



HÅLLBARHETSREDOVISNING 2022 **net on net**

Hållbarhetsrapport

Hållbarhet är en viktig del av NetOnNets verksamhet. För att ta vårt ansvar i övergången mot en mer hållbar värld och samtidigt dra nytta av affärsmöjligheterna inom hållbarhet, är det viktigt att vi som företag tar initiativ och engagerar våra medarbetare i en gemensam ansträngning för att driva förändring.

Vår verksamhet har en påverkan på samhället och miljön, och vi strävar efter att minska den här påverkan och att ta vårt ansvar för att bidra till omställningen till ett mer hållbart samhälle. Nya affärsmöjligheter uppstår när förutsättningarna för värdeskapande förändras och vi ser det som en viktig del av vår verksamhet att ta vara på dessa möjligheter samtidigt som vi bidrar till en mer hållbar samhällsutveckling. På så sätt vill vi skapa förutsättningar för en långsiktigt positiv utveckling och bidra till att klara klimat- och hållbarhetsutmaningarna på ett hållbart och ansvarsfullt sätt.

I det här dokumentet kan du läsa mer om NetOnNets hållbarhetsarbete under 2022. Sedan april 2022 är NetOnNet del av Komplet Group, och vårt hållbarhetsarbete finns också redovisat i den Års- och hållbarhetsrapport som Komplet Group presenterade 23 mars 2023.



**Susanne
Holmström**
VD



**Kristina
Wärmare,**
Hållbarhetsansvarig
/Kommunikationschef



Så arbetar vi

Vi strävar efter att arbeta systematiskt och målinriktat genom en noggrann kartläggning av vår direkta och indirekta påverkan på vår omvärld. Våra kunder, anställda och samhället i stort förväntar sig att vi tar ett aktivt ansvar för hållbar utveckling och det är något som vi tar på stort allvar.

Bakgrunden är den samhälleliga kraftsamling som måste till för att klara klimatförändringarna och övriga hållbarhetsutmaningar. Vi har därför valt att utgå från FN:s globala mål för hållbar utveckling och använder GRI Standards metodik för att kartlägga vår påverkan och intressenter-nas viktigaste frågor.

Till grund för NetOnNets hållbarhetsarbete ligger vårt hållbarhetsramverk som är indelat i fyra områden som kopplats till FN:s globala mål. Ramverket innehåller långsiktiga målsättningar som ger oss en tydlig riktning kring vart vi ska och vad vi ska åstadkomma, utifrån vår påverkan på omvärlden. Hållbarhetsarbetet bedrivs integrerat i verksamheten där ansvaret är delegerat till de olika verksamhetsområdena. Det hålls ihop och leds av en dedikerad person som är ansvarig för respektive huvudområde inom hållbarhetsramverket och som bär ansvaret för att driva frågorna framåt. Det övergripande ansvaret bärs av vår hållbarhetsansvarige med plats i ledningsgruppen.

Ledningsgruppens ansvar och arbete inom hållbarhetsområdet är tydligt och inkluderas i företagets övergripande strategi- och affärsplanearbete. Engagemanget för hållbarhetsfrågor är stort och relaterade frågor är en viktig del av det löpande arbetet.

NetOnNets påverkan

NetOnNet är en e-handlare med en bred geografisk närvaro i Sverige och i Norge, en återförsäljare av i huvudsak hemelektronik, samt ägare av flera egna varumärken inom kategorierna hemelektronik, grill och elfordon. Vår utgångspunkt är att människor vill använda produkterna som vi säljer för att det på olika sätt underlättar vardagen och gör deras liv smidigare och enklare. Samtidigt har deras konsumtion en påverkan. Dagens linjära produktions- och konsumtionsmönster är inte hållbara och därför behöver påverkan längs hela produktens livscykel minimeras. Vår uppgift är att minimera påverkan utan att glädjen och nyttan som våra produkter ger går förlorad. Det kan också formuleras som att vi genom att minska påverkan möjliggör fortsatt konsumtion och användning av våra produkter.

Den globala hemelektronikindustrins försörjningskedja sträcker sig från utvinning av mineraler, via tillverkning och transporter till återförsäljare, kund, återvinning och till sist deponering. Längs hela kedjan finns sociala och miljömässiga risker och klimatpåverkan är stor. Elektronikindustrins försörjningskedja är den försörjningskedja som släpper ut femte mest växthusgaser i världen enligt en rapport från World Economic Forum.

Prioriterade frågor under 2022:

KONTROLL AV UNDERLEVERANTÖRER FÖR EGNA VARUMÄRKEN.

Våra factory audits är en ständigt prioriterad fråga. Under året har vi utvecklat environmental-delen i vårt protokoll för granskning av underleverantörer av våra egna varumärken och testkört denna tillsammans med ett antal utvalda leverantörer inför utrullning till samtliga under 2023.

FÖRPACKNINGSSTRATEGI.

Vi har under året arbetat igenom vår förpackningsstrategi och arbetat igenom såväl produkt- som transportemballage, med materialval och konstruktion i fokus.

LANSERING AV CIRKULÄRA AFFÄRSMODELLER.

Under 2022 har vi lanserat Hyreshyllan, vårt koncept för att hyra ut produkter på den svenska marknaden. Vi har dessutom lanserat Byt in och Begagnat på den norska marknaden.



Som en globalt sett liten återförsäljare är NetOnNets möjligheter att direkt påverka den globala försörjningskedjan liten. Vi kan dock påverka indirekt genom att säkerställa att vi väljer produkter av god kvalitet som kan användas länge. Genom kravställan och fabriksinspektioner kan vi säkerställa lika rättigheter, trygg arbetsmiljö och god affäretik i produktionsleden. Eftersom vi är en betydande aktör på våra hemmamarknader kan vi göra stor skillnad genom att möjliggöra och uppmuntra till och underlätta återbruk och återvinning. Genom att välja produkter med hög kvalitet som håller länge och för våra egna varumärken arbeta med design som möjliggör reservdelsutbyte och en ökad andel återvunnen plast och andra material i produkterna och därutöver möjliggöra nya sätt att bruka hemelektronik,

förlänger vi den genomsnittliga livslängden och minskar avtrycket.

Därutöver har handeln som sådan också påverkan. Vi har både e-handel och fysisk handel och vår totala påverkan bestäms av transporter, förpackningslösningar, våra lokaler och mängden returer och kasserade produkter.

INDEX ÅRL HÅLLBARHETSRAPPORT

Hållbarhetsrapporten omfattar NetOnNet med dess filialer, vilka är beskriva närmare i Förvaltningsberättelsen. I tabellen nedan framgår var kraven på hållbarhetsinformation utifrån ÅRL 6 kap 11§ rapporteras i denna årsredovisning.

Område	Upplysning	Sidhänvisning
Affärsmodell	NetOnNets affärsmodell och strategi.	5
Miljö och klimat	NetOnNets arbete för att minska sin påverkan på miljö och klimat.	16
Sociala förhållanden och personal	Arbetet för att trygga sociala förhållanden och arbete med personalrelaterade frågor som jämställdhet och trygga arbetsplatser.	8
Mänskliga rättigheter och anti-korruption	Åtgärder för att förhindra brott mot mänskliga rättigheter och för att motverka korruption.	8
Risker och riskhantering	NetOnNets riskhanteringsprocess är integrerad i såväl strategi som styrning av verksamheten.	19



Affärsmodell och strategi

Utnyttja styrkor för att växa

NetOnNets affärsmodell har bevisat sin förmåga att skapa nöjda kunder genom låga priser, attraktiva produkter och god service med leveransalternativ i toppklass. Detta möjliggörs av vårt lågkostnadskoncept som ger mer över till kunden. Strategin framåt är att fortsätta växa genom fokus på befintliga och nya kunders behov samt stärka vår position som lågkostnadsaktör.

Sortiment & inköp

För att garantera att vi alltid har ett relevant sortiment lyssnar vi noga på våra kunder. Vi analyserar både kvantitativa och kvalitativa data för att få insikter och för att säkerställa att vi är relevanta för våra kunder både idag och imorgon. Vår storlek gör oss till en betydelsefull partner för de viktigaste varumärkena inom hemelektronik och där det finns luckor i och därmed affärsmöjligheter på marknaden utvecklar och erbjuder vi egna varumärken. En stark inköpsorganisation med kontor i Kina, världens största producentland för hemelektronik, fungerar som möjliggörare och är en viktig del i vårt arbete med ansvarsfulla leverantörskedjor.

Affärsmodellen

Kunden som utgångspunkt

Kundens behov och önskemål är utgångspunkten för allt vi gör. För att leva upp till kundlöftet "Direkt från lagerhyllan" är vi noga med att alltid ha fokus på låga kostnader. Det ger förutsättningar för låga priser och skapar utrymme för investeringar som stärker vårt erbjudande till kunderna.

