

# Bærekraft

2021 - Årsrapport



[ajprodukter.no](http://ajprodukter.no)

# Innledning

<b>FORORD</b> .....	<b>3</b>
<b>BÆREKRAFTIG UTVIKLING</b> .....	<b>4</b>
Gløbalt samarbeid .....	5
Våre prioriteringer .....	6
<b>AJ PRODUKTER</b> .....	<b>8</b>
Bakgrunn .....	9
Om oss .....	10
En oppdatering .....	12
<b>MILJØMESSIG BÆREKRAFT</b> .....	<b>14</b>
Redusere ressursforbruket .....	15
Vårt forbruk i tall .....	16
Produkthensyn .....	18
Fra behov til ferdig produkt .....	20
Vi har løsningene på lager .....	22
Digitalisering i full gang .....	24
Vi er underveis .....	26
<b>SOSIAL BÆREKRAFT</b> .....	<b>28</b>
Mennesker imellom .....	29
Trivsel på jobben .....	31
Vår status .....	32
Leverandører i fokus .....	34
Markedskommunikasjon .....	36
Yennenga Progress .....	38
<b>ØKONOMISK BÆREKRAFT</b> .....	<b>40</b>
Økonomi .....	41
Verdifull skog .....	42
<b>BÆREKRAFTIG FREMTID</b> .....	<b>44</b>
Mål .....	45
<b>YTRING FRA REVISOREN</b> .....	<b>46</b>
<b>VIKTIGE SAMARBEID</b> .....	<b>47</b>
<b>ALLE REFERANSER</b> .....	<b>47</b>

Det er den femte bærekraftsrapporten til AJ Produkter AB og gjelder for regnskapsåret 2021. Bærekraftsrapporten omfatter AJ Produkter AB (556190-7329), et datterselskap som eies i sin helhet av AJ Postorder AB. Bærekraftsrapporten er utarbeidet i samsvar med bestemmelsene i den svenske regnskapsloven, paragraf 6 og 7. Styret i AJ Produkter AB har gjennom signering av års- og konsernregnskapet også godkjent bærekraftsrapporten.



## Forord

2021 var det beste året i historien for AJ Produkter. Vi lyktes med å møte utfordringene på en fremgangsrik måte i et volatilt, usikkert og skiftende marked, som igjen skapte nye muligheter for virksomheten vår.

De fleste av utfordringene gjennom året var knyttet til de pågående effektene av pandemien. Sammenlignet med 2020 opplevde vi betydelige problemer i forsyningskjeden, særlig for ikke-europeiske produkter. I begynnelsen av året påvirket dette NPS-poengene fra kundene våre. Vi fulgte opp med å tilpasse prosessene våre og avsluttet 2021 med årets høyeste NPS-poeng.

Vi så en betydelig volatilitet og prisøkninger på råvarer som stål og tre, og dette la press på marginene våre. Vi observerte også endringer i kundeatferden i alle sektorer. Sistnevnte ble mest tydelig da restriksjonene ble opphevet i de fleste europeiske markedene, noe som førte til en «Back to work»-topp i etterspørselen av produkter for hybridarbeidsmiljøer.

I 2021 tok vi skritt mot bedre bærekraft, både for virksomheten og produktutvalget vårt. AJ Produkters gruppesertifikat for kvalitetsstyring, ISO 9001 og ISO 14001, ble utvidet med ytterligere ti datterselskaper. I tillegg oppdaterte vi vesentlighetsanalysen vår til å dekke hele organisasjonen, ikke bare hovedkontoret i Sverige. Dette er viktige skritt mot å oppnå et helhetlig syn på AJ Produkters innvirkning sett fra et bærekraftsperspektiv, og for å hjelpe oss med å identifisere hvor vi har mest innvirkning og hva vi bør fokusere på for å oppnå størst mulig effekt.

Det var også med stor glede at vi installerte og igangsatte våre aller første solcellepaneler på fabrikkens i Polen. Vi har kartlagt alle ener-

gikildene våre og gjennomført tiltak for overgangen til fossilfri energi i hele organisasjonen.

Når det kommer til det sosiale aspektet av bærekraft, ble det gjort betydelige forbedringer i hele organisasjonen. Hvert kvartal gjennomførte vi en pulsundersøkelse for våre ansatte, noe som ga oss mer regelmessige tilbakemeldinger fra den aller viktigste ressursen vi har: våre ansatte. Vi innlemmet en varsselfunksjon som er tilgjengelig for våre ansatte via intranettet. Når det gjelder helse og sikkerhet kunne vi glede oss over et helt år uten ulykker på fabrikkens vår i Polen, noe som er en ny rekord!

De viktigste fokusområdene våre kommer fortsatt til å være bærekraft, helse og sikkerhet, digital transformasjon og ekspansjon i de eksisterende markedene våre.

Vi gleder oss til å fortsette reisen sammen med våre ansatte, kunder og partnere, og vi håper du ser frem til å lese den detaljerte informasjonen om bærekraftstiltakene våre i denne rapporten.

ANDERS JOHANSSON  
VD

ENOCK JOHANSSON  
VICE VD

DAVID BRAY  
VICE VD

## Emne

# Bærekraftig utvikling



## Globalt samarbeid

Det globale samarbeidet fokuserer i dag på fred, bekjempelse av fattigdom, menneskerettigheter samt natur og miljø. Den globale oppvarmingen og ressursbruken vår er i dag prekære utfordringer å løse.

### BAKGRUNN

På 1960-tallet ble fokuset større på miljøskader og bekymringer for luft-, jord- og vannforurensning samt avskoging. Før dette fokuserte FN primært på fred, menneskerettigheter og bekjempelse av fattigdom, men på Stockholmkonferansen i 1972 kom også natur og miljø på dagsordenen. Denne konferansen regnes som den aller første milepælen for FNs arbeid knyttet til bærekraftig utvikling.

Begrepet «bærekraftig utvikling» ble verdenskjent i 1987 da det ble lansert av Brundtlandkommisjonen\* i rapporten «Vår felles fremtid». Deres definisjon av bærekraftig utvikling er:

”Bærekraftig utvikling er en utvikling som tilfredsstiller dagens behov uten å gå på bekostning av fremtidige generasjoners evne til å dekke sine behov.”

I 2015 ble Agenda 2030 vedtatt av medlemslandene i FN. Den omfatter 17 globale mål med formål om å oppnå en miljømessig, sosial og økonomisk bærekraftig utvikling innen 2030. Tanken er at målene skal integreres i bærekraftsarbeidet og at alt skal oppfylles sammen.



### AGENDA 2030, FN:S GLOBALE MÅL

Redusere fattigdom og ulikhet, fremme fred og løse klimakrisen for alle, overalt.

### KLIMAMÅL

Det samme året (2015) ble også FNs klimaavtale, også kjent som Paris-avtalen, signert. Målet med Parisavtalen er å oppnå et globalt netto nullutslipp av karbondioksid innen 2050. I tillegg har EU som mål å redusere utslippene med minst 55 % innen 2030 sammenlignet med startåret, 1990. Sveriges mål er å nå et netto nullutslipp innen 2045. I en delrapport fastslår IPCC\*\* at det er menneskelig aktivitet som forårsaker den globale oppvarminga. Den raske oppvarmingen av jorda stammer fra forbrenning av kull, olje og naturgass og at vi utarmer økosystemene på jorden.



### PARISAVTALEN, FN:S KLIMAFTAL

Holde den globale oppvarmingen godt under 2 °C, med mål om å ikke overstige 1,5 °C.

### OMSTILLING

De siste to årene har vi alle måttet omstille oss på ulike måter mens covid-19-pandemien har påvirket samfunnet, økonomien og miljøet vårt. I begynnelsen av pandemien kunne vi se positive miljøeffekter fordi miljøet ble utsatt for lavere press mange steder i verden. World Overshoot Day avvek fra 2020-trenden og ble flyttet frem med tre uker, noe som skyldtes at vi ikke brukte like mye ressurser. I år inntraff den tidligere igjen og fortsetter å følge trenden fra 1970. Den 29. juli 2021 hadde menneskeheten konsumert alle de fornybare ressursene, noe som også kan uttrykkes ved at menneskeheten forbrakte 1,7 jordkloder i år. Hvis alle hadde levd som oss i Sverige, hadde World Overshoot Day funnet sted i april og vi hadde trengt omtrent fire planeter.

Ved å bruke jordens ressurser mer sparsomt og gjenvinne dem gang på gang, kan vi også redusere klima- og miljøpåvirkningen. Gjenvinning, resirkulering og reparasjon er noen av metodene det fokuseres på. Gjenvinning av materialene som allerede er utvunnet og gjenbruk av produktene vi allerede har produsert er viktige deler i den sirkulære økonomien.

Vi må omstille oss. I bærekraftig utvikling har vi alle et ansvar, ikke minst for fremtidige generasjoner. Det høres kanskje ut som en stor ting som kan oppleves som overveldende, men vi er nødt til å gjøre noe. Både i små og store sammenhenger kan vi alle endre atferden vår og finne nye løsninger for å påvirke og bidra til at ressursene på jorden også holder til de fremtidige generasjonene våre. Ta vare på det vi har.

\* FNs verdenskomisjon for miljø og utvikling (eng. UN World commission on Environment and Development)

\*\* Intergovernmental Panel on Climate Change, FNs vitenskapelige klimapanel



# Vårt fokus

Bærekraft har høy prioritet i AJ Produkters strategi. En viktig del av dette arbeidet er å fortsette sertifiseringen av styringssystemene i virksomheten og å gjennomføre flere klima- og miljøvurderinger av produktene våre.

## VESENTLIGHETSANALYSE

I vesentlighetsanalysen har vi identifisert og prioritert de viktigste bærekraftsspørsmålene i verdikjeden vår innen områdene miljøpåvirkning, sosiale forhold, personale, menneskerettigheter og antikorrupsjon.

Våren 2022 gjennomfører AJ Produkter en oppdatering og gjennomgang av vesentlighetsanalysen som skal legge grunnlaget for arbeidet innen bærekraft fremover. Gjennomgangen omfatter også markedsanalyse, risikoanalyse, intervjuer og workshops, og disse kommer til å gi oss mer informasjon til handlingsplanene og målsettingene våre. Rapporteringen for neste år skal revideres i henhold til de prioriterte aspektene innen bærekraft, fordelt på tre fokusområder.

## SERTIFISERINGER

I 2021 ble gruppesertifikatene til AJ Produkter utvidet til å innlemme ti datterselskaper, som ble godkjente etter styringssystemene for kvalitet og miljø, ISO 9001 og ISO 14001. Resten av datterselskapene skal sertifiseres i 2022. På AJ Furniture Factory pågår det sertifiseringsarbeid for ISO 14001 og ISO 45001 som skal godkjennes våren 2022. I 2021 gjorde vi en nysatsning på Byggvarubedømmingen, noe som allerede har gitt resultater i salgsleddet. I løpet av året begynte også arbeidet med å Svanemerke nye produkter, og dette arbeidet fortsetter i 2022.

## KLIMA- OG MILJØPÅVIRKNING

I vurderingsmodellen for miljøaspektene våre vurderes og vektet prosessene i virksomheten som påvirker miljøet på forskjellige måter. De tre største miljøaspektene våre er: Produkter, transport og avfall.

Vi har begynt arbeidet med å foreta livssyklusanalyser av noen av produktene våre. Vi har som mål å jobbe mer med miljøvurderinger, det vil si å kunne måle og beregne miljø- og klimapåvirkningen av produktene

våre. En viktig del av dette er også etableringen av en digital plattform med fokus på produktinnhold. Med denne plattformen kan vi arbeide strukturert og sikre dokumentasjon av produktene våre, samt jobbe mer forebyggende.

Vi har startet arbeidet med å måle klimagassutslippene våre i henhold til standarden Greenhouse Gas Protocol\*. Formålet er å foreta en analyse av dagens situasjon, vedta tiltak i verdikjeden og redusere fotavtrykket vårt ved å fokusere på de miljøaspektene som har den største effekten. Arbeidet med klimarapportering i henhold til GHG-protokollen vil i første omgang rettes mot Scope 1 og 2, og deretter skal vi fokusere på de betydelige utslippskildene våre i Scope 3.

## SOSIALT ANSVAR

Vi fokuserer på å gjøre forretninger på en ansvarsfull måte i alle ledd. Det er en selvfølge for oss å støtte menneskerettigheter, arbeidsrettigheter, miljø og antikorrupsjon. Vi foretar vurderinger av leverandørene våre fortløpende, og dette styrkes av det systematiske CSR-arbeidet vårt i leverandørkjeden.

Vi jobber for å skape et hyggelig og trygt arbeidsmiljø for våre ansatte og ønsker at AJ Produkter skal være en attraktiv arbeidsplass med medarbeidere som har det bra og som vil være hos oss lenge.

## SAMARBEID

Viktigheten av å samarbeide med andre er stor og kreves for å komme videre, noe vi ønsker å gjøre. Arbeidet med bærekraft har en tendens til å øke mer og mer fordi lovpålagte krav og krav fra markedet stadig er under utvikling. Vi har til hensikt å utvide samarbeidene våre på dette området og delta i nettverk der vi kan utveksle erfaringer og få støtte i arbeidet vårt med bærekraft.

\*Greenhouse Gas Protocol, internasjonal standard for utslippsberegning



Emne

# AJ Produkter



## Bakgrunn

AJ Produkter er en gründerbedrift som startet i 1975. Vi ønsker å skape innovative og smarte arbeidsmiljøer til kontor, lager, industri og offentlige miljøer.

### VÅR VISJON

Vi gjør det enkelt for alle å skape et bedre arbeidsmiljø.

