

GREAT EARTH

Support your local planet.



HÅLLBARHETSRAPPORT
#7 | 2024

A close-up photograph of a hand holding a light-colored wooden comb over dark, wet hair. The background is a soft, out-of-focus skin tone.

Vad händer med världen när du mår bra?

2024:
VAD HAR VI GJORT & HUR HAR DET GÅTT?

Innehåll

Hållbarhetskodex	03
VD inleder	04
Snabbfakta	05
Vårt syfte	06
Vår bransch	07
2024 i urval	08
 5 FOKUSOMRÅDEN	 09
Fokus – Hälsa	11 – 13
Fokus – Grunden	14 – 18
Fokus – Insida	19 – 21
Fokus – Utsida	22 – 29
Fokus – Relationer	30 – 32
 2030 & FRAMÅT	 33
Hållbarhetsmål 2025	34 – 35

GREAT RESPONSIBILITY CODES

Vi ska alltid kunna allt om våra produkter

VI HAR GÅTT HELA VÄGEN TILL KÄLLAN GÄLLANDE VÅRA PRODUKTERS URSPRUNG:

- Var råvarorna (vitaminer, mineraler, örter etc) kommer ifrån.
- I vilka länder råvarorna har odlats, utvunnits eller bearbetats.
- Hur vitaminerna och mineralerna har extraherats och bearbetats.
- Deras miljöpåverkan

Vi ska alltid vara transparenta med innehåll och tillverkare

VI ÄR TRANSPARENTA MED INFORMATION OM PRODUKTERNAS BAKGRUND. VÅR TILLVERKNINGS-PROCESS INNEFATTAR:

- Vilka fabriker och underleverantörer som har använts.
- Vilka standarder som fabrikerna följer (t.ex. GMP, FSSC, ISO).
- Vilka tillsatser som har använts.
- Arbetsförhållanden

KVALITETSKONTROLL:

- Rutiner och standarder som används.
- Tester som utförs på produkterna.

Vi ska alltid påverka & leda branschen i rätt riktning

VI HAR FÖRÄNDRAT VÅR BRANSCH SÅ ATT VI PÅ ETT POSITIVT SÄTT HAR FÖRBÄTTRAT HÅLLBARHETEN FÖR BÅDE OSS SJÄLVA OCH VARIT GODA FÖREBILDER FÖR BRANSCHEN. EXEMPEL PÅ MILSTOLPAR HITTILLS:

- Först i Sverige med papplock, stor uppmärksamhet och flera priser.
- Behovstest - Ät bara det du behöver - inget annat.
- Refill - Först i vår bransch
- Save A Pill - Affärsutveckling för att minimera kassation av produkter



Ett banbrytande år för människan och planeten

VD INLEDER



När jag ser tillbaka på 2024 slås jag av hur innovation och hållbarhet blivit en självklar del av vår vision *Good Life – Great Earth*. Under året har vi levererat över 1 miljon wellness-produkter, produkter som inte bara hjälper människor att må bättre utan också ger dem energi att påverka sin omgivning positivt.

Det här blev också året då våra satsningar på innovation gav tydliga resultat. Tillsammans med **Blue Ocean Closures** lanserade vi marknadens första fiberbaserade förslutning för kosttillskott – en prisbelönt lösning som banar väg för en ny standard inom hållbar förpackningsdesign.

Vi tog även ett stort kliv inom FemTech genom samarbetet med **Hormona.io**, där vi tillsammans utvecklade en banbrytande co-branded produkt som förenar teknologi med vår expertis inom hormonhälsa. Genom att kombinera digital insikt med näring skapar vi ännu bättre lösningar för våra kunder.

Ett annat glädjande framsteg är den enorma efterfrågan på våra refill-lösningar – så stor att vi stundtals haft svårt att möta den. Det visar att konsumenterna är redo att göra hållbara val när vi gör det enkelt för dem.

När vi nu går in i 2025 fortsätter vi att utveckla lösningar som gör det enklare att må bra med minimal miljöpåverkan. Vi satsar vidare på innovativa förpackningar och utökar vårt refill-sortiment – alltid med målet att kombinera välmående och hållbarhet.

Jag vill rikta ett stort tack till våra medarbetare, partners och alla er som använder våra produkter. Tillsammans skapar vi en framtid där hälsa och hållbarhet går hand i hand.

Patrik Falk
VD Great Earth



Vad händer med världen när du mår bra?

VÅRT SYFTE

Vår vision Good Life – Great Earth handlar om en framtid där ett bra liv ger näring till en bättre värld – för människor och planet.

Du har säkert märkt vad som händer med världen när du mår bra. Visst ser den lite bättre ut? Gladare och ljusare? Det är just detta vi vill ta vara på.

Vi vill hjälpa dig att frigöra din glädje och styrka, och detta sprids till din omgivning och skapar en kedjereaktion runt omkring dig. För när vi mår bra har vi helt enkelt bättre förutsättningar att göra världen till en lite bättre plats.

Support yourself.