Närvaro

Vi ska finnas där kunderna behöver oss. Kunderna når oss enkelt via vår e-handel, och en stor del av kundresorna börjar idag på nätet. Kunderna vill ha snabba och flexibla leveransalternativ. Därför har vi en effektiv logistik med ett centrallager i Borås kompletterat med geografiskt utspridda Lagershopp, som dessutom fungerar som servicecenter och logistikhubbar. Det gör att vi kan leverera till en majoritet av Sveriges befolkning redan samma dag och till nästan hela befolkningen nästa dag.

Värdeskapande och påverkan i vår värdekedja

Vi skapar värde längs hela värdekedjan och arbetar systematiskt för att minimera de hållbarhetsrisker som finns. Genom täta samarbeten och egna insatser kan vi bidra till en positiv utveckling.

TILLVERKNING & INKÖP

Hemelektronik tillverkas i huvudsak i Asien och Kina, världens klart dominerande producentland för hemelektronik.

FRAKT, LAGER & DISTRIBUTION

Från tillverkarna fraktas varorna, oftast med fartyg och sedan lastbil, till vårt centrallager i Borås för vidare distribution, antingen direkt till kund eller till våra Lagershoppar. Flygtransport ska användas endast i undantagsfall.

FÖRSÄLJNING & RETURER

Våra kunder handlar på nätet eller direkt i Lagershoppen och kan returnera varor genom att antingen skicka tillbaka varorna eller lämna dem i en Lagershop.

BRUK, ÅTERBRUK & ÅTERVINNING

Hemelektronik som brukas förbrukar el, som på våra hemmamarknader i Sverige och Norge är mestadels koldioxidfri*. För produkter som inte längre används finns system i båda länderna för att omhänderta uttjänta elektronikprodukter för återvinning.

→ VÄRDESKAPANDE

Vi skapar värde genom att köpa in ett relevant sortiment av hög kvalitet från leverantörer som lever upp till högt ställda krav. För externa varumärken köper vi direkt från kända tillverkare och distributörer och ställer höga krav på både arbetsvillkor och miljöpåverkan. För våra egna varumärken samarbetar vi med cirka 165 noga utvalda leverantörer som vi systematiskt och regelbundet kontrollerar genom fysiska fabriksinspektioner.

Vi skapar värde genom att leverera snabbt till våra kunder och genom att optimera våra logistikflöden. PostNord har en inbyggd distributionscentral på vårt centrallager, vilket helt eliminerar en transportsträcka och sortering vilket medför kortare väg till slutkund och snabbare och effektivare hantering. Våra Lagershoppar fungerar som logistikhubbar för snabba leveranser eller upphämtning av varor och som vanliga butiker. Vi samarbetar med flera partners för så kallad last mile-distribution och erbjuder alltid miljövänliga alternativ om möjligt.

Genom ett tätt samarbete mellan marknad och inköp säkerställer vi att sortimentet är relevant för kunden. För att hjälpa kunderna att göra rätt val från början erbjuder vi utförlig produktinformation och kringliggande tjänster som gör att produkterna installeras korrekt. Vi bidrar positivt genom ett strukturerat arbete för att minimera osålda varor och returer, som till exempel kan bero på felköp eller reklamationer. För de varor som ändå returneras har vi en process för att erbjuda dem till försäljning..

Genom cirkulära tjänster och upplägg som bidrar till att produkter nyttjas maximalt under hela sin livslängd bidrar vi positivt genom att minska behovet av att tillverka nya produkter. Vi skapar också värde för nya kundgrupper genom att tillgängliggöra hemelektronik av hög kvalitet på nya sätt. Genom att reparera våra egna varumärken i egen regi kan vi snabbare identifiera och åtgärda eventuella kvalitetsbrister samt rationalisera försörjning av reservdelar, vilket betyder att det blir lönsamt att reparera och förlänga livslängden på fler produkter.

* Enligt Energimyndigheten var 91,9 procent av Sveriges elproduktion 2020 vattenkraft, kärnkraft, vind och sol. Resterande utgjordes av industriell kraftvärme och kraftvärme som eldar bland annat biobränslen och avfall. Enligt Olje- och Energidepartementet är 98 procent av den norska elproduktion förnybar.

→ RISK- OCH FOKUSOMRÅDEN

- Arbetsmiljö, konfliktmineraler, utsläpp och avfall i produktionsledet, korruption.
- Säkerställa efterlevnad av uppförandekod för leverantörer. Arbeta med materialval för egna varumärken.

- Klimatutsläpp från transporter, emballage, uppvärmning av lokaler.
- Optimera produktflöden och fyllnadsgrad i lastbilar och containers samt minska användning av emballage. Säkerställa god arbetsmiljö inom transport, t ex gällande arbetstid och ergonomi.

- Miljö, klimatutsläpp från transporter, utsläpp från förbrukade varor.
- Arbeta med datadrivna insikter för att minimera returer och osålda varor. Utveckla kringtjänster som ökar kundernas nytta av produkter de köpt.

- Klimat- och miljöutsläpp i försörjningskedjan, elektronikavfall.
- Utforska och utveckla affärsmodeller som förlänger produkters livslängd, till exempel hyra och leasing, inbyte och försäljning av begagnade varor samt reparation av trasiga produkter. Därutöver att fortsätta ta emot uttjänta varor och skicka till återvinning.

Vårt hållbarhetsramverk

Hållbarhet är en integrerad del i vår verksamhet och strategi. På NetOnNet finner vi glädje i utmaningar där vi måste arbeta tillsammans för att nå framgång. Det är en stor styrka i det nödvändiga förändringsarbete som vår bransch står inför. De fyra områdena i vårt hållbarhetsramverk, som

utgår ifrån FN:s globala mål för hållbar utveckling, har långsiktiga målsättningar som stärker vår affär och som ger oss en tydlig riktning kring vart vi ska och vad vi ska åstadkomma, utifrån vår påverkan på omvärlden.

ANSVARFULL AKTÖR

LÅNGSIKTIGA MÅLSÄTTNINGAR

Att verksamheten säkerställer mänskliga rättigheter, trygg arbetsmiljö, jämställdhet och god affärsetik över hela värdekedjan.

STÄRKER AFFÄREN

Att vara en bra arbetsgivare gör det lättare att attrahera och behålla kompetent personal. Goda villkor i värdekedjan är ett krav vi ställer på oss själva och våra leverantörer genom vår uppförandekod.

DIREKT PÅVERKAN



LÄS MER PÅ SIDA 8

HÅLLBARA PRODUKTER OCH PRODUKTIONSLED

LÅNGSIKTIGA MÅLSÄTTNINGAR

Att verksamhet och produktion inte har en negativ påverkan på ekologi, arbetare eller användare.

STÄRKER AFFÄREN

Hållbarhet stärker både attraktionskraften hos våra egna varumärken och motivationen hos våra medarbetare. Arbetet säkrar samtidigt våra processer för framtiden.

DIREKT PÅVERKAN



LÄS MER PÅ SIDA 11

CIRKULÄRA RESURSFLÖDEN

LÅNGSIKTIGA MÅLSÄTTNINGAR

Att verksamheten är drivande i omställningen till cirkulär ekonomi.

STÄRKER AFFÄREN

Utformande av fungerande cirkulära affärsmodeller stärker bolagets långsiktiga marknadsposition.

DIREKT PÅVERKAN



LÄS MER PÅ SIDA 13

MINSKAD KLIMATPÅVERKAN

LÅNGSIKTIGA MÅLSÄTTNINGAR

Att organisationens aktiviteter inte negativt påverkar världens förmåga att uppnå 1,5-gradersmålet.

STÄRKER AFFÄREN

Arbetet framtidssäkrar våra processer och gör oss mer attraktiva för kunder som värdesätter klimatsmarta alternativ.

DIREKT PÅVERKAN



LÄS MER PÅ SIDA 16

Ansvarsfull aktör

NetOnNet har höga ambitioner att vara en attraktiv arbetsgivare med ett högt förtroendekapital både internt och på arbetsmarknaden. Därför arbetar vi strukturerat med att säkerställa en god och trygg arbetsmiljö för alla i vår värdekedja och att vi alltid agerar etiskt som företag.

Utgångspunkten för vårt arbete är de dubbla insikterna om att våra medarbetare är vår viktigaste tillgång och att det är tillsammans som vi skapar framgång. Det är av yttersta vikt att våra medarbetare känner tillhörighet, trygghet och engagemang. Vi ska vara en arbetsplats där chefer i sina respektive roller skapar förutsättningar för anställda att lyckas och en arbetsgivare som verkar för ökad mångfald och jämställdhet. Vi är övertygade om att det är en styrka om våra medarbetare återspeglar hela samhället. Men vårt ansvar och vår ambition sträcker sig längre. Medarbetare, och även i allt större utsträckning kunder, väljer bolag som delar deras värderingar och som de därför kan känna stolthet över att vara en del av.

