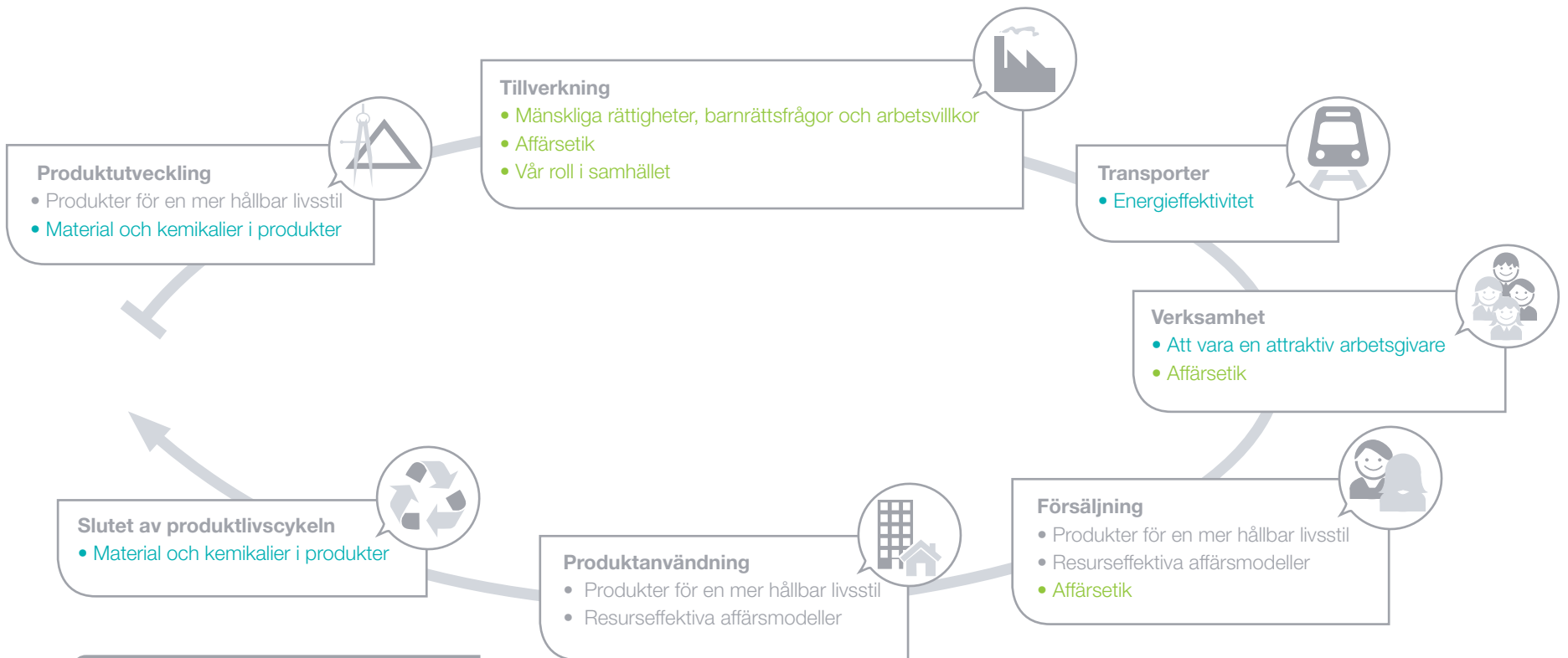


# Vår värdekedja

För att hantera vår negativa och positiva påverkan på ett effektivt sätt måste vi förstå var i värdekedjan vi kan göra störst skillnad. Värdekedjeperspektivet hjälper oss att identifiera möjligheter och risker, ta ansvar och skapa värde för våra intressenter.










AVGÖRANDE FÖR ATT UPPNÅ VÅR VISION

RÄTT FÖRUTSÄTTNINGAR FÖR LÅNGSIKTIG LÖNSAMHET

STEGET FÖRE VÅRA INTRESSENTERS FÖRVÄNTNINGAR

De tre kategorierna beskrivs mer i detalj på sidan 11.

	 Produktutveckling	 Tillverkning	 Transporter	 Verksamhet	 Försäljning	 Produktanvändning	 Slutet av produkt-livscykeln
<b>OMRÅDE</b>	Tillsammans med strategiska partners för våra egna varumärken	Nästan 70 procent av produkterna tillverkas i Asien	Mer än 550 miljoner tonkilometer produkter transporteras	4 700 medarbetare i sju länder	205 butiker i sex länder samt e-handel på fyra marknader	Ofta sker den största miljöpåverkan under användningsfasen	Medverkan i insamlings- och återvinningssystem
<b>FRÅGOR</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Vatten och energieffektivitet</li> <li>• Ersätta material med mer hållbara alternativ</li> <li>• Förpackningar</li> <li>• Återvinningsbarhet</li> <li>• Funktionalitet</li> <li>• Produktlivslängd</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Uppförandekod och kvalitetskrav</li> <li>• Anti-korruption och mutor</li> <li>• Mänskliga rättigheter på nya och befintliga marknader</li> <li>• Migrantarbetsituationen</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Utsläpp av CO<sub>2</sub> och energiförbrukning</li> <li>• Transporteffektivitet</li> <li>• Packningsgrad och samlastning</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Kompetensutveckling</li> <li>• Mångfald</li> <li>• Hälsa och välbefinnande</li> <li>• Unga medarbetare</li> <li>• Energieffektivitet och avfall</li> <li>• Anti-korruption och mutor</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Tillgänglighet av produkter med bra miljöprestanda</li> <li>• Information om produkter för en mer hållbar livsstil</li> <li>• Energieffektivitet i butik</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Produktlivslängd</li> <li>• Miljöpåverkan under produktlivscykeln</li> <li>• Farliga kemikalier</li> <li>• Produktsäkerhet</li> <li>• Tjänster för en mer hållbar livsstil</li> <li>• Reservdelar</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Avfall</li> <li>• Återvinning</li> <li>• Återanvändning</li> <li>• Producentansvar och insamlingsssystem</li> <li>• Kemikalier</li> </ul>
<b>VÄRDESKAPANDE</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Minskad påverkan från produkter under användning och vid återvinning</li> <li>• Relevanta och unika produkter</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Förbättrade förhållanden för leverantörer, deras anställda och familjer och det lokala samhället</li> <li>• Ökat förtroende för varumärket Clas Ohlson</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Minskade CO<sub>2</sub>-utsläpp</li> <li>• Mer kostnadseffektiva transportlösningar</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Högpresterande organisation</li> <li>• Attraherar och behåller duktiga medarbetare</li> <li>• Ökat medarbetar-engagemang</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Lojala kunder</li> <li>• Engagerade medarbetare</li> <li>• Attraktivt, unikt och relevant produkt-erbjudande</li> <li>• Minskad driftskostnad</li> <li>• Ökad information om miljöpåverkan</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Förlängd produktanvändning</li> <li>• Högt förtroende för produkter</li> <li>• Mindre avfall och ökad resurseffektivitet</li> <li>• Mindre kemikalier i miljön</li> <li>• Minskad energiförbrukning och CO<sub>2</sub>-utsläpp</li> <li>• Kostnadsbesparing</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Mindre avfall och ökad materialåtervinning</li> <li>• Mindre kemikalier i miljön</li> </ul>
<b>MÖJLIGHET ATT PÅVERKA</b>	MEDIUM	MEDIUM	MEDIUM	HÖG	HÖG	LÅG	LÅG