

# 2020/21

Hållbarhetsrapport



panduro®

# Hållbarhets- rapportens omfattning

Innehållet i denna rapport avser moderbolaget Panduro Förvaltning AB, organisationsnummer 556570-3237. Bolagen som inkluderas är Panduro Trading AB, Panduro Hobby AB Sverige, Panduro Hobby A/S Danmark, Panduro Hobby AS Norge och Popov BV. Rapporten utgör även Panduro Hobby AB:s formella hållbarhetsrapport enligt lag 2016:947 om ändring i Årsredovisningslagen 1995:1554.

Rapporten avser verksamhetsåret 2020-05-01–2021-04-30 (benämns i rapporten som 2020/21) och nyckeltalen som redovisas har inhämtats för denna period samt motsvarande period tidigare år (benämns i rapporten som 2019/20). Samtliga nyckeltal som presenteras avser endast det svenska bolaget Panduro Hobby AB, organisationsnummer 556073-6356 (om inget annat anges). Panduro Hobby A/S Danmark och Panduro Hobby AS Norge består främst av butiker med hyrda lokaler. Majoriteten av de produkter som säljs i Danmark och Norge köps in centralt från Sverige och distribueras från centrallagret i Malmö. Således är leverantörerna till dessa två dotterbolag förhandlade via det svenska moderbolaget och hanteras utifrån applicerade principer som råder där. Popov BV\*, som verkar i både Nederländerna och Belgien, har en försäljning som består till 43,5 procent av produkter som köps in från Panduro.

\*Popov BV driver butiker och e-handel under namnet Pipos.



Rickard Kemfors, Chief Executive Officer (CEO)

## CEO har ordet

**"Svaret på hållbarhet och hållbar utveckling finns i ständig förbättring och ny teknik."**

*2020 var ett underligt år. Självklart påverkades även Panduro av pandemin, som tyvärr kommer att finnas med oss även under 2021. Men pandemin har också gett oss insikter som vi kan ha nytta av i vårt hållbarhetsarbete. Vi behöver till exempel inte resa så mycket och det är en stor fördel att ha europeiska leverantörer. Faktum är att över 70 procent av Panduros inköp idag kommer från leverantörer i Europa. Detta har inneburit att Panduro inte har påverkats av de förseningar som drabbat frakter från Asien. Med andra ord har vi kunnat förse våra kunder med varor under hela året.*

*Ser vi på hållbarhet i ett globalt perspektiv har pandemin visat att vi kan se effekter ganska snabbt. Jag tänker till exempel på de storstäder som varit stängda, där luft och sikt förbättrats omgående. Men över tid kan vi såklart inte skapa en hållbar utveckling genom att stänga ner eller hejda förändringarna i samhället. Svaret på hållbarhet och hållbar utveckling finns i ständig förbättring och ny teknik.*

*Våra förpackningar är ett bra exempel på ständig förbättring. Vi gör om, gör rätt och tänker mer hållbart. Det har gjorts mycket, men det finns förstås fortfarande mycket kvar att göra. Därför har vi som mål att alla nya artiklar under Panduros eget varumärke ska ha 100 procent återvinningsbara förpackningar senast verksamhetsåret 2022/23.*

*Vi på Panduro kan också använda oss av ny teknik, framför allt genom att anlita fraktbolag som satsar på mer hållbara transporter. Under 2021/22 kommer vi att erbjuda miljöfrakt till våra e-handelskunder. På lite längre sikt har vi även satt upp ett nytt djärvt mål:*

*2030 ska Panduro endast utföra och köpa fossilfria transporter – det är möjligt tack vare ny teknik.*

Rickard Kemfors

# Innehåll

<b>Om Panduro</b> .....	4
Försäljningskanaler.....	5
Varumärken.....	6
<b>Hållbarhetsstrategi</b> .....	7
Vårt ansvar.....	7
Startpunkten för vår hållbarhetsstrategi.....	7
Våra fyra utvalda Globala mål.....	8
Vårt bidrag till de Globala målen.....	10
<b>Värdekedja och intressenter</b> .....	13
Hållbarhetsrisker.....	14
<b>Miljö och sortiment</b> .....	17
Miljöledningssystem och energiarbete.....	17
Transport och logistik.....	18
Miljösamarbete med leverantörer.....	19
Förpackningar och materialval.....	19
Säkra produkter.....	20
Hållbart sortiment.....	21
Etisk djurhållning.....	21
<b>Socialt ansvar</b> .....	22
Vår uppförandekod – Code of Conduct.....	22
Mänskliga rättigheter.....	22
Diskriminering.....	22
Motverkande av korruption.....	22
<b>Medarbetare</b> .....	23
Mångfald och jämställdhet.....	23
Anpassningar till följd av pandemin.....	24
Våra grundvärderingar – Core Values.....	25
Utbildning och vidareutveckling.....	25
<b>Samarbeten</b> .....	26
SOS Barnbyar.....	26
Louisiana Museum of Modern Art.....	27
Henie Onstad Kunstsenter.....	27
Bilaga I – Väsentlighetsanalys.....	28

Vårt ansvar  
Sida 7



Förpackningar - sida 19

CMO Philip Mossinger  
om hur kunderna  
får ta del av  
hållbarhetsarbetet  
Sida 17

Våra viktigaste  
målsättningar  
Sida 10-12



Medarbetare - sida 23-25

## Hållbarhetsarbetet på Panduro

Hållbarhetsarbetet samordnas av miljö- & produktsäkerhetsavdelningen på Panduro. Hållbarhetsrapporten för verksamhetsåret 2020/21 har sammanställts av medarbetare från olika avdelningar på Panduros huvudkontor i Malmö.

Bilder: Bli Studio AB om inget annat anges.

# Om Panduro

Vi erbjuder artiklar som utvecklar både barns och vuxnas kreativitet genom inspiration och idéer. Våra produkters kvalitet, vårt sociala ansvar och vårt miljöarbete ska göra att alla kunder, medarbetare, leverantörer och andra intressenter känner förtroende för oss.

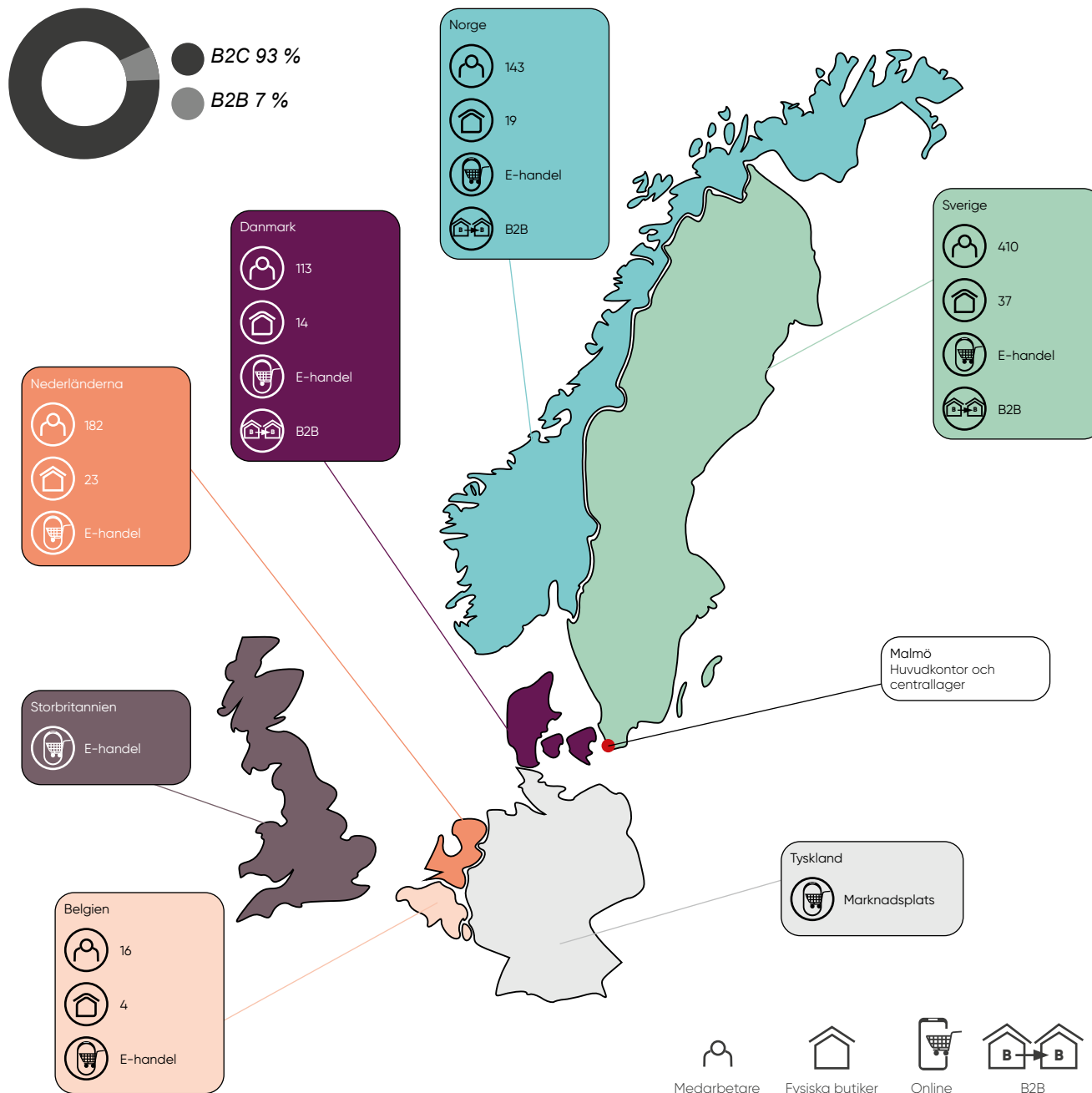
Panduro grundades 1954 av Carlo Panduro i Danmark och är än idag ett familjeägt företag. Sedan 1962 ligger huvudkontoret i Malmö. Numera är Panduro en marknadsledande hobbykoncern med kunder på sju marknader, knappt 900 medarbetare och en omsättning om cirka 925 miljoner kronor (2019/20 cirka 854 miljoner kronor). Vårt sortiment med hobbymaterial och kreativa varor består av både egenutvecklade produkter och produkter från andra varumärken. Vi arbetar med externa samarbetspartner för tillverkning av produkterna inom våra egna varumärken.