Våra fyra kärnvärden – enkla, nytänkande, ärliga och tillsammans – utgör grunden för våra värderingar.

Genom att leva efter våra värderingar i hela värdekedjan blir vi en arbetsgivare som våra medarbetare kan känna stolthet över. Det gör det lättare att rekrytera och behålla kompetent personal, vilket är avgörande för långsiktigt hållbar framgång, samtidigt som våra kunder vet att produkterna de köper har producerats under schyssta villkor.

Arbetsmiljö, ledarskap och rekrytering

NetOnNet hade vid utgången av 2022 719 (802) tillsvidareanställda fördelat på Sverige 645 (720), Norge 51 (59) och Kina 23 (23). Kollektivavtal tillämpas för våra svenska och norska verksamheter och i Kina följer vi lokal lagstiftning. Det minskade antalet tillsvidareanställda medarbetare kan förklaras med att vi under året har genomfört två omorganisationer. Vi har även valt att inte ersättningsrekrytera vid vakanser.

Under 2022 har vi fortsatt att arbeta med vår HR-policy, framtagen 2021. Att ha relevanta vägledande riktlinjer inom exempelvis mångfald, arbetsmiljö och droger är ett viktigt stöd i det dagliga arbetet. Vi har utbildat våra medarbetare i riktlinjerna och har genomfört workshops. Digitalisering av processer har lett till att vi kan lägga mer tid på värdeskapande arbetsuppgifter för både anställda och bolaget, och det är något vi kommer att se mer av framöver.

Ett viktigt verktyg för att skapa en god arbetsmiljö är ett gott ledarskap. På NetOnNet är ledarskapet relationsbaserat och insiktsdrivet. Det innebär att ledare ska bygga relationer med sina medarbetare genom att vara lyhörda och värna deras välmående. Detta kompletteras med insikter från temperaturmätningar där anställda en gång i veckan får frågor om hur de upplever sitt arbete. Eftersom ledarskapsfrågor är viktiga för oss har vi

regelbundna Ledarforum där vi samlar ledare för att diskutera aktuella ämnen. Under 2022 var den digitala förändringen och hur vi leder i en hybrid arbetsmiljö ett återkommande ämne, men även generellt de organisationsförändringar som NetOnNet har genomgått under året.

Kontinuerlig kompetensutveckling är viktigt för NetOnNet. Under året har vi fortsatt vårt arbete med kompetensutveckling genom den digitala läroplattform som implementerades 2021. Här får våra anställda tillgång till en digital kurskatalog som vi ständigt utökar med nya utbildningar. Här finns bland annat vår digitala onboarding, utbildningar och här kan vi genomföra digitala föreläsningar mm. Vi arbetar även med att följa upp kompetensutveckling. På NetOnNet har vi en samtalscykel som möjliggör detta. Vi genomför årligen flera samtal; relationssamtal med fokus på arbetssituation och målsamtal med fokus på mål och utveckling där en utvecklingsplan samt minst ett kompetensutvecklingsmål ska tas fram.

Som ett led i vårt jämställdhetsarbete uppdaterade vi vår rekryteringsriktlinje under 2021. I riktlinjen ingår bland annat ett mål om balanserade arbetsgrupper, vilket innebär att minst en av det underrepresenterade könet i arbetsgruppen som det rekryteras till ska finnas bland slutkandidaterna. Slutgiltiga rekryteringsbeslut görs dock all-

tid på basis av hur väl kandidaten kan stärka företaget genom att fylla kort- och långsiktiga kompetensbehov och utvecklas på lång sikt. Under 2022 har vi tillgängliggjort en utbildning i hållbar rekrytering på vår utbildningsplattform för att stärka våra ledares kompetens inom området.

För att stärka vårt employer brand har vi under året byggt upp en ny karriärsida, där vi tydligare kan presentera oss och NetOnNet som potentiell arbetsgivare.

Hälsa och säkerhet är en prioriterad fråga. Risken för arbetsplatsolyckor är störst inom logistik och i våra Lagershoppar där det finns fordon och mycket människor i omlopp. Skyddsarbetet leds av en skyddskommitté som består av ledare och medarbetare från olika delar av verksamheten samt arbetsmiljö- och skyddsombud som träffas varje kvartal. Inträffade arbetsplatsolyckor av allvarlig karaktär lyfts och utvärderas alltid i gruppen. Under året har vi fortsatt vårt arbete med att systematiskt kartlägga arbetsplatsolyckor och olika tillbud. Under 2022 har totalt 12 arbetsrelaterade skador inträffat, varav en skada har lett till långtidsfrånvaro.

Kunders integritet

Våra kunder lämnar ifrån sig personuppgifter när de handlar av oss eller går med i vår kundklubb. Vi tar vårt ansvar för att hantera uppgifterna varsamst. Vi håller både tekniska system och organisatoriska rutiner uppdaterade för att skydda dem mot otillbörlig åtkomst eller användning och arbetar proaktivt med förbättringar. Alla medarbetare i vår kundtjänst utbildas i GDPR (General Data Protection Regulation) och påminns löpande om vikten av hög efterlevnad.

Leverantörer

Vi köper in produkter både direkt från stora tillverkare av hemelektronik och från distributörer. Asien dominerar produktionen av hemelektronik, där Kina är världens klart största tillverkare av hemelektronik. Olika sorters risker kring arbets-

miljön förekommer i leverantörsledet. Vi säkerställer genom vår uppförandekod att leverantörerna att leverantörerna hanterar dessa risker genom avtal och för våra egna varumärken genomför vi även kontroller.

→ *Se avsnittet om Hållbara produkter och produktionsled för mer information om avtalen och kontrollerna.*

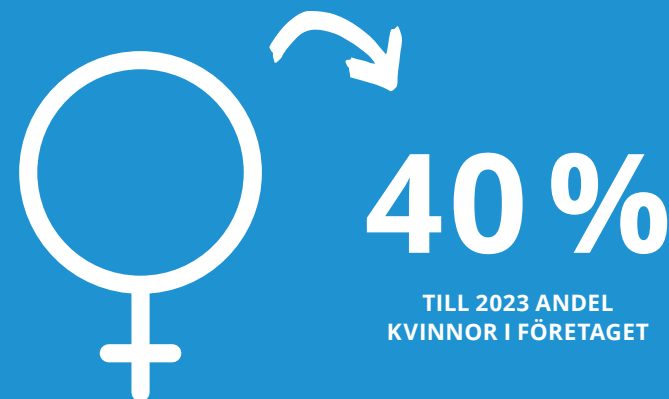
Antikorruption

Vårt arbete med antikorruption utgår från vår uppförandekod som alla medarbetare ska signera. Det kompletteras med utbildningar och workshops med fokus på korruption och mutor där deltagarna får diskutera olika scenarier som kan tänkas uppstå och hur de kan hanteras. Under året har vi inte konstaterat några fall av försök till korruption.

eNPS

	2022	2021	2020	2019	2018
eNPS	+9	+11	+22	+13	+11

Employee Net Promoter Score är ett nyckeltal som mäter hur sannolikt det är att medarbetare skulle rekommendera NetOnNet som arbetsgivare till en vän. Det mäts var sjätte vecka genom vårt system för temperaturmätningar. 2022 minskade vårt eNPS till 9 (11). Det gångna året var på flera sätt utmanande där vi inledningsvis mötte kvardröjande effekter av pandemin. Under vårvintern gick NetOnNet samman med Komplet Group. Samtidigt har vi mött ett tufft och svårbedömt marknadsläge och genomfört två omorganisationer. Att vårt eNPS trots de här utmaningarna endast har minskat 2 punkter är därför något vi är glada över.



JÄMSTÄLLDHET

Vi är övertygade om att det är en styrka om vår personal speglar samhället i stort. Därför har vi som mål att öka andelen kvinnor i företaget, både bland medarbetare och bland chefer. Till 2023 ska minst 40 procent av våra medarbetare och chefer vara kvinnor och från 2025 ska den siffran vara 45 procent.

0(0)

KONSTATERADE FALL
AV KORRUPTIONMedarbetare som signerat
uppförandekoden

Vår uppförandekod, som uppdaterades 2021, innehåller tydliga beskrivningar av vad som förväntas av alla anställda på NetOnNet. Genom att alla medarbetare skriver under koden vid anställning och genomgår utbildning levandegör vi dokumentet och gör det användbart i vårt dagliga arbete. Under 2022 hade cirka 99 procent av medarbetarna skrivit under koden. De som inte har signerat är föräldra- eller tjänstlediga.

