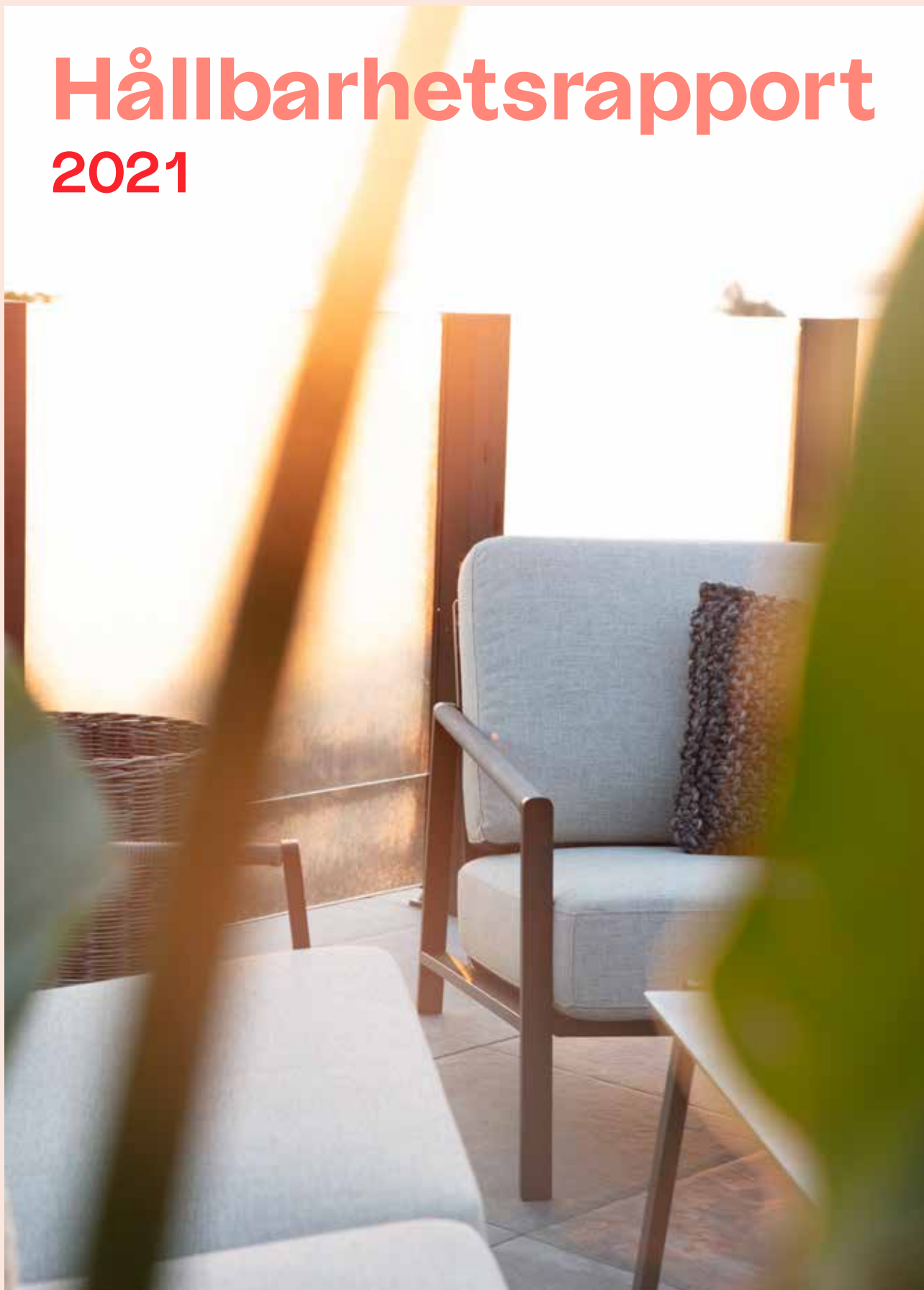


# Hållbarhetsrapport 2021



**Brafab**





# Innehåll

## **05 VD har ordet**

## **06 Om Brafab**

Vårt arv

Vår koncern

Brafab i världen

Om Brafab

Våra ledord

Utifrånperspektiv

Så jobbar vi för ett hållbart uteliv

## **12 Hållbarhetsstrategi**

För bättre utsikter

Globala målen

Våra prioriterade globala mål

Intressenter

Våra väsentliga frågor

Hållbarhetspolicy

Brafabs värdekedja

## **30 Ekologisk hållbarhet**

Vår klimatpåverkan

Verksamhet

## **34 Social hållbarhet**

Människorna

## **38 Ekonomisk hållbarhet**

Hållbara affärer

## **40 Risker**

Riskhantering

## **42 Mål**

Brafabs hållbarhetsmål





# VD har ordet

Som en av norra Europas ledande leverantörer av utemöbler ska vi bidra till bättre utsikter, inte bara för utemiljön och hemmet, utan också för miljö, människa och samhälle. Det innebär att skapa utemöbler som medför så litet ekologiskt avtryck som möjligt. Och precis som vi inspirerar våra kunder att, med ett utifrånperspektiv hitta nya möjligheter, ska vi nu utmana oss själva och hitta nya sätt.

För oss innebär hållbarhetsarbete att se till helheten. Det vill säga hur utemöblerna som vi producerar, transporterar och säljer i sin tur påverkar just miljö, människa och samhälle. Under 2021 har vi tagit steg i vårt hållbarhetsarbete. Vi har intensifierat arbetet och tillsatt en arbetsgrupp med detta som fokus. Vi är samtidigt ödmjuka och inser att våra största hållbarhetsinsatser rör framtiden. Och med det kommer även en insikt om att vårt hållbarhetsarbete aldrig kommer att bli klart utan är en ständigt pågående process. Vi kallar vårt hållbarhetsarbete "För bättre utsikter". För det är det vi vill åstadkomma. Inte bara i vår verksamhet utan även för världen runt omkring den. Vi vill att man ska kunna njuta av sin utemiljö med gott samvete. Och utsikterna är goda bara om vi alla tar vårt ansvar.

För att lyckas kommer vi systematiskt arbeta mot en mer hållbar affärsmodell. Utmaningarna är många och komplexa. Vi är redo att öka takten och tillsätter resurser för att skapa bättre utsikter genom hela kedjan. Med slitstarka och väldesignade möbler, framtagna under schyssta villkor och med stor hänsyn till miljön ska vi bli ännu bättre. Något annat vore otänkbart.

**Johan Engström,**  
**VD Brafab**

# Om Brafab





Brafab är ett ledande utemöbelföretag med tusentals produkter i sortimentet. För att hålla en genomgående hög kvalitet pågår ett gediget produktarbete bakom kulisserna.

Brafabs historia började med gårdsförsäljning i halländska Norra Össjö.

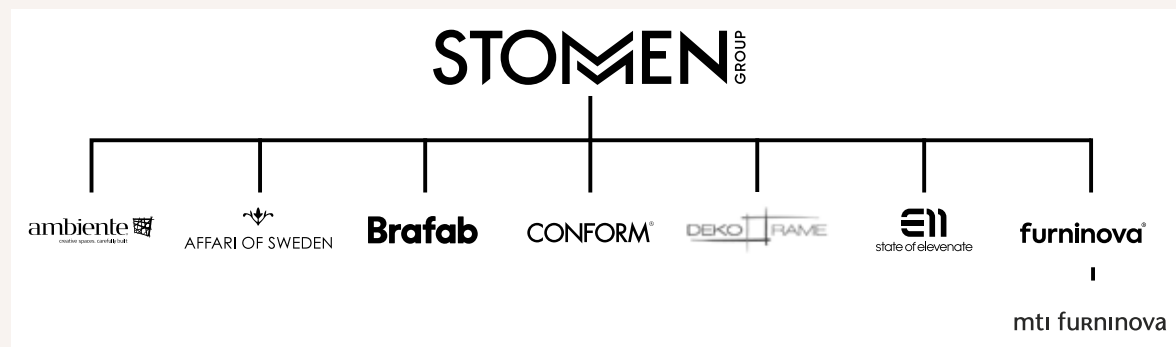
## Vårt arv

Brafabs historia går långt tillbaka och vi har ett stort arv att bygga vidare på. Vi startade som ett litet familjeföretag redan på 1930-talet, då fokus låg på tillverkning och försäljning av korgar, stegar och andra nyttoföremål. Vi har sedan dess vuxit och utvecklats till att bli ett av norra Europas största utemöbelvarumärke med försäljning både i och utanför Europa. Vi är dock fortsatt precis lika måna om våra relationer till såväl anställda som till leverantörer, återförsäljare och kunder.