### VÅRT OPPDRAG

Vi er entreprenører som skaper smarte arbeidsmiljøer og løsninger til kontor, lager, industri, skoler og offentlig sektor. Utvalget vårt kombinerer bærekraft, bevissthet og personlig service med riktig kvalitet og priser. Vi leverer varene med kunden i fokus, på en vennlig måte.

### HISTORIE

Historien om AJ Produkter begynte i 1975, da en da 19 år gammel Anders Johansson startet selskapet hjemme i foreldrenes kjellerstue i Hyltebruk. Mye har skjedd siden den gang. I dag ligger hovedkontoret og sentrallageret i Halmstad, og familiebedriften har vokst til et internasjonalt konsern med kontinuerlige planer om utvidelser. Selskapet har gått fra å være et rent postordreselskap til et moderne handelsselskap og gjør store investeringer i å øke den digitale tilstedeværelsen og utvikle e-handelen.



” Det er fint å hjelpe folk i arbeids- hverdagen og bidra til å skape gode arbeidsmiljø. Fra én entreprenør til en annen.» ”

ANDERS JOHANSSON, VD

#### 1975

Historien om AJ Produkter begynner.

#### 1982

Det første datterselskapet åpner i Norge.

#### 1989

AJ Produkter vises for første gang i sportslig sammenheng. Annonseringen på ismaskinen i ishockey-VM fungerte bra, og siden den gang har AJ-logoen blitt sett på dommertrøyer og på sportsarenaer over hele verden.

#### 1990-talet

AJ Produkters fabrikker i Polen og Slovakia begynner å produsere produkter for AJ-konsernet.

#### 2012

AJ flytter til nybygde lokaler i Halmstad. 33 000 m2 med hovedkontor, lager og showroom.

#### 2020

Konsernet har ca. 900 ansatte.



# Om oss

AJ Produkter er et internasjonalt familieselskap som driver salg i 19 europeiske land og har produksjon på to egne fabrikker.

## VIRKSOMHETEN

AJ-konsernet omfatter 13 datterselskaper, to egne produksjonsenheter og et innkjøpskontor i Kina. På fabrikk vår i Polen produseres det kontor- og skolemøbler, og på fabrikk i Slovakia produseres det oppbevaringsskap og pallereoler. Konsernstrukturen inkluderer også selskaper som eier og forvalter skogarealer i Sverige og Latvia, samt egne eiendommer.

AJ Produkter er et 100 % familieeid selskap med hovedkontor og sentrallager i Halmstad. Konsernet har ca. 900 ansatte.

## STYRINGSSYSTEM

Siden 2011 har AJ Produkter vært sertifisert i henhold til ledelsessystemer for kvalitet og miljø, ISO 9001 og ISO 14001. I 2021 ble konsernsertifikatet supplert med ti datterselskaper som ble godkjente i henhold til forretnings- og ledelsessystemene nevnt ovenfor. De resterende datterselskapene skal sertifiseres i 2022.

AJ Furniture Factory er sertifisert i henhold til ISO 9001, og sertifisering for ISO 14001 og ISO 45001 pågår og skal godkjennes våren 2022. AJ Metal Design er sertifisert i henhold til ledelsessystemene for både ISO 9001, ISO 14001, ISO 45001 og ISO 50001.



CERTIFIERAD  
ISO 9001  
ISO 14001  
Ledningssystem för kvalitet  
och miljö

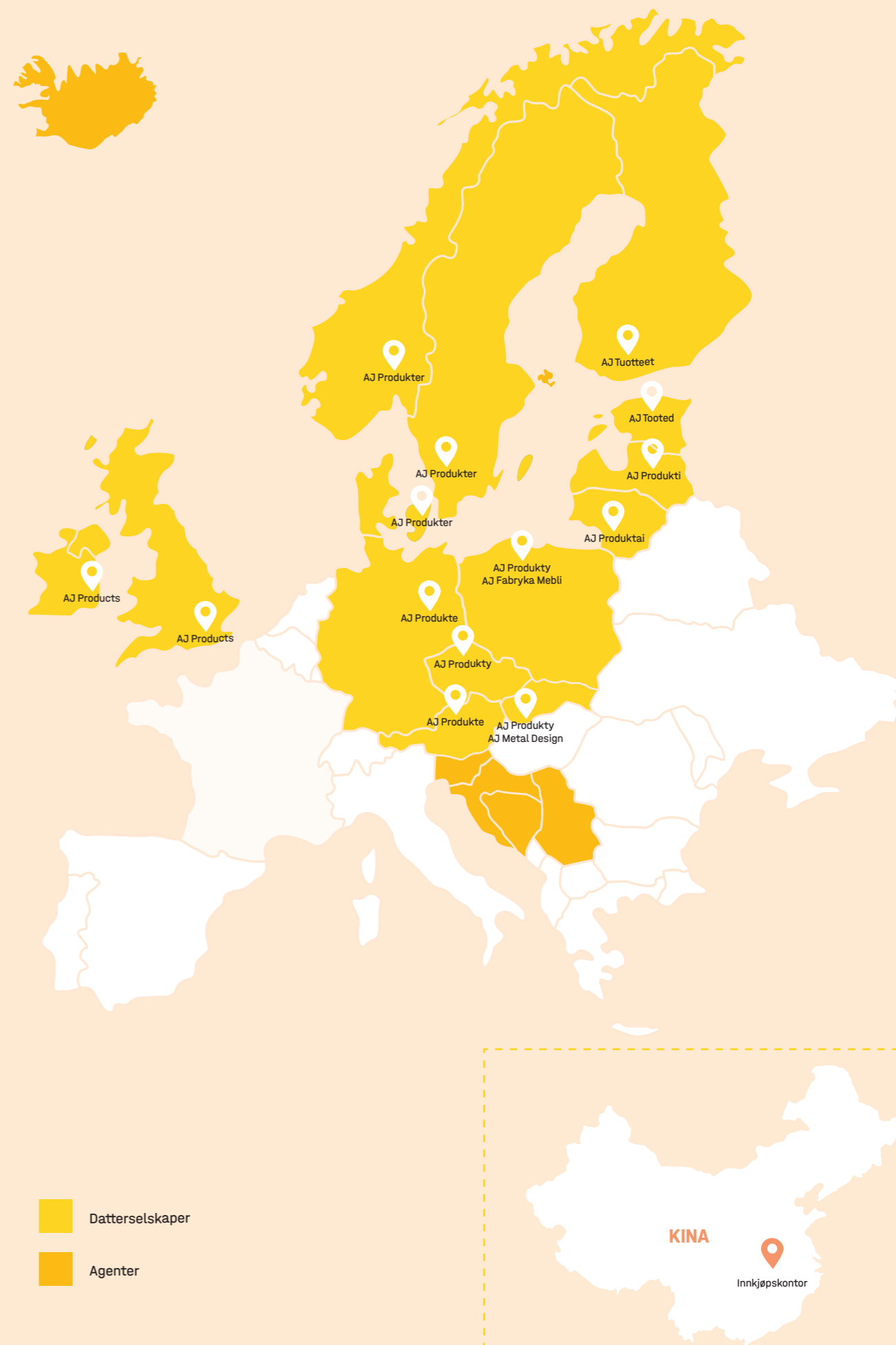


## SALG

AJ Produkter har forbedret arbeidsplasser i over 45 år. Vi tilbyr et sortiment med 15 000 produkter til kontorer, skoler, lager og industri- og gjennomtenkte interiørdesignløsninger som skaper en hyggelig og praktisk arbeidsplass. Vi selger gjennom fjernsalg og prosjektsalg, og setter alltid kundens behov i fokus.

## MARKED

Kundene våre er lokalisert i 19 land i Europa, og vi har egne datterselskaper i 13 land. I de andre landene foregår salget via agenter. Det største markedet er i Norden, etterfulgt av Baltikum, Sentral-Europa og De britiske øyer. På kundelisten vår har vi alt fra små og mellomstore bedrifter til store multinasjonale selskaper og statlige organisasjoner.



KINA

Innkjøpskontor

# En oppdatering

På fabrikkene våre pågår det stadig forbedringer i form av energi- og ressursbesparelser, forbedringer av arbeidsmiljø og miljøpåvirkning, for eksempel reduksjon av avfallsmengden og bruken av kjemikalier.

## SLOVAKIA — AJ METAL DESIGN

AJ Metal Design produserer metallmøbler som for eksempel oppbevaringsskap, skoleskap, pallereoler og hyller. På 90-tallet begynte fabrikkene å produsere produkter for AJ-konsernet, og i 2016 ble den en del av konsernet. Fabrikkene ligger i Hrnčiarovce nad Parnou-området og har 226 ansatte.

## KONTINUERLIGE FORBEDRINGER

AJ Metal Design jobber strukturert for å gjøre kontinuerlige forbedringer knyttet til kvalitet, miljø, arbeidsmiljø og energi.

Kaizen-metoden ble implementert i 2020, og de ansatte får opplæring i verktøy som 5S, 5WHY, A3 og ISHIKAWA. Dette har gitt resultater og ledet til mange forbedringer i de ulike avdelingene. I løpet av året ble 5S implementert i spole- og rulleformingsavdelingen, noe som skapte en klarere struktur og plassbesparelser. På spoleavdelingen ble også SMED (single minute exchange of die) innført for å korte ned justeringstiden og øke effektiviteten.

At arbeidsmiljøet skal være sikkert og trygt er av største betydning. TCIR\*-verdien økte noe sammenlignet med det foregående året, men endte på målverdien (2,5). De fleste aktivitetene for energibesparelser gjøres på både fabrikkene og kontorene våre. For å redusere energiforbruket byttes en del av de eldre maskinene ut. Vi undersøker også muligheten for automatisk energiovervåking av maskiner som har et betydelig forbruk.

\* TCIR — Total Case Incident Rate



## POLEN — AJ FURNITURE FACTORY

På AJ Furniture Factory foregår det produksjon av tremøbler for bruk blant annet i kontor-, skole- og verkstedmiljøer. I 1996 ble fabrikkene en del av AJ-konsernet da et lite tømmeranlegg i Slupsk ble kjøpt opp. Fabrikkene har ekspandert gjennom årene, og selskapet har i dag 228 ansatte. Utvidelsen fortsetter med konstruksjonen av en ny produksjonshall på 8400 m<sup>2</sup>, som skal settes i drift i 2022. Fabrikkene er sertifisert som FSC-godkjent produsent, noe som betyr at vi kan kjøpe inn og håndtere trevarer fra FSC-sertifiserte leverandører.

## KONTINUERLIGE FORBEDRINGER

AJ Furniture Factory legger stor vekt på et trygt og sikkert arbeidsmiljø og at personalet skal ha det bra og være delaktige i arbeidet. Visualiseringstavler og BBS\* bidrar til at de ansatte kan påvirke og forbedre arbeidsmiljøet sitt og reduserer risikoen for skader og arbeidsulykker. TCIR\*\*-verdien fortsetter å synke fra et allerede lavt nivå (0,41).

Arbeidet med KTI-aktivitetene (Kaizen Team Improvements) som gjennomføres i produksjonen, i arbeidsgrupper bestående av operative ansatte og skiftledere, gir gode resultater. Det at for eksempel et produksjonsteam i samarbeid med en leverandør lykkes i å forbedre både produktkvaliteten og effektiviteten av produksjonen, er svært gledelig. En kjærkommen bivirkning av samarbeidet er økt arbeidslyst og motivasjon til å gjøre ytterligere forbedringer.

Arbeidet fortsetter med å redusere mengden VOC\*\*\* og støv i produksjonsmiljøet. I 2020 nådde vi målet om å bruke 100 % vannbasert lakk og maling. I år installerte vi et nytt klimaanlegg. Vi har effektivisert lakkeringsprosessen ved å kjøpe inn nye maskiner som for eksempel lakkeringshytter, og nye filtre har også bidratt til å forbedre luftkvaliteten og arbeidsmiljøet ytterligere.

\* BBS — Behavior Based Safety, program for å redusere ulykker på arbeidsplassen  
\*\* TCIR — Total Case Incident Rate  
\*\*\* VOC — Volatile organic compound (flyktige organiske forbindelser)

# Miljømessig bærekraft

## Spare på ressursene

AJ Produkter arbeider kontinuerlig med forbedringer i det daglige arbeidet, og i virksomheten som helhet, med å redusere energiforbruk, utslipp og avfall. En del av fokusområdet er å redusere utslippet fra anleggene våre.

### ENERGIFORBRUK

#### AJ PRODUKTER, HALMSTAD

Lokalene til AJ Produkter i Halmstad ble bygget i 2012 og består av kontorer og lagerlokaler med en overflate på 33 000 m<sup>2</sup>. Våren 2021 begynte konstruksjonen av en utvidelse av lokalene på totalt 28 000 m<sup>2</sup>, hvorav lageret skal utvides med 26 000 m<sup>2</sup> og kontorlokalene med 2000 m<sup>2</sup>. Prosjektet forventes å stå ferdig høsten 2022.

Anlegget varmes opp med fjernvarme som kjøpes fra en lokal leverandør. Fra midten av 2020 gikk vi over fra å kjøpe vanlig fjernvarme til å kjøpe sertifisert fjernvarme\*, noe som gir en lavere klimapåvirkning. Med dette reduserte vi klimagassutslippet fra fjernvarmeforbruket med nesten 90 % per gram CO<sub>2</sub>e / kWh\*\*. Strømmen vi kjøper produseres av sol, vind og vann.

#### AJ FURNITURE FACTORY OG AJ METAL DESIGN

Energien vi bruker på fabrikkene våre stammer fra både fornybare og ikke-fornybare kilder. Også på fabrikkene jobber vi for å redusere klimagassutslippet og energiforbruket.