99%

MEDARBETARE SOM SIGNERAT
UPPFÖRANDEKODEN

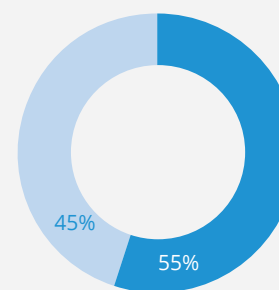
Visselblåsartjänst

Under 2020 införde vi en anonym visselblåsar-tjänst som handläggs av tredje part. Under 2021 utökades denna till att också omfatta samtliga leverantörer för våra egna varumärken. Under 2022 har totalt tio ärenden anmälts, där merparten har varit personalärenden där anmälaren har velat vara anonym. Samtliga fall har hanterats internt.

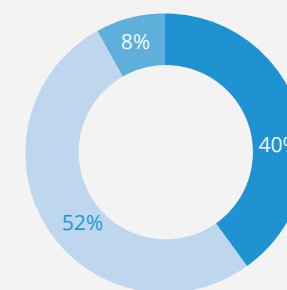
NYCKELTAL	2022	2021	2020	2019
Antal medarbetare i Sverige	867	883	863	842
Genomsnittsålder	-	34	32,23	33,1
Personalomsättning, %	22	23,59	10,66	15,95
Könsfördelning (% män/kvinnor)	65/35	65/35	65/35	66/34
Medelantal anställda FTE				
Sverige	621	643	635	613
Norge	41	44	40	67
Kina	23	22	18	17

Kommentar: Vår personalomsättning definieras enligt formeln antal som slutat delat på genomsnittligt antal medarbetare under perioden. Definitionen är ändrad sedan 2021 års rapportering, vilket gör att siffrorna mellan åren inte är helt jämförbara. Vi kan konstatera att när vi summerar 2022 ser vi en något minskad personalomsättning jämfört med föregående år. Minskningen grundar sig delvis på att året innan syntes en ökning i rörligheten på arbetsmarknaden efter viss pandemieffekt. 2021 stängde vi flera Lagershoppar med personalminskning som följd.

TILLSVIDAREANSTÄLLDA

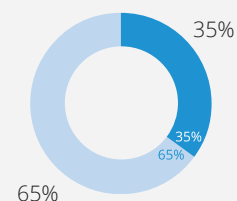


● Heltid: 55%
● Deltid: 45%

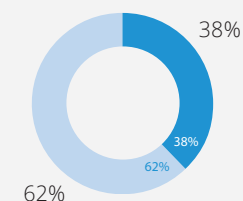
ÅLDERSFÖRDELNING
MEDARBETARE

● <30: 40%
● 30-50: 52%
● >50: 8%

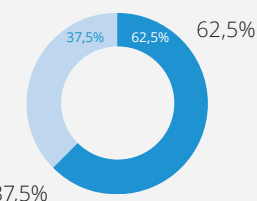
KÖNSFÖRDELNING



Medarbetare



Chefer



Ledningsgrupp

● Kvinnor ● Män

Hållbara produkter och produktionsled

Att säkerställa att produkterna vi säljer håller hög kvalitet och har producerats under säkra och schyssta förhållanden är en förutsättning för att bygga ett långsiktigt förtroende hos kunder och medarbetare och för att minska vårt avtryck.

Hemelektronik skapar stora värden genom att bidra till glädje och nytta för våra kunder. Den bidrar till underhållning, effektiviserar både ideellt och avlönat arbete och förenklar vardagen. Det är viktigt både för oss och våra kunder att vi skapar dessa nyttor utan att andra eller miljön kommer till skada.

Som återförsäljare har vi en viktig uppgift i att säkerställa att produkterna som vi säljer har tillverkats med säkra metoder under goda förhållanden. Sköter vi det uppdraget väl kommer vårt förtroende att öka hos kunder och anställda, vilket stärker oss på marknaden och som arbetsgivare.

Vår roll

Elektronikbranschen har en stor påverkan och har en till stora delar gemensam försörjningskedja. Kina är det klart dominerande producentlandet. Ur detta perspektiv är våra hemmamarknader små och våra möjligheter att påverka de globala försörjningskedjorna är därför också begränsade. Men som en betydande aktör på den svenska och norska marknaden har vi möjlighet att genom olika typer av vägval, påverka branschen i rätt riktning.

Genom så kallad nudging, dvs att ändra människors beteenden genom att göra det enklare att göra vissa val, kan vi påverka kunderna till mer hållbara val och vi kan aktivt påverka vårt produktutbud genom branschsamarbeten. Vi har även möjlighet att noggrant välja vilka vi arbetar med, att ställa krav på hållbarhetsaspekter i inköpsprocessen och påverkar därigenom hållbarheten i vårt produktutbud.

De externa varumärken som vi köper in ska dessutom leva upp till vår uppförandekod för leverantörer som har upprättats utifrån FN:s allmänna deklARATION om de mänskliga rättigheterna, ILO:s (International Labour Organization) åtta kärnkonventioner om mänskliga rättigheter i arbetslivet, Barnkonventionen och FN:s Global Compact. Om de har en egen uppförandekod ska den leva upp till minst samma nivå och de ska därutöver på förfrågan förse oss med information om sina underleverantörer. 100 procent av våra leverantörer har signerat NetOnNets uppförandekod. Vi har dock inga möjligheter att genomföra fysiska inspektioner för att kontrollera efterlevnad hos andra än leverantörerna till våra egna varumärken (läs mer nedan). Därför regleras förväntad efterlevnad tydligt i våra avtal.

Kontroll av egna varumärken

För leverantörer till våra egna varumärken är våra möjligheter att påverka större, även om vi ofta är en liten kund hos de flesta fabriker. Vi har upprättat kommersiella avtal med alla 167 leverantörer, varav 166 i Kina och 1 i Turkiet, där vår uppförandekod för leverantörer är en integrerad del. Efterlevnad säkerställs genom löpande fysiska inspektioner vid så kallade factory audits. Målet är att varje fabrik ska kontrolleras minst vartannat år. Trots de utmaningar som pandemin har medfört under 2022, där Kina periodvis har hanterat lockdowns, har vi ändå kunnat genomföra totalt 88 kontroller. Under 2023 är målsättningen att vi ska kunna genomföra strax under 100 inspektioner.

Inspektionsprotokollet uppdaterades under 2021 utifrån ISO-standarder och omfattar cirka 70–100 frågor för vart och ett av de tre områdena: CSR, QMS och EMS.

- CSR (Corporate Social Responsibility) har närmare 100 frågor och omfattar nio underkategorier: barnarbete, tvångsarbete, diskriminering, lön, miljö, arbetsmiljö, hälsa, fackliga rättigheter och disciplinära åtgärder.



- QMS (Quality Management System) har cirka 70 frågor och avser fabriks- och kvalitetsledningssystem.
- EMS (Environmental Management System) har cirka 70 frågor och omfattar områdena energi, utsläpp av växthusgaser, luftföroreningar, avfall och avfallshantering, kemikaliehantering samt efterlevnad av miljöregler för produkter.

Vi har idag hög kompetens inom CSR och QMS. Under 2022 har vi testat och fortsatt utveckla EMS-protokollet tillsammans med fem utvalda leverantörer för att på så sätt stegvis bygga upp kompetensnivån. Inför 2023 kommer vi nu att ställa skarpa krav till samtliga leverantörer. Utöver kontroller har vi som mål att förse alla leverantörer med mentorer som kan hjälpa dem att bli bättre inom samtliga tre områden. Det kommer att hjälpa dem att ställa krav på sina underleverantörer, som vanligtvis är 40–50 per fabrik. Vi utvärderar kontinuerligt möjligheten att göra kontroller även hos underleverantörer, men bedömer i dagsläget att det inte är möjligt. Våra leverantörer får dock inte använda sig av underleverantörer som vi inte har godkänt.

FABRIKSKONTROLLER	2022	2021	2020
Genomförda kontroller	88	43	21
Godkända	83	37	19
Underkända	5	6	2

Under 2020 och 2021 minskade antalet fabrikskontroller på grund av covid-19.

Produktutvecklings- och kvalitetskontroll

Vid framtagning av nya produkter analyserar produktutvecklingsteamet behovet av funktioner och gällande lagkrav, inte minst är EU:s Ecodesign-direktiv viktigt, för att säkerställa hög kvalitet.

Produkterna vi köper in utgår oftast från färdiga modeller som fabriken har, men som förädlas och anpassas till våra behov, till exempel

SÅ KONTROLLERAS OCH BETYGSSÄTTS LEVERANTÖRERNA

För varje område finns ett inspektionsprotokoll som säkerställer att inspektionerna genomförs med stor noggrannhet och systematik. Det består av tre delar; ett formulär som ska fyllas i, inspektion på plats och intervju med medarbetare. Varje del betygssätts med ett poängsystem och baserat på det sorteras leverantörerna in i fyra kategorier A-D. För vissa punkter råder nolltolerans. Det innebär att leverantören väljs bort vid miss oavsett poängen i övrigt.