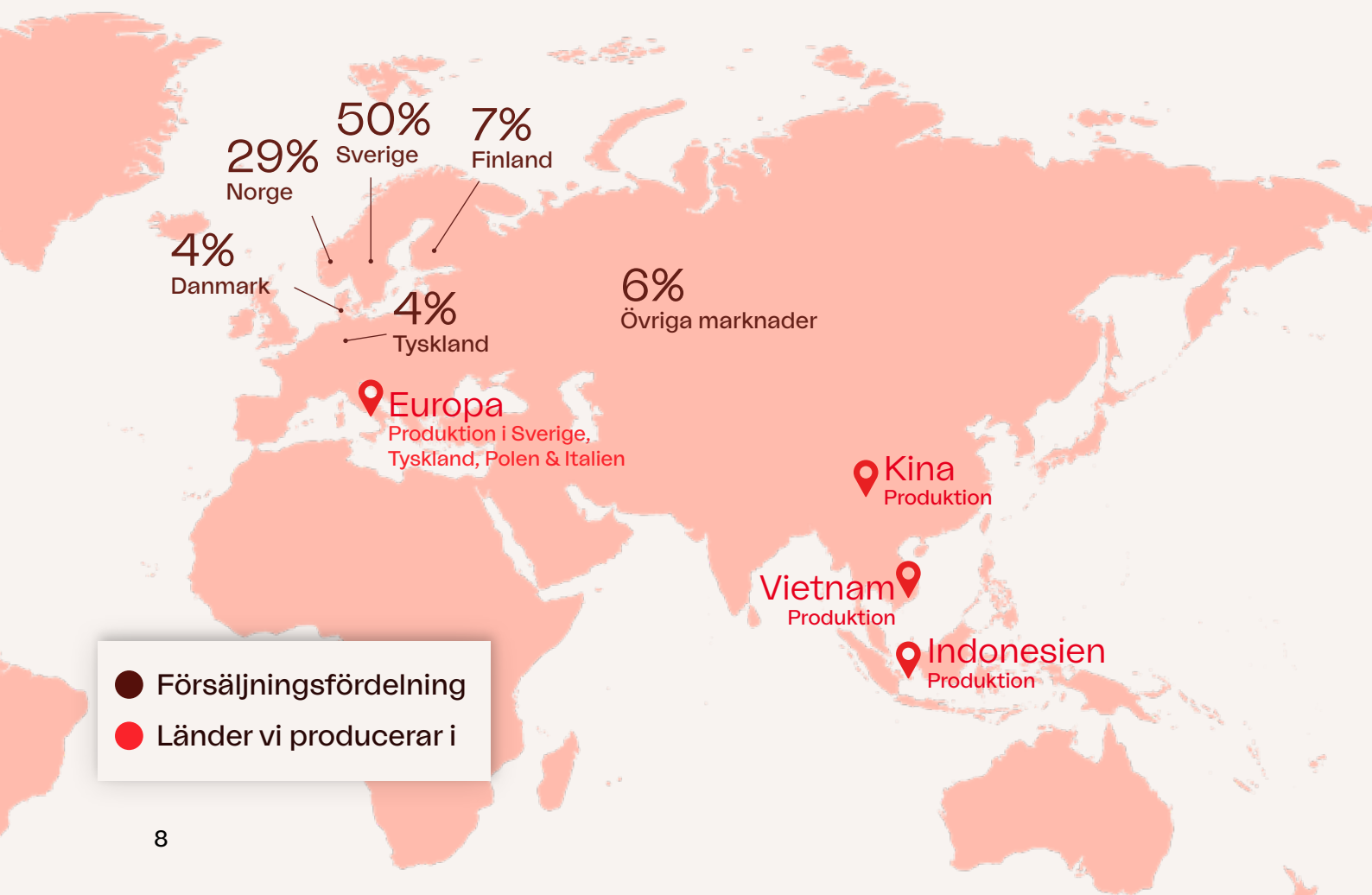
# Vår koncern

Brafab ingår i koncernen Stommen Group tillsammans med 7 andra bolag. Stommen Group är ett familjeägt investmentbolag med en långsiktig strategi.

Stommen Group förvärvar företag med god potential för tillväxt och lönsamhet, samtidigt som Stommen Group värnar om företagens självständighet och målet är att skapa en gemenskap och trygghet för samtliga bolag i koncernen. Som moderbolag bidrar Stommen Group med en stabil grund att stå på, en Stomme att luta sig tillbaka mot, både i med- och motgång. Tillsammans står vi starka med gemensamma värderingar och en kultur som bidrar både till goda affärer och glada medarbetare.



## Brafab i världen





# Om Brafab

## INKÖP

Vi har många års erfarenhet av global handel och har byggt upp en position och ett kunnande som ger oss stor trygghet och konkurrensfördel. Vi designar alla våra möbler själva men har ingen egen produktion utan samarbetar med ca 35 leverantörer runtom i världen, primärt Kina, Vietnam och Indonesien. Vi har även en del producenter i Europa och Sverige. Flertalet av våra leverantörssamarbeten sträcker sig över 20 år och dessa relationer är något vi värdesätter högt.

## KUNDER

Vi riktar oss mot kvalitetsmedvetna kunder som uppskattar att sälja utemöbler med komfort, funktionalitet och uttrycksfull form från ett starkt varumärke. Vi använder oss av ett återförsäljarled och vårt största kundsegment är återförsäljare inom fackhandeln. Totalt sett har vi ca 465 kunder världen över.

## FÖRSÄLJNING

Vår största marknad är Sverige och därefter följer övriga nordiska länder. Vår nästa tillväxtmarknad är Tyskland och därefter övriga europeiska marknader. Som ett led i att utvecklas och erbjuda en digital tjänst till våra återförsäljare i Sverige, Danmark och Belgien lanserade vi e-handel under 2020 (2021 för Danmark och Belgien). Brafabs e-handel riktar sig mot konsument och fungerar som ett marketplace för våra återförsäljare på berörda marknader. Via vår e-handel kan konsumenten även köpa merparten av vårt reservdelssortiment med leverans direkt hem.

## VARUMÄRKE

Med ett starkt varumärke bygger vi lojalitet och skapar långsiktiga relationer med alla våra intressenter. Brafab är inte bara vårt gemensamma ansikte utåt, utan lika

mycket en identitet för samtliga medarbetare i den egna organisationen. I en värld där produkterna alltmer liknar varandra och har liknande egenskaper är det varumärket som särskiljer oss på marknaden och är garanten för vårt löfte.

## LAGER

Vi har ett unikt och toppmodernt lager på 34 000 m<sup>2</sup> med ca 25 000 pallplatser. Omsättningshastigheten är hög och årligen lastas det därifrån ut ca 15 000 leveranser. Vi lagerför hela vårt sortiment vilket gör att vi kan leverera produkter som finns i lager till våra kunder inom en vecka. Våra snabba och pålitliga leveranser gör att vi enkelt kan skicka påfyllningsordrar till våra kunder under säsong. För att lagerföra ett brett sortiment, krävs ett välutvecklat logistiksystem (vi arbetar i Astro) och finansiell styrka. Vårt positiva kassaflöde och starka likviditet ger oss möjlighet att planera långsiktigt, och våra inköp görs alltid i god tid.

## MEDARBETARE

Vi är arbetsgivare till ca 60 anställda, fördelat på huvudkontoret i halländska Norra Össjö, lager i småländska Markaryd samt medarbetare lokalt nära produktionen i Kina, Vietnam och Indonesien för att säkerställa på plats att våra krav och värderingar efterlevs hos våra leverantörer.

## SORTIMENT & SHOWROOM

Med vårt breda sortiment på cirka 1 600 produkter har vi det mesta för att bidra till ett härligt uteliv. Sortimentet består av allt ifrån enklare cafémöbler till exklusiva loungegrupper. Vi tillverkar i olika material där aluminium, teak och konstrotting är de primära. På huvudkontoret har vi ett showroom på knappt 3 000 m<sup>2</sup> där vi exponerar hela sortimentet.

## > AFFÄRSIDÉ

Brafab ska utveckla, marknadsföra och sälja attraktiva utemöbler av god kvalitet primärt på den europeiska marknaden.

## > VISION

Att bli Europas mest inspirerande, prisvärda och framgångsrika livsstilsvarumärke för underbara utemiljöer.

## > MISSION

Brafab ska med utemöbler skapa miljöer för avkoppling och njutning för de många människorna.

**Omsättning:** + 500 MKR

**Antal anställda:** 62 personer

(Varav 35% kvinnor och 65% män)

**Huvudkontor:** Norra Össjö

**Showroom:** Norra Össjö

**Lager:** Markaryd

**Antal kunder:** ca 465 st

**Produkter i sortiment:** ca 1 600 st

**Pallplatser lager:** ca 25 000 st



## Våra ledord

### LÅNGSIKTIGT

För oss är långsiktighet ett annat ord för kvalitet, och något vi strävar efter i allt vi gör: från relationen till våra anställda och kunder, till arbetet med att designa och tillverka hållbara möbler som ska klara ur och skur, år ut och år in, med ett formspråk som känns tidlöst och en komfort som bara blir bättre för varje dag som går.

### OKONSTLAT

Vi får ibland höra att vi nästan är för schyssta, att vi gör mer än det nödvändiga för våra kunder. Men för oss är det ganska enkelt: vi är inte nöjda förrän våra kunder är nöjda, och förrän deras kunder sitter så skönt att de aldrig vill resa sig ur soffan. Snabb, enkel och vänlig service är en del av vårt DNA, och har gjort Brafab till dem vi är idag.

### BRETT

Vårt uppdrag är att få fler människor att vilja tillbringa sina bästa stunder utomhus. Och då behöver vi erbjuda dem möjligheter att skapa sina drömmars utemiljö, oavsett planlösning och plånbok. Med hjälp av vår unika sortimentsbredd kan vi erbjuda lösningar för alla som vill göra utelivet till det nya innet.

### NYFIKET

Vår historia präglas av frågan "hur kan vi...?" Genom vår envisa nyfikenhet har vi tvingat oss själva att alltid se saker utifrån, att alltid ställa en extra fråga, att aldrig känna oss färdiga. Vi är nyfikna på våra kunder, på deras kunder och på vår omvärld: det är det enda sättet vi kan fortsätta bli bättre för varje år som går. Varumärket summerar våra rationella och emotionella löften till våra kunder, kollegor, och andra intressenter. Våra kärnvärden – Hållbart, Omsorgsfullt och Nyttänkande – ska gå som en röd tråd genom företaget, människorna och produkterna. Därigenom säkerställer vi vårt varumärkeslöfte.

## Utifrånperspektiv

Att just se saker utifrån har skapat och format det som är Brafab. Som att sätta oss in i människors behov och översätta dem till väl designade utemöbler med komfort som man vill köpa och använda, år efter år. Som att aldrig nöja oss med det som varit, utan alltid leta efter nya sätt att göra utomhuslivet ännu lite bättre, lite mer hållbart, för lite fler. Som att driva på marknaden med en bredd av valmöjligheter och en besatthet av kvalitet i varje detalj. Utifrånperspektivet hjälper oss att öppna upp och ge fler människor möjligheten att kunna tillbringa sina bästa stunder utomhus.





# Så jobbar vi för ett hållbart uteliv

Vi på Brafab vill göra vad vi kan för att bidra till en långsiktig och hållbar värld. Vår strävan är att hållbarhet ska genomsyra arbetet i hela bolaget och vara en del av varje medarbetares vardag.

## HÅLLBARHETSARBETE 2021

Under 2021 har vi tagit steg framåt i vårt hållbarhetsarbete. Vi har intensifierat arbetet och tillsatt en arbetsgrupp med detta som fokus. Vi är samtidigt ödmjuka och inser att våra största hållbarhetsinsatser rör framtiden. Och med det kommer även en insikt om att vårt hållbarhetsarbete aldrig kommer att bli klart utan är en ständigt pågående process.

Som ett första steg har vi bland annat arbetat med [ansvarsfullt.se](https://ansvarsfullt.se). Det är ett självskattningsverktyg med frågor som är framtagna i samarbete med ISO-expert, revisorer och upphandlingsjurister för att hjälpa företag med sitt hållbarhetsarbete. Frågorna har hjälpt oss att få en överblick hur vi presterar idag och en bild av nuläget har skapats. Vi har även påbörjat arbetet mot en väsentlighetsanalys för att identifiera våra prioriterade hållbarhetsområden och hur våra olika intressenter berörs av dessa. En ytterligare insats under 2021 är att vi utifrån FN's globala mål identifierat de där vi bedömer att våra insatser kommer att ha störst hållbarhetspåverkan.