På AJ Furniture Factory resirkulerer vi sagflis fra produksjonen og bruker den som en energikilde, noe som bidrar til å varme opp anlegget. Samme året installerte fabrikken sine første solcellepaneler, og de ble tatt i bruk på høsten. AJ Metal Design jobber strukturert med energispørsmål og er sertifisert i henhold til energiledelsessystemet ISO 50001. Strømmen som kjøpes inn er grønn energi som stammer fra fornybare kilder og er sertifisert fra leverandøren.

### KLIMAGASSUTSLIPP

I tabellen på side 16 rapporterer vi klimagassutslippene våre for året (i tCO<sub>2</sub>e) knyttet til energiforbruket i form av varme og elektrisitet. Målet er å utvide og rapportere hele Scopes 1 og 2 (inkludert lekkasje av kuldemedier og utslipp knyttet til firmabiler) for enhetene våre, dvs. kontorer, lagerlokaler, fabrikker og datterselskaper.

Strømforbruket i Polen utgjør i dag den største delen av klimagassutslippene våre knyttet til strøm og oppvarming. Deretter kommer effekten av forbrenning av naturgass i Slovakia. Installasjonen av solcellepaneler i Polen har bidratt med fornybar, lokalprodusert strøm til det polske anlegget vårt. Det totale strømforbruket i Polen økte fra 2020 til 2021 med omtrent like mange kWh som solcellepanelene produserer, derfor hadde ikke installasjonen noen merkbar effekt på det totale utslippet i Polen for 2021.

### GJENVINNING

Reduksjon av den totale mengden avfall er viktig, men det å fokusere på forbedringstiltak har en stor effekt som bidrar til å klatre opp avfallsstigen. Det kan være å forbedre interne prosesser med formål om



å redusere avfall eller øke andelen avfall som går til materialgjenvinning fremfor for eksempel forbrenning. For driften i Halmstad er målet å øke andelen resirkulerbart avfall til 40 % innen 2023.

Et prosjekt vi igangsatte i 2021 er palleprosjektet, som gjennomføres i samarbeid med hovedkontoret i Halmstad og fabrikken i Polen. Hensikten er å redusere mengden avfall som går til forbrenning og å forbedre kvaliteten av pallene slik at de kan brukes lenger og fortsette å sirkulere.

På lageret i Halmstad sorteres avfallet på gjenvinningsstasjoner og miljøstasjoner som deretter hentes og håndteres av Stena Recycling for videre resirkulering. Vi har utvidet muligheten for ytterligere sortering ettersom det har blitt bygget en ny miljøstasjon med flere fraksjoner.

Avfallet som nå kan resirkuleres til nytt materiale er:

- Metall
- Bølgepapp
- Papir
- LDPE (emballasjeplast)

### NESTE SKRITT

Solcellepaneler skal monteres på deler av den nye konstruksjonen i Halmstad og AJ Furniture Factory i Polen, og vi fortsetter utvidelsen av den pågående installasjonen av solcellepaneler også i 2022. Et prioritert satsingsområde er å redusere klimapåvirkningen knyttet til energiforbruket på enhetene våre ved å fase ut fossile energikilder som kull, olje og naturgass.

\* Også kalt P-merket fjernvarme eller Grønn fjernvarme. Den sertifiserte fjernvarmen stammer fra varmeproduksjon som primært bruker flis og biogass som drivstoff, samt industriell spillvarme.

\*\* For vanlig fjernvarme er bidraget fra energiomdannelsen 82,6 gram CO<sub>2</sub>e/kWh, og for sertifisert fjernvarme er den på 8,1 gram CO<sub>2</sub>e/kWh.



# Vårt forbruk i tall

Tabellen viser bruken av emballasjemateriale, energiforbruk og avfall på kontor og produksjon, fra lageret vårt i Halmstad og fabrikkene våre i Polen og Slovakia.

	AJ PRODUKTER HALMSTAD, SVERIGE		
	2020	2021	Endringer 2020/2021
<b>BRUK AV EMBALLASJEMATERIALE</b>			
Bølgepapp (kg)	46 978	63 302	35 %
Plast (kg)	33 590	35 703	6 %
Tre (kg)	1 142 847	1 327 797	16 %
<b>STRØMFORBRUK</b>			
Olje (kWh)	0	0	N/A
Naturgass (kWh)	0	0	N/A
Flis (kWh)	0	0	N/A
Elektrisitet (kWh) innkjøpt	1 403 991	1 460 000	4 %
Elektrisitet (kWh) egen produksjon, solcellepaneler	0	0	N/A
Fjernvarme (kWh)	744 960	841 230	13 %
Totalt energiforbruk til oppvarming og elektrisitet (kWh)	2 148 951	2 301 230	7 %
<b>KLIMAGASSUTSLIPP FRA OPPVARMING OG ELEKTRISITET</b>			
Direkte klimagassutslipp fra oppvarming og elektrisitet Scope 1 (tCO <sub>2</sub> e)	0	0	N/A
Indirekte klimagassutslipp fra oppvarming og elektrisitet Scope 2 (tCO <sub>2</sub> e) (stedsbasert)	69,3	21,1	-70 %
Indirekte klimagassutslipp fra oppvarming og elektrisitet Scope 2 (tCO <sub>2</sub> e) (markedsbasert*)	51	2,1	-96 %
Totalt klimagassutslipp fra oppvarming og elektrisitet (tCO <sub>2</sub> e)**	51	2,1	-96 %
Vannforbruk, kontor og produksjon (m <sup>3</sup> )	1 958	1 550	-21 %
<b>AVFALL</b>			
Materialgjenvinning av stål (kg)	106 340	118 380	11 %
Materialgjenvinning av aluminium (kg)	0	0	N/A
Materialgjenvinning av plast (kg)	10 580	12 190	15 %
Materialgjenvinning av papir og bølgepapp (kg)	54 727	63 635	16 %
Materialgjenvinning av annet avfall *** (kg)	17 855	30 748	72 %
Fartig avfall (f.eks. farge, aerosoler, kontorelektronikk) (kg)	2 309	6 943	201 %
Deponi (kg)	0	0	N/A
Brennbart avfall, energigjenvinning (kg)	556 418	704 214	27 %
Totalt avfall (kg)	748 229	936 110	25 %
Totalt avfall for materialgjenvinning (kg)	189 502	224 953	19 %
<b>NØKKELTALL</b>			
Materialgjenvinning, andel av totalt avfall	25,3 %	24 %	-5,1 %
Fornybare materialer av emballasjematerialer	97 %	97,5 %	0,3 %

	AJ FURNITURE FACTORY SLUPSK, POLEN		
	2020	2021	Endringer 2020/2021
	592 307	675 846	14 %
	81 666	86 822	6 %
	370 893	390 248	5 %
	0	0	N/A
	0	0	N/A
	612 000	598 400	-2 %
	3 022 318	3 019 009	0,1 %
	0	7 630	N/A
	0	0	N/A
	3 634 318	3 625 039	0 %
	11,2	10,1	-10 %
	2 146	2 017	-6 %
	2 451	2 412	-2 %
	2462,3	2 422,3	-2 %
	1 896	2 272	20 %
	5 590	16 160	189 %
	0	0	N/A
	18 438	10 740	-42 %
	90 370	103 260	14 %
	0	0	N/A
	16 040	12 930	-19 %
	27 740	40 660	47 %
	181 920	176 000	-3 %
	340 098	359 750	6 %
	114 398	130 160	14 %
	33,6 %	36,2 %	7,6 %
	92 %	92,5 %	0,3 %

	AJ METAL DESIGN HRNČIAROVCE NAD PARNOU, SLOVAKIEN		
	2020	2021	Endringer 2020/2021
	114 600	132 645	16 %
	38 200	44 215	16 %
	534 800	619 010	16 %
	0	0	N/A
	4 146 918	4 924 044	19 %
	0	0	N/A
	3 120 039	3 507 764	12 %
	0	0	N/A
	0	0	N/A
	7 266 957	8 431 808	16 %
	762,6	908	19 %
	496,1	487,6	-2 %
	0	0	N/A
	762,6	908	19 %
	3623	3533	-2 %
	771 460	1 073 620	39 %
	0	0	N/A
	3 850	4 620	20 %
	12 640	14 080	11 %
	4 330	2 120	-51 %
	8 900	10 490	18 %
	67 970	94 430	39 %
	29 780	41 460	39 %
	898 930	1 240 820	38 %
	792 280	1 094 440	38 %
	88,1 %	88,2 %	0,1 %
	94,4 %	94,4 %	0 %

\* I den markedsbaserte beregningen er det tatt hensyn til innkjøpt fornybar energi.  
 \*\* Basert på det markedsbaserte Scope 2-nummeret.  
 \*\*\* Glass, driftsavfall for sortering (AJ-produkter) og biologisk avfall - klippet gress (AJ Metal Design)

Rapportering for hele året, fra 1. jan til 31. des.

# Produktthensyn

AJ Produkter leter kontinuerlig etter løsninger som kan hjelpe oss med å forbedre arbeidet vårt innen kvalitet og miljø. En sentral del av dette er å utvikle bærekraftige produkter med høy kvalitet som ikke skader mennesker eller miljøet.

## PRODUKTKVALITET

I dag har de fleste innsett at vi må gå over fra forbrukersamfunnet til en mer sirkulær tankegang hvis vi skal lykkes med å spare på ressursene til jorda og redusere klimaavtrykket vårt. Et viktig skritt er derfor å sikre at produktene som produseres er av høy kvalitet og har så lang levetid som mulig.

”For oss betyr kvalitet trygghet.”



I år ble garantiperioden for AJ Produkter forlenget fra tre til syv år. Vi ønsker å utvikle og selge produkter av god kvalitet som holder lenge. I kundeevalueringer som gjøres fortløpende ser vi at produktkvalitet er et område der vi alltid får gode tilbakemeldinger, noe som viser at fokuset vårt på høy produktkvalitet gir resultater.

I forbedringssystemet vårt jobber vi med stadige forbedringer iht. modellen Plan-Do-Check-Act. Vi foretar grunnundersøkelser med formål om å finne årsaken til hvorfor det oppstår problemer. Uansett om en klage eller et avvik er registrert som en transportskade, en plukkfeil, et manglende eller skadet produkt, er det viktig å finne årsaken til problemet. Hva har skjedd og hvordan?

De siste årene har vi også gradvis utvidet reservedelsutvalget vårt med ca. 150 artikler per år. Det å sende en reservedel i stedet for å erstatte med et helt nytt produkt sparer både ressurser og klimaet.

## KVALITETS- OG MILJØMERKING

Produktene våre brukes på kontor, verksteder, skoler og industri, og dette gjør at det stilles ulike krav og ønsker til produktene. Noen av kundene våre er i offentlig sektor, for eksempel kommuner, regioner og offentlige etater. Offentlige anskaffelser er nært knyttet til en bærekraftig utvikling av samfunnet og klima- og miljømålene som finnes i hvert land. Retningslinjene og strategiene som kommer fra regjeringen og Stortinget gjenspeiles ofte tidlig i anskaffelser og rammeavtaler, som også er en veiledning i vårt bærekraftsarbeid i AJ.

En del av produktene våre oppfyller kravene til merking av treåvarer i henhold til FSC og for tekstilråvarer i henhold til OEKO-Tex og EU Ecolabel. I sortimentet vårt har vi produkter som er sertifisert i henhold til Svanen, Möbelfakta, Byggvarubedømmingen og GS. I 2021 gjorde vi en nysatsing på Byggvarubedømmingen, noe som allerede har gitt resultater i salgsleddet. I løpet av året begynte også arbeidet med å Svanemerke nye produkter, og dette arbeidet fortsetter i 2022.



## MILJØKRAV

Målet vårt er at produktene våre skal holde en høy kvalitet når det gjelder funksjon og sikkerhet, ha en lang levetid og ikke skade mennesker eller miljøet vårt. Vi følger gjeldende lovgivning og de juridiske kravene som eksisterer i miljø- og kvalitetsområdet til våre produkter. Grunnleggende om våre produkter gjelder juridiske krav som REACH, POPS-forordningen, CE, RoHS og tømmerforordningen.

Vi har startet arbeidet med å utvikle et system der vi kan sikre dokumentasjonen av produktene våre på en strukturert måte. Det blir stadig lagt til nye lovkrav på kjemikalier som ikke lenger kan brukes fordi de er skadelige for mennesker eller miljøet. For å kunne jobbe proaktivt og smart, kreves det en systematisert arbeidsmetode både for å holde dokumentasjonen oppdatert og for å kunne jobbe forebyggende ved å erstatte materialer eller stoffer som ikke lenger kan brukes på markedet.

Noe vi har tenkt å jobbe mer med i fremtiden er miljøvurderinger, dvs. å kunne måle og beregne miljø- og klimapåvirkningen av produktene våre. Kravene for å rapportere klimagassutslippet til et produkt gjennom livssyklusen øker, og vår ambisjon er å øke kompetansen og kunnskapen på dette området. Vi har startet arbeidet med å foreta livsløpsanalyser.

Vi er knyttet til FTI og El-Kretsen i Sverige, da vi er dekket av produsentansvaret både når det gjelder emballasje, elektroniske produkter og batterier. Som selskap er det vårt ansvar å sikre at emballasjen vi bruker eller sender ut på markedet kan samles og resirkuleres på best mulig vis. Den grunnleggende ideen om produsentansvar for emballasje er å redusere mengden avfall og sikre at avfallet som genereres blir resirkulert og brukes til nye produkter.



## SVANEN

Svanen er Nordens offisielle miljømerke. Her granskes miljøpåvirkningen fra varer og tjenester gjennom hele livssyklusen, og det stilles krav til funksjon og kvalitet.

## MØBELFAKTA

Et komplett referanse- og merkesystem for møbler. Omfatter tekniske, miljømessige og produksjonsetiske krav. Møbler av denne standarden oppfyller miljøkravene og produseres i samsvar med etiske retningslinjer og bestemte kvalitetskrav.