- A) Hög poäng. Leverantören blir en prioriterad leverantör och ny kontroll görs om två år.
- B) Något sämre poäng. Leverantören ges ett-års-avtal och ny kontroll görs om ett år.
- C) Dålig poäng men över gränsen. En åtgärdsplan upprättas tillsammans med leverantören för att de ska kunna få tillräckligt antal poäng vid ominspektion.
- D) Under gränsen. Inga order får läggas hos leverantören och ingen ominspektion erbjuds. Om leverantören genomför åtgärder och återkommer inom sex månader kan en ny inspektion genomföras om den bekostas av leverantören.

AVVIKELSER

ÅTGÄRDSPLAN

ÅTGÄRDER

UPPFÖLJNING

avseende menyspråk. Produkterna utvärderas därefter genom grundliga så kallade PD-tester (product development) innan ett beslut om att gå vidare tas. Det innefattar tester för att säkerställa att respektive produkt håller tillräcklig kvalitet, fungerar enligt specifikationerna, är användarvänlig och inte innehåller hälsoskadliga kemikalier. Alla eventuella avvikelser kräver åtgärder som ska tillhandahållas av leverantören och verifieras av NetOnNet.

Därutöver genomförs FQC-inspektioner (Final Quality Control) av varje leverans som skeppas från fabrik. Dessa genomförs enligt internationella

standarder framtagna för att säkerställa jämn kvalitet. Kontrollerna innefattar en visuell besiktning för att säkerställa att produkten inte är skadad, att den är märkt med korrekt information som till exempel serienummer och energimärkning, att bruksanvisning är inkluderad, samt att produkten startas och att samtliga funktioner testas enligt specifikation. Under 2022 har totalt 574 FQC-inspektioner genomförts.

Sortimentsstyrning

Vi följer noga felfrekvenser och återkoppling som vi får på produkterna och vidtar åtgärder om de

inte uppfyller våra kunders högt ställda förväntningar på kvalitet och hållbarhet. Under 2022 plockade vi bort 7 produkter från vårt sortiment av de skälen. Det är en del av vårt kontinuerliga arbete med sortimentsstyrning.

Varor som inte lever upp till våra kunders förväntningar har samma avtryck i försörjningskedjan utan att göra nytta i våra kunders vardag. Genom att hålla dåliga produkter borta och lyfta kvalitetsnivån på våra egna varumärken förlänger vi livslängden på produkterna och bidrar därmed till att minska det totala avtrycket från branschen.

Konfliktmineraler

Flera hemelektronikprodukter kan innehålla konfliktmineraler, det vill säga mineraler som bryts i konfliktområden eller under svåra arbetsförhållanden, som guld, tantal, tenn och volfram. Under 2021 togs ett första steg då en genomlysning av vårt sortiment av egna varumärken påbörjades av tredje part. Vi avser att arbeta vidare och fortsätta att kartlägga förekomsten av konfliktmineraler i våra egna varumärkesprodukter.

Cirkulära resursflöden

Övergången till en cirkulär ekonomi är nödvändig ur ett samhällsperspektiv och en stor möjlighet ur ett affärsperspektiv. Genom att utforska modeller som bidrar till mer cirkulära konsumtionsmönster bidrar vi till att minska branschens påverkan samtidigt som vi stärker vår marknadsposition och relation med kunderna.

Dagens konsumtionsmönster tar alltför stora naturresurser i anspråk. Det måste förändras om vi som samhälle ska klara de klimat- och miljötmaningar som vi står inför. Allt fler konsumenter kommer till denna insikt och börjar därför förändra sina konsumtionsmönster. De söker samma nytta från sin konsumtion men köper begagnat, äger mindre, hyr oftare och reparerar när de kan.

I grunden handlar den cirkulära ekonomin om ökad resurseffektivitet, att få ut största möjliga nytta ur varje resurs som vi förbrukar. Att vara effektiv med resurser är djupt rotat i NetOnNet. Det ligger i vår natur att utmana och att våga prova nya saker för att kunna erbjuda bästa pris till våra kunder. I det cirkulära ligger för oss därför också att göra hemelektronik tillgängligt för fler genom att skapa fler sätt att få tillgång till hemelektronik än att bara äga.

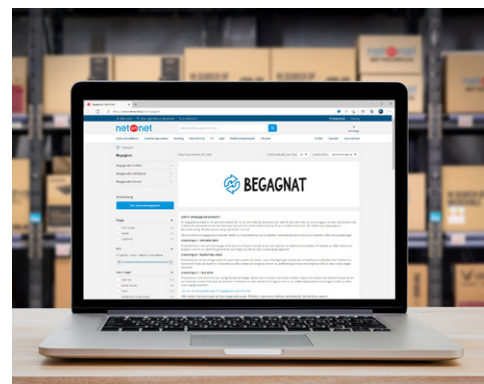
Stora möjligheter i cirkulära modeller

I vår roll som en betydande återförsäljare har vi stora möjligheter att leda utvecklingen på våra hemmamarknader mot mer cirkulära modeller och att påverka konsumtionsmönster. Vi gör det på tre sätt. För det första är vi en grindvakt som bestämmer vilka produkter som kommer in i vårt



BYT IN

Vi byter in en stor mängd produkter där kunderna får ett värde att använda vid köp av nya produkter hos oss. Produkterna säljer vi vidare till tredje part som återställer och säljer dem igen.



FÖRSÄLJNING AV BEGAGNADE PRODUKTER

Kunderna har möjlighet att handla begagnade produkter både i Lagershop och online.



HYRESHYLLAN

Kunden kan hyra det hen behöver - så länge hen behöver. När hyresperioden är slut tar vi tillbaka produkten och återställer den och erbjuder sedan nya kunder att hyra den nu begagnade produkten. Detta säkerställer att produkterna kan användas under hela sin livslängd och inte hamnar oanvända i en låda.

HÅLLBARHETSRAPPORT

sortiment och kan välja produkter av hög kvalitet som kan få en lång livslängd. En produkt som håller i fyra år ger samma nytta men till hälften av påverkan som en motsvarande produkt som måste bytas ut mot en ny efter två.

För det andra är vi en facilitator för återbruk genom att utveckla och erbjuda tjänster som tar vara på produkter som tjänat sina syften hos en kund och gör dem tillgängliga för nya kunder. Det bidrar till att produkternas livslängd ökar samtidigt som hemelektronik av hög kvalitet blir tillgänglig för kundgrupper som inte vill eller kan betala för helt nya produkter. Vi utforskar därför nyfikat olika modeller inom detta område, till

exempel inom hyra och gärna i samarbete med partners i branschen. Vi planerar att starta fler spännande samarbeten och tjänster i framtiden. Exempel på tjänster som vi har lanserat syns här nedan.

Under 2022 lanserade vi Hyreshyllan på den svenska marknaden och breddade vår satsning på tjänsten Byt in till den norska marknaden. Sedan slutet av året erbjuder vi dessutom vår tjänst Begagnat även i Norge. Under året har vi fortsatt att samla insikter om kundernas behov och preferenser som underlag inför kommande året.

Att driva på branschen och göra den mer cirkulär kräver samarbeten, både med producenter

och med kunder. För till exempel Byt in samarbetar vi därför med både Samsung och Apple. På kundsidan planerar vi att fortsätta kommunicera vilka miljövinster som finns i det cirkulära samtidigt som vi gör fler cirkulära tjänster mer lättillgängliga och attraktiva. Vi har även ambitionen att utbilda kunder i vad cirkulär konsumtion har för miljöfördelar samt att göra det enklare och mer tillgängligt att cirkulera sina produkter.

För det tredje är vi genom våra egna varumärken en betydande D2C-aktör (direct-to-consumer). Vi kan påverka genom att välja produkter med större andel material som är återvunna eller går att återvinna. Vi har också möjlighet att påverka våra leverantörer att ta fram fler sådana produkter.

Vår möjlighet att påverka är stor för våra egna varumärken men liten för externa varumärken. Läs mer i avsnittet Hållbara produkter och produktionsled.

Utmaningar med återbruk och cirkulära modeller

Det finns flera utmaningar med återbruk inom hemelektronik, varav två är snabb teknisk utveckling och låga priser. Den snabba tekniska utvecklingen inom vissa kategorier hindrar återbruk genom att göra produkterna omoderna långt innan de har hunnit bli uttjänta. De låga priserna är ett hinder eftersom det blir billigare att köpa en ny än att reparera. Det kan särskilt gälla om produkten måste skickas långt för reparation. Till exempel finns det flera varumärken som låter en verkstad i ett land ta hand om reparationer för flera länder. I sådana fall kan kostnaden för frakt och reparation överstiga produktens värde.