## STYRNING OCH ORGANISATION

Från och med vintern 2022 sitter en ansvarig person för att driva och utveckla hållbarhetsarbetet med i ledningsgruppen. I och med detta har vi goda förutsättningar att ta vårt hållbarhetsarbete vidare. Till sin hjälp har även en hållbarhetsgrupp tillsatts med uppgift att driva hållbarhetsarbetet framåt. Vi undersöker även möjligheterna för ett koncerngemensamt samarbete för att tillsammans bli mer effektiva och mer kraftfulla i vårt hållbarhetsarbete.

## POLICYS

Som ett led i att framöver fokusera än mer på att systematisera vårt hållbarhetsarbete kommer vi att arbeta för ett gemensamt styrdokument; vår Hållbarhetspolicy. Den ska vara styrdokument för allt som berör vårt hållbarhetsarbete, dvs både de krav vi har på oss själva samt de krav som vi har på våra leverantörer och partners.

# Hållbarhetsstrategi





# För bättre utsikter

Som leverantör av utemöbler har vi ett ansvar både gentemot miljö och människa. Genom att erbjuda slitstarka och väldesignade möbler framtagna under schyssta villkor, skapar vi utemiljöer För bättre utsikter.

## OMTANKE I ALLT VI GÖR

Brafab är ett familjeägt företag som funnits i över 90 år. Vi tror att en av anledningarna till vår framgångsresa är att allt vi gör, gör vi med omtanke. För oss betyder omtanke inte bara att vi bryr oss om våra medarbetare, leverantörer och kunder, utan även omtanke kring formgivning, materialval och produktion – och hur vi som företag påverkar vår omgivning.

## VÅR HÅLLBARHETSSTRATEGI

Vi har påbörjat arbetet att sätta vår hållbarhetsstrategi. Utmaningarna är förstas många och komplexa, men vi är redo att öka takten. Något annat vore otänkbart. Strategin ska vara mätbar med tydliga mål och det ska framgå vilka resurser som krävs för att uppnå dem.

Följande delar har vi identifierat och börjat arbeta med i vårt hållbarhetsarbete:

### > FN:s globala mål

Alla företag har en central roll i arbetet för att nå de Globala målen. Oavsett hur stort eller litet ett företaget är och oavsett bransch kan alla vara med och bidra. Vi har identifierat de mål som har störst relevans för verksamheten och där vi som företag känner att vi kan göra skillnad.

### > Polycys

Som ett led i att framöver fokusera än mer på att systematisera vårt hållbarhetsarbete kommer vi se över och utveckla ett gemensamt styrdokument; vår Hållbarhetspolicy. Det ska vara ett styrdokument för allt som berör vårt hållbarhetsarbete, dvs både de krav vi har på oss själva samt de krav som vi har på våra leverantörer och partners.

### > Väsentlighetsanalys

Väsentliga frågeställningar är de som berör Brafabs ekonomiska, miljömässiga och sociala avtryck och som kan påverka intressenters beslutsfattande. För att avgöra vilka aspekter som bör prioriteras är en väsentlighetsanalys ett centralt verktyg.

Under 2021 har vi arbetat för att sätta grunden till vår väsentlighetsanalys och identifierat områden som vi bedömer vara aktuella för oss att arbeta med. Vi är inte i mål med en färdig analys utan kommer att fortsätta arbetet under 2022.

### > Värdekedja

För oss innebär hållbar utveckling att se till helheten och det cirkulära tänket. Det vill säga hur utemöblerna som vi producerar och säljer, i sin tur påverkar miljö och människor. Hållbarhet är en ständigt pågående process för oss, och vi ser fram emot att fortsätta bli ännu bättre, smartare och mer hållbara i hela vår värdekedja.



# Globala målen

Vi vill vara med att bidra för att göra världen till en bättre plats för kommande generationer, så det är viktigt att vi gör det vi kan. Vi har valt att ha utgångspunkt i FN:s 17 globala mål för att främja hållbar utveckling för vårt framtida hållbarhetsarbete.

## FN:S GLOBALA MÅL

Den 25 september 2015 antog FN:s medlemsländer Agenda 2030, en universell agenda som inrymmer Globala målen för hållbar utveckling. De 17 globala målen har i sin tur 169 delmål och 230 globala indikatorer.

De globala målen och Agenda 2030 är den mest ambitiösa överenskommelsen för hållbar utveckling som världens ledare någonsin har antagit. I begreppet hållbar utveckling integreras de tre dimensionerna av hållbarhet: social, ekonomisk och miljömässig.

Med de Globala målen har världens ledare förbundit sig till att uppnå fyra mål till år 2030:

- Att avskaffa extrem fattigdom
- Att minska ojämlikheter och orättvisor i världen
- Att främja fred och rättvisa
- Att lösa klimatkrisen

Med hjälp av de Globala målen är vi den första generationen som kan utrota fattigdomen, och den sista som kan bekämpa klimatförändringarna.

## HUR JOBBAR BRAFAB MED MÅLEN?

Brafab har identifierat 4 globala mål som har störst relevans för verksamheten och där vi som företag känner att vi kan göra skillnad.

För att koppla dessa mål till vår verklighet har vi utgått från vår värdekedja. Olika mål har olika stor inverkan och relevans beroende på vilken del av Brafabs värdekedja som berörs.

Vi kommer fokusera på att konkretisera och sätta mål och handlingsplaner för respektive av våra 4 utvalda globala delmål i vårt fortsatta hållbarhetsarbete.



Vill du veta mer?  
Gå in på [www.globalamalen.se](http://www.globalamalen.se)

# Våra prioriterade globala mål

Vi strävar efter att aktivt bidra till de Globala målen genom att fokusera på de mål som har störst relevans för vår verksamhet och strategi, och där vi som företag kan göra störst skillnad. De som vi identifierat är delmål 8, 12, 13 och 15.

## 8 ANSTÄNDIGA ARBETSVILLKOR OCH EKONOMISK TILLVÄXT



### MÅL 8. ANSTÄNDIGA ARBETSVILLKOR OCH EKONOMISK TILLVÄXT

Verka för varaktig, inkluderande och hållbar ekonomisk tillväxt, full och produktiv sysselsättning med anständiga arbetsvillkor för alla.

Brafabs tillverkning av utemöbler bidrar till ökad sysselsättning världen över. Genom att säkerställa en trygg och säker arbetsplats, rättvisa arbetsvillkor med skäliga löner bidrar vi till en inkluderande och hållbar ekonomisk tillväxt.

## 12 HÅLLBAR KONSUMTION OCH PRODUKTION



### MÅL 12. HÅLLBAR KONSUMTION OCH PRODUKTION

Säkerställa hållbara konsumtions- och produktionsmönster och hållbar användning av naturresurser.

En nyckelfaktor för hållbar konsumtion är att öka produkters livslängd. Vi bidrar till att minska möbelindustrins klimatavtryck genom en resurseffektiv produktion där vi gör medvetna materialval ur ett kvalitets- och miljömässigt perspektiv, vilka kemikalier vi kan använda och hur vi kan uppmuntra till ett ansvarstagande konsumtionsmönster, där våra produkter återanvänds och återvinns i så hög grad som möjligt.

## 13 BEKÄMPA KLIMATFÖRÄNDRINGARNA



### MÅL 13. BEKÄMPA KLIMATFÖRÄNDRINGARNA

Vidta omedelbara åtgärder för att bekämpa klimatförändringarna och deras konsekvenser.

Stora delar av Brafabs sortiment tillverkas utomlands och distribueras sen till flera olika länder. Både tillverkning och transporter bidrar till koldioxidutsläpp. Genom att effektivisera vår logistik och öka vårt samarbete med aktörer och leverantörer arbetar vi för att minska våra utsläpp och utöka fossilfria transportmedel.

## 15 EKOSYSTEM OCH BIOLOGISK MÅNGFALD



### MÅL 15. EKOSYSTEM OCH BIOLOGISK MÅNGFALD

Skydda, återställa och främja ett hållbart nyttjande av landbaserade ekosystem, hållbart bruka skogar, bekämpa ökenspridning, hejda och vrida tillbaka markförstörelsen samt hejda förlusten av biologisk mångfald.

Brafab strävar efter att allt trä som används i våra möbler och förpackningar ska komma från hållbart skogsbruk. Vi vill säkerställa den långsiktiga återväxten av våra skogar och följer därför EU:s timmerförordning och utöver detta väljer vi att handla med den träråvara som har den högst rankade miljöcertifieringen på den aktuella marknaden.



# Intressenter

Genom en öppen dialog där vi är lyhörda för omvärldens förväntningar och intressenternas behov, fortsätter vi att utveckla verksamheten med ambition att integrera hållbarhet i alla delar. Brafabs viktigaste intressenter är de som mest berörs av och/eller påverkar vår verksamhet.

## MEDARBETARE

Att ha en bra och öppen dialog med våra medarbetare och en arbetsplats som välkomnar mångfald är viktigt. Brafabs framtida utveckling avgörs av hur vi lyckas attrahera, rekrytera, utveckla och framför allt behålla våra medarbetare. Vi vill erbjuda intressanta arbetsuppgifter i en proaktiv och utvecklande arbetsmiljö som är säker, inkluderande, jämställd och hälsosam.

## KUNDER

Vi vill erbjuda våra kunder ett brett sortiment av välde-signade kvalitetsmöbler till konkurrenskraftiga priser. Vi vill ha en nära kontakt med våra kunder, inspirera till hållbar konsumtion och att de ska känna trygghet och tillit att handla med oss.

## KONSUMENTER

Att förstå vår slutkunds, det vill säga konsumentens, behov och vad de efterfrågar både nu och i framtiden är en förutsättning för Brafabs fortsatta framgång. Vi strävar efter att känna av och känna in rådande och framtida trender för att säkerställa att våra produkter bidrar till ett härligare uteliv – både nu och i framtiden.

## LEVERANTÖRER

Vi arbetar långsiktigt med våra leverantörer för att skapa den bästa relationen oss emellan och har en ambition att inspirera dem till att arbeta mer hållbart. Detta gör vi bland annat genom vår Code of conduct, där vi säkerställer att vi har en gemensam syn på hållbarhet. Vi ser våra leverantörer som partners och många gånger även som kollegor och som en viktig del av Brafabs affär.

## ÄGARE

God lönsamhet är en förutsättning för att driva Brafab framåt. Vi är övertygade om att vår utveckling är beroende av ett ansvarsfullt arbete med hållbarhetsfrågor för att även fortsatt vara attraktiva på marknaden.

## SAMHÄLLET I ÖVRIGT

Brafab vill vara en ansvarstagande arbetsgivare och samhällsaktör genom att skapa sysselsättning lokalt, erbjuda schysta jobb och en hälsosam arbetsmiljö där människor trivs och utvecklas. Vi vill också vara med och bidra till att vår bransch blir mer hållbar. Vi tror att samarbete med bland annat bank, myndigheter och samhället i stort är en nyckelfaktor för att lyckas med denna utveckling.



