjukdomar.



FAIRTRADE

Fairtrade är en internationell certifiering främst inriktad mot bättre arbetsvillkor och levnadsförhållanden för arbetare och mindre odlare i utvecklingsländer. Det långsiktiga målet är att motverka fattigdom och stärka människors inflytande. Certifierade odlare förbinder sig också att minimera användningen av kemiska bekämpningsmedel och konstgödning.



MPS

MPS, Milieu Programma Sierteelt, är en internationell hållbarhetsmärkning för blomsterbranschen med ursprung i Nederländerna. Det finns olika MPS-märkningar som MPS-A (miljö), MPS-SQ (arbetsvillkor) och MPS Florimark som täcker både miljö och arbetsvillkor. En odlare med MPS-märkning måste uppfylla vissa krav kring växtskyddsmedel, gödning, bevattning och energi.



FRÅN SVERIGE

En certifiering för blommor och växter som är odlade i Sverige och uppfyller vissa miljökrav. Produktionen är kvalitetssäkrad och odlaren måste ha ett system för att minimera användningen av växtskyddsmedel och näring i sin produktion. Oberoende kontroller garanterar att odlaren följer kraven för miljö och spårbarhet.



SVENSKT SIGILL

En miljömärkning som visar att odlingen är certifierad och kvalitetssäkrad för att minska användningen av växtskyddsmedel och konstgödning. Tillägget Klimatcert anger att odlaren följer särskilda regler för att minimera sina utsläpp av växthusgaser genom att till exempel minska påverkan från transporter, spara energi och använda grön el.

TILLSAMMANS FÖR EN GRÖNARE FRAMTID

Som företag gör vi vad vi kan när det gäller hållbarhet. Men vi vill även hjälpa våra kunder att kunna göra fler medvetna val. Här kommer några konkreta tips på hur vi tillsammans kan göra insatser för miljön.

ETT GRÖNARE VAL FÖR DINA KRUKVÄXTER

Gör det enklare att sköta dina krukväxter med krukor som har ett vattenmagasin. Då slipper du vara orolig för om du missar en vattning. Krukan Paulina från Orthex är dessutom tillverkad av återvunnen plast. Bara en sån sak. Hållbart är också hållbarhet.

FRÅN EN ODLARE NÄRA DIG

Våra inköp sker oftast direkt från odlaren och utan onödiga mellanhänder, gärna svenskodlade växter från odlare nära våra butiker. Vi är måna om att inte bara hitta närodlad, utan även att det ska vara bra odlad. Idag arbetar vi på Blomsterlandet med fler än 40 odlare runt om i Sverige. Vi värnar om svensk odling som näringsgren och det hantverkskunnande som finns här.

IBLAND ÄR ATT GÖRA INGENTING BRA

Du vet väl att maskrosor är bra mat för våra bin och humlor? En insats för våra pollinatörer kan vara att inte göra något åt maskrosorna i din trädgård. Eller att vänta med att rensa bort maskrosorna tills de blommat över men innan de fått sina duniga frön.

NÄR DU STÄLLER KRAV PÅ DET DU ODLAR SJÄLV

Det är härligt att odla sina egna grönsaker och kryddor. Dessutom vet du exakt vad det är du stoppar i dig. Vill du odla ekologiskt finns det särskild jord som är godkänd för ekologisk odling. Vi har även ekologiska fröer.

VÄLJ NATURENS EGNA METODER MOT SKADEDJUR

Ibland behöver man behandla mot skadedjur, så är det bara. Då vill vi slå ett slag för att använda nematoder som kan bekämpa bland annat sorgmyggor och vattenflugor. Detta är levande preparat, helt giftfritt, och ofarligt för såväl människa och andra djur. Vi har även andra biologiska växtskyddsmedel i vårt sortiment.

TRÄNINGSPASS MED POSITIVA BI-EFFEKTER

Det finns ett sätt att både ta kål på ogräset och få ett träningspass på köpet. Låt oss inte glömma bort trädgårdsredskapen. Exempelvis ogräsupptagaren Xact. Effektiv mot ogräs. Skonsam mot miljön. Bygger muskler du inte trodde fanns.



MÅLOMRÅDE

MEDARBETARE

Medarbetarna är Blomsterlandets viktigaste tillgång. Vår ambition är att vara en trygg arbetsgivare och att aktivt arbeta med att förbättra arbetsmiljön för alla våra anställda. Det totala antalet heltidstjänster inom Blomsterlandet och ägarbolaget S-Invest uppgick under året till 744. Eftersom vår verksamhet i butik har betydande säsongsvariationer har vi också hos oss en hel del personer med särskild visstidsanställning.