När det gäller hyra och reparationstjänster ser vi därför att de produkter som är aktuella är dyrare produkter med en lång livslängd, som exempelvis datorer, telefoner, plattor och vitvaror, och det är inom de här kategorierna som vi börjar testa hållbarheten i affärsmodellen.

Reparation

Vår långsiktiga ambition är att göra reparations-tjänster och reservdelar för egen reparation mer tillgängliga för våra kunder. Idag reparerar vi främst produkter som är försäkrade eller som täcks av garanti eller reklamationsrätt. Reparationer utförs ofta av auktoriserade verkstäder för respektive varumärke.

För våra egna varumärken kan vi sköta reparationerna internt, vilket ger flera fördelar och större möjligheter att få en hållbar ekonomi i reparationsverksamheten. Vi kan till exempel spara reservdelar från kasserade varor samtidigt som det ger oss en djupare inblick i eventuella kvalitetsbrister som måste åtgärdas.

För vitvaror, som vi började sälja 2021, finns det lagkrav på att produkterna ska gå att reparera och att det ska finnas reservdelar tillgängliga. Vi bedömer det som sannolikt att fler kategorier kommer att omfattas av liknande lagkrav i framtiden. Under 2022 har vi haft cirka 105 000 produkter i vårt garanti- och serviceflöde.

Returer

Vi återtog cirka 322 000 produkter från kunder under 2022 till följd av returer på grund av öppet köp eller outlösta försändelser. Alla returer som är i gott skick säljer vi igen med hjälp av fyndpriser. Produkter som är defekta eller som har mindre skönhetsfel säljer vi om möjligt med hjälp av fyndpriser eller på auktion via PS Auction. Under året sålde vi cirka 15 900 produkter via PS Auction, en ökning med 4,6 procent jämfört med 2021.

Återvinning

De produkter som inte längre har någon livslängd kvar säkerställer vi att de går till återvinning.

Under 2022 har vi i våra Lagershopp och vårt centrallager återvunnit totalt 1288 (1 577) ton avfall varav 196 (240) är elavfall. Ytterligare 91 kg (203) har gått till deponi.



HÅLLBARHETSRAPPORT

Andelen verksamhetsavfall har minskat rejält under 2022 från 2021, ca 18 procent. En del av detta kan härledas till en minskad försäljning och därmed minskad generering av avfall, men jämför man istället med 2019 så har vi minskat avfallsgenereringen med över 100 ton (motsvarande 8 procent) trots starkare försäljning. Där ser vi tydliga tender på minskad papp- (-18 procent) och plastanvändning (-14 procent) vilket får ses som att vårt arbete med minskad materialanvändning i produkt och leveransled gett önskat resultat.

Under 2023 kommer vi på NetOnNet fortsätta satsa och ta ett större ansvar för hur kunderna brukar sin elektronik. Vi ska göra det ännu enklare att lämna tillbaka uttjänta produkter och fortsätter sätta höga mål kring återbruk för att på så sätt bidra till att sakta ned och stänga resursflödena.

I Norge ligger våra tre Lagershoppar i köpcentrum som har gemensam återvinning för alla butiker. Därför är det i nuläget utmanande att få exakta siffror från dessa tre Lagershoppar. Vi betalade under 2022 cirka 1,5 MNOK (1,9) i miljöavgifter vilket direkt bidrar till bättre hantering av elavfall. På den svenska marknaden är det LBC Borås, Stena recycling och El-kretsen som hjälper oss med återvinning och med att uppfylla det producentansvar som åligger oss enligt EU:s WEEE-direktiv (Waste Electrical and Electronic Equipment) och nationella förordningar. I Norge är vi anslutna till Norsirk som är Norges motsvarighet till El-Kretsen. Tillsammans med FTI (Förpacknings- och tidningsinsamlingen) skapar vi ett rikstäckande insamlings- och återvinningssystem. Vi rapporterar och betalar WEEE-avgifter till El-kretsen i Sverige och till Norsirk i Norge. Vid val av producenter för våra egna varumärken är återvinning av restprodukter och god avfallshantering två viktiga kontrollpunkter som noga följs upp i revisioner. Läs mer i avsnittet Hållbara pro-

dukter och produktionsled. Det är också ett område där vi framöver har stora möjligheter att hitta nya lösningar för att ytterligare förenkla och förbättra för cirkulära lösningar, till exempel avseende konstruktion och materialval.

	2022	2021	2020	2019
Återvunnet material (kg) NetOnNet				
Järn	42 534	51 787	35 506	72 474
Trä	358 266	434 614	461 629	348 296
Plast	16 900	21 773	22 629	19 582
Papper	417 108	541 940	579 329	512 033
Elektronik	196 365	239 689	243 493	196 834
Övrigt*	255 446	286 392	304 051	247 471
Farligt avfall	920	353	1 318	-
Summa	1 287 539	1 576 548	1 648 203	1 396 690
* Deponi	91	203	248	-



Minskad klimatpåverkan

Vi arbetar målinriktat för att kartlägga och minska utsläppen av växthusgaser.

Klimatfrågan är vår tids stora ödesfråga och vi är fast beslutamma om att göra vårt för att bidra till samhällets och världens förmåga att nå 1,5 graders-målet. Som återförsäljare bidrar vi till efterfrågan på hemelektronik och därmed indirekt till de utsläpp som sker i hemelektronikbranschens försörjningskedja. Vi har under det gångna året tagit fortsatta steg framåt i vår kartläggning av våra utsläpp men är ödmjuka för det faktum att området är mycket komplext. Under 2022 har vi fortsatt arbetet med att kartlägga och analysera våra utsläpp inom Scope 3, dvs de indirekta växthusgasutsläppen, utöver inköpt energi, som alltså sker utanför företagets gränser där vår största påverkan ligger. Syftet är att fördjupa våra kunskaper och insikter för att i nästa steg kunna sätta tydliga mål för att påverka och minska utsläppen.

Våra möjligheter att påverka dessa utsläpp kommer bland annat genom vår roll som grindvakt, som säkerställer att vi säljer produkter med hög kvalitet, och det arbete vi lägger ner för att förlänga produkters användningstid, till exempel genom upplägg som försäljning av begagnade produkter eller Hyreshyllan. Vårt arbete via tjänsten Byt in beräknas totalt ha sparat ca 600 ton CO₂e när produkter har fått ett förlängt liv. Läs avsnittet om cirkulära resursflöden för mer information. Vi kan även påverka våra leverantörer till en högre medvetenhet och mer hållbara produktionsätt.

Efter att vi under 2021 har bytt till ursprungsmärkt el i samtliga lokaler där vi äger frågan har

vi två dominerande utsläppskällor i Scope 1 och Scope 2: inkommande transporter och distribution till kund.

Inkommande transporter

De varor vi köper in i egen regi fraktas med fartyg från producentländerna, som mestadels är Kina. De transporter som underleverantörer hanterar runt om i världen i egen regi är exkluderade i den här redovisningen eftersom det förutsätts att de redovisar dessa transporter själva. Sjötransport är ett klimatmässigt bra transportslag för långa sträckor och villkoren sätts av den handfulla rederier som idag dominerar containermarknaden. Vi arbetar med att minska utsläppen genom att minska luften i emballagen så långt som möjligt och fylla våra containrar. Flygtransporter ska endast användas i undantagsfall. Under 2022 flög vi endast hem en försändelse från Kina. Därefter fraktas varorna på lastbil till vårt centrallager i Borås. NetOnNet fortsätter att arbeta med välrenommerade bolag inom transportbranschen med höga miljökravkrav på sina egna fordon samt dess underleverantörer. Vi prioriterar också leverantörer som arbetar aktivt för att ställa om mot fossilfria bränslealternativ. Redan idag använder de flesta av dem en stor andel HVO-diesel av total bränsleandel.

NetOnNet är en del av forsknings- och utvecklingsprojektet Autofreight som genomförs tillsammans med Borås stad, Vinnova och flera andra aktörer. Projektet handlar om att skapa effektivare transportsystem för regionala contain-

nertransporter och en för Europa unik testbädd för fordonskombinationer med hög transportkapacitet, så kallade high capacity transport, HCT med fokus på ny teknik, nya logistikkoncept och nya affärsmodeller. Ambitionen är att den högentensiva länken Göteborgs hamn till Viared i Borås ska bli en extremt miljöeffektiv transportsträcka. Via avancerade fordon – 32 meter långa – körs samlade leveranser från hamnen till Viared, där NetOnNets centrallager ligger. Fordonen är resurseffektiva och minskar bland annat bränsleförbrukningen med minst 35 procent vid varje transporttillfälle. Kapaciteten blir betydligt högre, transporteffektiviteten ökar och det blir färre lastbilar på vägarna.