# Våra väsentliga frågor

Väsentliga frågeställningar är de som berör Brafabs ekonomiska, miljömässiga och sociala avtryck och som kan påverka intressenters beslutsfattande. För att avgöra vilka aspekter som bör prioriteras är en väsentlighetsanalys ett centralt verktyg.

## VÄSENTLIGHETSANALYS

Under 2021 har vi arbetat för att sätta grunden till vår väsentlighetsanalys och exempel på övergripande områden vi hittills identifierat men ännu inte specificerat eller rangordnat:

KLIMAT-  
AVTRYCK

RESURS-  
ANVÄNDNING

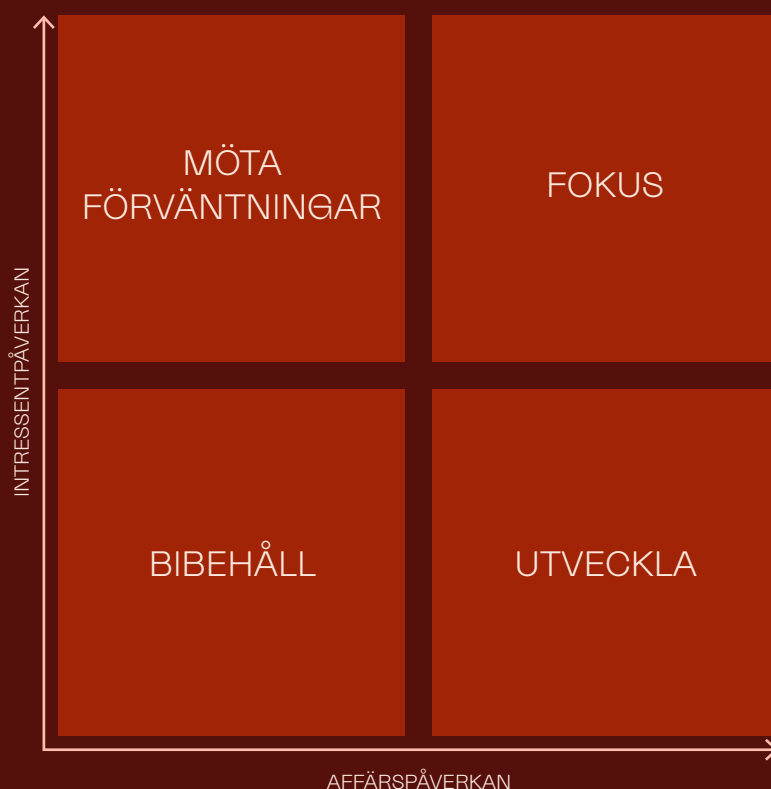
ARBETSMILJÖ  
OCH HÄLSA

LEVERANTÖRS-  
KEDJAN

TRANSPORTER

### ETT PÅGÅENDE ARBETE

Vi är inte i mål med en färdig analys utan kommer att fortsätta arbetet under 2022. Vi har god inblick i de områden som våra väsentliga frågor hamnar inom samt hur avgörande de är för våra intressenter, men avser att fördjupa arbetet innan vi landar i en för oss relevant och komplett analys. Den kommer sedan att hjälpa oss i vårt fortsatta hållbarhetsarbete och i dialog med våra intressenter.





# Hållbarhetspolicy

Ambitionen med Brafabs hållbarhetsarbete syftar till att fortsätta göra goda affärer och säkerställa långsiktig lönsamhet genom att ta ansvar för den påverkan på människa och miljö som vår verksamhet innebär. Vår framgång bygger på förtroende och ett anseende som vi fått genom ärlighet och hårt arbete. Vi är medvetna om att det krävs insatser i vårt fortsatta arbete för att på ett långsiktig, trovärdigt, mätbart och mer hållbart sätt bevara samma förtroende och anseende.

## IDAG HAR VI FÖLJANDE POLICYS :

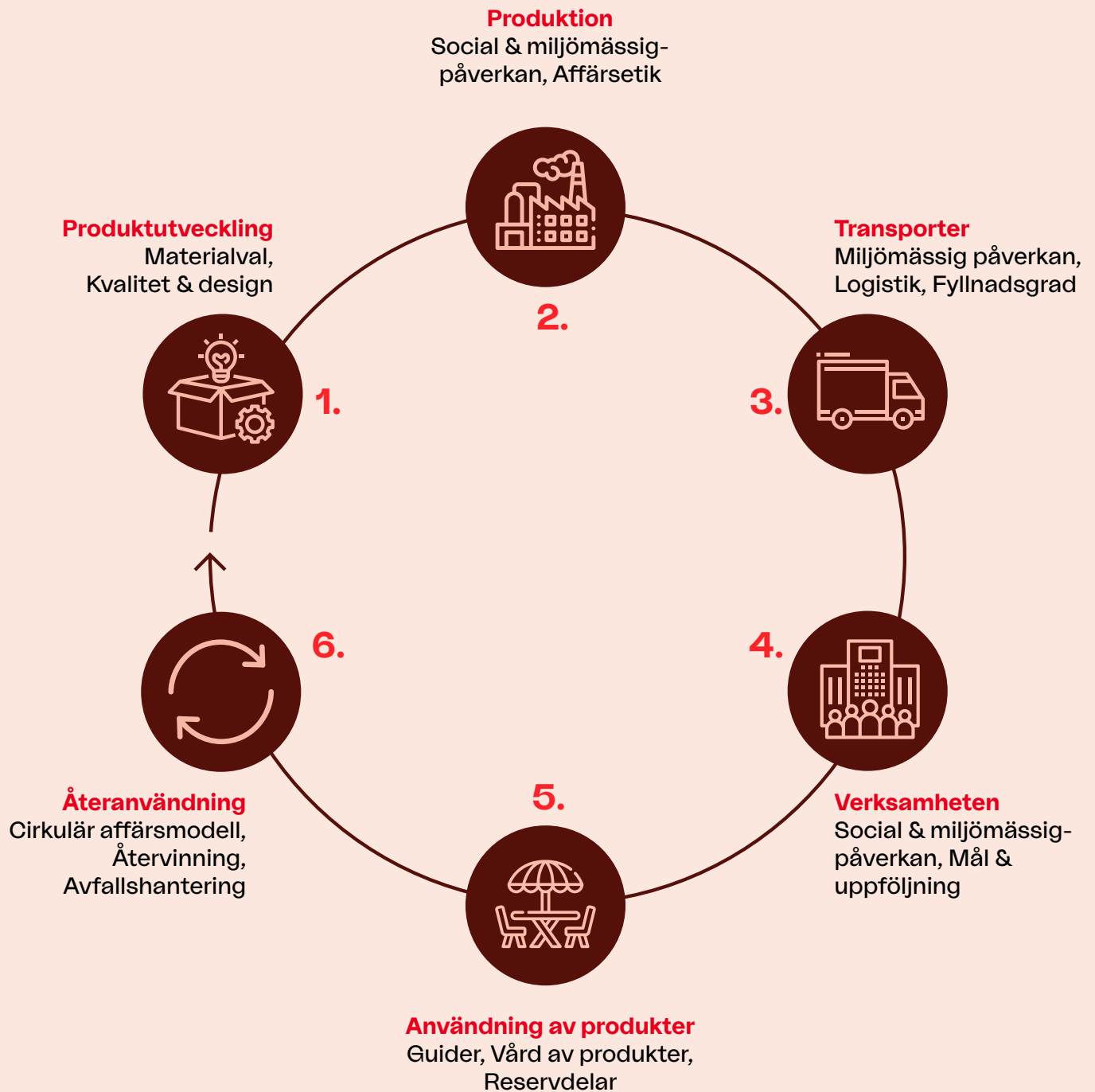
- **Code of conduct**  
(förklarar vad det innebär att upprätthålla våra värderingar samt säkerställer att vi och våra leverantörer agerar i enlighet med gällande lagstiftning)
- **Miljöpolicy**
- **Diskrimineringspolicy**
- **Jämställdhetspolicy**
- **Arbetsmiljöpolicy**
- **Integritetspolicy**

## NÄSTA STEG

Som ett led i att framöver fokusera än mer på att systematisera vårt hållbarhetsarbete kommer vi att sammanställa ovan och utveckla flera i ett gemensamt styrdokument; vår Hållbarhetspolicy. Den ska vara styrdokument för allt som berör vårt hållbarhetsarbete, dvs både de krav vi har på oss själva samt de krav vi har på våra leverantörer och partners, och kommer efter färdigställande att finnas tillgänglig på vår hemsida.

# Brafabs värdekedja

Vi ska skapa möbler för utemiljön där vi tar ansvar för vårt klimatavtryck. För oss innebär hållbar utveckling att se till helheten och det cirkulära tänket. Det vill säga hur de utemöbler vi producerar och säljer i sin tur påverkar miljö och människa. Hållbarhet är en ständigt pågående process för oss och vi ser fram emot att utveckla och förbättra vår värdekedja i denna riktning.





# Produktutveckling

Vi vill erbjuda ett brett sortiment av hållbart framtagna utemöbler som håller över tiden. Vi tror på att kvalitet och hållbara möbler går hand i hand. Kvalitet är en nyckelfaktor för att minska konsumtionen och möbelproduktionens klimatavtryck. Genom att tillgodose den moderna människans behov av flexibilitet, design, komfort och kvalitet älskas våra möbler av sina ägare under en lång tid. Detta medför både nöjda kunder och bidrar till ett minskat köp- och släng beteende.

12 HÅLLBAR  
KONSUMTION OCH  
PRODUKTION



13 BEKÄMPA KLIMAT-  
FÖRÄNDRINGARNA



15 EKOSYSTEM OCH  
BIOLOGISK MÅNGFALD



## PRODUKTUTVECKLING

Produktutveckling finns i Brafabs DNA. Vårt produkt-utvecklingsteam finns på huvudkontoret i Norra Össjö och med våra anställda på plats i Asien säkerställer vi att skisser och idéer efterlevs vid produktion. Vi arbetar ständigt med att ta fram nya innovationer och produkter samt söka efter nya och mer hållbara material att tillverka i. Den första fasen när en produkt tas fram styrs av kreativitet och design, men tidigt i bilden behöver vi ha konstruktions- och hållbarhetsaspekt i åtanke. Lika viktigt som det är för oss att lansera nya produkter är det att utveckla och förädla befintligt sortiment genom att till exempel addera nya färger och detaljer.