## Vision

Panduro ska vara det självklara valet för lek, pyssel och skapande i Skandinavien.

## Affärsidé

Att erbjuda ett prisvärt och hållbart sortiment för skapande och lek på den skandinaviska marknaden.



## Försäljningskanaler

Den övervägande delen av vår försäljning sker direkt till konsumenter via våra egna 60 fysiska butiker och e-handel i sex länder (se sida 4). Under 2020/21 har vår e-handel vuxit med en nyetablerad webbutik i Storbritannien och en ökad total onlineförsäljning. Pandemin har varit en bidragande faktor till ökningen eftersom fysiska butiker i flera länder periodvis har varit helt stängda och våra kunder har i större utsträckning sökt sig till vår e-handel istället för att handla i en fysisk butik. Vi säljer även varor online i Tyskland via marknadsplats.



Under senare år har vi gjort en satsning på att bredda vårt sortiment av konstnärsmaterial. 2016 förvärvades konstnärbutikens Kreatima i Stockholm och under 2020 förvärvades även IN-EX i Göteborg, vilket inneburit en ännu bredare produktportfölj för Panduro. Under det gångna året har vi även gjort en stor satsning på barns lek och kreativitet med vårt nylanserade varumärke Pando by Panduro. Vi öppnade portarna till den första fysiska Pando-butiken i november 2020.

Vår försäljning via Business to Business ökar för närvarande och vi arbetar aktivt med flera nya samarbetspartner. Målet är att nå så många slutkunder som möjligt via de kanaler där kunderna vill handla. Våra B2B-kunder består av lokala butiker och samarbeten med större detaljhandelskedjor. Vi samarbetar bland annat med *EKO Stormarknad* i Sverige där vi har etablerat Panduro shop-in-shop och vi är strategisk leverantör av kreativa produkter till kedjan *Yes! vi leker* i Norge. Vårt senaste samarbete är med bokhandelskedjan *Kon-Tur* i Danmark. Utöver dessa länder har vi även större etablerade samarbeten med B2B-kunder på Färöarna, Grönland och Island.

*Panduro shop-in-shop på EKO Stormarknad i Sundsvall som invigdes under våren 2021. Totalt finns Panduro på fem EKO-butiker runt om i Sverige och det finns även planer på att öppna fler under det kommande året.*



**Thomas Panduro**  
B2B Director

### **Hur har det senaste året sett ut för Panduros B2B-verksamhet?**

*Våra kreativa produkter är efterfrågade och det syns även i våra försäljnings-siffror för B2B. Under året med pandemin har vi livesänt våra presentationer av sortimentet digitalt för våra kunder. Det är positivt nu när vi inte kan resa att den här möjligheten finns, även om vi såklart saknar att träffa våra kunder. Livestreaming har helt klart kommit för att stanna, men vi kommer säkert anordna en årlig mässa igen när det blir möjligt.*

## Varumärken

# panduro®

### Panduro – Länge leve fantasin!

På Panduro tror vi på att människor mår bra av kreativt skapande. Självklart kan alla skapa och allt som krävs är lite fantasi. Vi drivs av att locka fram den fantasin och sätta fart på skaparglädjen hos både stora och små. I vårt breda sortiment finns material och verktyg till alla tänkbara och otänkbara pyssel, handarbeten, DIY-projekt och återbruk. En mängd hobbyprodukter av hög kvalitet och massor av inspiration för allt du vill skapa med dina händer.

# Kreatima

by panduro

### Kreatima – Konstnärsmaterial sedan 1940

På Kreatima står det konstnärliga skapandet i fokus. Med gedigen erfarenhet och konstnärs-material av hög kvalitet gör vi det möjligt för såväl professionella konstnärer som hobbyentusiaster att utvecklas och förverkliga sina kreativa idéer. Allt vi gör kretsar kring konstnärskap. Det är vår drivkraft, vår kunskap och vår passion.

# Pando

by panduro

### Pando – Här leker livet!

Den fantastiskt gränslösa, underbara leken är ett måste när barn ska utforska världen. Hos Pando hittar du därför produkter och leksaker som utvecklar barnens lek och uppmuntrar deras kreativitet. De kan förklara, förundra och sätta full fart på fantasin. Leken är liksom nyckeln som låser upp den där underbara och fantasifulla platsen där allt är möjligt. Sortimentet håller självklart hög kvalitet och är både noga utvalt och kontrollerat för barn.

# pipoos

### Pipoos – Maak plezier!\*

På Pipoos brinner vi för kreativitet och att göra saker för hand. Här finns ett brett sortiment av hobbyprodukter för allt det du vill skapa och pyssla, rita och måla, virka och sticka, pärla och baka. Allt du kan tänka dig som väcker kreativiteten till liv hos både barn och vuxna. Vi är alltid redo att inspirera dig med nya kreativa idéer och trender. Hos oss får du expertråd och hittar tydliga instruktioner som hjälper dig att komma igång med ditt nästa hobbyprojekt.

\*Ha så kull!



**Kirsten Hjalmsrud**  
Project Manager

### **Vad är tanken bakom Panduros nya koncept Pando?**

*På Pando kretsar allt kring barns kreativitet. Ett besök är en upplevelse och här får man måla, kladda, pyssla, bygga och leka. Pando är ingen vanlig leksaksbutik, men det är heller ingen vanlig Panduro-butik. Syftet med Pando är att skapa ett kreativt universum som både är roligt och lärorikt på samma gång.*

*Sortimentet består av Panduros barnprodukter som vi har byggt vidare på. Vi är väldigt noga med vilka produkter som väljs in, både vad gäller hur de främjar barnens utveckling men också ifråga om säkerhet, miljö och tillverkning. Många av leverantörerna använder till exempel bioplast, återvunnet material, miljömärkt färg och FSC®-certifierat trä. Detta hållbarhetsfokus är superviktigt för oss!*

# Hållbarhetsstrategi

## Vårt ansvar

Vi brinner för kreativitet. Det är det som vi vill föra vidare till kommande generationer och därför ser vi vårt ansvar i att skapa en hållbar framtid för de som kommer efter oss. Vi vill vara det hållbara alternativet i vår bransch och då måste vi ha ett öra mot våra medvetna kunder och ett öra mot vår omvärld. För att det ska bli verklighet jobbar vi för att säkra hållbarhet i alla led. Det omfattar allt från val av produkter och produktion till det som händer efter att produkterna har lämnat Panduro och den relation vi har med våra leverantörer och medarbetare under resans gång. Här innefattas en rad olika faktorer, bland annat utmaningar som rör klimat, mänskliga rättigheter och motverkande av korruption.

I vårt sortiment finns mängder av produkter som kan användas för att ge gamla produkter en andra chans. Det är något som vi också vill uppmuntra våra kunder att göra – att återbruka mer. Under de senaste åren har återbruk blivit en stor del av Panduro och vi försöker på olika sätt hjälpa och inspirera våra kunder till att öka livslängden för gamla produkter och material. Här ser vi en möjlighet att vara med och påverka utvecklingen mot en mer hållbar och kreativ framtid.

Vi ser kreativitet som en viktig beståndsdel i livet och med den här rapporten vill vi visa för dig som läser hur vi arbetar för att nå vår hållbarhetsvision: *Att skapa en fantasifull och kreativ framtid för kommande generationer.*

## Startpunkten för vår hållbarhetsstrategi

För att konkretisera våra hållbarhetsrisker och möjligheter har vi utgått från FN:s Agenda 2030 och dess 17 Globala mål för hållbar utveckling (Globala målen). Med utgångspunkt i de Globala målen har vi tagit fram en väsentlighetsanalys (se bilaga I). Under 2020 har vi också genomfört två undersökningar: en varumärkesundersökning i Sverige och Danmark (planeras för Norge i 2021) och en kundundersökning i Sverige, Danmark och Norge. Båda undersökningarna omfattade frågor som rör mer än bara miljö, hållbarhet och socialt ansvar, men resultaten ger en viktig förståelse för hur Panduro uppfattas ur ett hållbarhetsperspektiv.