## BYGGVARUBEDÖMMNINGEN

Byggvarubedømmingen vurderer byggvarerelaterte produkter etter varens kjemiske innhold, miljøpåvirkning i løpet av livssyklusen og i forlengelse av dette også sosial påvirkning i leverandørleddet.

# Fra behov til ferdig produkt

Under produktutviklingsprosessen fokuserer vi på kundens behov, produktets kvalitet, funksjon og levetid samt miljøaspekter. Arbeidet skjer i tett samarbeid med våre leverandører og egne fabrikker.

## PRODUKTUTVIKLINGSPROSESSEN

Prosessen skjer i prosjektform der de aktuelle funksjonene vurderes. Utviklingen av nye produkter er knyttet til kostnader, og mange ressurser er involvert. Jo lenger inn i produktutviklingsprosessen man kommer, desto vanskeligere blir det å gjøre endringer, og det er beslutningene i begynnelsen som har mest å si for resultatet. Prosessen må være tydelig for å unngå overraskelser i størst mulig grad under arbeidet.



### 1. BEHOV

Det oppstår et behov. Behovet kan stamme fra mange forskjellige hold. For eksempel kan det komme internt fra produktsjefer, markedsføring, salg, innkjøp eller eksternt fra leverandører og kunder.



### 2. FORHÅNDSUNDERSØKELSER

I forhåndsundersøkelsene undersøkes behovet dypere basert på marked, utvalg og pris. Det innhentes informasjon om hvilke kvalitets- og miljøkrav produktene må oppfylle, og i noen tilfeller blir det også gjennomført brukerstudier og studiebesøk. Etter forhåndsundersøkelsen har vi en prosjektbriefing og lager en tidsplan.



### 3. KONSEPTFASE

Her utvikler vi forskjellige designforslag basert på prosjektbriefingen. Valg av materialer, produksjonsmetoder og miljøaspekter er noen av faktorene som tas i betraktning. Arbeidet resulterer i ulike skisser, modeller eller andre visualiseringer av produktene. To til tre konsepter legges frem for prosjektgruppen, hvorav ett velges ut for videreutvikling.



### 4. PROTOTYPE

Det valgte konseptet videreutvikles og tilpasses til produksjon i nært samarbeid med den valgte leverandøren. En prototype utvikles og evalueres. Parametere som sikkerhet, stabilitet, slitestyrke og funksjon samt visuelle aspekter kontrolleres. Prosjektgruppen gjør en vurdering av om prototypen kan godkjennes eller om det er behov for ytterligere utvikling og en ny prototype.



### 5. EMBALLASJE

Emballasjen produseres av leverandøren i samarbeid med oss. Et viktig aspekt er å minimere risikoen for transportskader fra leverandør til sluttkunde.



### 6. DOKUMENTASJON

Dokumentasjon knyttet til produktet opprettes, samles inn og lagres. Det kan omfatte tegninger, krav, monteringsinstruksjoner, bruksanvisninger og vedlikeholdsråd. Sikkerhetsdatablad og miljødokumentasjon innhentes fra leverandørene. Resultatene fra ulike tester som er utført av akkrediterte laboratorier legges også til i den endelige dokumentasjonen.



### 7. PRØVEORDRE

En første prøveordre kan deretter legges til leverandøren. Det ferdige produktet transporteres til lageret i Halmstad, og der utføres det en siste, fullstendig kontroll av produktet og emballasjen.



### 8. GODKJENT PRODUKT

Når et produkt har blitt godkjent, er det klart for markedsføring og salg.

## Prosjekt



### GODT RESULTAT AV PRODUKTVEDLIKEHOLD

Prosjektet tok utgangspunkt i behovet for å gå gjennom utvalget av lagerhyller, da vi hadde mange produkter med samme funksjon og kundekategori.

Ved å gjøre produktporteføljen tydeligere har vi redusert antallet varer og forenklet kjøpsprosessen for kundene. Prosjektet har også resultert i produktoptimalisering og produksjonstekniske forbedringer. Endringer av konstruksjonen har ført til redusert materialforbruk, lettere produkter og en enklere produksjonsprosess.

### BÆREKRAFTIGE LØSNINGER FOR EMBALLASJE

Emballasjen er en del av produktet som dessverre ikke alltid får den oppmerksomheten den fortjener. I sortimentet vårt har vi mange skyvedørsskap som leveres ferdig monterte. Behovet for å endre

emballasjen til dette produktet er stort da det ofte blir skadet under transport, noe som resulterer i høye kostnader og misfornøyde kunder. Vi undersøkte mulighetene for å endre emballaseløsningen ved å vurdere hele leverandørkjeden, og vi gjennomførte testmonteringer fra kundens perspektiv. Det er ingenting som hindrer at skyvedørene kan leveres umontert og flatpakket, derfor gikk vi videre med å utvikle ulike løsninger for emballasje.

Vi ser at dette prosjektet kommer til å minimere transportskadene, redusere antallet pallplasser på lageret og redusere mengden luft vi transporterer. Dette er også et prosjekt vi kan lære av for å optimalisere emballaseløsningene våre ytterligere til en mer bærekraftig transport.

# Vi har løsningene på lager

AJ Produkter hjelper kunder fra idé til komplett løsning for lager og logistikk. Vi har unike produkter som er designet og produsert internt, og som samsvarer med de høye kravene på markedet.

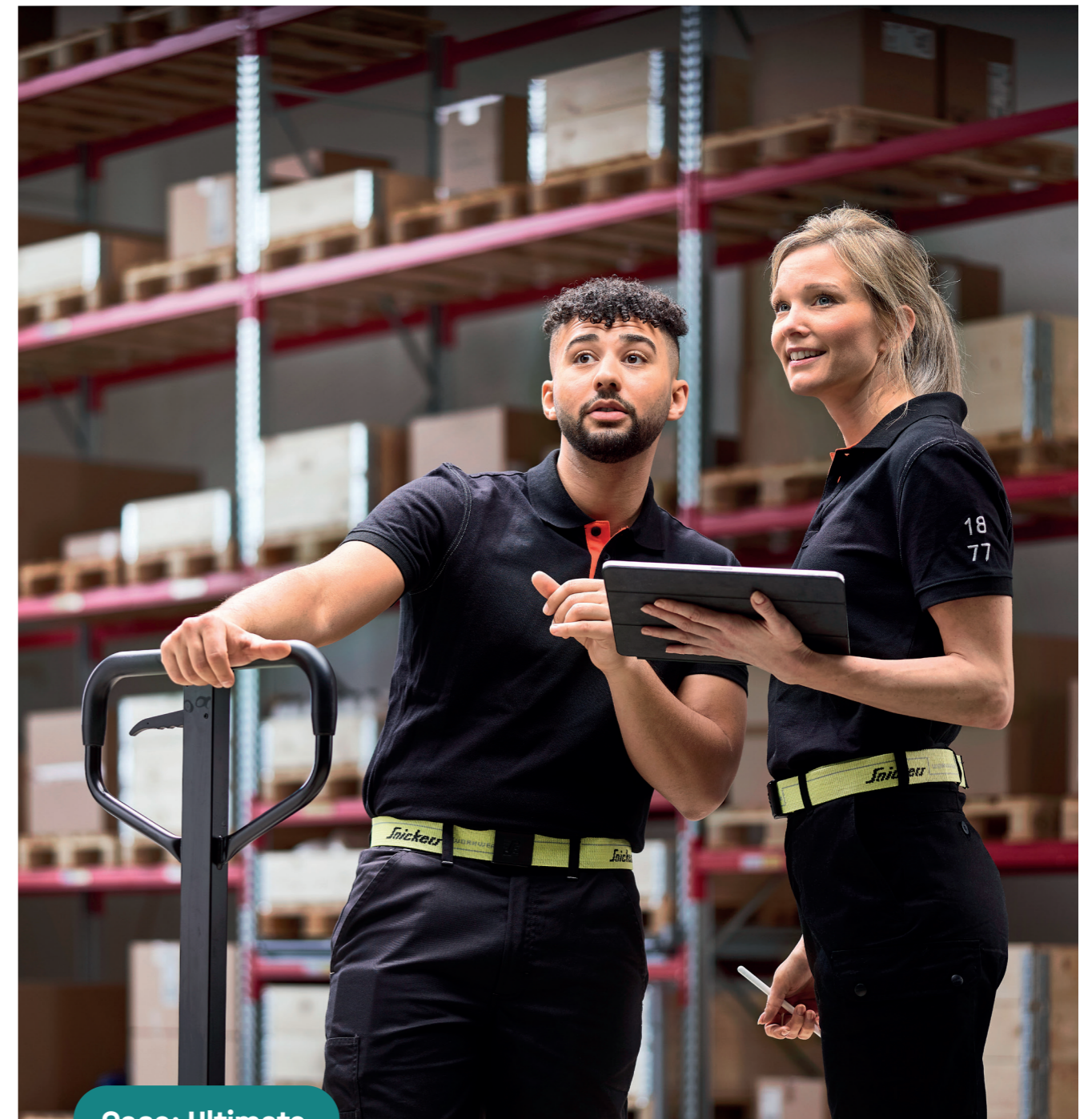
## LAGER OG INDUSTRI

I produktsortimentet for lager og industri jobber vi også med prosjektering og spesialtilpasninger av lagerløsninger. Pallereoler og hyllestativer er eksempler på egendesignede og egenproduserte produkter. Flere av produktene må tåle høy belastning, noe som stiller krav til kvalitet, styrke og sikkerhet.

Pallereolene er laget av stål, et materiale som har høy resirkuleringsgrad og kan gjenvinnes videre. De største klimagassutslippene knyttet til metallet skjer under utvinningen og prosesseringen av materialet. I produktutviklingsprosessen fokuserer vi på å redusere materialforbruket av stål i produktene og optimalisere pallereolene for plassbesparelse og god ergonomisk håndtering.

Produktforbedringene gir både økonomiske og miljømessige fordeler. Materialforbruket av stål i produktene synker, og dette gir en vektbesparelse som også har effekt i transportstrømmene og bidrar med lavere klimagassutslipp.

» I tillegg til kvalitative pallereoler optimaliserer vi også hele lagerløsninger for kunder. I prosjekteringen av disse er faktorer som plassbesparelse, gode ergonomiske løsninger og å finne effektive plukkrutiner og smarte logistikkstrømmer, viktige. »



### Case: Ultimate

Pallereolen Ultimate er en tilpasningsbar pallereol med høy fleksibilitet, et resultat av AJ Produkters eget design og produksjon. Pallereolen er enkel å tilpasse til effektiv logistikk, lagerhold og godshåndtering i henhold til spesifikke ønsker og krav.

#### FORDELER MED ULTIMATE

Konstruksjonen består av høyfast stål, noe som betyr at bæreevnen og lastekapasiteten til pallereolen øker.

For kunden finnes det flere fordeler, ettersom de kan velge en lettere pallereol som kan håndtere den samme bæreevnen til en lavere pris.

Pallereolen har flere varianter av støttebjelker for å minimere løftehøyde, noe som skaper bedre forhold for ergonomi og enklere håndtering. For plassbesparende formål har pallereolen fem varianter av stolper. Variasjonene bidrar til at det er mulig å plassere mer materiale på samme overflate.

# Digitalisering i full gang

Gjennom den digitale transformasjonen og overgangen til tjenestebaserte systemer i nettskyen, oppnår vi en større fleksibilitet og hastighet som lar oss effektivisere og automatisere prosessene våre. Denne overgangen, sammen med cybersikkerhetsprogrammet vårt, er viktige forutsetninger for at vi skal ligge i forkant når det kommer til de digitale mulighetene til selskapet.

## NETTSKY

AJ Produkter gjennomgår en utvikling der en stor del av IT-virksomheten blir flyttet fra et tradisjonelt internt datasenter til mer forbruk av tjenestebaserte systemer og tjenester i nettskyen. Å flytte drift fra interne datasentre til nettskyen betyr at det interne energiforbruket reduseres og behovet for fremtidige investeringer i infrastruktur minimeres. De skybaserte tjenestene skaper også økt tilgjengelighet og en sikrere drift, noe som kommer alle AJ Produkters selskaper til gode.

## AUTOMATISERT KUNDE- OG LEVERANDØRSTRØM

Arbeidet vårt med å forenkle håndteringen av elektroniske fakturaer og bestillinger til kunder og leverandører, fortsetter. På mange av markedene våre tilbyr vi e-fakturer til kundene våre, og vi har også etablert arbeidsflyter for automatisering av kundebestillinger.

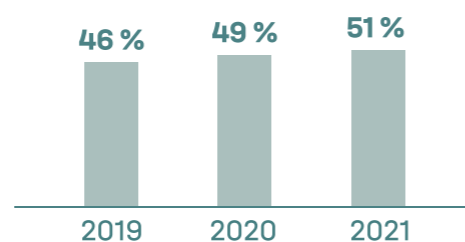
Vi har også kommet langt på vei med å automatisere arbeidsflyten for leverandørene våre og innkjøpsordreplassen, samt forenkle og effektivisere håndteringen av innkommende leverandørfakturaer. Dette gjøres ved at vi mottar en større andel e-fakturaer fra leverandørene våre, noe som gir gevinster innen effektivitet og kvalitet.

## CYBERSIKKERHET

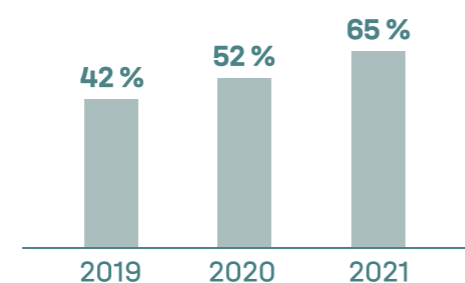
Gjennom det siste året og i forbindelse med covid-19 har vi sett en markant økning i cybertrusler i verden. Cybertruslene blir stadig mer komplekse, og de stiller stadig høyere krav til bedrifter, myndigheter og organisasjoner. Hos AJ Produkter jobber vi systematisk med spørsmål innen cybersikkerhet basert på NIST-rammeverket. Dette rammeverket omfatter blant annet etablering av roller, ansvar, rutiner, klassifisering, risikoanalyser, årshjul og implementering og kontroll av tekniske beskyttelsestiltak.