Varje år lanserar vi nyheter och efterfrågan av nyheter är stor i utemöbelbranschen. Balansen mellan efterfrågan och vad som för oss är ett hållbart produktionsmönster kan vara svår. Vi strävar efter att arbeta mot en nyhetslanseringsstrategi som främjar ett

hållbart konsumtionsmönster som minskar omsättningshastigheten av vårt sortiment. Det tror vi i längden kommer gynna både våra kunder, Brafab och miljön. Resultatet blir att Brafab får mer tid att optimera produktutvecklingen för att tillfredsställa kundernas behov, och att vi kan ge möblerna en längre livslängd då vi kan erbjuda reservdelar till våra produkter under en längre tid.

## DESIGN, TREND OCH KOMFORT

När vi lanserar en produkt är den väl genomtänkt, både ur ett hållbarhets- och ett användarperspektiv. En av hemligheterna bakom vår goda sittkomfort ligger till exempel i omsorgen kring proportioner och exakta vinklar för såväl sittdelar som rygg- och armstöd. En annan viktig del är att hålla sig uppdaterad kring trender. Vi gör alltid en egen twist på de rådande trenderna, det är viktigt att vår känsla och bakgrund finns med genom hela processen och att vi designar utemöbler som håller över tiden både gällande design och kvalitet.

## MATERIALVAL OCH KONSTRUKTION

För oss är alla detaljer viktiga, vi tänker på materialval ur många olika perspektiv. Dels estetiskt vad som tilltalar, men även ur ett hållbarhetsperspektiv med vilka kemikalier och råvaror som vi använder, materialens livslängd och återvinningsmöjlighet.

Konstruktionen på en utemöbel är inte bara viktig för komfort och design, utan även för att kunna optimera fyllnadsgraden vid transport. Därför väljer vi detaljer som till exempel avskruvbara ben till många av våra bord för att minska volymen när de fraktas, på så sätt minskar vi våra utsläpp.

Vi tänker även på hur en möbel är konstruerad i ur ett återvinningsperspektiv, man ska enkelt kunna återvinna de olika material som finns i möbelen.



## REACH

Reach är en förordning som har tagits fram för att stärka skyddet av människors hälsa och miljön mot de risker som kemikalier kan utgöra och för att öka kemikalieindustrins konkurrenskraft i EU-länderna. Den främjar också alternativa metoder för farobedömning av ämnen för att minska antalet djurförsök. Vi efterlever alla krav och standarder för att uppfylla REACH, och alla våra produkter är REACH - certifierade.

## DIGITALISERAD PRODUKTUTVECKLING

Under coronapandemin har vi anpassat vår produktutveckling till att bli mer digital. Tidigare besökte Brafabs produktteam våra leverantörer i Asien flertalet gånger per år, vilket under 2020 och 2021 inte varit möjligt på grund av då rådande omständigheter utan vi har istället genomfört dessa produktutvecklingsmöten online. Våra upparbetade relationer med våra leverantörer samt att vi har anställd personal på plats för att säkerställa arbetsvillkor och kvalitetssäkra produktionen är nycklar till att vi har kunnat fortsätta bedriva en väl fungerande verksamhet utan fysisk närvaro i Asien under pandemin. Med andra ord, vi kan minska på antalet resor till Asien utan att tumma på kvaliteten, vilket gör att vi kan fortsätta minska utsläpp och kostnader orsakade av affärsresor.



# Produktion

Vi har producerat kvalitativa utemöbler i över 90 år och förstår vikten av att ha ett nära och långsiktigt samarbete med våra leverantörer.

8 ANSTÄNDIGA ARBETSVILLKOR OCH EKONOMISK TILLVÄXT



12 HÅLLBAR KONSUMTION OCH PRODUKTION



13 BEKÄMPA KLIMATFÖRÄNDRINGARNA



15 EKOSYSTEM OCH BIOLOGISK MÅNGFALD



## VAL AV LEVERANTÖR

Brafabs affärmodell har historiskt alltid byggt på stora inköp från leverantörer i Asien. Idag tillverkas merparten i Kina, Indonesien och Vietnam och resterande i Sverige, Italien och Tyskland. Med en produktion över hela världen är valet av leverantör viktigt och vi ställer höga krav på att de ska dela våra värderingar gällande hållbarhet.

För att minska Brafabs klimatpåverkan undersöker vi löpande alternativa möjligheter av leverantörer i olika delar av världen.



## CODE OF CONDUCT

För att säkerställa att Brafabs riktlinjer och värderingar följs av våra leverantörer, har vi en uppförandekod (Code of conduct). Syftet är att definiera de krav och förväntningar som vi har på våra leverantörer ur ett hållbarhetsperspektiv.

Med hållbarhet innefattas här bland annat arbetsförhållanden, miljö, affärsetik, mutor och korruption samt säkerhet. Vi är medvetna om riskerna som kan vara förknippade med produktion på geografiskt långt avstånd, och har därför anställda medarbetare på plats i fabriken för att säkerställa att lagar och föreskrifter som gäller både lokalt och nationellt efterlevs. Våra medarbetare på plats säkerställer även att eventuella kulturskillnader som finns inte påverkar hur vår Code of conduct efterlevs.

Om det upptäcks att någon del i vår Code of conduct inte efterlevs, vidtar vi lämplig åtgärd.





### PLANTAGEODLAT TRÄ

Vi vill säkerställa den långsiktiga återväxten av våra skogar och följer därför EU:s timmerförordning. Den finns till för att motverka handel med olagligt avverkat virke och trävaror från sådant virke inom EU. Beroende på vilken marknad vi handlar ifrån, är det olika certifikat som gäller (te.x. FSC och FLEGT). Vi väljer alltid att handla med det trä som har den högst rankade certifieringen för den marknaden.

### FÖRPACKNINGAR

Utvecklingen för hur vi förpackar våra produkter på ett hållbart sätt för transport är viktig. Balansen mellan att minimera mängden emballage och samtidigt minimera risken för fraktskador är hårfin. Skadade produkter resulterar i reklamationer som bidrar till onödiga utsläpp och kostnader vilket vi såklart vill undvika. De senaste åren har vi blivit bättre på att hitta den balansen och onödiga fraktskador har minskat.

Konsumentens köpbeteende och köpresa har ändrats de senaste åren till att bli mer och mer digital, till exempel genom att både insamling av information inför och under ett köp samt det faktiska köpet i allt större utsträckning sker online. Som ett led i detta har vi sedan 2020 även en e-handel mot konsument (ett marketplace för våra återförsäljare, dvs alla frågor innan, under och efter ett köp hanteras av våra återförsäljare), vilket medför att vi stöter på nya frågeställningar och utmaningar som rör våra produkters förpackningar. Förr staplade vi till exempel flera stolar i samma förpackning för att optimera fyllnadsgraden, vilket inte fungerar i samtliga försäljningskanaler. Vi strävar således för att hitta hållbara och effektiva sätt att styra både fyllnadsgrad samt optimering av förpackningar.





# Transporter

En av de största utmaningarna för miljöarbetet, i Sverige såväl som internationellt, är att minska transporternas negativa påverkan på klimatet och miljön. Transportsektorn drivs fortfarande till största del av fossila bränslen. För att klara målen i Parisöverenskommelsen måste användningen av fossila bränslen minska dramatiskt för att inom en snar framtid helt upphöra.

13 BEKÄMPA KLIMAT-  
FÖRÄNDRINGARNA



## VAL AV TRANSPORTSÄTT

Vi på Brafab vill ta vårt ansvar genom att minska våra transporters klimatpåverkan. Genom att börja mäta våra CO2-utsläpp kommer vi att öka vår vetskap kring hur vi ska upprätta vår handlingsplan och därmed rikta våra insatser kring mer medvetna beslut.

Våra olika slags transporter:

- Transport - från leverantör till Brafabs lager
- Transport - från leverantör direkt till kund
- Transport - från Brafabs lager till kund
- Transport - från Brafabs lager till konsument (e-handel)
- Transport - för returer

Vi försöker i möjligaste mån använda oss av sjöfrakt och järnväg, men även lastbil och flyg förekommer.

## VAL AV TRANSPORTÖR

Eftersom transporters utsläpp är en stor del av Brafabs klimatpåverkan är det viktigt att våra transportörer har ett medvetet hållbarhetsarbete.

I linje med vårt hållbarhetsarbete strävar vi efter att ta fram en tydlig kravställning vid val av transportör, där det är viktigt att det finns en tydlig plan för utfasning av fossila bränslen.





## UTMANANDE ÅR FÖR TRANSPORTER OCH FRAKTPRISER

Under 2021 har hela logistikkedjan varit under press från olika håll:

- Det har varit en global kapacitetsbrist på både sjöfrakt och containrar
- Rederierna har haft svårt att hantera den globala efterfrågan
- Stora volymer i omlopp vilket har lett till förseningar och flaskhalsar på en del kritiska ställen vilket i sin tur har lett till att stora mängder containrar fastnat
- Priser på containrar har pressats upp till nivåer som ingen kunde förutspå
- Påverkan orsakat av pandemin

Summerar man ovan, är det ingen tvekan om att det har varit (och fortsatt är) en komplicerad situation som resulterat i händelser vi inte kan styra över. Mycket pekar på att det även 2022 kommer att vara en fortsatt krävande frakt- och transportmarknad.



## TRANSPORTPLANERING

En viktig del för att minska onödiga utsläpp är att optimera fyllnadsgraden i våra transporter, vilket vi ständigt jobbar på både för miljön och lönsamhetens skull. Detta gäller transporter från produktion till oss såväl som transporter från oss ut till våra kunder.

Ett exempel vi gjort för att optimera fyllnadsgraden är att många av våra bord har avskruvningsbara ben, vilket resulterar i mindre och plattare paket.

Vi kommer även fortsatt arbeta för att planera och optimera logistik och sändningar för att minska antalet transporter. Detta innebär att fyllnadsgraden kommer öka och antal skeppade containrar reduceras.





# Verksamheten

Brafab arbetar ständigt med förbättringar av den dagliga verksamheten i stort för att minska energianvändning, utsläpp och avfall. I och med vårt initiativ "För bättre utsikter" vill vi bli ännu bättre på att mäta, följa upp och vidta åtgärder för vår verksamhets miljöpåverkan.

8 ANSTÄNDIGA ARBETSVILLKOR OCH EKONOMISK TILLVÄXT



12 HÅLLBAR KONSUMTION OCH PRODUKTION



13 BEKÄMPA KLIMAT-FÖRÄNDRINGARNA



## ETT HÅLLBART ARBETSSÄTT

För att hållbarhet ska bli en naturlig och integrerad del i Brafabs verksamhet krävs det insatser. För oss är det viktigt att lyfta affärsnyttan med hållbarhet och att det ska vara en integrerad del Brafabs affärsstrategi, istället för ett ont måste. För att detta ska lyckas tror vi på vikten av att ha kul längst vägen och att motivationen och viljan måste komma inifrån.