Både varumärkesundersökningen och kundundersökningen visar att nästan 70 procent av deltagarna anser att Panduro möter deras förväntningar när det kommer till miljöansvar. Gällande det sociala ansvaret svarade 62 procent i Sverige och 70 procent i Danmark att vi som företag möter deras förväntningar. Majoriteten av deltagarna vill att våra produkter är hållbart producerade och håller bra kvalitet så att man som kund får mer valuta för sina pengar. Undersökningarna indikerar också att de viktigaste hållbarhetsaspekterna för våra kunder är att begränsa skadliga kemiska ämnen i våra produkter, att de sociala förhållandena hos de som tillverkar Panduros produkter är acceptabla samt att vi begränsar mängden plast i både produkter och förpackningar.

Resultaten från dessa två undersökningar kompletterar den tidigare väsentlighetsanalysen och utifrån dessa insikter har vi utformat en hållbarhetsstrategi med fyra hållbarhetsmål som vi bedömer som mest relevanta för oss på Panduro.

Hållbarhetsstrategin ska under kommande år användas som en riktlinje för hur vi gemensamt ska arbeta med hållbarhet för att nå hållbarhetsvisionen om en fantasifull och kreativ framtid.

Bland de 17 Globala målen har vi bedömt följande fyra hållbarhetsmål som mest relevanta för oss på Panduro:

**Mål 12:**  
*Hållbar konsumtion och produktion*

**Mål 8:**  
*Anständiga arbetsvillkor och ekonomisk tillväxt*

**Mål 13:**  
*Bekämpa klimatförändringarna*

**Mål 3:**  
*Hälsa och välbefinnande*



FN:s utvecklingsprogram Agenda 2030:  
17 Globala mål för hållbar utveckling.

## Våra fyra utvalda Globala mål



12 HÅLLBAR  
KONSUMTION OCH  
PRODUKTION



### Mål 12: Hållbar konsumtion och produktion

Vi anser att det är viktigt att tillverkningen av våra produkter sker på ett sätt som minimerar den negativa påverkan på människor och miljö. Vi vill även öka kunskapen kring återbruk och erbjuder därför ett brett sortiment av produkter som kan förlänga livscykeln hos andra produkter. Det är även viktigt för oss att minimera mängden skadliga kemikalier i våra produkter och säkerställa att de är säkra för användaren.

**Fokusområden:**

*Erbjuda säkra och hållbara produkter*

*Främja cirkulär ekonomi*



8 ANSTÄNDIGA  
ARBETSVILLKOR  
OCH EKONOMISK  
TILLVÄXT



### Mål 8: Anständiga arbetsvillkor och ekonomisk tillväxt

Vi värnar om arbetstagarens rättigheter och vill främja en säker arbetsmiljö. För att säkerställa anständiga arbetsvillkor vid tillverkningen av våra produkter är det viktigt att utveckla långvariga affärsrelationer med ansvarsfulla leverantörer. Anständigt arbete och lika lön för likvärdigt arbete är grundläggande värderingar hos oss. Varje år erbjuder vi praktikplatser samt arbetsträning för långtidssjukskrivna.

**Fokusområden:**

*Samarbeta med ansvarsfulla leverantörer*

*Vara en attraktiv arbetsgivare*





13 BEKÄMPA KLIMAT-  
FÖRÄNDRINGARNA



3 GOD HÄLSA OCH  
VÄLBEFINNANDE



### Mål 13: Bekämpa klimatförändringarna

Genom vårt miljöledningssystem arbetar vi ständigt för att förbättra vårt miljöarbete och utbilda våra medarbetare inom området. Vi arbetar bland annat med att minska klimatpåverkan från inkommande transporter från leverantörer och utgående transporter till butiker och kunder. Vi arbetar även med att bli mer energieffektiva i vår egen verksamhet genom bland annat byte av belysning.

#### **Fokusområden:**

*Minska klimatpåverkan från våra transporter*

*Minska klimatpåverkan från den egna verksamheten*

### Mål 3: Hälsa och välbefinnande

Människor mår bra av kreativt skapande. Kreativitet kan främja utveckling av fantasin och förmågan att tänka lösningsorienterat. Att skapa med händerna upplevs också av många som stressreducerande.

#### **Fokusområden:**

*Inspirera till kreativitet för att främja mental hälsa*

*Utveckla våra samarbeten*

## Vårt bidrag till de Globala målen

Här har vi samlat de viktigaste målsättningarna som vi arbetat med för att kunna bidra till de Globala målen. Därefter följer en beskrivning av hur arbetet har gått under det senaste verksamhetsåret samt avslutningsvis vilka målsättningar vi har satt för de kommande åren.

### Våra målsättningar för 2020/21

1

#### Vidareutveckla arbetet med vår Code of Conduct

**Delmål:**

År 2020/21 ska alla leverantörer ha skrivit under vår Code of Conduct.

**Delmål:**

År 2020/21 ska ett system för uppföljning av vår Code of Conduct vara utarbetat.



2

#### Öka andelen material-återvinningsbara förpackningar och de som tillverkas av återvunnen råvara

**Delmål:**

År 2020/21 ska andelen materialåtervinningsbara förpackningar i sortimentet vara kartlagda.



3

#### Minska klimatpåverkan från transporter

**Delmål:**

År 2020/21 ska våra växthusgasutsläpp från transporter ha minskat med 20 procent jämfört med år 2017.

**Delmål:**

År 2020/21 ska antalet pallar levererade till våra butiker i Sverige, Norge och Danmark ha minskat med 30 procent jämfört med år 2017.



# Vårt bidrag till de Globala målen

Resultat av målsättningar 2020/21

1

## Vidareutveckla arbetet med vår Code of Conduct

År 2020/21 ska alla leverantörer ha skrivit under vår Code of Conduct.

2019/20: **78 %**

2020/21: **93 %**



År 2020/21 ska ett system för uppföljning av vår Code of Conduct vara utarbetat.



*Uppföljningen fortgår och en ny målsättning har tagits fram för det fortsatta arbetet.*



2

## Öka andelen materialåtervinningsbara förpackningar och de som tillverkas av återvunnen råvara

År 2020/21 ska andelen materialåtervinningsbara förpackningar i sortimentet vara kartlagda.

Plastförpackningar:  
**46 %** är materialåtervinningsbara

Pappersförpackningar:  
**87 %** är materialåtervinningsbara



3

## Minska klimatpåverkan från transporter

År 2020/21 ska våra växthusgasutsläpp från transporter\* ha minskat med 20 procent jämfört med år 2017.

2019/20: **+4,85 %**

2020/21: **-1,62 %**



*De främsta orsakerna till detta är vår ökande försäljning och förändringen av våra kunders köpbeteende till att göra mer köp via vår e-handel.*

År 2020/21 ska antalet pallar levererade till våra butiker i Sverige, Norge och Danmark ha minskat med 30 procent jämfört med år 2017.

2019/20: **-21 %**

2020/21: **-28 %**



\*Inkluderar transporter av produkter från tillverkning i fabrik till Panduros centrallager samt vidare från centrallagret till koncernens egna butiker och e-handelskunder (exklusive Pipos e-handelskunder). För mer information om vårt arbete med att försöka minska klimatpåverkan från transporter se sida 18.

## Vårt bidrag till de Globala målen

För att kunna arbeta mer fokuserat och långsiktigt med hållbarhetsfrågorna har vi under våren 2021 definierat ett antal nya mål för att driva vårt hållbarhetsarbete framåt.

### Målsättningar för de kommande åren

1

#### Vidareutveckla arbetet med vår Code of Conduct

**Delmål:**

År 2021/22 ska ett system för uppföljning av vår Code of Conduct vara utarbetat och implementerat.



2

#### Införa mer effektiva och hållbara förpackningar i vår värdekedja

**Delmål:**

Minska mängden förpackningsmaterial i värdekedjan.

**Delmål:**

Alla nya förpackningar till våra egna varumärken ska vara återvinningsbara från och med 2022/23.

**Delmål:**

Alla förpackningar till våra egna varumärken ska vara återvinningsbara år 2025/26.



3

#### Endast utföra och köpa fossilfria transporter senast år 2030

**Delmål:**

År 2021/22 ska vi erbjuda miljöfrakt till e-handelskunder i Sverige, Danmark och Norge.

**Delmål:**

Erbjudna leveranssätt till konsument ska årligen uppdateras med fler miljöfraktsalternativ.