”AJ Produkter har etablert et cybersikkerhetsprogram og jobber nå strukturert med risikoanalyser og implementering av prioriterte beskyttelsestiltak.”

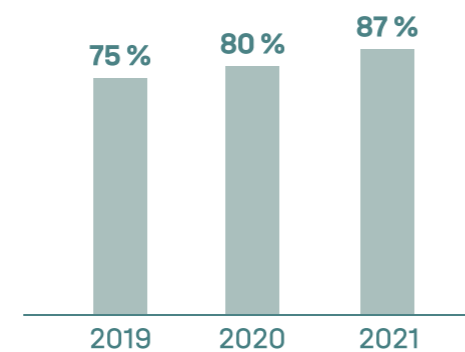
Elektroniske salgsordrer – via nett/EDI



Andel innkjøpsordrer – via EDI



Andel fakturaer – elektroniske



## INNSAMLINGEN

Gjennom året gjennomførte IT-avdelingen en intern innsamling av IT-utstyr ved hovedkontoret i Halmstad. Våre ansatte kunne ta med seg gamle mobiltelefoner, nettbrett, datamaskiner m.m. hjemme fra og levere dem i resepsjonen – sammen med utgått IT-utstyr fra hovedkontoret.

De innsamlede produktene ble solgt til ATEA, som sørger for at de gjenbrukes/resikuleres videre. Overskuddet doneres til vennene våre i Yennenga Progress\*, som driver en skole i Burkina Faso. Innsamlingen ble gjennomført i samarbeid med ATEA, som er initiativtaker til 100 %-klubben\*\* som AJ Produkter er medlem av.

\* Les mer om Yennenga Progress og arbeidet deres på side 38 i Bærekraftsrapporten.  
 \*\* 100 %-klubben er et nettverk for bedrifter og organisasjoner som ønsker å jobbe mot en bærekraftig livssyklus for håndtering av IT-produkter. Klubben ble startet av IT-infrastrukturleverandøren Atea og har ca. 400 medlemmer, inkludert AJ Produkter.



# Vi er underveis

En av de største utfordringene i det globale klimaarbeidet er å redusere utslippene fra transport og dermed avtrykket på miljøet og klimaet. Hos AJ Produkter er transport et prioritert miljøaspekt, og et skritt for å redusere klimagassutslippene er å bytte til togtransport.

## MILJØBEVISST SPEDISJON

Forbrenning av fossilt drivstoff står for det største bidraget til drivhuseffekten, både i Sverige og ellers i verden. I dag står transporten innenlands for nesten en tredel av Sveriges totale utslipp av drivhusgasser, og mer enn 90 % stammer fra veitrafikken. Transportsektoren står for nesten en fjerdedel av EUs totale klimagassutslipp, og biler, varebiler, lastebiler og busser står for 70 % av utslippene.

Ettersom transport utgjør en stor del virksomheten vår, er samarbeidet med speditørene særlig viktig. Arbeidet med å utvikle bruken av fossilt drivstoff og redusere utslippet ved for eksempel utvikling av bilparken, en økning i andelen biodrivstoff og redusert drivstofforbruk under kjøring påvirker resultatene. Det er dessuten viktig å unngå unødvendige transport og øke fyllgraden av transporten.



## EKSTERN TRANSPORT

Et overordnet mål er å kjøre med fulle lastebiler i så stor grad som mulig og på denne måten øke fyllprosenten. Vi har også gjennomgått hyppigheten av lastingen vår for å redusere antallet hentinger, noe som bidrar til en høyere fyllingsgrad og reduserer administrasjonsarbeid og kostnader. Målinger viser at fra 2018 har fyllingsgraden økt med 12 % og holder seg i år på det samme nivået som i 2020. Som en del av innkjøpsstrategien vår for 2022-2025 har vi til hensikt å konsolidere mer volum med færre leverandører for å forbedre fyllingsgraden ytterligere.

## CASE: FRA LASTEBIL TIL TOG - OPPFØLGING

Fra januar 2021 begynte vi overgangen for all veitransport til tog fra Slovakia, og dette har hatt svært positive resultater. Overgangen førte til mer enn en halvering av klimagassutslippene. Klimagassutslippet reduseres med 52 % sammenlignet med frakt via lastebil\*. Endringen har medført et større krav til planlegging da frakttiden har blitt mer usikker og noe lengre. Fordi vi også kjørte utgående volumer til Tsjekkia og Slovakia via tog, har vi dessverre sett en viss negativ kundepåvirkning, noe som gjør at vi i 2022 kommer til å ha visse avganger med lastebil.

\* Den totale reduksjonen vil være 1651 tonn CO<sub>2</sub>e beregnet på antall transporter per år på denne ruten.



## UTSLIPP AV DRIVHUSGASSER

Transport og distribusjon av gods og varer utgjør en betydelig del av klimagassutslippene våre. I løpet av året utvidet vi beregningene våre og omfattet problemrapporter fra speditørene i de største arbeidskjedene våre. I hovedsak transporterer vi varer med lastebil, båt og tog. Størstedelen av sjøtransporten kommer fra Asia. I Europa bruker vi lastebiler og tog på både inngående og utgående transport, samt til lokal distribusjon. Individuelle vareprøver sendes med fly, men utgjør mindre enn 0,3 %.

Vi har til hensikt å innhente utslippsrapporter fra alle speditører. Målet vårt er å rapportere oppstrøms utslipp i Scope 3 når vi har sammenlignbare årstall.

## COVID-19-PANDEMIEN

Vi kunne se at Covid-19-pandemien også påvirket transporten vår, særlig med hensyn til maritim transport fra Asia. Det oppsto store forsinkelser på grunn av containermangel, noe som igjen førte til kraftige prisøkninger. Derimot fungerte veitransporten i Europa meget godt, til tross for rutineendringer på grunn av restriksjoner.

## NESTE SKRITT

Den store innsatsen i 2022 kommer til å bli et økt fokus på transportskader og med dette redusere mengden «unødvendig» transport. I trinn 1 skal vi identifisere hvor det store potensialet ligger ved hjelp av detaljert oppfølging/måling, og deretter utvikle aktivitetsplaner basert på dette.

## INTERN TRANSPORT

AJ Produkter har en bilpolicy med retningslinjer og målsettinger for utslippet av karbondioksid fra nyinnkjøpte biler. Det overordnede målet er at vi skal redusere karbondioksidutslippene med 5 % hvert år for bilparken, for å nå målet på 125 g/km innen 2023, målt i NEDC\*.

I 2021 var det totale karbondioksidutslippet fra tjenestebilene våre 63 tonn CO<sub>2</sub>. Dette er en økning på 19 % sammenlignet med året før, noe som ikke var uventet da det ble gjennomført færre besøk og reiser i 2020 på grunn av pandemien. Fordelt på den samlede kjørestrekningen gir det oss et utslipp på 154 g CO<sub>2</sub>/km målt i NEDC, noe som betyr at vi havner over målet om et utslipp på under 140 g/km. Vi jobber med å se over håndteringen av våre tjeneste- og poolbiler. For de som kjører elbil, finnes det ti ladestasjoner på parkeringsplassen til hovedkontoret.

Reisepolicyen fokuserer på en kostnadseffektiv, miljøorientert og trygg reise. Medarbeidere skal i første rekke reise med offentlige transportmidler som tog og buss. Nok et tiltak for å redusere transport i jobbsammenheng er å vurdere om møtet trenger å gjennomføres fysisk, eller om det kan gjøres digitalt. Dette reduserer karbondioksidutslippet, tidsbruken og har økonomiske fordeler. Vårt mål fremover er å rapportere klimautslipp knyttet til kjøretøy og forretningsreiser i henhold til GHG-protokollen\*\*.

\* New European Driving Cycle  
\*\* Greenhouse Gas Protocol

Emne

# Sosial bærekraft



## Mennesker imellom

Kultur har alltid vært viktig for oss og har blitt bygget opp over tid. Våre verdier danner grunnlaget og tydeliggjør hvordan vi behandler hverandre internt, eksternt og i samfunnet. AJ Produkter ønsker å være en åpen, inkluderende og likestilt arbeidsplass.

### VÅRE VERDIER - VÅR MÅTE Å VÆRE PÅ

Vårt mål om å være og handle på en bestemt måte er godt oppsummert av våre fire verdier. De fungerer som en veiledning for vårt arbeid og påvirker beslutninger på alle nivåer i organisasjonen.

INNOVATIVE

LYTTENDE

KUNNSKAPSRIKE

HJELPSOMME



” Når vi alle kjenner forretningsvisjonen og historien vår og opptrer i samsvar med verdiene våre, blir vi tydelige både overfor hverandre, kundene og leverandørene våre, og for samfunnet generelt. ”

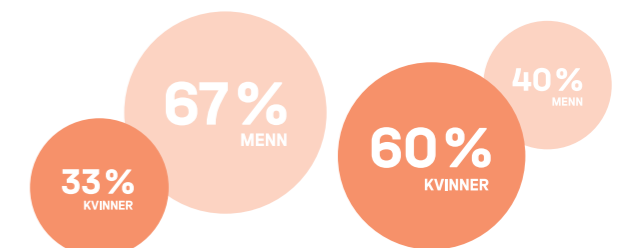
### LIKESTILLING OG MANGFOLD

AJ Produkter ønsker å gjenspeile samfunnet og være en åpen, inkluderende og likestilt arbeidsplass. For oss er det en selvfølge at kvinner og menn skal ha like arbeidsvilkår og utviklingsmuligheter.

Vi streber etter å øke kvinneandelen på lageret, som er den delen av selskapet som er mannsdominert. Fordelingen mellom kvinner og menn på funksjonærsiden er 49,5 % kvinner og 50,5 % menn. I rekrutteringsarbeidet jobber vi for at både kvinner og menn skal søke og ansettes til ledige stillinger.

Hos AJ Produkter har alle en like viktig rolle, selv om vi har ulike roller. At medarbeiderne ser på AJ Produkter som en inkluderende og åpen arbeidsplass som de kjenner seg sterkt knyttet til, er vi derfor ekstra stolte av og noe vi verner om.

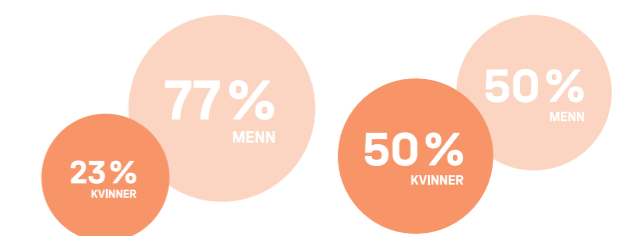
### FORDELING - ANSATTE



AJ Produkter  
280 ansatte i 2021

Datterselskaper  
147 ansatte i 2021

### FORDELING - LEDERSTILLINGER



AJ Produkter  
Antall sjefer i 2021: 26

Datterselskaper  
Antall sjefer i 2021: 20



## Trivsel på jobben

Det er mange faktorer som påvirker trivselen på en arbeidsplass. Et godt arbeidsmiljø med fokus på sikkerhet, de ansattes velvære, gode relasjoner og utvikling gjør at vi trives på jobben.

Fysiske arbeidsmiljøfaktorer som lyd, lys, ergonomi, bevegelse og mosjon er viktige for kroppen og trivselen. Sosialt har vi det bra på jobb når vi kan bruke de sterke sidene og kunnskapen vår, og når vi samarbeider med andre i en oppmuntrende og inspirerende atmosfære. Alle medarbeidere skal føle en hensikt med egen jobb og eget ansvar. Dette er en beskrivelse av det miljøet vi streber etter. AJ Produkter skal være en attraktiv arbeidsplass med medarbeidere som trives og som vil bli værende lenge hos oss.

Våre jobbeskrivelser og retningslinjer tydeliggjør arbeidet og hvordan vi jobber hos AJ Produkter. Gjennom årlige medarbeidersamtaler, undersøkelser og oppfølgingsverksteder ønsker vi å øke dialogen og lydhørt fange opp synspunkter og forslag til forbedringer.

Arbeidet med å forebygge ulykker og hendelser, f.eks. forekomst av arbeidsrelaterte sykdommer og utrygge forhold, pågår kontinuerlig. Målet vårt er at sykefraværet knyttet til arbeidsmiljøet skal være null. Utvikling og forbedring av det systematiske miljøarbeidet og intern kontroll av arbeidsmiljøet, opphører aldri. I løpet av året ble informasjon om hvordan vi jobber med det fysiske, sosiale og organisatoriske arbeidsmiljøet samlet og avklart på en plattform som er lett tilgjengelig for alle i organisasjonen.

AJ Produkter har en flat struktur og er stolte av å være et familieselskap der alle kjenner og forstår hverandre. Selv om vi er store, er vi også små. Vi må jobbe tett sammen mot det samme målet. Ved å være genuin og hjelpsom er du en god kollega, og det er sammen vi utvikler oss og lykkes.



# Vår status

For oss er det viktig at vi alltid utvikler og forbedrer oss. Medarbeiderundersøkelsen er en kilde til innsikt, og vi jobber kontinuerlig med aktiviteter knyttet til resultatene. At de ansatte trives og føler seg engasjerte er en forutsetning for at vi skal kunne skape gode forutsetninger for fremtiden sammen.