För att få med alla medarbetare inom organisationen på hållbarhetsresan behöver vi formulera tydliga och mätbara mål, som alla kan ta till sig och förstå. En del i planen är att genom interna workshops, löpande information och genom utbildning involvera alla medarbetare i Brafabs hållbarhetsarbete. En annan del som är minst lika viktig att lyfta är uppföljningen. Den behöver vara en naturlig del av vårt arbete för att längs vägen kunna utvärdera och våga ändra riktning i de situationer där det krävs.

För att denna förändringsprocess i Brafabs hållbarhetsarbete ska slå väl ut, har det lyfts som en prioriterad fråga inom ledningsgruppen, och vi har även tillsatt en hållbarhetsgrupp.

Vi tror på att teknik och hållbarhet går hand i hand. Vi står inför ett affärssystembytte som vi hoppas ska kunna förse oss med den data och information i form av statistik och analyser för att kunna ta hållbarhetsarbetet framåt.

## KVALITETSSÄKRING

Vi arbetar ständigt för att bli bättre och vill säkerställa kvaliteten på vårt hållbarhetsarbete. Vi siktar på att i en framtid kunna miljömärka våra produkter, men vi är inte där ännu. För oss är det viktigt att hålla det vi lovar, och vi kommer aldrig märka en produkt eller utlova oss att vara något som vi inte säkert kan bevisa eller vet gör skillnad.

## POLICYS FÖR VÄGLEDNING

Struktur och gemensamma styrdokument är viktigt för vårt hållbarhetsarbete. På sida 18 kan du läsa mer om detta.



## HÅLLBAR E-HANDEL

2020 lanserade Brafab e-handel för den svenska marknaden, och under 2021 även i Danmark och Belgien. E-handeln är en tjänst som vi erbjuder utvalda återförsäljare och är således en digital handelsplats gentemot konsument för våra återförsäljare.

Till följd av denna nya försäljningskanal har nya frågeställningar som effektiv och hållbar transport samt förpackning aktualiserats. I och med att vi utvecklar vår e-handel kommer vi att stöta på andra frågeställningar som har en påverkan ur ett hållbarhetsperspektiv som till exempel frakter och returerna.

Historiskt har Brafab enbart sålt produkter till återförsäljare och de har vissa krav på förpackning och transport som skiljer sig från slutkonsumenterna. T.ex. har Brafab flertalet produkter som från fabrik packas i storpack, vilket inte är säljbart på en e-handel. Beroende på produkt, bedömer vi vad som är mest lönsamt och hållbart; ompaketering hos leverantör eller vid ankomst till lager.



## LAGER

Brafab har ett unikt och toppmodernt lager på 34 000 m<sup>2</sup> med ca 25 000 pallplatser. Omsättningshastigheten är hög och årligen lastas det därifrån ut ca 15 000 leveranser. Vi lagerför hela vårt sortiment vilket gör att vi kan leverera produkter som finns i lager till våra kunder inom en vecka. Våra snabba och pålitliga leveranser gör att vi enkelt kan skicka påfyllningsordrar till våra kunder under säsong. För att lagerföra ett så brett sortiment, krävs ett välutvecklat logistiksystem (vi arbetar i Astro) och finansiell styrka. Vårt positiva kassaflöde och starka likviditet ger oss möjlighet att planera långsiktigt och våra inköp görs alltid i god tid.

## FÖRSÄLJNING OCH MARKNADSFÖRING

Med bas i olika källor är vår analys att det är högst troligt att våra kunder och konsumenter kommer att ställa högre krav på vårt hållbarhetsarbete och kommunikation.

- > Under hösten 2021 släppte Naturskyddsföreningen en rapport som visar att konsumtionen inom kategorin möbler och hushållsartiklar ökade med nästan 50% mellan år 2009 och 2019. Det gör kategorin till den mest expansiva av alla konsumtionskategorier.
- > Enligt Sustainable Brand Index:
  - Diskuterar majoriteten av konsumenterna hållbarhet med vänner och familj på regelbunden basis.
  - 1/3 av konsumenterna uppger att deras intresse för hållbarhetsfrågor ökat på grund av covid-19
  - Ju mer vi konsumerar och investerar i vårt hem, desto mer kommer intresset och kraven på transparens och hållbarhet öka.
- > Begreppet cirkulenta (dvs en hållbart medveten konsument) förekommer

Brafab är en affärsdrivande verksamhet vars framgång baseras på att vi säljer utemöbler med en vinstmarginal som tillåter att vi kan driva och utvecklas vidare. Det är därför viktigt att det inte bara är form, design, pris och kvalitet som ska vara avgörande utan att hållbarhet också är en avgörande faktor i större utsträckning.

Det finns idag inte någon dokumenterad kännedom om hur mycket mer vår konsument är villig att betala för ett hållbart alternativ vid köp av utemöbler. Vi ska såklart sträva efter att vårt hållbarhetsarbete ska vara en naturlig del av vår värdekedja, men vi är medvetna om att vissa val kan påverka kostnadsbildningen uppåt.

För att öka kännedomen om vår konsumenters intention att betala mer, kommer vi under våren 2022 att genomföra en kvantitativ marknadsundersökning där vi bland annat har som mål att få svar på detta.



# Användning av produkter

Vi vill att våra utemöbler ska kunna användas under en lång tid. Det är det absolut bästa både för miljön och för plånboken. Vi på Brafab vill se oss själva som inspirerande experter och vill dela med oss av all vår kunskap om utemöbler till våra kunder. Om vi kan förse våra kunder med tips och råd kring skötsel och hur de tar hand om sina utemöbler på bästa sätt, genererar det till en längre livslängd på möblerna.

12 HÅLLBAR  
KONSUMTION OCH  
PRODUKTION



13 BEKÄMPA KLIMAT-  
FÖRÄNDRINGARNA



## DYNOR

Våra utemöbler ska hålla under en lång tid, men ibland nöts vissa delar snabbare än andra. Dynor brukar till exempel vara en del som kan behöva bytas ut tidigare än resten av möbeln. Därför har vi till nästan alla våra möbler möjlighet att köpa klädslar och dynor som reservdelar.



## RESERVDELAR

Vår ambition är att man ska kunna njuta av sina utemöbler från Brafab under en lång tid, och på så sätt bidra till en hållbarare värld med mindre konsumtion. Vi vill att våra kunder ska ställa sig frågan om deras utemöbler går att laga innan de bestämmer sig för att köpa nytt. Därför erbjuder vi reservdelar till merparten av våra utemöbler för att förlänga produktens livslängd och att man ska kunna njuta av sina utemöbler längre.



## VÅRD- OCH SKÖTSELPRODUKTER

Att köpa utemöbler är en relativt stor investering och med tanke på såväl plånbok som miljö vill man förstås att de ska hålla i många år. Därför är vi tydliga med att utemöbler som blir utsatta för väder och vind kräver viss omvårdnad. Till exempel att använda ett möbelskydd för att skydda utemöblerna mot det värsta väderslitaget. Vi erbjuder också ett väl anpassat sortiment av skötselprodukter med bland annat oljor och rengöringsmedel framtaget för att passa våra utemöbler.

# Återanvändning

Vi strävar efter att skapa utemöbler som håller över tid och när det väl är dags att säga farväl till sina utemöbler vill vi säkerställa att det finns olika alternativ beroende på möbelns skick.

## CIRKULÄR AFFÄRSMODELL

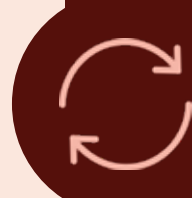
En positiv trend som vi ser allt mer av är företag som nyttjar cirkulära affärsodeller. Det kan vara allt ifrån möjligheter att laga sina produkter till att köpa och sälja secondhand. Denna trend tycker vi oss se på allt ifrån kläder till möbler, och även om vi inte själva är där ännu så tror vi att starkt på att framtidens affärsmodell är cirkulär.

## FTI

För att ta vårt producentansvar är vi anslutna till FTI, som är en organisation som samlar in och återvinner förpackningar.

## GUIDE TILL ÅTERVINNING

När vi pratar om att vi tänker på detaljerna på våra produkter menar vi även hur de ska kunna återvinnas. Vi vill därför förbättra hur vi kommunicerar detta och till exempel informera om hur man ska återvinna en Brafabmöbel på ett hållbart sätt.



12 HÅLLBAR  
KONSUMTION OCH  
PRODUKTION



13 BEKÄMPA KLIMAT-  
FÖRÄNDRINGARNA



# Ekologisk hållbarhet



12 HÅLLBAR  
KONSUMTION OCH  
PRODUKTION



13 BEKÄMPA KLIMAT-  
FÖRÄNDRINGARNA



15 EKOSYSTEM OCH  
BIOLOGISK MÅNGFALD



# Vår klimatpåverkan

För att Brafab ska ha möjlighet att fortsätta att utvecklas även i framtiden behöver vi bidra till en frisk planet redan i dag. Ur ett affärsperspektiv följer vi utvecklingen noga, och är medvetna om hur viktigt det är att minimera vår egen miljöpåverkan.