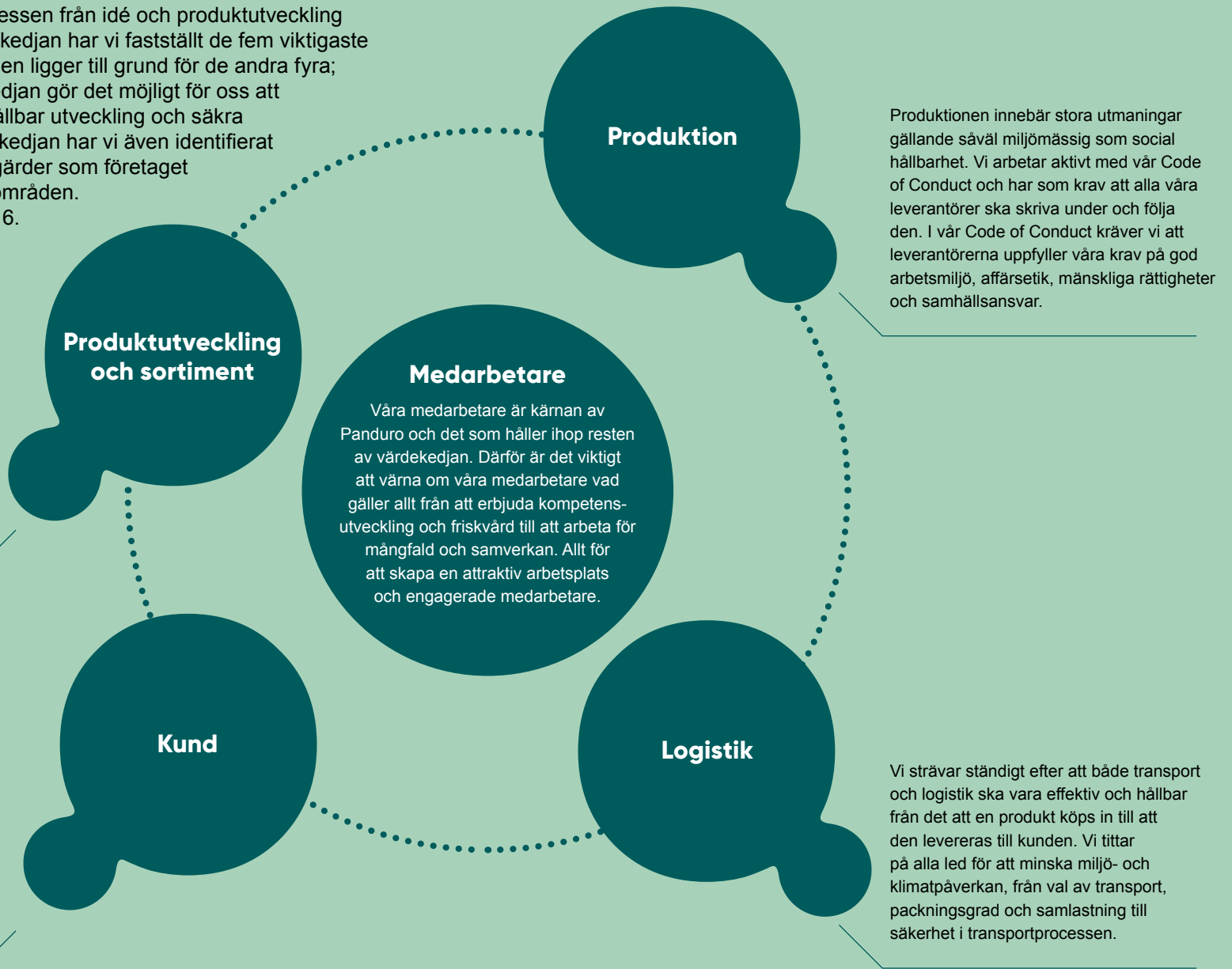


## Värdekedja och intressenter

Panduros viktigaste intressenter är våra kunder, medarbetare och leverantörer. Panduros värdekedja följer hela processen från idé och produktutveckling till färdigt sortiment mot kund. I värdekedjan har vi fastställt de fem viktigaste beståndsdelarna i verksamheten där en ligger till grund för de andra fyra; nämligen våra medarbetare. Värdekedjan gör det möjligt för oss att undersöka hur vi kan arbeta för en hållbar utveckling och säkra vårt sortiment i alla led. Utifrån värdekedjan har vi även identifierat risker samt de policyer och övriga åtgärder som företaget tillämpar inom våra olika hållbarhetsområden. Denna översikt hittar du på sida 14–16.







På Panduro erbjuder vi ett brett sortiment av produkter, vilket innebär många hållbarhetsaspekter att ta hänsyn till. Vi arbetar kontinuerligt med att säkerställa materialval, kvalitet och säkerhet hos våra produkter. Detta omfattar även att se över hur vi förpackar våra produkter samt hur vi kan erbjuda ett sortiment för en hållbar livsstil.







För oss är det viktigt att alltid kommunicera med våra kunder på ett ansvarsfullt, passande och korrekt sätt. Det gäller oavsett var, när eller hur vi möter kunden. Men vårt ansvar slutar inte då en kund har lämnat vår butik. Panduro strävar även efter att öka kunskapen kring återbruk, produkthantering och återvinning efter att kunden har gjort sitt köp. På det här sättet vill vi skapa en kundnöjdhet som håller i generationer.








## Hållbarhetsrisker

För att identifiera våra hållbarhetsrisker har vi utgått från värdekedjan och väsentlighetsanalysen. I tabellen nedan listas de hållbarhetsrisker som är mest väsentliga i relation till vår verksamhet. Översikten visar också vilka åtgärder och styrdokument som vi har implementerat för att kunna hantera dessa risker. Alla dessa risker är kopplade till en eller flera av de Globala målen och i tabellen visas det mål som bedömts vara mest relevant.

Hållbarhetsrisker	Globalt mål	Del av värdekedjan	Åtgärder	Styrdokument
<b>Miljö och sortiment</b>				
<b>Begränsade naturresurser</b>		Hela värdekedjan	Medvetna val av material i produkter och förpackningar. Arbete med att förbättra våra förpackningar ur återvinningssynpunkt. Erbjuder ett sortiment som främjar återbruk och reparation.	Internt fokus: Miljö- och ansvarspolicy, förpackningsguide. Externt fokus: Code of Conduct, Transportation, Retail and Consumer Packaging Guideline for Suppliers.
<b>Utsläpp</b>		Produktion, Logistik, Medarbetare	Uppföljning av transportutsläpp. Bevakning av returflöden. Arbete med samlastning och packningsgrad.	Internt fokus: Miljö- och ansvarspolicy, bilförmånspolicy, resepolicy. Externt fokus: Code of Conduct, Shipping Information and Packing Guideline.
<b>Energiförbrukning</b>		Hela värdekedjan	Uppföljning av energiförbrukning via energikartläggning på huvudkontor och i butik. Medvetna val av energikällor. Byte av belysning i butik.	Internt fokus: Miljö- och ansvarspolicy. Externt fokus: Code of Conduct.
<b>Vattenanvändning</b>		Produktion, Produktutveckling och sortiment, Medarbetare	Panduro är kranmärkt, vi serverar endast kranvatten och inget flaskvatten i verksamheten.	Internt fokus: Miljö- och ansvarspolicy. Externt fokus: Code of Conduct.
<b>Djuretiskt hållbar produktion</b>		Produktion	Alla leverantörer inom relevanta produktkategorier ska ha signerat Panduros djurhållningspolicy.	Externt fokus: Panduro Animal Welfare Policy.
<b>Produktsäkerhet och kemikalieanvändning</b>		Produktutveckling och sortiment, Produktion, Kund	Kravställningsdokument till leverantörer. Kontroll av produkter genom tester, analyser och riskbedömning av innehåll.	Internt fokus: Miljö- och ansvarspolicy, rutin för produktkontroll. Externt fokus: Code of Conduct, kravställningsdokument för olika produktkategorier.

Hållbarhetsrisker	Globalt mål	Del av värdekedjan	Åtgärder	Styrdokument
<b>Miljö och sortiment</b>				
Produktkvalitet		Produktutveckling och sortiment, Produktion	Fysisk kontroll av produkter och produktprover.	Internt fokus: Miljö- och ansvarspolicy, rutin för produktkontroll.
Avfallshantering		Hela värdekedjan	Uppföljning av avfallsmängder från huvudkontor och lager. Information om avfallshantering av förpackningar och produkter till kunder.	Internt fokus: Miljö- och ansvarspolicy, rutin för avfallshantering. Extern fokus: Code of Conduct.
<b>Sociala förhållanden och medarbetare</b>				
Löner		Produktion, Logistik, Medarbetare	Avtalsenliga löner som utbetalas regelbundet och i tid till alla Panduros medarbetare. Kontinuerligt arbete för jämställda löner. Leverantörer ska säkerställa acceptabla arbetsvillkor, löner och rättigheter för sina anställda.	Internt fokus: Personalhandbok, mångfaldspolicy, arbetsmiljöpolicy, Core Values. Extern fokus: Code of Conduct.
Hälsa och säkerhet		Produktion, Logistik, Medarbetare	Panduros systematiska arbetsmiljöarbete. Avtal för företagshälsovård, terminalglasögon samt träningskort via friskvårdsbidrag. Leverantörer ska utbilda anställda inom arbets-säkerhet.	
Övertid		Produktion, Logistik, Medarbetare	Panduros medarbetare ska arbeta utifrån nationell lagstiftning och gällande kollektivavtal. Leverantörer ska säkerställa att arbetstimmar och övertid inte överstiger riktlinjerna i Code of Conduct.	
Inflytande		Produktion, Medarbetare	Panduros medarbetare och anställda hos leverantörer ska ha frihet att bilda och vara medlem i en fackförening och att förhandla med arbetsgivaren enligt nationell lagstiftning.	