## INNSIKT

2021 har vært et annerledes år for de ansatte som har måttet tilpasse seg omstendighetene og direktivene som stadig har blitt endret. Dette gjenspeiles også i pulsundersøkelsen som hadde lavere eNPS-resultater, selv om de varierer på de ulike markedene. En årsak er at flere medarbeidere vil at vi skal innføre hybridarbeid også etter pandemien, og derfor har vi lagt til rette for muligheten til å jobbe hjemmefra to dager i måneden. Å etterstreber at vi jobber fra kontoret for å sikre et godt tverrfaglig arbeid videre, et godt arbeidsmiljø, utvikling og samarbeid - vi mener at personlige møter er en forutsetning for at vi skal kunne samarbeide om å skape bærekraftige løsninger.

## MEDARBEIDERUNDERSØKELSEN

Vanligvis gjennomfører vi én medarbeiderundersøkelse i året. I 2021 valgte vi i stedet å gjennomføre tre pulsundersøkelser for å kunne oppnå en tettere oppfølging av stemningen i organisasjonen i en periode der mange jobbet hjemmefra. Den gjennomsnittlige svarprosenten lå på 89 %, en god svarprosent som tilsier et godt engasjement. Selv om eNPS-verdien har falt ligger vi fortsatt over referanseverdien, men vi nøyer oss ikke med dette. Fra 2021 bytter vi NMI (Satisfied Employee Index) til EI (Employee Index). Målet vil fortsatt være 80.

Tidligere undersøkelser har vist at vi må forbedre den interne kommunikasjonen vår. Vi introduserte Teams Talk, og dette videreutviklet vi i 2021. Dette er et direktesendt Teams-arrangement som avholdes annenhver måned. De som ikke kan delta, kan se sendingen i etterkant. Der deler vi relevant informasjon om hva som foregår i bedriften, og flere representanter fra ledelsen deltar avhengig av tema. Vi har også bygget et nytt intranett som er enkelt å navigere, oversiktlig og oppdatert slik at de ansatte finner all den viktige informasjonen på ett sted.

”Vi ser også at opplæring er et viktig område, derfor har vi iverksatt flere nye initiativer og planlegger enda flere i 2022.”

### ENPS MEDARBEIDERLOJALITET

Måles på en skala fra -100 til +100

	2019	2020	2021
AJ PRODUKTER	17	21	20
DATTERSELSKAPER	52	34	31
BENCHMARK	2	2	2

### EI - EMPLOYEE INDEX

Måles på en skala fra 1 til 100

	2019	2020	2021
AJ PRODUKTER	75	76	79*
DATTERSELSKAPER	84	81	85*
BENCHMARK	70	70	70

\* I 2021 gjennomførte vi tre pulsundersøkelser med færre spørsmål, noe som førte til at resultatene ikke er fullstendig sammenlignbare med tidligere år.



## AJ ACADEMY

I 2021 opprettet vi et nytt pre- og onboarding-program som strekker seg over ett år. Vi så at kvaliteten av onboardingen vår varierte innad i selskapet. For å hjelpe sjefene og for å sikre at alle nyansatte innen AJ får de samme, riktige forutsetningene, valgte vi å opprette et digitalt program. Nå vet vi at alle nye medarbeidere kommer inn på onboardingen og følges opp, at sjefene mottar automatiske påminnelser og at vi har en støtte som minner deltakerne om ting de har glemt eller hvis de er sent ute med en oppgave. Nå vet vi at vi inkluderer all viktig informasjon og at den presenteres i en morsom blanding av quizer, filmer, oppgaver og kort lesestoff som den nyansatte kan ta del i, og at sjefene kan fokusere på å introdusere de nye medarbeidere til oppgavene, rollen og arbeidsgruppen sin.

Vi har også ansatt to produktkommunikasjonsansvarlige for å utvikle den interne produktopplæringen vår. De har som oppgave å gi alle nyansatte grunnopplæring og å kontinuerlig lære opp salgsorganisasjonen om produktnyheter for å øke kompetansen og støtte salgsorganisasjonen.

## UTDANNINGSSAMARBEID

Vi ønsker å være en moderne og attraktiv arbeidsplass, og vi mener det er viktig å samarbeide med motiverte studenter. Studenter som har gjort eksamensarbeid eller har hatt praksis hos oss blir sett på som utviklende og positive elementer i virksomheten. I noen tilfeller fører det også til ansettelse.

”Vi ser ytterligere muligheter for videre samarbeid i form av prosjekter og samarbeid med universiteter og yrkeshøgskoler.”

# Leverandører i fokus

Med over 300 leverandører i 2021 er det viktigere enn noensinne å sikre at selskapets retningslinjer og policyer følges av leverandørene våre. Kriterier som menneskerettigheter, arbeidsrett, kvalitets- og miljøkrav samt antikorrupsjon er viktige i innkjøpsarbeidet vårt.

## STRATEGI OG VISJON

I 2021 oppdaterte vi innkjøpsstrategien vår basert på nyidentifiserte muligheter og fremtidige krav, og den er utarbeidet i dialog med medarbeidere, bedriftsledelsen og leverandører.

Strategien bygger på tre hjørnesteiner:

- Leverandørens ytelse
- Bærekraft
- Innkjøpsoptimalisering

» Identifisere, utforme og utvikle en leverandørbase i verdensklasse som skaper et konkurransefortrinn og maksimerer kunde verdien. »

AJ PRODUKTERS VISJON FOR SOURCING

## LEVERANDØRER

AJ Produkter har i 2021 samarbeidet med over 300 leverandører. Konsernet har to egne produksjonsfabrikker i Europa. Der produseres det blant annet kontormøbler, oppbevaringsskap og pallereoler. Egen produksjon står for 35 % av de totale innkjøpene. 91 % av leverandørene våre befinner seg i Europa, kun 9 % av dem er i Asia. I Asia har vi egne stedlige medarbeidere, og deres viktigste oppgave er å sikre at de asiatiske leverandørene oppfyller kravene som stilles. Medarbeiderne våre utfører som oftest kvalitetskontroller selv, med de kan også gjennomføres av personale fra Sverige.

Alle leverandørene våre må oppfylle en rekke kriterier. Ved valg av en ny leverandør vurderes leveringsspørsmål, økonomisk sta-

tus samt leverandørens evne og vilje til å oppfylle kvalitets- og miljøkravene vi stiller.

Vi fokuserer på å gjøre forretninger på en ansvarsfull måte i alle ledd. Det er en selvfølge for oss å støtte menneskerettigheter, arbeidsrettigheter, miljøet og antikorrupsjon. Våre største risikoer knyttet til menneskerettigheter, korrupsjon og sosiale spørsmål er på leverandørnivå.

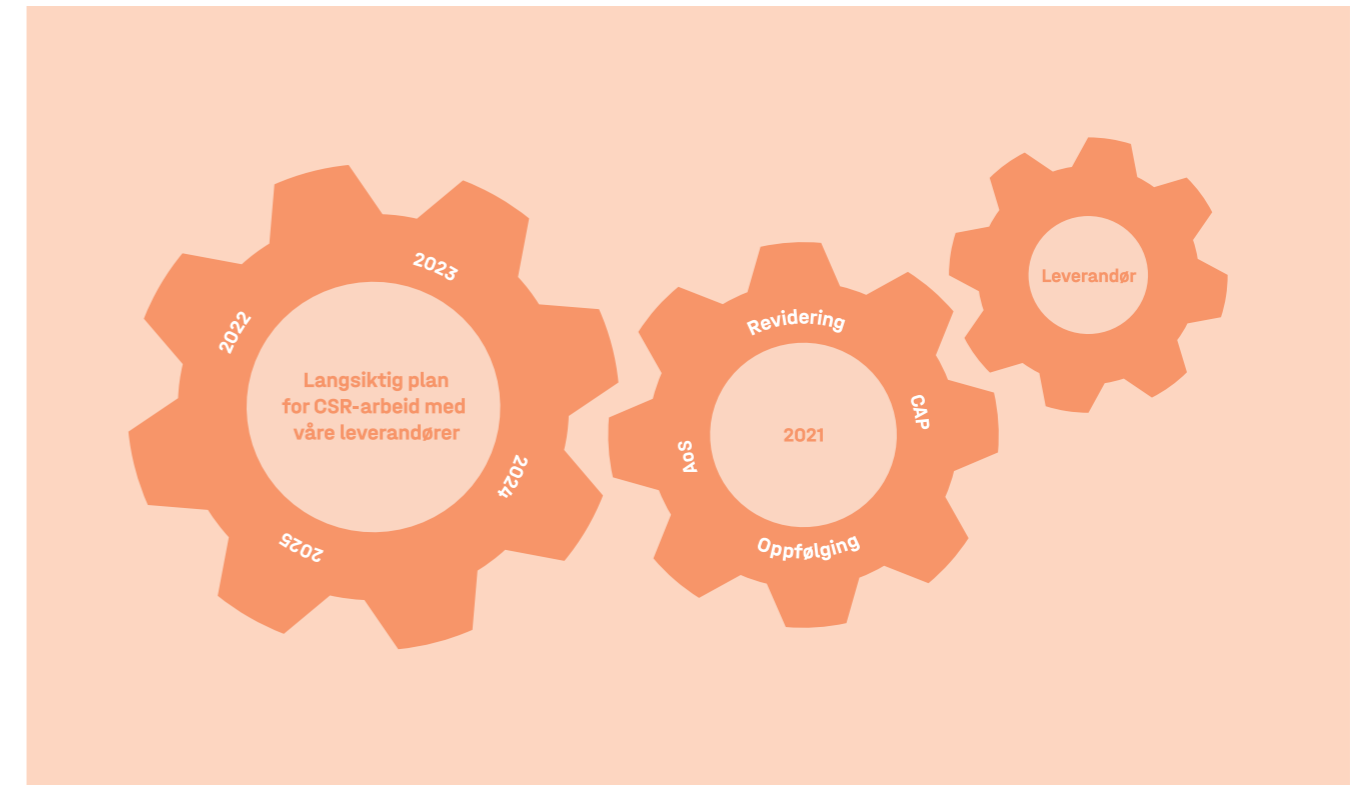
Leverandøravtalen forhandles og avtales sentralt ved hovedkontoret for å sikre at selskapets retningslinjer og policyer for innkjøp følges. I avtalen skal leverandøren og dennes underleverandører følge krav og retningslinjer knyttet til sosialt ansvar, bærekraftig utvikling, forretningsetikk samt krav i FNs Global Compact.

Målet er å nå 95 % av signerte leverandøravtaler med våre største aktive leverandører\* i 2023. I dag er vi oppe på 83 %, og dette gjelder leverandører som har et innkjøpsvolum på mer enn SEK 1 million av hele sortimentet vårt. I 2019 var tallet 80 %. Vi skulle gjerne hatt enda bedre fremgang i 2020 og 2021, men vi har dessverre ikke kunnet besøke leverandørene våre på grunn av pandemien. Vi gjennomfører vurderinger av leverandørene våre fortløpende. Vurderingen av leverandørene omfatter blant annet oppfølging av leveransesikkerhet, kvalitet og kommunikasjon.

## LEVERANDØRVURDERING OG KRAV SOM STILLES

VURDERINGER VED VALG AV NY LEVERANDØR	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Økonomisk status</li> <li>• Leveringskapasitet</li> <li>• Miljø- og kvalitetskrav</li> </ul>
LEVERANDØRAVTALE	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Samfunnsansvar</li> <li>• Bærekraftig utvikling</li> <li>• Forretningsetikk</li> </ul>
VURDERINGSKRITERIER	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Leveringssikkerhet</li> <li>• Kvalitet</li> <li>• Kommunikasjon</li> </ul>
RISIKOVURDERING CSR	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Økonomisk</li> <li>• Sosialt</li> <li>• Miljømessig</li> </ul>

\* Ettersom innkjøpsvolumet kan påvirkes positivt over tid og både eksisterende og nye leverandører kan legges til, anses målet å være oppnådd på 93 %.



## CSR I LEVERANDØRKJEDEN

Arbeidet med risikovurdering ble videreutviklet i løpet av 2021, og femårsplanen ble oppdatert med nye mål. Fokuset lå på CSR-arbeidet hos de største og viktigste leverandørene våre.

CSR står for Corporate Social Responsibility, som omhandler ansvaret selskapet tar i samfunnet. Dette ansvarsperspektivet deles inn i tre områder:

- Økonomisk
- Sosialt
- Miljømessig

Hvert år gjennomføres det et systematisk arbeid med å granske CSR-arbeidet i leverandørkjeden. Formålet er å sikre at leverandørene våre både følger gjeldende lovkrav samt våre krav og retningslinjer på området. Som grunnlag for kravene våre tar vi utgangspunkt i de ti prinsippene i FNs Global Compact, der det stilles krav på områdene:

- Menneskerettigheter
- Arbeidsrett
- Miljø
- Anti-korrupsjon

Arbeidet utføres i tre trinn der det første trinnet er å foreta en spørreundersøkelse (AoS). Leverandøren kan svare på en rekke spørsmål som omhandler dem som foretak, om de drifter i et risikoland

(iht. Amfori BSCI\*) og hva slags dokumentasjon som foreligger for å styrke at foretaket oppfyller kravene. Svarene vurderes, og leverandøren får poeng basert på risikonivå.

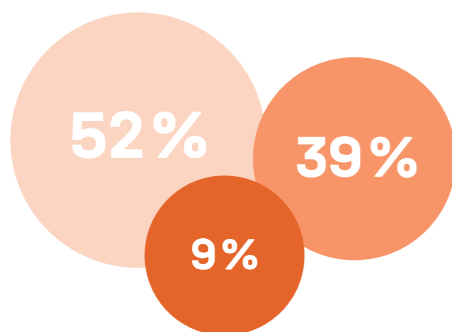
I det neste trinnet gjøres det en mer inngående revisjon av de leverandørene som har høyest risikopoengsum. Tilsynet undersøker områdene ovenfor i detalj. Verifiserende dokumentasjon skal foreligge, og eventuelle avvik dokumenteres i en handlingsplan (CAP). Det siste trinnet er oppfølging. Først når eventuelle avvik i handlingsplanen har blitt utbedret, kan CSR-arbeidet til leverandøren godkjennes.