## BRAFABS KLIMATAVTRYCK

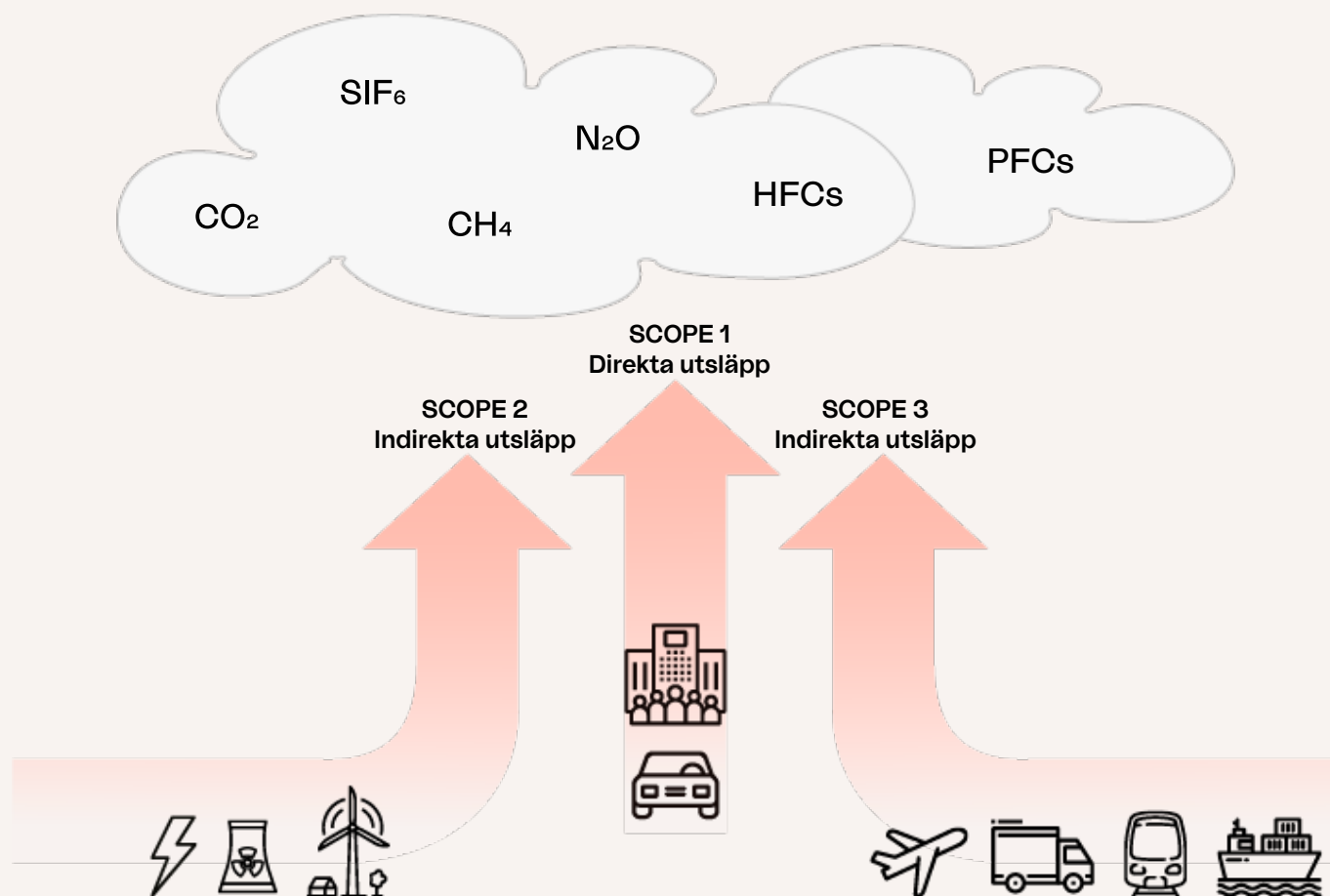
Ett första steg i vårt vidare arbetet med ekologisk hållbarhet är att börja mäta våra utsläpp. Det är viktigt att utgå från beräkningar för att vi ska få vetskap om var vi står i dag och hur vi ska agera och prioritera framåt. Vi är medvetna om att detta arbete kräver både tid, kunskap och engagemang och vi har därför planerat att avsätta resurser för detta.

Det vi vill följa upp är:

**Scope 1** som avser direkta utsläpp från källor som kontrolleras av Brafab. Detta innefattar utsläpp från egenägda fordon och egna anläggningar.

**Scope 2** som avser indirekta utsläpp från inköpt el, värme och kyla.

**Scope 3** som omfattar övriga indirekta växthusgasutsläpp som sker utanför Brafabs verksamhet. Det är ofta på denna del som har störst klimatpåverkan, och det är även denna del som är mest utmanande att mäta. Här ingår mätområden som till exempel köpta varor och tjänster, transporter, tjänsteresor med tåg eller flyg och användning av sålda produkter.



# Verksamhet

## AVFALL

En viktig aspekt i vårt hållbarhetsarbete är att sträva efter en hög sorteringsgrad av avfall som genereras i verksamheten. Allt avfall skickas idag till återvinning, som till exempel wellpapp, plast, glas, metall, trä och elektronik.

För att ta vårt producentansvar är vi anslutna till FTI, som är en organisation som samlar in och återvinner förpackningar.

På lagret i Markaryd har vi utökat miljöstationen med 2 st komprimatorer utöver de containrar vi redan sorterar vårt avfall i. Komprimatorerna pressar ihop återvinningsplast samt wellpapp till balar vilket får positiva effekter både i form av minskade transporter från oss till avfallsstationen samt att vi på ett mer effektivt sätt kan mäta vår återvinning av plast och wellpapp.

## PLASTFILM

På Brafabs lager används årligen stora mängder plastfilm för emballering av produkter vid transport ut till våra kunder. För att göra detta mer hållbart håller vi nu på att gå över till en plastfilm baserad på tallolja i stället för fossilolja och målet är att 2022 endast använda oss av tallojebaserad plast.

Genom att göra denna förändring kommer plastfilmsemballeringen från vårt lager att bli koldioxidneutral. Detta eftersom vi kommer använda en 95% tallojebaserad plastfilm samt att vi kommer klimatkompensera för resterande 5% genom att plantera nya tallar. Vi använder dessutom en maskin för att sträcka ut plastfilmen vilket resulterar i att mindre plaståtgång. Rent konkret innebär satsningen att vi minskar vår klimatpåverkan med nästan 6 000 CO2 kg/år vilket motsvarar 5 bilars årliga CO2 utsläpp.







### **FOSSILFRI EL**

Brafab använder sig endast 100% fossilfri el. Elen används till största delen till belysning, värme, laddning av truckar, cirkulationspumpar och ventilation.

Vi har påbörjat en översyn av belysning för att hitta områden där vi kan minska vår elförbrukning. Till exempel har vi påbörjat utbytet av lysrör på lagret till LED-lysrör och håller på att se över en policy för uppvärmning och belysning i vårt showroom.

Genom att kontinuerligt följa upp för energiförbrukning hoppas vi även på att kunna vidta åtgärder för att minska åtgången.

### **TJÄNSTERESOR OCH TJÄNSTEBILAR**

På grund av Corona-pandemin har vi som alla andra haft färre personliga möten och allt fler videomöten. Då de digitala mötena i många fall har varit lyckade, har det resulterat i att vi vill se över våra resepolicyer för att minska resandet i de fall som det är möjligt.

Även en översyn av vår tjänstebilspolicy ska göras. Vid byte av tjänstebil ska frågan om bilar med klimatteknik diskuteras för att minska miljöpåverkan.

För att möta efterfrågan av laddplatser för elbilar har vi nu på kontoret upprättat laddningsplatser.



# Social hållbarhet



8 ANSTÄNDIGA  
ARBETSVILLKOR  
OCH EKONOMISK  
TILLVÄXT

# Människorna

Vi vill bidra till en bättre värld där människor lever ett gott liv med god hälsa, utan orättvisor. Vi lägger stor vikt i att förstå människors behov och förutsättningar. Vi nöjer oss aldrig med det som varit utan letar alltid efter nya sätt att göra utomhuslivet ännu lite bättre, lite mer hållbart, för lite fler människor.



## UTOMHUSLIV FÖR ALLA

I ett alltmer hektiskt och stressigt samhälle, är det vår ambition att våra utemöbler kan bidra till fina utomhusstunder där människor kan koppla av och släppa vardagsstressen. Vi hoppas även att människor samlas i Brafabs utemöbler för att umgås, skratta och ha intressanta samtal. En samlingsplats där familjer och vänner, unga som gamla, kan skapa minnen tillsammans.



## HÅLLBARHET PÅ LOKAL NIVÅ

Brafab är engagerade i det lokala föreningslivet och fokuserar främst på att stötta barn- och ungdomsverksamheter. Barn och ungdomar är vår framtid, och vi ser det som vårt ansvar att ge tillbaka till dem.



## HÄLSOSAM ARBETSPLATS

Vi vill bidra till ökad hälsa bland Brafabs medarbetare och uppmuntrar alla anställda till att leva ett hälsosamt liv. För att främja detta erbjuder vi bland annat friskvårdsbidrag, hälsokontroller och massage.

Vartannat år genomför ett externt företag en medarbetarundersökning på Brafab för att få insikt hur arbetsklimatet är och hur medarbetarna mår. Resultatet följs upp av en tillsatt arbetsgrupp som driver frågorna gällande systematiskt arbetsmiljöarbete framåt. För att säkerställa att detta efterlevs, har ledningsgruppen utbildats inom detta. Med goda arbetsförhållanden skapar vi ett hållbart arbetsklimat med låg sjukfrånvaro och god hälsa bland våra medarbetare.



### MÅNGFALD OCH JÄMSTÄLLDHET

Brafabs företagskultur bygger på respekt och vi arbetar för jämställdhet och mångfald på alla nivåer i organisationen, alltifrån styrelse och koncernledning till alla våra medarbetare. Vi har högt till tak och tror på innovation genom en mångfald av perspektiv, erfarenheter, kulturer, kön och åsikter. Vid rekrytering försöker vi alltid sätta samman det bästa och mest dedikerade teamet. Vi tar avstånd från all form av diskriminering och tror på mångfald och att olika berikar.

### HANTERING AV CODE OF CONDUCT

Brafab strävar efter att alla utemöbler ska produceras på ett socialt hållbart sätt och ställer krav på våra leverantörer med vår uppförandekod (Code of conduct). Det är komplexa frågor i sig själv, och blir än mer komplext då vi verkar i länder med stor geografisk spridning. För att hantera detta har vi anställda på plats i Asien för att säkerställa att våra krav och värderingar efterlevs lokalt.

Vi är medvetna om att det finns delar vi kan förbättra både i konkret innehåll och hur vi säkerställer att den efterlevs och detta ingår som ett led i att framöver fokusera än mer på att systematisera vårt hållbarhetsarbete. Läs mer på sida 18.

### SÄKER ARBETSMILJÖ OCH HÄLSA

Brafab har ett långtgående ansvar för arbetsmiljön för samtliga anställda. Det gäller både den fysiska och den psykosociala arbetsmiljön.

- Vi arbetar långsiktigt och systematiskt med arbetsmiljöarbete för att förebygga risker för ohälsa, skador och olycksfall på arbetsplatsen.
- På Brafabs arbetsplatser ska alla vara delaktiga i arbetsmiljöarbetet och följa Brafabs riktlinjer och arbetsplatsens regler. Alla medarbetare har även ett ansvar för att se till att arbetsmiljön är så bra den kan bli.
- Vi arbetar för att hela värdekedjan, i överensstämmelse med respektive lands arbetsmiljölagstiftning, ska verka för en sund och säker arbetsmiljö.



### **VI ACCEPTERAR INTE KRÄNKANDE SÄRBEHANDLING ELLER DISKRIMINERING**

Brafab har nolltolerans mot alla former av kränkande särbehandling, mobbing och diskriminering. Vi har ett ansvar att förebygga, förhindra och agera. Alla medarbetare och affärspartners som ser eller misstänker överträdelser är skyldiga att påtala detta.

Brafab följer naturligtvis diskrimineringslagen som förbjuder diskriminering på grund av följande:

- Kön
- Könsöverskridande identitet eller uttryck
- Etnisk tillhörighet
- Religion eller annan trosuppfattning
- Funktionshinder
- Sexuell läggning
- Ålder

### **VI ACCEPTERAR INTE BARNARBETE**

Alla former av våld, tvång eller utnyttjande av barn är oacceptabelt. Som barn räknas här en person under 18 år, i enlighet med första artikeln i FN:s Barnkonvention. Arbetstagare under 18 år ska särskilt skyddas från farliga arbetsuppgifter som innebär risk för hälsa och säkerhet.