Hållbarhetsrisker	Globalt mål	Del av värdekedjan	Åtgärder	Styrdokument
<b>Respekt för mänskliga rättigheter</b>				
<b>Barn- och tvångsarbete</b>		Produktion	Leverantörer ska säkerställa att inga barn utsätts för potentiellt skadligt eller farligt arbete. Leverantörer ska säkerställa att inget tvångsarbete förekommer.	Internt fokus: Personalhandbok, policy för visseblåsning. Externt fokus: Code of Conduct.
<b>Unga arbetare</b>		Produktion, Medarbetare	Alla Panduros medarbetare samt anställda hos leverantörer i åldern 15–18 år ska behandlas med hänsyn till sin unga ålder. Begränsningar av arbets- och övertid bör särskilt respekteras för unga medarbetare.	Internt fokus: Personalhandbok, policy för visseblåsning. Externt fokus: Code of Conduct.
<b>Disciplinära åtgärder</b>		Produktion, Medarbetare	Alla Panduros medarbetare samt anställda hos leverantörer ska behandlas med respekt och värdighet. Medarbetare ska under inga omständigheter utsättas för några former av fysisk, sexuell eller psykisk bestraffning eller trakasserier.	Internt fokus: Personalhandbok, policy för visseblåsning. Externt fokus: Code of Conduct.
<b>Diskriminering</b>		Produktion, Medarbetare	Varken Panduros medarbetare eller anställda hos leverantörer får utsättas för diskriminering på grund av etnicitet, kön, religion, politiska värderingar, nationalitet, social bakgrund eller annan jämförbar orsak.	Internt fokus: Mångfaldspolicy. Externt fokus: Code of Conduct.
<b>Motverkande av korruption</b>				
<b>Korruption, otillbörlig belöning och mutor</b>		Produktion, Logistik, Medarbetare	För medarbetare och leverantörer är det inte tillåtet att erbjuda, begära eller ta emot en otillbörlig belöning i anslutning till Panduros verksamhet.	Internt fokus: Policy mot mutor och bestickning. Externt fokus: Code of Conduct.



# Miljö och sortiment

## Miljöledningssystem och energiarbete

På vårt huvudkontor och centrallager i Malmö har vi ett miljöledningssystem som har varit certifierat enligt ISO 14001 sedan 2006. Detta innebär att vi ständigt utvecklar och förbättrar vårt miljöarbete och sätter upp mätbara mål. Systemet medför att vi har en rad dokumenterade policyer och rutiner som berör miljöfrågor. De mest centrala är vår miljö- och ansvarspolicy, djurhållningspolicy (Animal Welfare Policy) samt vår resepolicy. Ledningssystemet hjälper oss att ha ett tydligt dokumenterat lagefterlevnadsarbete inom miljöområdet. Certifieringen innebär att vårt miljöarbete årligen blir granskat av såväl interna revisorer som av en extern revisor. Dessa granskningsprocesser bidrar till att säkerställa att vi ständigt förbättrar vårt miljöarbete.

Utöver de mål som tidigare har redovisats på sida 10–12 har vi även mål gällande vår kommunikation om miljö och hållbarhet ut mot kunderna. Våra kunder och medarbetare blir mer och mer miljömedvetna, vilket vi är lyhörda för. Vi får regelbundet in frågor och tips om förbättringar inom miljöområdet från både kunder och medarbetare. Genom ett utarbetat system för att dokumentera dessa viktiga synpunkter är de med och bidrar till en ständig förbättring av vårt hållbarhetsarbete.

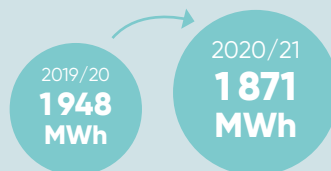
Under våren 2021 inleddes en andra omgång av energikartläggning hos oss på Panduro. Det innebär att en certifierad energikartläggare genomför en kartläggning av energianvändningen i vår verksamhet i Sverige. Den första kartläggningen genomfördes under 2017 och 2018. Den resulterade i en rapport med en rad åtgärder som skulle kunna göras för att minska vår energianvändning.

Åtgärderna varierar i omfattning och kräver större eller mindre investeringar för att kunna verkställas. Hittills har vi bland annat gjort justering av värme och ventilation på vårt huvudkontor och centrallager. Vi arbetar även med att kontinuerligt ersätta all belysning i våra butiker med ett mer energieffektivt alternativ. Inom kort kommer vi att genomföra ett byte av belysningen på vårt centrallager. Till vårt huvudkontor och centrallager köper vi in all el från vindkraft. Detsamma gäller i alla svenska butiker där vi har egna elavtal.

Under 2021 genomförs en större ombyggnation av vårt huvudkontor och våra personalutrymmen till centrallagret. Ombyggnationer innebär såklart alltid en påverkan på miljön och för att begränsa detta har vi bland annat återanvänt en del material och möbler. Dessutom har avtal slutits för inköp av en andel återbrukade kontorsmöbler. Vid ombyggnationen finns det även planer på att installera laddstolpar för elbilar.

### Energianvändning

Statistiken avser energianvändningen på vårt huvudkontor och centrallager.



**Philip Mossinger**  
Chief Marketing Officer (CMO)

### Hur bidrar du och ditt team till Panduros hållbarhetsarbete?

Det ligger ett stort ansvar på mig och marketsteamet att bidra till och driva kommunikationen kring det fina hållbarhetsarbete som vi på Panduro gör. Vi gör mycket mer idag än vad våra kunder kanske vet om och det finns så mycket spännande vi vill berätta om. Det gäller för oss att hitta en bra balans i den kommunikationen för att både informera och inspirera kring hållbarhet och kreativitet. Under det senaste året med pandemin har vi till exempel satsat på att köra livesändningar via Facebook, där vi visat pyssel och kreativa idéer när många har varit isolerade hemma.



## Transport och logistik

Klimatkrisen är en global hållbarhetsutmaning och vi på Panduro har självklart ett ansvar att göra vad vi kan för att minska utsläppen av växthusgaser. För att minska utsläppen av växthusgaser vid transport till butik har vi bland annat gjort följande:

- Optimerat mängden varor i våra leveranser.
- Anpassat kartongerna till våra butiker efter storleken på pallarna för att på så sätt minimera andelen luft och öka fyllnadsgraden på pallarna.
- Anlitat externa aktörer som sköter våra leveranser till butiker och återförsäljare för att få bättre fyllnadsgrad i lastbilarna.
- Minskat antalet leveransdagar till butik.

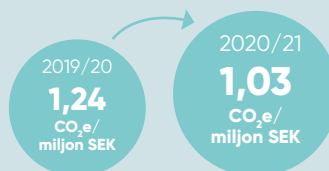
I takt med att vår e-handel vuxit har vi tagit ett strategiskt beslut att anlita en tredjepartsaktör som utför lagring och packning av våra e-handelsbeställningar. Beslutet grundar sig i att säkra en kraftigt ökad leveranskapacitet till våra e-handelskunder. Sedan augusti 2020 har vi därmed e-handelslagret

hos en tredjepartsaktör. Deras byggnad är miljöcertifierad enligt miljöbyggnad silver. Andra mycket viktiga delar i arbetet för att minska vårt koldioxidavtryck genom värdekedjan är utvärdering och uppföljning vid val av transportpartner samt att lansera fossilfria leveranssätt i vårt e-handelsflöde så fort som möjligt. Det är viktigt att kunna erbjuda våra kunder flexibla leveransalternativ med mindre miljöpåverkan i en tid där e-handeln växer och blir allt viktigare för oss.

Pandemin har inneburit extra hårt arbete tillsammans med våra leverantörer för att lösa speciella situationer och säkra leveranserna av våra produkter. Under flera års tid har vi arbetat aktivt med samlastning av leveranser av produkter som fraktas med sjöfrakt från Asien. Transport av produkter med flyg görs endast i absoluta undantagsfall. För att arbeta mer effektivt med detta framöver har vi antagit ett nytt ambitiöst mål om fossilfria transporter år 2030 (för mer information om målsättningar se sida 12).

### Utsläpp från transporter

Dessa siffror inkluderar transporter av produkter från tillverkning till Panduros centrallager samt vidare från centrallagret till koncernens egna butiker och e-handelskunder (exklusive Pipoo's e-handelskunder).\*



**Björn Johansson**

Supply Chain Director

### **Hur har Panduro anpassat sina transporter under året med en pandemi?**

När det började planeras för butiksnedstängningar och det kom rekommendationer om att undvika köpcentrum och liknande ville vi främja intresset för att handla online. Därför satte vi tidigt upp en deadline att på mindre än tre månader kunna erbjuda hemleverans till våra kunder i Sverige, Norge och Danmark. Det gjorde att vi lyckades lansera tjänsten i tid till de första nedstängningarna i slutet av mars 2020. Totalt sett är det cirka 5–25 procent av våra e-handelskunder som väljer hemleverans, men det har förstas skiljt sig åt beroende på det aktuella läget i de olika länderna.

\*Statistiken är beräknad med så kallade Well-to-Wheel-utsläpp (WtW), det vill säga utifrån ett livscykelperspektiv.



## Miljösamarbete med leverantörer

Vi bedömer våra leverantörers prestation utifrån ett system som vi kallar för Score Card. Denna leverantörsbedömning inkluderar ett brett spektrum av parametrar från pris, kvalitet och service till lagefterlevnad och dokumentationstillgänglighet. Dessutom ingår viktiga bedömningspunkter gällande miljö och sociala aspekter. Syftet är att vi ska kunna använda bedömningen vid möten med leverantören för att skapa en öppen dialog som främjar en långvarig kundrelation.



25 procent av burken till vår hobbylack är tillverkad av återvunnen plast. Det innebär att under det senaste året har nästan 1 ton fossil plast ersatts med återvunnen plast bara i dessa burkar.