I 2021 valgte vi å fokusere på A-leverandørene våre, altså de største og viktigste leverandørene. Vi valgte å gjennomføre et grundig tilsyn av alle de 13 leverandørene. På grunn av covid-19-pandemien ble 12 av tilsynene utført som fjerntilgjengelige og én ble utført på stedet. Ti av leverandørene ble godkjente, og tre kunne godkjennes etter at avvik ble rettet.

## NESTE SKRITT

I 2022 skal CSR-arbeidet fokusere på avtaleleverandørene våre. Målet er å utføre grundige tilsyn hos leverandørene som har høyere risiko, basert på poengsystemet vi bruker.

\* BSCI, The Business Social Compliance Initiative, er et europeisk forretningsdrevet samarbeidsinitiativ for selskaper som ønsker å forbedre arbeidsforholdene i den globale leverandørkjeden. Alle land i verden har fått en risikoverdi basert på blant annet ansvarlighet, politisk stabilitet og effektivitet, lovlighet og korrupsjon.



■ Europa ■ Asia ■ Sverige

# Markedskommunikasjon

Markedsføring har vært en del av DNA-et til AJ Produkter siden starten. Tradisjonell markedsføring og sponsorvirksomhet kompletteres med mykere verdier som for eksempel veldedighet.

## SOSIALT ENGASJEMENT

For AJ Produkter er det viktig å bidra til sosialt engasjement i samfunnet og støtte ulike virksomheter. Som en del av markedsføringen vår har vi i mange år engasjert oss i sponing og veldedighet.

For oss er det av største betydning at sponing og veldedighetsarbeid er bærekraftig og etisk. Dette sett både fra vårt eget perspektiv og fra den virksomheten, personen eller det arrangementet vi støtter og eksponeres i forbindelse med.

Veldedige organisasjoner og forbund vi engasjerer oss i er:

- BRIS
- Dyslexiforbundet
- Ståda Sverige
- Det svenske paraidrettsforbundet
- Yennenga Progress

Noen av våre datterselskaper sponser også lokal idrett og gir for eksempel julegaver til veldedige organisasjoner.



## FRAMGANGSRIK SPONSING

Vår lidenskap for å hjelpe mennesker med å yte sitt aller beste, ser vi også i vår suksessrike historie som sponsor av individuelle idrettsprofiler og store sportsarrangementer. Gjennom årene har vi blant annet støttet friidrettsutøverne Patrik Sjöberg, Sanna Kallur og Jenny Kallur, i tillegg til brytelegenden Aleksandr Karelin og golfspilleren Julia Engström.

Vi har også en lang og stolt historie som sponsor av VM i ishockey, der vi har medvirket hvert år siden 1989. Andre idretter vi sponser er basketball, bandy, innebandy og arrangementer som VM i kunsthopp og EM i håndball.

## TRYKT MATERIELL

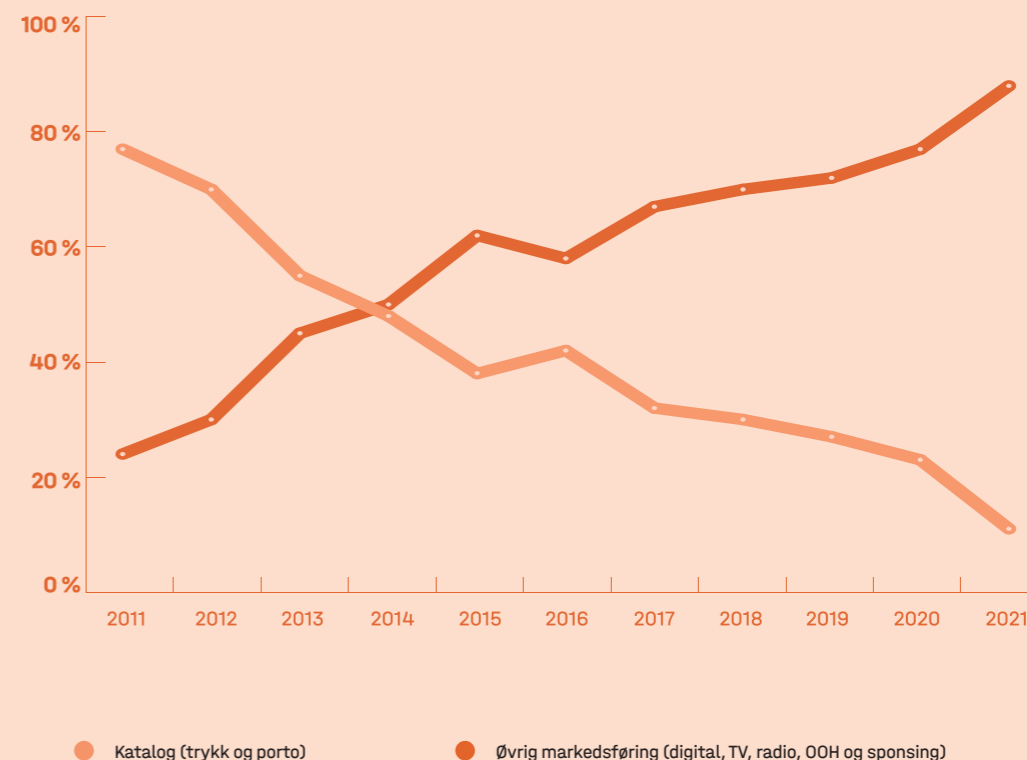
I dag distribuerer vi katalogen vår til betydelig færre kunder og i mindre antall opplag. I løpet av året reduserte vi antallet katalogutsendelser kraftig og erstattet noen av utsendelsene med postkort eller et mer rettet og tynnere hefte. Denne endringen reduserte papirforbruket med 47 %.

Undersøkelser vi har gjort viser at de fleste av kundene våre foretrekker digitale kanaler, men det finnes også en målgruppe som fortsatt setter pris på katalogen og helheten den tilbyr. Alle kunder har muligheten til å velge om de vil motta en fysisk katalog i postkassen. Vi tilbyr også en digital versjon som kan bestilles per telefon eller e-post.

Aktuelle kataloger er også tilgjengelige på nettstedet vårt. Kunderegisteret vårt oppdateres fortløpende for å holdes så oppdatert som mulig. Dette gjør vi for å redusere antallet returer og for å gjøre det enklere å rette utsendelsene våre, både digitalt og fysisk.

## BLANDET MARKED

Markedskommunikasjonen til AJ Produkter har endret seg over tid. Katalogen var tidligere helt dominerende i markedsføringen vår og sto for 88 % av markedsføringsbudsjettet vårt. I dag står katalogen for 12 %. Over tid har vi fulgt kundene og markedets behov for å kommunisere mer digitalt. I dag er vi til stede både på nettet, gjennom e-handel, på TV og i sosiale kanaler. I vårt virtuelle showroom har kundene også muligheten til å se produktene våre og besøke utstillingen i Halmstad uten å måtte reise.



# Yennenga Progress

Yennenga Progress er sterkt knyttet til bærekraftig utvikling og dekker alle de globale målene til FN i arbeidet med å bygge opp et velferdssamfunn i mikroformat. Fokuset for virksomheten er å bidra til kontinuerlig vekst med vekt på utdanning, helse og infrastruktur fra et lokalt perspektiv.

Yennenga Progress er en svensk ideell organisasjon som aktivt medvirker i samfunnsbyggingen ved å utvikle konseptet The Good Village. Det som begynte med en førskole i landsbyen Nakamtenga i Burkina Faso, har siden 2001 utviklet seg til et helt samfunn i vekst. Med fokus på utdanning, helse og infrastruktur basert på lokale initiativer, bidrar det globale nettverket til Yennenga Progress med kompetanse og ressurser for kontinuerlig vekst.

Skolen er i stadig utvikling, og det er med stolthet og inspirasjon at vi følger Stina Berge og personalets arbeid med å utvikle virksomheten. AJ har siden 2012 vært med på å støtte skolen i landsbyen, blant annet ved å bidra med møbler til alle klasserom. De siste seks årene har vi også betalt lønningen til rektoren. Skolen har gått fra å være en førskole til å ha elever helt opp til 10. klasse. Konstruksjoner er også i gang for å utvide skolen med en videregående skole. I løpet av det siste året har vi sendt benker, stoler, ergonomiske støtter, metallskap og skrivebord til landsbyen.



I 2022 forlater den første avgangsklassen ungdomsskolen, og dette er stort for skolens virksomhet. I løpet av våren skal det startes en barnerettighetsklubb for videregående elever.

Det siste året har ikke vært uten utfordringer. Pandemien har stått for flere av disse, men uroen i Burkina Faso med terrorangrep, korrupsjon og rettsusikkerhet har påvirket driften av virksomheten på ulike måter. Den nye ledelsen i landet har uttalt at oppdraget deres er å få slutt på vold mot befolkningen, stanse korrupsjonen og skape rettsikkerhet og respekt for menneskerettighetene.

Yennenga Progress retter blikket fremover og starter 2022 med en delvis ny ledelse og noen omorganiseringer for å skape en best mulig plattform fremover.

”Demokrati begynner i hjemmet. Det krever en hel landsby for å oppdra et barn. Og det er disse barna som skaper fremtiden på makronivå.”

STINA BERGE, GRÜNDER OG GENERALSEKRETÆR  
I YENNENGA PROGRESS



## ENTREPRENØRSKAP MED SIRKULÆRTANKEGANG

Når vi måler forbruket av ressursene på jorden, står de afrikanske landene kun for en brøkdel av karbonfotavtrykket de vestlige landene har ansvar for. Det er imidlertid et faktum at skogene blir flathogd, ørkenen sprer seg og vi ser en økning av søppel i Afrika generelt. Samtidig sies det at Afrika kun resirkulerer 4 % av avfallet sitt. Investeringer i avfallshåndtering, jordforbedring og treplanting er grunnleggende for å redusere den negative innvirkningen vi har på klimaet, på det biologiske mangfoldet og miljøet, og på helsen til mennesker og dyr.



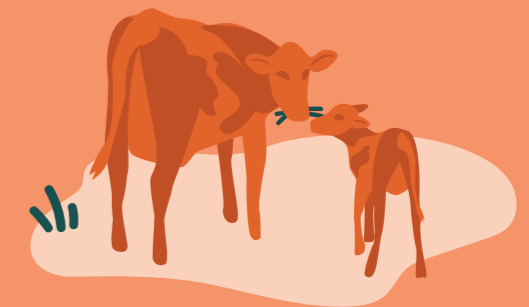
## PROSJEKT - GRØNN AVFALLSHÅNDTERING

Yennenga Progress anser opprettelsen av et fungerende system for avfallshåndtering som et viktig oppdrag, med fordelene og ulempe som kommer med å ta tak i problemstillingen i et tidlig stadium. Et produkt som allerede har kommet av dette initiativet er vesker laget av brukte plastposer. Plastposer som ligger og forsøpler overalt blir samlet inn, vasket, strimlet og til slutt vevd sammen til designvesker.



## PROSJEKT - FORSØKSGÅRDEN

Målet med forsøksgården er å skape et sirkulært system med småskala dyrehold, som igjen gir naturlig gjødsel slik at grønnsakshager, treplanting og andre planter får gode vekstforhold.



Emne

# Økonomisk bærekraft



## Økonomi

Ansvarer til AJ Produkter som selskap er å bidra til en bærekraftig utvikling ved å skape en sunn økonomisk utvikling og samtidig verne om sosial og miljømessig bærekraft i alle ledd i virksomheten. Det er av største betydning for oss at vi opptre etisk og sunt i alle relasjonene våre, både internt og eksternt.

### FORRETNINGSETIKK

Det er av aller største betydning for oss å gjøre forretninger på en ansvarlig og lovlig måte, og vi tar avstand fra alle former for korrupsjon. Vi ser den største risikoen for å havne i korrupsjonssituasjoner når vi kjøper inn nye varer i innkjøpsprosessen.

Vår atferdskode, som gjelder for alle ansatte i AJ Group, inneholder retningslinjer som tydelig beskriver hvordan vår virksomhet skal drives. Alle ansatte har et felles ansvar for å sikre at retningslinjene følges. Derfor er det viktig å kommunisere atferdskoden og la den være en naturlig del av samarbeidene våre.

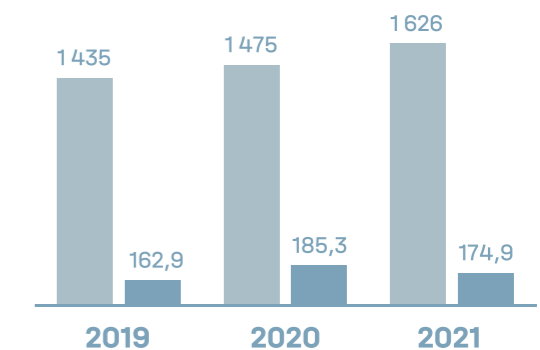
Vi har etablert et varslingsystem som gir de ansatte muligheten til å melde fra anonymt ved mistanke om misforhold. Med misforhold mener vi alt som er i strid med lover og forskrifter og i noen tilfeller hendelser som er alvorlige brudd på interne retningslinjer. AJ Produkter har et totalforbud mot gjengjeldelse mot varslere, og for å garantere for anonymiteten til varsleren har vi valgt å ansette en ekstern part.

For å sikre god forretningsetikk på leverandørnivå, må alle AJ-konsernets leverandører og underleverandører følge konsernets krav og retningslinjer om samfunnsansvar, bærekraftig utvikling og forretningsetikk, samt krav basert på FNs Global Compact, som er basert på FNs menneskerettighetserklæring, Rio-erklæringen, ILOs grunnleggende konvensjoner om menneskerettigheter i arbeidslivet og FNs konvensjon mot korrupsjon.