Vi jobbar aktivt med kompetensutveckling och utbildningar för vår personal – för såväl nyanställda som för de som varit länge hos oss. Det handlar om allt från växt- och trädgårdsutbildningar till säkerhetsrutiner, bolagets värdegrund och ekonomi- och ledarskapsutbildningar.

Mål för bättre arbetsmiljö

Vi har satt nya långsiktiga mål för vårt hållbarhetsarbete. Ett av dem handlar om att alla ska känna att de får vara som de är hos oss. Hos oss råder nolltolerans mot alla former av kränkande särbehandling och diskriminering.

Ett annat mål handlar om att vi inte ska ha några arbetsplatsolyckor eller allvarliga tillbud. Vid översynen av dessa frågor har vi kommit fram till att vi behöver hitta ett mer systematiskt arbetssätt. Det gäller bland annat att hitta mer enhetliga definitioner, verktyg för rapportering samt mätmetoder, vilket ska ske under 2023.

Tydliga mål och gemenskap

Varje år genomför vi en medarbetarundersökning i form av en webb-baserad, anonymiserad enkät. Vi ser undersökningen som ett sätt för medarbetarna att ge sin syn på hur man upplever sin egen situation och oss som arbetsgivare och för bolaget är det en viktig temperaturmätare.

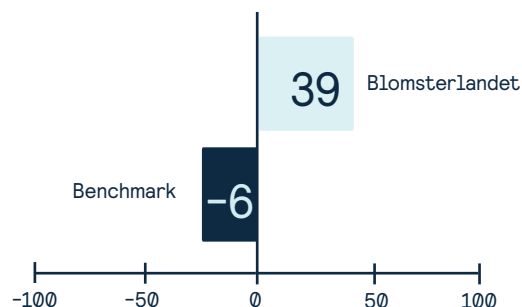
Resultaten från medarbetarundersökningen ligger på en god nivå vid en jämförelse med andra arbetsgivare inom retail. Bland annat visar undersökningen även fortsatt att bolagets mål är tydliga, att man upplever en hög grad av gemenskap med sina kollegor och att man ser positivt på bolagets fortsatta utveckling. Undersökningen visar också fina resultat när det gäller värden som att känna sig trygg, säker och sedd samt att man ser positivt på möjligheterna till individuell utveckling.

På frågan om hur sannolikt det är att man skulle rekommendera oss som arbetsgivare redovisas svaren som ett index kallat eNPS. Det står för Employee Net Promoter Score och ger ett mått som är tänkt att användas över tid. I år fick vi ett eNPS på 39. Skalan för eNPS går från -100 till 100. För att sätta årets siffra i ett sammanhang kan nämnas att benchmarkresultatet i år låg på -6. Man kan säga att ett värde mellan 0-20 är bra, ett värde mellan 20 och 50 är väldigt bra och allt över 50 är optimalt.



MEDARBETARE I KORTHET

eNPS



Man mäter eNPS genom att ställa en enda fråga: Hur sannolikt är det att du skulle rekommendera din arbetsgivare till andra? Svaren viktas enligt en särskild modell och placeras på en skala som går mellan -100 till och 100. Förra årets eNPS var 42 och benchmark låg på 0.

FRISKVÅRDSBIDRAG

Alla medarbetare erbjuds ett friskvårdsbidrag på upp till 3 000 kr per år. Med vår friskvårdsinsats vill vi bidra till att öka frisknärvaron och det allmänna välbefinnandet.

	2022	2021	2020
Nyttjandegrad	68%	58%	55%

JÄMSTÄLLDHET

Jämställdhetsaspekterna ska alltid beaktas vid överväganden som gäller organisation, arbetsmiljö, lönesättning, rekrytering, utbildning och annan personalutveckling.

	Kvinnor	Män
Heltidstjänster	570	174
Företagsledning	1	4
Butikschefer	37	26
Produktchefer	3	2
Regionchefer	3	3

VISSELBLÅSARFUNKTIONEN

Vi har infört en visslarfunktion för att skapa möjlighet att påtala oegentligheter som korruption, mutor och jäv. Syftet är att ha en öppen och säker kanal för den som misstänker missförhållanden och att företaget snabbt ska kunna reda ut situationen. Visselblåsarfunktionen ligger hos en extern part och är konfidentiell.