### **VI ACCEPTERAR INTE TVÅNGS- OCH SKULDARBETE**

Allt arbete som är kopplat till Brafab ska ske på frivillig grund. Personliga dokument och ägodelar får inte beslagtas i syfte att tvinga till arbete. Arbetstagare ska fritt få lämna arbetsplatsen efter avslutat arbetspass. Illegalt arbetskraft får inte användas.

### **VISSELBLÅSARE**

Om någon av våra anställda blivit utsatt, eller sett någon annan bli utsatt för trakasserier, diskriminering, korruption eller andra oegentligheter som går emot våra policys och riktlinjer ska detta anmälas till närmsta chef.

Idag har vi inget visselblåsarsystem vilket kan medföra en risk då medarbetare inte anonymt kan rapportera in eventuella händelser. Denna risk tar vi på allvar, och vi kommer skapa system för att säkerställa detta.

# Ekonomisk hållbarhet



8 ANSTÄNDIGA  
ARBETSVILLKOR  
OCH EKONOMISK  
TILLVÄXT

# Hållbara affärer

## HÅLLBARA AFFÄRER

Vår fortsatta framgång bygger på att vi har hållbarhet som ett inslag i vår affärsplan och värdekedja utan att tappa den långsiktiga lönsamheten och en säker tillväxt. Det vill säga det är avgörande att de utemöbler vi marknadsför inte bara uppfyller marknadens krav på hållbarhet utan även på form, design, kvalitet och pris.

Nu, precis som förr, ligger det i vår DNA att tänka stort och innovativt, samtidigt som vi värnar om det lokala, personliga och ärliga. Med en stark serviceanda och tro på vikten av personliga relationer till både kunder, leverantörer och återförsäljare leder vi vår verksamhet mot en framtid där utemiljöer får allt större betydelse för våra hem.

Vi kallar vårt hållbarhetsarbete "För bättre utsikter". För det är det vi vill åstadkomma. Inte bara i vår verksamhet utan även för världen runt omkring den. Vi vill att våra utemiljöer ska kunna njutas av med gott samvete. Och utsikterna är goda bara om vi alla tar vårt ansvar. För att lyckas kommer vi systematiskt arbeta mot en mer hållbar affärsmodell.

## AFFÄRSETIK & ANTIKORRUPTION

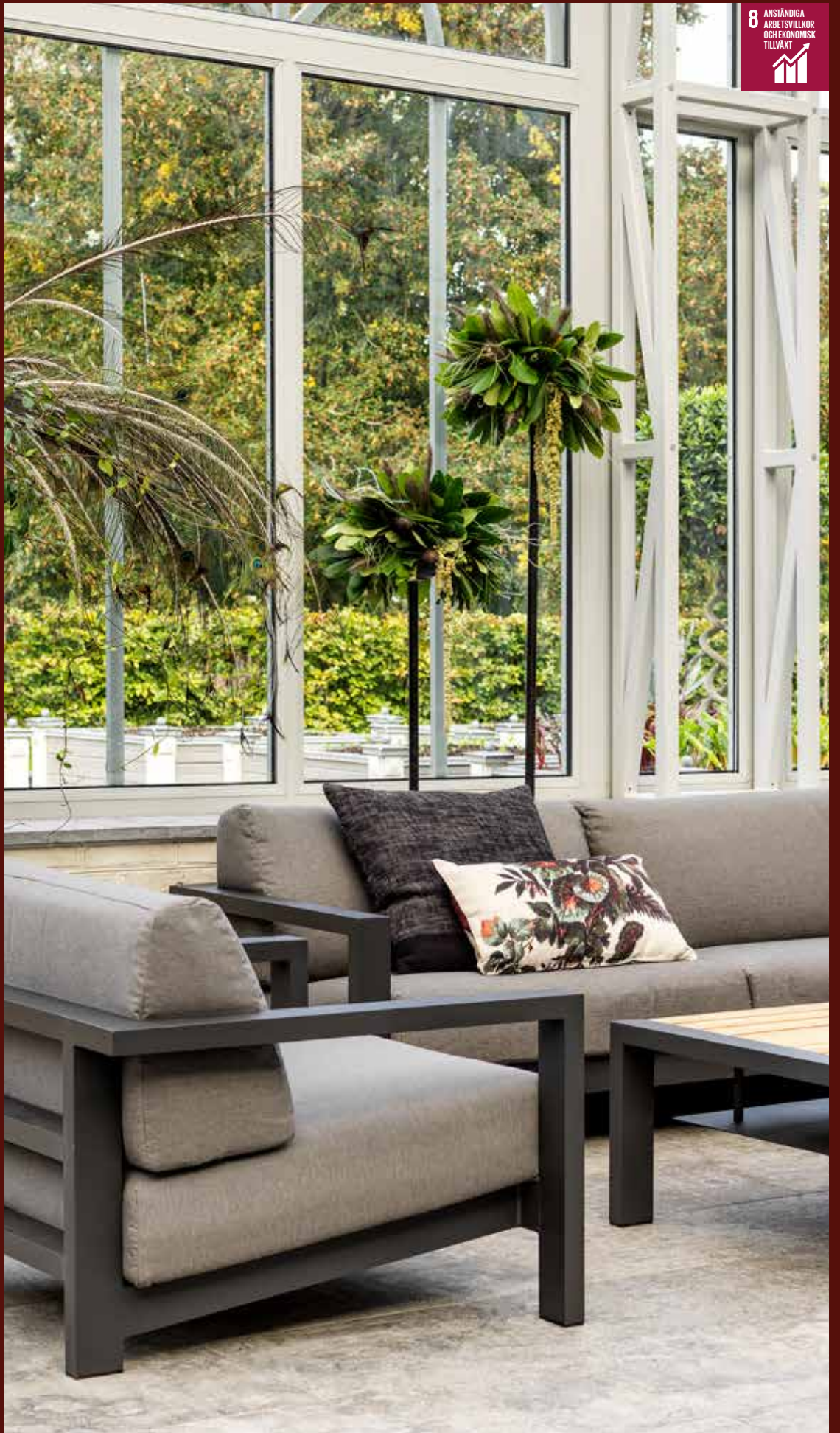
För oss är det en självklarhet att vi följer de lagar, regler och förordningar som gäller på marknader där vi är verksamma, och kräver att våra affärspartners agerar på motsvarande sätt. Korruption, mutor och konkurrenshämmande beteende är oetiskt, olagligt och strider mot vår affärsetik och våra värderingar.

Vi agerar och fattar beslut utan hänsyn till personlig vinning för oss eller våra närstående. Relationer med affärspartners får inte utnyttjas för egen vinning, och vi undviker situationer som kan skapa eller ge intryck av att skapa intressekonflikter.

Vi överträder aldrig gällande lag om givande eller tagande av muta, och varken ger eller tar emot gåvor eller tjänster med ett värde som överstiger Brafabs fastställda nivåer.

I vår Code of conduct finns de krav som vi ställer kring etik och antikorrupcion angivna.

# Risker



8 ANSTÄNDIGA  
ARBETSVILLKOR  
OCH EKONOMISK  
TILLVÄXT





# Riskhantering

## RISKER

Vi på Brafab står redo att fortsätta intensifiera vårt hållbarhetsarbete utifrån den fakta vi har idag. Det är dock högst troligt att medvetenheten kring klimatförändringar kommer att resultera i både nya lagar och förordningar, nya konsumtionsmönster samt medföra att tillgång och kostnad för råmaterial kan förändras över tid. Vi är medvetna om dessa risker och att de kan medföra att vi kan behöva ändra och justera vårt hållbarhetsarbete utifrån förändrade förutsättningar.

Vår affär bygger på goda relationer med samtliga parter i vår leverantörskedja. En del av våra inköp görs från länder där det finns en risk för korruption eller överträdelser mot de mänskliga rättigheterna. Vi har en nära dialog med alla våra leverantörer och täcker in dessa frågor i vår Code of conduct. Vi strävar efter att ha kontroll även på efterföljande led, men risken finns att de inte följs hela vägen ut.

I Brafabs dagliga arbete ingår att göra kontinuerlig riskbedömning, dock finns inga nedskrivna rutiner för detta. För att säkerställa ett mer strukturerat arbetssätt gällande risker, kommer vi framöver att se över hur vi kan förbättra dessa processer.

## UTMANINGAR

En utmaning är att det idag inte finns dokumenterad kännedom om hur mycket mer konsumenten är villig att betala för hållbart producerade utemöbler. Vi ska såklart sträva efter att vårt hållbarhetsarbete ska vara en naturlig del av vår värdekedja, men vi är medvetna om att vissa val kan påverka kostnadsbilden uppåt. För att öka kännedomen om konsumentens intention att betala mer, kommer vi under våren 2022 att genomföra en kvantitativ marknadsundersökning där vi bl.a. har som mål att få svar på detta.

Brafab verkar i en traditionell bransch som har haft och har en långsam mognad vad gäller hållbarhetsarbete. Vi är förmodligen inte den som kommer att vara branschledande, men vi vill göra vad vi kan för att känna stolthet över vårt hållbarhetsarbete. Vi vill uppfattas som ett välbekant och respekterat varumärke som fortsätter att utvecklas på ett ansvarsfullt, långsiktigt och hållbart sätt.

# Mål



# Brafabs hållbarhetsmål

Vi kallar vårt hållbarhetsarbete ”För bättre utsikter”. För det är det vi vill åstadkomma. Inte bara i vår verksamhet utan även för världen runt omkring den. Vi vill att alla ska kunna njuta av sin utemiljö med gott samvete och utsikterna för det är bara goda om vi alla tar vårt ansvar. Vi arbetar för att Brafab ska vara ett välbekant och respekterat varumärke som fortsätter att utvecklas på ett ansvarsfullt och långsiktigt sätt.

## Vår nuvarande målsättning med vårt framtida hållbarhetsarbete:

- Fortsätta arbetet med att utveckla vår hållbarhetsstrategi
- Börja mäta Brafabs klimatpåverkan. När vi vet hur vi påverkar miljön, kan vi börja göra insatser för att minska vår påverkan.
- Sammanställa ett gemensamt styrdokument - Brafabs Hållbarhetspolicy
- Säkerställa att alla Brafabs medarbetare känner sig delaktiga i vårt hållbarhetsarbete
- Sätta upp mätbara och konkreta mål för att möjliggöra en utvärdering till vår Hållbarhetsrapport 2022

**Brafab**

Norra Össjö, S-312 53 Hishult, Sverige  
info@brafab.se | www.brafab.se