## Förpackningar och materialval

För att se till att vi använder de begränsade globala naturresurserna på ett mer effektivt sätt arbetar vi med att se över materialen i våra förpackningar. Detta är ett arbete som kräver nära samarbete med våra leverantörer. Förpackningarnas främsta uppgift är att skydda produkterna under transport, men även att inspirera våra kunder till kreativt skapande. I grunden handlar arbetet mycket om att undvika icke-nödvändiga förpackningar och onödigt stora förpackningar. Vi vill att våra förpackningar ska kunna materialåtervinnas, så att de efter att kunden lämnat dem till återvinning kan användas för att tillverka nya produkter eller förpackningar.



Vi har bytt ut våra pysselrör i PVC-plast till förpackningar av kartong. Till skillnad från PVC-plasten, som är svår att återvinna, kan kartongen enkelt bli ny pappersråvara om den lämnas till insamling.

Vi vill även öka andelen av våra förpackningar som är tillverkade av återvunnen eller förnyelsebar råvara. Vi har tagit fram en guide för hur vi internt kan ta hänsyn till dessa faktorer när vi väljer och utvecklar en förpackning till en produkt. Detta innebär också att vi undviker vissa materialslag, såsom PVC, och att vi ser över hur vi använder tryck och material när vi designar våra förpackningar. Vi har även utformat en instruktion till våra leverantörer så att de ska veta vilka förpackningar som vi föredrar att de använder. Framöver kommer vi att intensifiera arbetet med att förbättra våra förpackningar i hela värdekedjan (se målen på sida 12). Det kommande året kommer vi att genomföra projekt för att förbättra våra e-handelsförpackningar och försöka minska mängden onödiga förpackningar från leverantörer.



## Säkra produkter

En viktig grundpelare i vårt arbete med att erbjuda ett hållbart sortiment är produktsäkerhet. Med vårt breda sortiment har vi på Panduro möjlighet att göra skillnad genom att göra material- och produktval som överensstämmer med våra värderingar. Vi strävar efter att leverera produkter med hög kvalitet och god pålitlighet i avseende på säkerhet, hälsa och miljö. Vi har därför dokumenterade rutiner för att säkerställa att alla produkter är säkra för både miljön och för människors hälsa. Vi arbetar med kravspecifikationer för samtliga produktkategorier i sortimentet och dessa uppdateras löpande när det sker lagändringar. Lagkrav och rekommendationer från myndigheter och branschorganisationer är våra minimikrav, därutöver tillkommer ytterligare krav som vi specificerar. Produktsäkerhetsarbetet omfattar även granskning av testrapporter och produktinnehåll. Leksaker och elektronik testas enligt speciella standarder av testinstitut för att säkerställa att de uppfyller alla lagkrav och är säkra att använda. För andra produktkategorier är kontrollen av det kemiska innehållet viktigt och exempelvis kosmetiska produkter och många kemiska produkter till barn kontrolleras och riskbedöms av externa toxikologer. Det är viktigt att produkten är anpassad till användaren och speciellt viktig är säkerheten hos produkter avsedda för barn.

### Återkallade produkter

En återkallelse sker när en myndighet anser att en produkt utgör en säkerhetsrisk, men det händer även att vi själva väljer att återkalla en produkt.

2019/20: 1 återkallad produkt

2020/21: 2 återkallade produkter

## Hållbart sortiment

Utöver produktsäkerhet är en annan viktig grundpelare i arbetet mot ett hållbart sortiment att erbjuda produkter som inspirerar till och möjliggör återbruk. Vi vill genom våra produkter och marknadsföring uppmuntra till kreativitet som leder till att förlänga andra produkters livslängd och ökar återanvändningen av material. Vår ambition är att öka vårt sortiment av produkter med hållbarhets- och miljömärkningar. Vi har till exempel Svanenmärkta färger till barn och en serie Svanenmärkt möbelfärg i sortimentet. Miljömärkningen Svanen innebär bland annat att innehållet i produkten blir granskat och godkänt av tredje part i hänsyn till dess miljöpåverkan. Framöver vill vi införa fler FSC®-märkta trä- och pappersprodukter i sortimentet. Märkningen FSC innebär att materialet som använts till produkten kommer från ansvarsfullt brukade skogar. Bland Panduros egna varumärken finns ett antal produkter som är



FSC-märkta, däribland påskägg, pappersblock och penslar, och vi arbetar för att det ska bli fler. Vi har även många produkter från andra varumärken, såsom träleksaker i Pando-sortimentet, som är märkta med FSC.

För att minska hållbarhetsriskerna kopplade till vårt sortiment arbetar vi även med att exkludera kritiska råvaror ur vissa produkter. Ett exempel på detta är att inte använda ingredienser från palmolja i en av våra tvålmassor. Aktiva val av ingredienser har även gjorts i arbetet med att lansera fler produkter av återvunnet eller biobaserat material. Kvaliteten hos våra produkter är också en viktig del i att göra sortimentet hållbart. Ibland är kvaliteten extra viktig, exempelvis när en ny möbelfärg ska lanseras. Då testar våra produktutvecklare bland annat hur väl färgen täcker och hur lätt den slits. En tuschpenna till barn måste kunna tåla att hanteras av ett ivrigt barn och då är det viktigt att spetsen inte trycks in för lätt.

## Etisk djurhållning

Vi har en Animal Welfare Policy som ställer krav på god djurhållning. Vi är medvetna om utmaningen med att följa upp kraven och därför medverkar vi i dialoger med intressenter och andra i handeln. Vi arbetar med att göra aktiva val av leverantörer och ursprung av det råmaterial som våra produkter är tillverkade av. Detta för att minska transporter, men även för att lättare kunna säkerställa god djurhållning och säker kemikalieanvändning. Av den anledningen har vi till exempel en serie vegetabiliskt garvade läderprodukter från Sverige, istället för kromgarvat läder från andra delar av världen.

*En grundläggande del i vårt hållbarhetsarbete är att erbjuda produkter som inspirerar till och gör det möjligt att återbruka samt uppmuntra våra kunder till att skapa med det de redan har hemma.*



**Mia Kann-Bongstorp**

Category Manager

### **Har pandemin haft någon inverkan på Panduros sortiment?**

*Till skillnad från många andra branscher har intresset för att skapa, pyssla och återanvända glädjande nog fått ett uppsving under pandemin. Det har givetvis gynnat oss positivt. Vi är starka i vår bredd av produkter och vi arbetar ständigt med att utveckla och förbättra sortimentet. Jag upplever att det ökade intresset under det senaste året gett oss större möjligheter i valet av sortiment. Detta har gjort att vi har vågat ta in och testa olika produkter i mindre skala via framför allt vår e-handel. Vi lever idag i en högst digital värld där många av våra kunder väljer att handla online och det har vi verkligen sett under pandemin.*

## Socialt ansvar

Vi kräver goda sociala förhållanden för alla som arbetar med att tillverka och transportera våra produkter. Vi strävar efter att säkra att produkterna tillverkas enligt en acceptabel standard för arbetsmiljö och arbets säkerhet. Under pandemin har vi i ett antal fall stöttat vissa leverantörer som har varit hårt utsatta med mycket förlorad försäljning och en tuff ekonomisk situation.

### Vår uppförandekod – Code of Conduct

På Panduro har vi en uppförandekod kallad Code of Conduct. Denna kod är det viktigaste styrdokumentet vi har för att upprätthålla goda sociala förhållanden. Vår Code of Conduct innehåller krav för leverantörer avseende löner, hälsa och säkerhet, övertidsarbete och samverkan i fackförbund för anställda.

Vi har under flera år successivt arbetat med att alla produktleverantörer ska skriva under vår Code of Conduct. Arbetet inleddes med leverantörer verksamma i de länder som bedömdes ha störst hållbarhetsrisker, exempelvis leverantörer i Asien. Därefter har vi fortsatt med att samla in signaturer från våra största produktleverantörer i Europa. Målet är att alla leverantörer ska skriva under dokumentet, även de speditörer som vi anlitar samt leverantörer som endast levererar till Popov BV. Utmaningen ligger i att faktiskt säkerställa att alla leverantörer och deras underleverantörer alltid följer kraven. Av den anledning arbetar vi med att utveckla ett system för att följa upp efterlevnaden av de krav som ställs i vår Code of Conduct (se målbeskrivning på sida 12).

## Mänskliga rättigheter

Socialt ansvar är ett grundläggande krav för hela vår verksamhet. Vi på Panduro har ansvar gentemot våra kunder för att alla produkter tillverkas under acceptabla arbetsförhållanden och med respekt för de mänskliga rättigheterna. Leverantörerna är ansvariga för att säkerställa att all tillverkning av produkterna överensstämmer med:

- FN:s konvention om mänskliga rättigheter
- FN:s konvention om barns rättigheter
- ILO:s konventioner om arbetsvillkor och rättigheter på arbetsplatsen.

Varje leverantör ansvarar också för att all dess verksamhet överensstämmer med relevant nationell lagstiftning. Vi arbetar för att ingen som är involverad i tillverkningen av våra produkter har brutit mot de mänskliga rättigheterna eller har utsatts för fysiskt eller psykiskt lidande. Kraven regleras i vår Code of Conduct.

## Diskriminering

För oss är det viktigt att anställda hos våra leverantörer inte diskrimineras på arbetsplatsen på grund av etnicitet, kön, religion, politiska åsikter, nationalitet, social bakgrund eller annan jämförbar orsak. Dessutom ska alla arbetstagare med motsvarande erfarenhet och kvalifikationer få lika lön för lika arbete. Kraven om att diskriminering inte får förekomma regleras i vår Code of Conduct som bland annat grundas på ILO-konventionerna 100 och 111.