	2022	2021	2020
Andel som känner till visselblåsarfunktionen	90%	92%	88%
Antal incidenter	0	2	2

LIKABEHANDLING

Inga former av kränkningar, trakasserier eller diskriminering accepteras hos oss. Företaget har en nolltolerans inom detta område, något vi bland annat stämmer av i vår årliga medarbetarundersökning.

	2022	2021	2020
har du under de senaste 12 månaderna varit utsatt för sexuella trakasserier från arbetskamrater/chef på din arbetsplats?			
Ja	1%	1%	0%
Nej	99%	99%	100%
Har du under de senaste 12 månaderna varit utsatt för diskriminering från arbetskamrater/chef på din arbetsplats?			
Ja	2%	2%	1%
Nej	98%	98%	99%
Har du under de senaste 12 månaderna varit utsatt för kränkande särbehandling från arbetskamrater/chef på din arbetsplats?			
Ja	7%	5%	4%
Nej	93%	95%	96%
Antal ärenden hos DO (Diskrimineringsombudsmannen)	0	0	0

FRISKNÄRVARO

	2022	2021	2020
Frisknärvaro	94,6%	94,8%	95,1%

MÅLOMRÅDE

VÅRT SÄTT ATT VARA

Vi vill vara en ansvarsfull, lönsam och långsiktig aktör i ett hållbart samhälle. För att nå dit inser vi att vi måste börja med oss själva. Vi förstår också att vårt ansvar inte slutar där. Vi är en del av ett större sammanhang och vi vill kunna göra skillnad till det bättre.

Vi har höga mål när det gäller våra produkter och hur de är framställda. Ambitionerna gäller även våra egna anställda, våra leverantörer och andra affärspartners och ska leda till ett mer hållbart samhälle, nöjda kunder och en långsiktig lönsamhet.

För att nå våra mål har vi inlett ett långsiktigt arbete för att säkerställa att alla led i vår produktionskedja strävar efter ständig förbättring och ett tydligt ansvarstagande för att våra produkter ska leva upp till de hållbarhetskrav vi ställer för etik, arbetsförhållanden, sociala villkor och miljöpåverkan.

Det är självklart också viktigt för oss att få kännedom om misstänkta oegentligheter som kan ske inom den egna organisationen. Därför har vi inrättat en visselblåsarfunktion, som ligger hos en extern part, där medarbetare kan slå larm.

Amfori BSCI

När det gäller produktion i Asien är det svårt för oss att veta hur de anställdas arbetsvillkor ser ut. Vi har inte möjlighet att kontrollera alla fabriker själva. Därför är vi med i organisationen Amfori BSCI – ett nätverk av företag med över 2 000 medlemmar globalt. Amfori BSCIs kontrollanter granskar regelbundet fabriker i länder som Kina.

Fairtrade

Vi erbjuder Fairtrade-rosor i vårt sortiment. Förutom att de håller en hög kvalitet känns det extra bra att de produceras under schyssta villkor. Vid sidan om de inkomster som odlarna får för sin produktion får de även en Fairtrade-premie som går till

investeringar i lokalsamhället. Vi är bland annat involverade i utvecklingsprojekt som handlar om att bygga sovsalar för flickor så att de inte behöver gå hem själva i mörkret utan har möjlighet att stanna kvar på skolan.

Floricultural Sustainability Initiative, FSI

Blomsterlandet är medlem i den internationella branschorganisationen, Floricultural Sustainability Initiative 2025. Målet är att hitta mer hållbara lösningar för såväl odlare som branschen som helhet. FSI är en icke-vinstdrivande organisation som grundades 2013.

Julgåvor

De senaste åren har våra medarbetare avstått ifrån en personlig julklass och vi har istället skänkt dessa pengar till välgörande ändamål. Årets julgåva fördelades mellan Läkare utan gränser (125 000 kronor), Cancer Rehabfonden (125 000 kronor) och Operation Smile (50 000 kronor). Därutöver skickade vi 125 000 kronor till de drabbade i Ukraina

Vi-skogen

Vi klimatkompenserar våra flygresor genom Vi-skogens trädplantering och arbete i Afrika med hållbara jordbruksmetoder för att låta träd och mark absorbera växthusgaser. Projektet för klimatkompensation heter Kenya Agricultural Carbon Project. Omkring 30 000 bönder som driver småskaligt jordbruk – merparten kvinnor – medverkar. Vi-skogen mäter mängden växthusgaser som lagras in i träd och mark och säljer sedan kolkrediter till företag och privatpersoner. Mätmetoden är verifierad av en av de största standarderna på marknaden; Verified Carbon Standard.