Distribution

På vårt centrallager i Borås sorteras inkommande gods och skickas vidare till våra Lagershoppa eller direkt till kunder inom vår e-handel. PostNord har en egen distributionsterminal integrerad på vårt centrallager. Det effektiviserar leveranserna och på så sätt elimineras en transport i distributionskedjan.

Ett andra sätt att eliminera transporter är att minska antalet returer. Dessa kan bero på flera saker, så som ånger, felköp eller att produkten är defekt. Vi analyserar alla returer för att förstå varför kunderna skickar tillbaka varan så att vi kan vidta åtgärder för att minimera flödet. Ett viktigt område för att minska returer är väl genomarbetad produktinformation med många bilder, betyg och omdömen från andra köpare. Det hjälper kun-

derna att välja rätt från början och minskar därigenom risken för returer.

Ett tredje sätt är att få plats med fler paket i varje transport genom att packa smart med mindre luft i paketen och att därefter fylla lastbilarna som lämnar vårt centrallager så långt som möjligt. Detta är sedan länge ett ständigt pågående arbete och ett område där vi har gjort tydliga framsteg. Förbättringsarbetet drivs framåt av medarbetarna som arbetar med packning. Idag använder vi tolv olika storlekar på kartonger och kuvert vid packning och skickar om det går produkter i originalförpackning för att minska både luften i paketen och materialåtgången. Från att tidigare primärt ha skickat större produkter i sin originalförpackning har vi under 2022 fattat beslutet att även skicka mindre produkter såsom till exempel hushållsapparater, datorer och väggfästen i originalförpackningen. För vissa ordrar har vi, där det är lämpligt, gått över till att använda en typ av wellpapp istället för bubbelplast. Effekten blir minskad plaståtgång och mindre luft i paketen. Satsningen drivs av våra medarbetare och vi kan se att det här arbetet ger tydliga resultat.



Förpackningsstrategi

När det gäller våra egna märkesvaror har vi ett aktivt arbete med att minska andelen plast och wellpapp som inte tillför förpackningarna ett skyddande värde.

Under hösten 2022 har vi bland annat arbetat igenom vår förpackningsstrategi, som täcker såväl produktemballage (ytter- och innermaterial) som transportemballage. Vi har sett över både konstruktion och materialval med syftet att minska mängden luft inuti utan att tumma på kravet på ett fullgott transportskydd. Målsättningen har varit att minska mängden plast och wellpapp i förpackningen och att säkerställa att vi fraktar så lite luft som möjligt. Den nya strategin ger också rekommendationer om vilka olika typer av förpackningsmaterial som ska väljas. Vi arbetar till exempel med plastsorter som går att återvinna. Strategin kommer att rullas ut successivt under 2023.

Fossilfria leveranser

Vi arbetar aktivt för att kunna erbjuda våra kunder fossilfria fraktnalternativ. Under 2022 har vi varit delaktiga i Svensk Handels och ASTERs (Alliance for sustainable e-commerce) arbete med att ta fram en branschgemensam standard för vad som definieras som en fossilfri leverans. Standarden lanserades under vintern 2022 och NetOnNet är ett av företagen som anslutit sig. För att det ska vara tydligt för kunden vilka transportörer som erbjuder fossilfria leveranser markeras detta tydligt i vår check-out för respektive transportör, och ett fossilfritt alternativ är alltid förvalt i den mån det erbjuds till kundens adress.

Våra utsläpp

Våra utsläpp kartläggs i enlighet med den internationella standarden Greenhouse Gas Protocol. Där vi använder schabloner i beräkningarna strävar vi efter att över tid få mer kvalitativa och

exakta underlag, till exempel genom avtalsförändringar eller installation av ytterligare mätverktyg. För att ge en mer nyanserad bild av våra utsläpp redovisar vi därför också ett klimatindex som mäter ton koldioxidutsläpp per miljon kronor i omsättning. Förra årets indextal inom parentes. Sedan förra året har vi bytt beräkningsmetod i och med att vi har gått över till en så kallad carbon emissions calculator-plattform för beräkning av utsläppen. Därmed skiljer sig också vissa emissionsfaktorer åt, vilket gör att siffrorna inte är helt jämförbara mellan åren.

Scope 1

Scope 1 utgörs av direkta utsläpp från NetOnNets egna anläggningar genom våra kylaggregat samt förbrukning från våra tjänstefordon.

SCOPE 1: 94,7 tCO₂e (43,0)
KLIMATINDEX: 0,01 tCO₂e/MSEK (0,01)

UTSLÄPP tCO ₂ e	2022	2021	2020
Kylaggregat	16,9	5,3	129,0
Tjänstebilar	77,8	37,7	20,0

Kommentarer till årets utfall. Utsläppen från tjänstebilar har ökat jämfört med 2021. Under 2021 pågick ännu pandemin, med långa perioder av rekommenderat distansarbete. Under 2022 normaliserades arbetslivet igen med mycket mer arbete på kontoret och fler resor mellan våra olika enheter, vilket också har medfört ett ökat antal körda mil i tjänsten.

Scope 2

Scope 2 utgörs av indirekta utsläpp från elförbrukning, fjärrvärme och fjärrkyla. I de lokaler där vi delar energimätare med andra aktörer har vi använt schablonberäkning baserat på vår egen förbrukning, utifrån den typen av verksamhet.

SCOPE 2: 619,9 tCO₂e (648,2)
KLIMATINDEX: 0,09 tCO₂e/MSEK (0,09)

UTSLÄPP tCO ₂ e	2022	2021	2020
Elförbrukning*	398,5	484,7	2 485,7
Fjärrvärme	221,1	160,7	190,3
Fjärrkyla	0,1	2,7	2,1
Tjänstebilar (elfordon)	0,2	-	-

* Vi rapporterar utsläpp från vår elförbrukning enligt den marknadsbaserade beräkningsmetoden, samma som tidigare år. Om vi istället redovisar utsläpp från vår elförbrukning enligt den lokationsbaserade beräkningsmetoden, landar de på 189,2 tCO₂e.

Kommentarer till årets utfall. Vårt arbete med att effektivisera energianvändningen på NetOnNet har under året fortsatt, vilket också visar sig i hur mycket energi vi har förbrukat under året. Under året har vi i vår energikartläggning gjort en total genomgång av energianvändningen i ett antal typlagershoppar.

Vi har identifierat åtgärder som kan motivera besparingar upp till 40 MWh per Lagershop och år. Detta kommer vi att arbeta kontinuerligt med för att minska energiförbrukningen i vår verksamhet. De största effekterna ser vi handlar om klimatåtgärder, som värme och kyla i lokalerna.

Vår fjärrvärmeförbrukning har under året minskat, sannolikt pga mildare vinter. Trots det visar utsläppstalen på en ökning, vilket härrör sig till byte av beräkningsmetod och därmed ändrad emissionsfaktor jämfört med året innan. Vi har en minskning av energiförbrukningen för fjärrkyla jämfört med året innan. Skillnaden är dock inte proportionerlig med den differens som uppvisas mot föregående år, och skillnaden bedöms ligga i ändrad emissionsfaktor pga ändrad beräkningsmetod.

Scope 3

Scope 3 utgörs av indirekta utsläpp utöver köpt energi, som sker utanför verksamhetens gränser. Här finns vår största påverkan. För 2022 rapporteras inkommande transporter, vidare distribution av gods samt tjänsteresor med tåg och flyg, bränsle- och energirelaterade aktiviteter samt avfall.

SCOPE 3: 2668,8 tCO₂e (2916,9)
KLIMATINDEX: 0,41 tCO₂e/MSEK (0,39)

UTSLÄPP tCO ₂ e	2022	2021	2020	2019
Tjänsteresor	28,1	12,9	15,3	158,4
Inkommande transporter	1351	1260,3	1 471,15	1 458
Distribution	1178	1643,7	2 102	1 842
Bränsle och energirelaterade aktiviteter	84,2	-	-	-
Avfall	27,5	-	-	-

Kommentarer till årets utfall. Utsläppen för våra inkommande transporter har ökat under året. Här ligger sannolikt ändrad rapporteringsmetod samt ändrade emissionsfaktorer till grund. När det gäller vår distribution till våra Lagershoppar och för vår e-handel ser vi en minskning av våra utsläpp. Till viss del påverkas detta av att vår totala försäljning har minskat under året. Samtidigt har vi under 2022 fortsatt att effektivisera alla våra transportled genom effektivare flöden och fyllnadsgrader och genom att optimera förpackningar och ta bort onödigt emballage för att minska luft i transporter. Alla transportörer går mot större andel miljöbränsle och elfordon vilket påverkar positivt. Till exempel

har utsläppen vid sjöfrakter minskat under året, där skillnaden beror på minskad bränsleåtgång eftersom godset till viss del fraktats på modernare och större fartyg. Allt fler kunder väljer dessutom fossilfria alternativ. Sammantaget ger detta resultat. Vi kommer att fortsätta arbetet att tillsammans med våra befintliga transportörer optimera våra distributionsled ytterligare samtidigt som vi strävar efter att våra kunder ska kunna välja fossilfria leveranser i ännu större utsträckning. Vi har för 2022 inkluderat fler utsläppskällor i rapporteringen, och detta är något vi kommer att sträva för att göra i ännu större omfattning för kommande rapportering.