## Motverkande av korrupktion

Genom vår verksamhet påverkar vi samhället och därför är det viktigt för oss att bedriva allt arbete med hög affärsetik. Det är inte tillåtet för medarbetare eller leverantörer att erbjuda, begära eller ta emot en otillbörlig belöning i anslutning till vår verksamhet. Vi följer därför koden om gåvor och belöningar som beskrivs av organisationen Institutet Mot Mutor. Under året har vi tagit fram en intern policy för att förtydliga för alla i företaget vad som anses vara en muta.



*Visse du att den 10 december 1948 antog FN den allmänna förklaringen om de mänskliga rättigheterna. För första gången hade världen en överenskommelse som såg alla människor som fria och lika värda.*

# Medarbetare

Panduro är ett familjeföretag och vi värnar om våra medarbetare. Vi vet att våra medarbetare måste må bra för att företaget ska må bra. Vi arbetar utifrån fastställda policyer som genomsyras av hållbarhet. Bland dessa finns vår personalhandbok, mångfaldspolicy samt arbetsmiljöpolicy. Under 2021 har ytterligare två nya policyer tillkommit som berör visseblåsning respektive mutor. För att den organisatoriska och sociala arbetsmiljön ska vara så bra som möjligt främjar vi en öppen dialog mellan chefer och medarbetare. Vi utför årliga medarbetarsamtal och arbetar tillsammans för en god arbetsmiljö. Våra medarbetares fysiska arbetsmiljö ser olika ut beroende på om de arbetar i butik, på lager eller kontor, och anpassas därefter. Vi har en utarbetad arbetsmiljöpolicy och arbetar kontinuerligt med SAM (systematiskt arbetsmiljöarbete).

Vår ambition är att genomföra medarbetarundersökningar för att följa upp hur våra medarbetare upplever Panduro som arbetsplats. För att främja detta kommer vi under 2021 införa så kallade pulsmätningar på huvudkontorets olika avdelningar. Vi arbetar även aktivt med hälsoförbättrande åtgärder. Till följd av olika nationella regler har vi avtal för företagshälsovård i Sverige och för terminalglasögon i Sverige och Norge. I Sverige erbjuder vi även friskvårdsbidrag.

## Mångfald och jämställdhet

Vår verksamhet präglas av uppfattningen om att alla har och ska tillförsäkras lika värde oavsett kön, etnisk eller religiös tillhörighet, trosuppfattning eller sexuell läggning. Vi är angelägna om att tillmötesgå önskemål som till exempel har religiös eller etnisk grund. Det är viktigt för oss att aktivt motverka alla former av trakasserier.

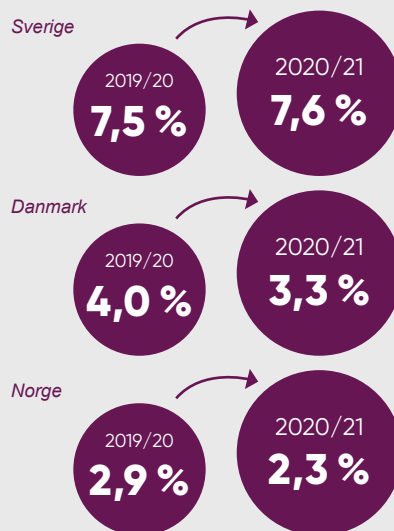
I rekryteringsarbetet är vi måna om att uppmuntra ansökningar från personer med olika bakgrund. Mångfaldsarbetet styrs genom vår mångfaldspolicy.

Vårt jämställdhetsarbete ska vara en pågående process i medarbetar- och verksamhetsutvecklingen. Jämställdhet ska finnas på agendan som ett återkommande inslag på avdelningsmöten samt tas upp som ämne i ledarskapsutbildningar.

### Sjukfrånvaro i Sverige, Danmark och Norge

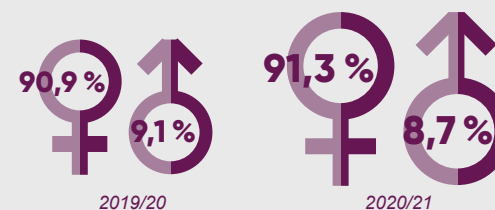
Rådande omständigheter kring utbrottet av covid-19 bidrar till förändringar i sjukfrånvaron.

På grund av olika nationella regelverk kring sjukfrånvaro skiljer sig siffrorna åt mellan länderna.



Som en del av vårt jämställdhetsarbete gällande rekrytering har vi som ambition att i de fall där kandidaterna har likvärdiga kvalifikationer, ska den kandidat av det underrepresenterade könet anställas i första hand. Vi arbetar också för att förebygga och förhindra sexuella trakasserier baserat på vår målsättning att alla ska känna sig trygga när de går till sitt jobb på Panduro.

### Sammanställningen av medarbetare i Sverige, Danmark och Norge



Sammanställning i styrelse 2020/21:

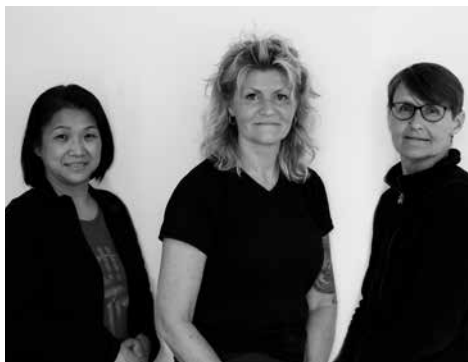
1 kvinna och 7 män

Sammanställning i ledningsgrupp 2020/21:

2 kvinnor och 5 män

## Anpassningar till följd av pandemin

Likt de flesta företag har vi påverkats av den pågående pandemin. Vi har hittat nya arbetssätt via digitala möten och anpassat verksamheten för att värna om varandra och de medarbetare som måste arbeta på plats i våra lokaler. På kontoren har de tjänstemän som kunnat arbeta hemifrån gjort det. För att minska smittspridning har arbetet planerats så att så få som möjligt är på plats på kontoren samtidigt. I våra butiker har vi följt gällande riktlinjer och vi var tidiga med att sätta upp plexiglas runt våra kassor. Våra medarbetare i butik har även utbildats i vikten av att hålla avstånd och hur de kan hjälpa våra kunder att göra detsamma.



**Winnie Wong Hew,  
Susanne Robertsson,  
Desireé Krantz**  
Lagermedarbetare

### **Hur har ni påverkats i ert arbete av den pågående pandemin?**

*Självklart har vi fått hålla mer avstånd och tänka på att inte samlas i samma gånger när vi plockar varor. Ibland får man välja en annan väg för att undvika trängsel. Det positiva är att det känns som att pandemin har gjort att vi har blivit lite mer omtänksamma om både oss själva och varandra.*



**Jenny Nylén**  
Butikschef

### **Har ni sett en förändring i kundernas behov under pandemin?**

*Vi har hjälpt kunder med att hitta och våga prova på nya kreativa saker att aktivera sig med när de måste hålla sig hemma mer. Det är också många kunder som ringer in och ber oss att lägga undan varor, så att de sen enkelt kan komma och hämta när det är som minst kunder i butiken. Det gör vi såklart gärna, och möjligheten att betala med Swish förenklar ytterligare. Det är viktigt att kunderna känner sig trygga när de besöker butiken. Sen fokuserar vi på att ge snabb och smidig service, samtidigt som vi inspirerar med nya idéer.*





Profit

Entrepreneurship



Passion

Focus



Team play

Have fun



## Våra grundvärderingar – Core Values

Med utgångspunkt i vår värdekedja samt för att samla våra medarbetare kring gemensamma värderingar och strategiska mål lanserade vi 2018 våra grundvärderingar kallade Core Values, i de skandinaviska bolagen. Under 2019 tillkom Profit som ett Core Value för att alla medarbetare, oavsett roll eller arbetsuppgifter, ska förstå hur viktig lönsamheten är i det dagliga arbetet och för verksamheten i stort.

**Profit:** We know the importance of profitability, to continuously strive towards making a profit in everything we do.

**Entrepreneurship:** We are doers, curious, eager to learn and take initiatives.

**Passion:** We are passionate about our customers, products, brands and employees.

**Focus:** We are focused and able to prioritize, make choices and decisions.

**Team play:** We stick together, show interest, share knowhow amongst colleagues and take care of each other.

**Have fun:** We celebrate success and create a good atmosphere.

Våra Core Values är en viktig del av verksamheten och utgör en gemensam plattform för vårt samarbete. Genom att vi alla bär med oss dessa Core Values i vårt arbete kan vi tillsammans uppnå såväl målet med lönsamhet som målet av att vara en attraktiv arbetsplats.

## Utbildning och vidareutveckling

Vi vill att våra medarbetare ständigt ska utvecklas och ges möjligheten att delta i utbildningar och seminarier. Som ett led i detta arbete samlar vi våra chefer till Top Management-dagar två gånger om året. Under dagarna hålls föredrag om aktuella ämnen och workshops med mål att hitta nya strategiska initiativ och uppslag till framtida affärsmöjligheter. Under dessa möten får medarbetarna också en chans att utbyta erfarenheter och idéer med varandra.