Bestiktelser og korrupsjon forstyrrer fri konkurranse og bryter med lovgivningen som det er knyttet betydelige straffer til. I 2021 har AJ Produkter ingen rapporterte tilfeller av korrupsjon, og ingen leverandøravtaler er avsluttet på grunn av mistanke om korrupsjon. Som en del av forbedringsprosessen for den interne økonomiske kontrollen, har vi programvare som hjelper oss med å kontrollere utgående betalinger. Dette er for å sikre at vi ikke utsettes for bedrageri eller andre feil, samt sikre at ingen binæring står i konflikt med selskapets interesse.

### LØNNSOMHET

Langsiktig god lønnsomhet er en grunnleggende forutsetning for at vi skal kunne fortsette å drive og utvikle oss som et selskap. Med en stabil økonomisk posisjon er vi en pålitelig forretningspartner for både kunder og leverandører, og samtidig er vi en attraktiv arbeidsgiver for kompetente medarbeidere. Stabil lønnsomhet er også en forutsetning for bærekraftig utvikling og for at vi skal kunne fortsette å være en betydelig og ansvarlig arbeidsgiver.



■ Nettoomsättning ■ Resultat etter økonomiske poster

Diagrammet viser langsiktig lønnsomhet og vekst i millioner kroner. Tallene gjelder for AJ Produkter AB (Sverige).



# Verdifull skog

Med vårt opphav i Hylte, i Smålands skogkledde landskap, har skogen alltid vært tett innpå. I skogen ligger det økonomiske, sosiale og biologiske verdier. Skogen er viktig fra mange perspektiver, og med sertifiseringer som FSC og PEFC fremmes disse verdiene i tillegg til bærekraftig skogbruk.

## SERTIFISERT SKOGBRUK

AJ Produkter investerer blant annet en del av overskuddet i skog, noe som også kategoriseres som en økonomisk bærekraftig investering. Skogen som eies internt i konsernet, er kontrollert iht. FSC\* og PEFC\*\* og sertifisert i tråd med disse kriteriene.

FSC er en uavhengig internasjonal organisasjon som arbeider for å sikre at verdens skoger brukes på en ansvarlig måte. Målet for medlemmene er å utvikle skogbruksmetoder som tar hensyn til både miljø og sosiale forhold på best mulig vis. FSC-sertifiserte skogeiere overholder nasjonale og lokale lover knyttet til miljøhensyn, skogbruk og økonomi og bindende internasjonale avtaler.

PEFC er verdens største system for sertifisering av bærekraftig skogbruk. Mennesker er avhengige av skogen for arbeid og levebrød, skogen er viktig for rekreasjon og naturopplevelser, og rundt 70 % av verdens levende plante- og dyrearter lever i skogens økosystemer. Sertifiseringen fremmer biologisk mangfold, kulturelle verdier og anstendige arbeidsforhold i skogen. Det bidrar også indirekte til beskyttelse av det lokale landskapet.

## KLIMAFORDELER

Skogen er også verdifull for klimaet fordi den har evnen til å fange opp klimagasser. Klimagevinsten oppstår når karbon lagres i skogen eller som en substitusjon. Substitusjon er når produkter fra skogen brukes som energi eller som et alternativ til plast, stål og betong, noe som skaper en betydelig reduksjon av utslipp fra fossile kilder.

AJ Produkters skogseiendommer i Sverige bandt nærmere 33 000 tonn CO<sub>2</sub> i 2021. Beregningen baserer seg på årlig tilvekst og substitusjonseffekten av årlig avvirkning. Skogen inngår i AJ Produkters konsernstruktur.

\* Forest Stewardship Council

\*\* Programme for the Endorsement of Forest Certification Schemes



Emne

# Bærekraftig fremtid

## Mål

Klimaendringer påvirker oss alle, og det er avgjørende at vi løser utfordringen med å redusere global oppvarming. Det er vårt ansvar å handle i verdikjeden og fokusere på å redusere utslipp der det har størst effekt og der vi kan ha størst innvirkning.

### KLIMA- OG MILJØPÅVIRKNING



#### DIREKTE UTSLIPP

Målet vårt er å halvere klimaavtrykket vårt innen 2030 for klimagassutslippene vi har direkte kontroll over. For vår del betyr dette at vi trenger å redusere klimapåvirkningen med 7 % per år i gjennomsnitt for enhetene våre, det vil si på kontorene, lagrene, fabrikkene og datterselskapene våre.



#### MATERIALE:

Øke andelen resirkulerte materialer og velge materialer med lav miljøpåvirkning i produktene våre.



#### ENERGI:

Oppmuntre de største leverandørene våre til å redusere klimaavtrykket i produksjonen av produktene våre, ved å redusere energiforbruket og erstatte fossilt brennstoff som kull, olje og naturgass med fornybare energikilder.



#### INNKJØPT ENERGI

Vi har som mål å redusere klimagassutslippet fra innkjøpt energi med minst 30 % innen 2030. Dette skal vi gjøre ved å redusere forbruket vårt, velge og påvirke energileverandører og ta våre egne aktive valg, med fokus på å erstatte fossilt brennstoff som kull, olje og naturgass.



#### TRANSPORT:

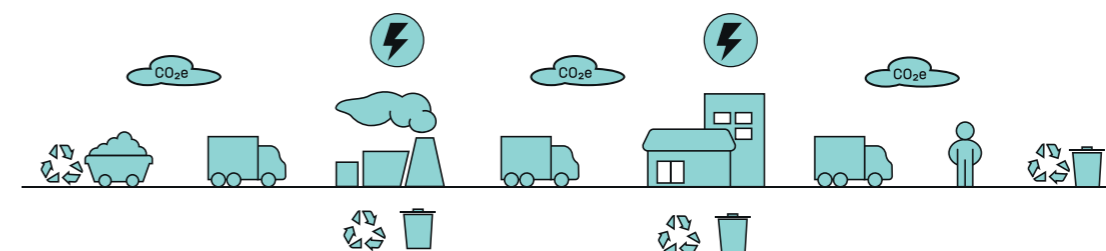
Ved å velge transportmåter og samarbeide med speditører, redusere utslipp og forbruket av fossilt brennstoff.



#### AVFALL OG GJENVINNING:

Redusere det totale avfallet og øke andelen materialgjenvinning fra våre anlegg for å klatre opp avfallsstigen.

### VERDIKJEDE



Vi kontrollerer andre deler av virksomheten for å redusere avtrykket vårt ved å fokusere på miljøaspektene der det har størst effekt. Vi har foreløpig ikke samlet inn alle dataene, men har til hensikt å kunne rapportere klimagassutslippet gradvis i verdikjeden vår.

### SOSIALT ANSVAR

#### INTERNT

Vi streber etter å skape et hyggelig og trygt arbeidsmiljø for våre ansatte og ønsker at AJ Produkter skal være en attraktiv arbeidsplass med medarbeidere som har det bra og som vil være hos oss lenge. Målet vårt er å oppnå en EI (Employee Index) på 80 i medarbeiderundersøkelsen.

#### EKSTERNT

Arbeid med leverandører som oppfyller våre krav til bærekraftig utvikling, samfunnsansvar og forretningsetikk. Målet er 95 % signerte leverandøravtaler med våre største leverandører\* innen 2023.

\*Leverandører som har et innkjøpsvolum på mer enn 0,5 millioner SEK av vårt standardutvalg. Ettersom innkjøpsvolumet kan påvirkes positivt over tid og både eksisterende og nye leverandører kan legges til, anses målet å være oppnådd på 93 %.

# Ytring fra revisoren

## YTRING FRA REVISOREN VEDRØRENDE DEN LOVPÅLAGTE BÆREKRAFTSRAPPORTEN

Til generalforsamlingen i AJ Produkter AB, org.nr 556190-7329

### OPPDRA OG ANSVARFORDDELING

Det er styret som har ansvaret for bærekraftsrapporten for 2021 og for at den er utarbeidet i samsvar med regnskapsloven.

### FOKUSOMRÅDE OG OMFANG FOR GRANSKNINGEN

Granskningen vår er gjennomført i henhold til FARs anbefaling RevR 12 *Ytring fra revisoren vedrørende den lovpålagte bærekraftsrapporten.*

Det innebærer at vår granskning av bærekraftsrapporten har et annet fokusområde og et vesentlig mindre omfang sammenlignet med fokusområdet og omfanget som en revisjon iht. International Standards on Auditing og god revisjonsskikk i Sverige har.

Vi anser at denne granskningen gir oss tilstrekkelig belegg for vår uttale.

### UTTALELSE

En bærekraftsrapport har blitt utarbeidet.

Halmstad, 19. mai 2022  
Ernst & Young AB

**Henrik Nilsson**  
Autorisert revisor

# Viktige samarbeid

## SELSKAPSSPESIFIKK



### TRYGG E-HANDEL

Trygg e-handel er et sertifikat for nettbutikker. Symbolet viser forbrukeren at selskapet er en seriøs aktør, og at alle kjøp gjennomføres på en trygg og sikker måte.



### 100 %-KLUBBEN

AJ Produkter er medlem 100 %-klubben - et nettverk for kunnskap og utveksling mellom organisasjoner og virksomheter med mål om at alt IT-utstyr skal gjenbrukes.



### ISO

ISO-sertifisering av både kvalitetsstyringssystem og miljøstyringssystem.



### AAA DEN HØYESTE KREDITTVERDIGHETEN

AAA er den høyeste kredittverdigheten et aksjeselskap kan ha, og vurderingen gis til selskaper som viser stabilitet over tid, både i høy- og lavkonjunktur.



### FÖRPACKNINGS- OCH TIDNINGSINSAMLINGEN

AJ Produkter är anslutet till FTI och uppfyller därmed sitt producentansvar när det gäller insamling och återvinning av förpackningsmaterial.



### EL-KRETSEN

AJ Produkter er tillknyttet til El-Kretsen og oppfyller dermed sitt produsentansvar når det gjelder innsamling og gjenvinning av elektrisk avfall og batterier.

## PRODUKTRELATERT



### SVANEN

Svanen er Nordens offisielle miljømerke. Her granskes miljøpåvirkningen fra varer og tjenester gjennom hele livssyklusen, og det stilles krav til funksjon og kvalitet.



### BYGGVARUBEDÖMNINGEN

Byggvarubedømmningen vurderer byggevarerelaterte produkter etter varens kjemiske innhold, miljøpåvirkning i løpet av livssyklusen og i forlengelse av dette, og også sosial påvirkning i leverandørleddet.



### GEPRÜFTE SICHERHEIT

GS-symbolet (påvist sikkerhet) er et kvalitets- og sikkerhetssymbol. Produktet har blitt kontrollert og oppfyller de nyeste sikkerhetskravene i den tyske Device Safety Act.



### MÖBELFAKTA

Et komplett referanse- og merkesystem for møbler. Omfatter tekniske, miljømessige og produksjonsetiske krav. Møbler av denne standarden oppfyller miljøkravene, er produsert i samsvar med etiske retningslinjer og imøtekommer kvalitetskrav.

# Alle referanser

## BÆREKRAFTIG UTVIKLING

[fn.se/wp-content/uploads/2016/08/Faktablad-2-12-H%C3%A5llbar-utveckling.pdf](https://fn.se/wp-content/uploads/2016/08/Faktablad-2-12-H%C3%A5llbar-utveckling.pdf)  
[www.globalamalen.se](https://www.globalamalen.se)  
[www.regeringen.se/regeringens-politik/parisavtalet](https://www.regeringen.se/regeringens-politik/parisavtalet)  
[www.smhi.se/polopoly\\_fs/1.179269!/Klimatologi\\_65%20Klimat%20i%20f%C3%B6r%C3%A4ndring%202021%20Den%20naturvetenskapliga%20grunden.pdf](https://www.smhi.se/polopoly_fs/1.179269!/Klimatologi_65%20Klimat%20i%20f%C3%B6r%C3%A4ndring%202021%20Den%20naturvetenskapliga%20grunden.pdf)  
[www.overshootday.org/](https://www.overshootday.org/)

## VÅRT FORBRUK I TALL

GHG-utslippsfaktorer (CEMAsys)

De viktigste eksterne kildene som ligger til grunn for beregningene i denne rapporten er:

International Energy Agency (IEA / OECD), Intergovernmental Panel on Climate Change (IPCC), Department of Environment, Food & Rural Affairs (DEFRA / UK), Association of Issuing Bodies (AIB).

## TRANSPORT

[www.eea.europa.eu/sv/themes/transport/intro](https://www.eea.europa.eu/sv/themes/transport/intro)  
[www.trafikverket.se/for-dig-i-branschen/miljo---for-dig-i-branschen/energi-och-klimat/transporternas-klimatpaverkan/](https://www.trafikverket.se/for-dig-i-branschen/miljo---for-dig-i-branschen/energi-och-klimat/transporternas-klimatpaverkan/)  
[www.naturvardsverket.se/data-och-statistik/klimat/vaxthusgaser-utslapp-fran-inrikes-transporter/](https://www.naturvardsverket.se/data-och-statistik/klimat/vaxthusgaser-utslapp-fran-inrikes-transporter/)

## SKOG

[nordicforestresearch.org/wp-content/uploads/2017/11/svensk-A4.pdf](https://nordicforestresearch.org/wp-content/uploads/2017/11/svensk-A4.pdf)  
[www.ekonomifakta.se/Fakta/Miljo/Utslapp-i-Sverige/Vaxthusgaser-utveckling/](https://www.ekonomifakta.se/Fakta/Miljo/Utslapp-i-Sverige/Vaxthusgaser-utveckling/)





ajprodukter.no