Hållbarhetsrelaterade risker

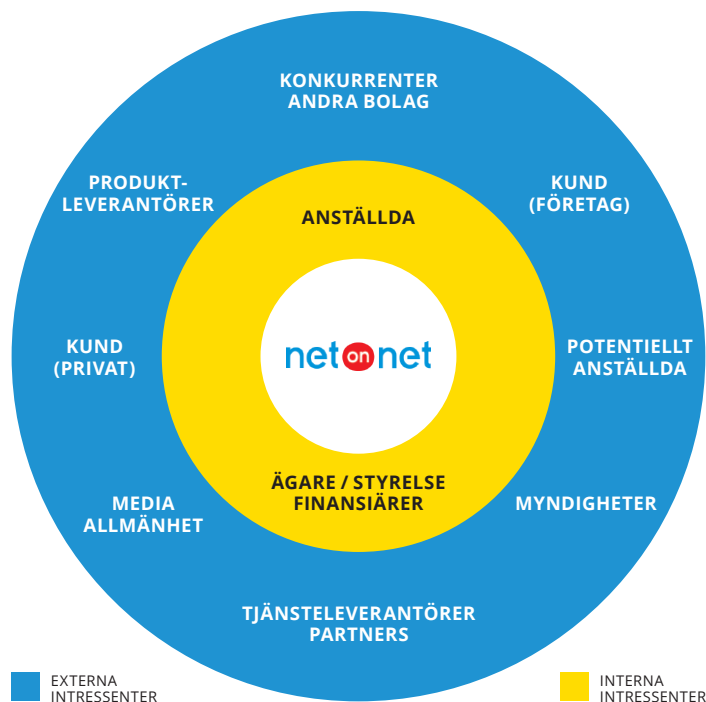
God riskhantering är en förutsättning för att skapa en långsiktig hållbar verksamhet och bibehålla sin konkurrenskraft. NetOnNet arbetar kontinuerligt och systematiskt med riskidentifiering och riskhantering vad gäller hållbarhetsrelaterade risker. Det är en central och viktig del som är integrerad i såväl strategi som styrning av verksamheten. Nedan redovisas de mest väsentliga hållbarhetsriskerna och dess bemötande. För att läsa mer om vår riskhantering se Förvaltningsberättelsen.

VÄSENTLIGA RISKER	RISKBEMÖTANDE
<p>ANSVARFULL AKTÖR</p> <p>Risk för straffrelägganden, böter eller liknande ekonomiska konsekvenser vid överträdelser av lagar och förordningar kopplat till korruption.</p>	<p>Godkännande av leverantörer och avtalspartners för säkerställande av efterlevnad av uppförandekod och relevanta lagar och förordningar innan avtal skrivs. Det genomförs även löpande uppföljningsrevisioner utifrån ett riskperspektiv. Vi arbetar även med interna utbildningar, riktlinjer och policys för att hjälpa våra medarbetare att göra rätt och höja kunskapsnivån i bolaget.</p>
<p>Skadat anseende för företaget vid brister i leverantörsleden.</p>	<p>Vid upphandlingar kontrolleras våra partners hållbarhetsarbete och att rätt krav ställs på ersättningar motsvarande kollektivavtal. Samtliga leverantörer av egna varumärken kontrolleras enligt vårt Factory audit-protokoll. Uppföljningar görs genom kontinuerlig dialog med partners, löpande revisioner och samverkan med egna och externa leverantörer.</p>
<p>MINSKAD KLIMATPÅVERKAN</p> <p>Risk för att NetOnNet väljs bort av kund/medarbetare om vi inte är rätt positionerade.</p>	<p>Varje år genomförs en väsentlighetsanalys, och vi arbetar utifrån vårt hållbarhetsramverk som strategiskt knyter ihop vårt hållbarhetsarbete med företagets affärs- och varumärkesutveckling för att säkerställa att vi är rätt positionerade på marknaden. Vi arbetar med att involvera i och informera medarbetarna om det löpande arbetet.</p>
<p>Ett förändrat klimat och naturkatastrofer kan påverka NetOnNets leverantörer och fysiska Lagershoppar vilket kan påverka förmågan att leverera.</p>	<p>NetOnNet arbetar systematiskt med att sänka utsläppen i enlighet med GHG-protokollet samt skapar än mer interaktion och dialog i våra leverantörsled för att stärka bolagets förmåga att anpassa sig. Vi arbetar löpande med utvärdering av våra leverantörer där vi förhåller oss till EU-direktiv med fokus på miljö/klimat och hälsa. Dessa är i sin tur förankrade i Agenda 2030. Vi arbetar även med våra egna lokaler och anpassar till ett förändrat klimat.</p>
<p>HÄLSOSAMMA OCH HÅLLBARA PRODUKTER</p> <p>Risk att produkter innehåller hälsovådliga kemikalier och/eller konfliktmineraler.</p>	<p>Under 2021 påbörjades en genomlysning av tredje part av vårt sortiment av egna varumärken. Vi avser att arbeta vidare och fortsätta att kartlägga förekomsten av konfliktmineraler och att arbeta med materialvalen i våra egna varumärkesprodukter.</p>
<p>Risk för att kunden fortfarande väljer det billigare alternativet framför hållbara produkter.</p>	<p>Produkter som reklamerats för ofta, saknar viktiga intyg eller inte klarar av att leva upp till våra krav kommer tas ut ur sortimentet. Vi vill vara en röst åt kunderna.</p>
<p>CIRKULÄRA RESURSFLÖDEN</p> <p>Brist och ökade priser på naturresurser och naturtillgångar så som vissa metaller och mineraler. Det kan också innebära ny lagstiftning som fördyrar och försvårar tillverkning och ökar priser.</p>	<p>NetOnNet skall drivas mot cirkulära resursflöden som främjar resurseffektivitet, minskad användning av farliga kemikalier samt en minskning av mängden avfall. NetOnNet ska fortsätta utforska och utveckla affärsmodeller som förlänger produkters livslängd, till exempel hyra och leasing, inbyte och försäljning av begagnade produkter samt reparationer.</p>

Intressentdialog och väsentlighetsanalys

Intressentdialog

En intressent- och väsentlighetsanalys är genomförd i syfte att identifiera våra viktigaste hållbarhetsfrågor genom att vikta de frågor som är viktigast för intressenterna mot vår ekonomiska, sociala och miljömässiga påverkan på omvärlden. Den revideras årligen utifrån kontinuerliga dialoger med bolagets interna och externa intressenter. Lyhördhet för omvärldens förväntningar och intressenternas behov gör att vi kan utveckla verksamheten i en långsiktigt hållbar riktning. De viktigaste intressenterna är de grupper som i störst utsträckning berörs av och/eller påverkar verksamheten:



Väsentlighetsanalys

Vi har utifrån vår värdekedjeanalys identifierat 19 hållbarhetsfrågor där vi har en påverkan varav sju av dessa är identifierade som våra mest väsentliga hållbarhetsfrågor i utförd väsentlighetsanalys. Dessa sju frågor utgör de viktigaste hållbarhetsområdena för initiativ och förbättringsarbete för NetOnNet i närtid och är samtidigt en integrerad del av vårt hållbarhetsramverk och långsiktiga inriktningar. Ytterligare sex frågor är identifierade som väsentliga frågor. Väsentlighetsanalysen är baserad på betydelse för intressenter samt påverkan på omvärlden. Väsentlighetsanalysen förnyas varje år för att säkerställa att vi arbetar med rätt frågor för att på bästa sätt driva vårt långsiktiga hållbarhetsarbete.

VÄSENTLIGA FRÅGOR

- Energianvändning
- Utsläpp till luft
- Mångfald och inkludering
- Tvångsarbete
- Barnarbete
- Hälsa och säkerhet
- Jämställdhet
- Cirkulära erbjudanden

MEST VÄSENTLIGA FRÅGOR

- Produktsäkerhet, kvalitet
- Leverantörsbedömning
- Produktmärkning
- Produktdesign och reparation
- Kundintegritet
- Affärsetik och antikorrupcion
- Logistik
- Resurs- och avfallshantering
- Hållbara förpackningar

Väsentlighetsanalysen fastställs av NetOnNets företagsledning och styrelse. Senaste väsentlighetsanalysen genomfördes i slutet av 2022 och resultatet framgår av matrisen ovan.