Under senare år har vi satsat stort på utbildning för butiksmedarbetare via diverse interna utbildningsfilmer i ett projekt kallat Explore Creativity. Konceptet är enkelt; medarbetarna får titta på filmer, göra utmaningar och slutligen testa sina kunskaper. Upplägget gör det möjligt för medarbetarna att snabbt uppnå en hög kunskapsnivå för att kunna ge bästa service i mötet med kunderna. Framöver kommer ytterligare filmer tas fram inom fler produktområden för att ytterligare öka kunskapen. Utöver filmer som fokuserar på olika typer av produkter och som en del av vårt systematiska arbetsmiljöarbete har vi även en film om lyftteknik för butiksmedarbetare.

# Samarbeten

## SOS Barnbyar

Vi vill att alla barn ska få växa upp i trygghet. Sedan 2014 samarbetar vi därför med SOS Barnbyar för att hjälpa barn i utsatthet runt om i världen. SOS Barnbyar är en världsomspännande barnrättsorganisation som arbetar för att ge barn en trygg, säker och kärleksfull uppväxt. Sedan samarbetet inleddes har vi tillsammans med våra kunder samlat ihop 2,4 miljoner kronor till SOS Barnbyars viktiga arbete. På grund av pandemin riskerar barn i utsatta områden att drabbas ännu hårdare. Med hjälp av vårt stöd arbetar SOS Barnbyar nu mer hängivet än någonsin för att vända den negativa utvecklingen.



Foto: Mijhail Calle



Foto: Mijhail Calle

Vi har valt att fokusera vårt bidrag till SOS Barnbyars insatser för barn och familjer i Santa Cruz i Bolivia. Bolivia är ett av Sydamerikas fattigaste länder och många barn lever i väldigt utsatta situationer. Det finns bland annat stora problem med barnarbete och barn som lever på gatan.

I barnbyn Santa Cruz Plan 4000 får barn som annars riskerade att växa upp helt ensamma, växa upp i trygghet i en familj. Barnen blir en del av en gemenskap i sitt nya hem och får gå i skolan och delta i aktiviteter. Barnbyn är integrerad i närsamhället för att göra det enklare för barnen att anpassa sig till samhället och så småningom stå på egna ben.

Inom projektet Plan 4000 driver SOS Barnbyar även familjestärkande program som riktar sig mot familjer som på grund av fattigdom, missbruk, sjukdom, dödsfall inom familjen eller andra orsaker riskerar att splittras. Plan 4000 hjälper familjerna att hålla ihop och att på sikt bli självständiga och självförsörjande. Familjerna får bland annat näringsriktig mat och grundläggande sjukvård. Barnen får också möjlighet att gå i skolan och de vuxna får hjälp med inkomstdrivande aktiviteter som hjälper dem att hitta en egen väg till självförsörjning.

Tillsammans med  
**SOS Barnbyar**  
säkrar vi barns  
nutid och framtid!

**Nordic Partner**



**SOS CHILDREN'S  
VILLAGES**

## Louisiana Museum of Modern Art

Sedan år 2000 har vi ett samarbete med Børnehuset och Louisiana Learning på Louisiana Museum of Modern Art i danska Humlebæk. Børnehuset är en del av museet där barn och ungdomar fritt kan uttrycka sin fantasi och sitt skapande. Panduro sponsrar med material, men Louisiana avgör själva vilket material som ska finnas tillhanda. Louisiana försöker anpassa aktiviteterna i Børnehuset baserat på de utställningar som är aktuella.



Foto: Louisiana



Foto: Louisiana



Foto: Louisiana

## Henie Onstad Kunstsenter

Vi sponsrar sedan 2017 också barnverksamheten Labben på Henie Onstad Kunstsenter utanför Oslo. Sponsorskapet är liknande det som för Louisiana.



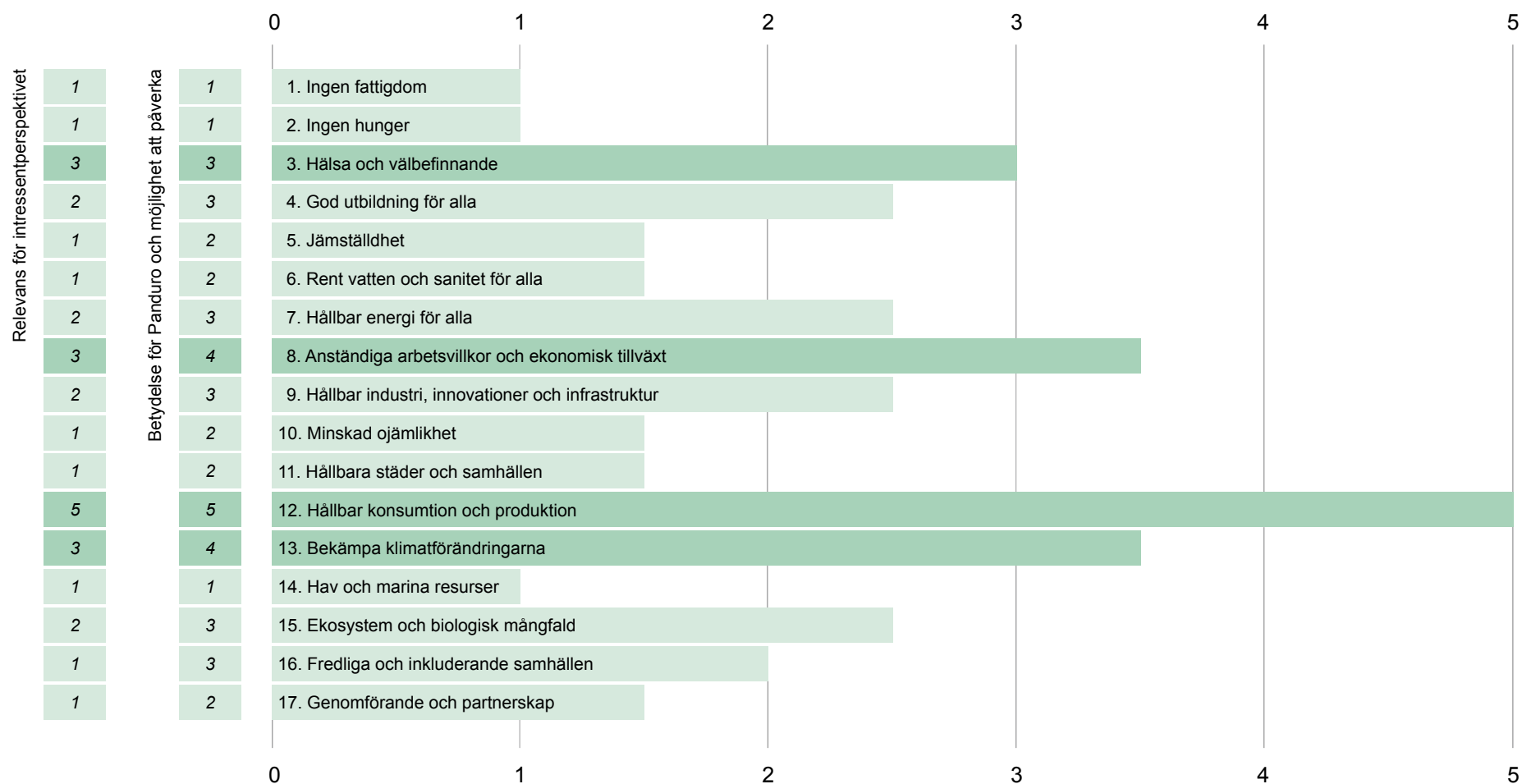
Foto: Henie Onstad



Foto: Henie Onstad

# Bilaga I – Väsentlighetsanalys

Vi har skapat en väsentlighetsanalys där Agenda 2030 och dess 17 Globala mål för hållbar utveckling ligger till grund. Syftet med analysen är att prioritera de hållbarhetsfrågor som är viktigast för företaget och våra intressenter. Analysen har gjorts med utgångspunkt i riktlinjerna från Global Reporting Initiatives (GRI). Vi har betygsatt relevansen ur ett intressentperspektiv och betydelsen för Panduro samt företagets möjlighet att påverka. Betygsättningen har gjorts utifrån en skala från 1–5, där 5 har högst relevans.





### **Revisorns yttrande avseende den lagstadgade hållbarhetsrapporten**

Till bolagstämman i Panduro Förvaltning AB,  
org.nr 556570-3237

### **Uppdrag och ansvarsfördelning**

Det är styrelsen som har ansvaret för hållbarhetsrapporten för räkenskapsåret 1 maj 2020 till 30 april 2021 och för att den är upprättad i enlighet med årsredovisningslagen.

### **Granskningens inriktning och omfattning**

Vår granskning har skett enligt FARs rekommendation RevR 12 *Revisorns yttrande om den lagstadgade hållbarhetsrapporten*. Detta innebär att vår granskning av hållbarhetsrapporten har en annan inriktning och väsentligt mindre omfattning jämfört med den inriktning och omfattning som en revision enligt International Standards on Auditing och god revisionssed i Sverige har. Vi anser att denna granskning ger oss tillräcklig grund för vårt uttalande.

### **Uttalande**

En hållbarhetsrapport har upprättats.

Malmö den 9 september 2021  
PricewaterhouseCoopers AB

Vicky Johansson  
Auktoriserad revisor