92%

VEGANSKA PRODUKTER



203

ÅTERFÖRSÄLJARE

714

BUTIKER



1028 301

SÅLDA PRODUKTER



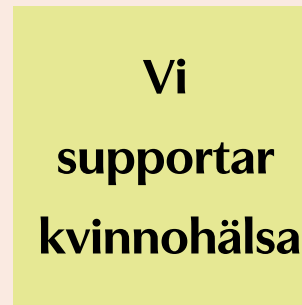
410 000

BEHOVSTEST GENOMFÖRDA



Vi

**supportar
kvinnohälsa**



1417kg

RPET sparad via
refillförpackningar



8,1 ton

MINSKAT CO2/ÅR I
TRANSPORTSTRÄCKA





Affärsutveckling med hållbar kraft

Innovation handlar om att kombinera befintliga koncept på nya sätt för att skapa mervärde. Detta är kärnan i Great Earths verksamhet. Vårt långsiktiga hållbarhetsmål för 2030 är att driva branschen i positiv riktning genom att utveckla både våra produkter och vår affärsmodell. Vi ser en oskiljaktig koppling mellan ditt personliga välmående och planetens hälsa. Det är grunden i vår filosofi "Good Life - Great Earth". För att förverkliga vår vision om en hållbar framtid, där både människor och planeten frodas, måste vi ständigt utmana oss själva och branschen. Innovation är nyckeln till denna förändring.

BANBRYTANDE INITIATIV SOM SKAPAR FÖRÄNDRING

Som pionjärer inom hållbar innovation har vi introducerat flera nyskapande lösningar. Våra refillförpackningar är ett tydligt exempel. Medan refillkoncept funnits länge inom andra branscher, var Great Earth först i Sverige med att erbjuda detta för kosttillskott - ett enkelt sätt för dig att minska din miljöpåverkan. Det gläder oss att se hur fler företag nu följer detta exempel! I samarbete med vår partner Blue Ocean Closures lanserade vi 2024 världens första fiberbaserade lock för kosttillskott. Denna banbrytande innovation har belönats med flera prestigefyllda utmärkelser och demonstrerar hur vi vågar utmana etablerade normer för att driva verklig förändring. Det är så vi för branschen framåt - mot en mer hållbar framtid för oss alla.

LÖSNINGAR FÖR INDIVIDANPASSADE REKOMMENDATIONER

Great Earth var först i Sverige med att lansera ett digitalt behovstest. Genom att besvara några riktade frågor får du personligt anpassade rekommendationer om vilka produkter som bäst möter dina behov. Denna smarta lösning har redan använts av över 410 000 personer, och det är inspirerande att se hur allt fler aktörer i branschen nu implementerar liknande koncept.

NYFIKENHET OCH INNOVATION DRIVER BRANSCHEN FRAMÅT

Att driva förändring handlar inte alltid om att uppfinna hjulet på nytt. Genom att vara nyfiken på hur andra branscher har tacklat utmaningar och applicera dessa lärdomar på vår egen verksamhet, kan vi skapa innovation på affärsmodellsnivå. Naturligtvis är innovation på produktnivå också avgörande för att vi ska fortsätta vara relevanta, men det är genom att tänka större som vi verkligen kan göra skillnad och driva branschen i en hållbar riktning.

Vi växer med varje utmaning



Fokus: Samarbeten
FEMTECH X WELLNESS

Vårt nya samarbete med Femtech-bolaget Hormona.IO öppnar spännande möjligheter inom kvinnohälsa. Genom att kombinera vår expertis inom kosttillskott med Hormonas digitala hälsoplattform utvecklar vi skräddarsydda lösningar som adresserar kvinnors specifika hälsobehov. Detta partnerskap exemplifierar hur branschöverskridande samarbeten kan skapa innovativa lösningar för komplexa hälsoutmaningar.



Fokus: Förpackningar
FÖRST I VÄRLDEN MED FIBERLOCK!

Vi har tagit ett revolutionerande steg mot hållbara förpackningslösningar genom att bli först i världen med fiberbaserade lock på våra burkar. Denna innovation minskar drastiskt vårt plastberoende och representerar ett betydande framsteg inom miljömedveten produktutformning. Genom att ersätta traditionella plastlock med biobaserade alternativ visar vi att funktionalitet och miljöhänsyn kan gå hand i hand.

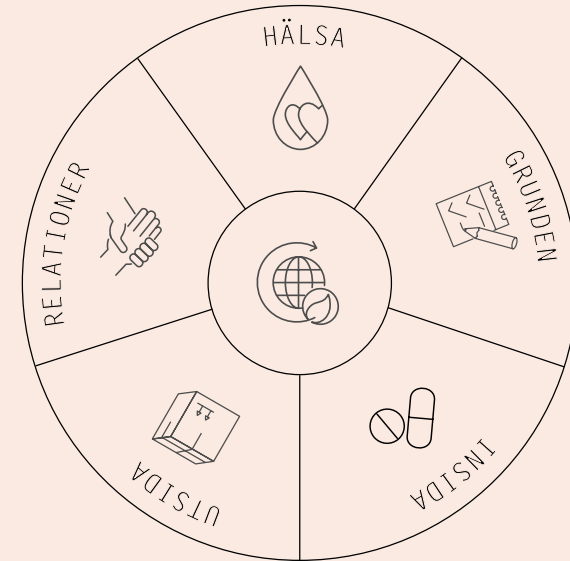


Fokus: Social Hållbarhet
NORDEA HÅLLBARHETSEVENT

Tillsammans med Nordea arrangerade vi ett framgångsrikt hållbarhets-event där vi delade insikter om hur företag kan integrera hållbarhet i sin affärsstrategi. Bankens hållbarhetsspecialister och vårt team diskuterade praktiska metoder för att skapa konkurrensfördelar genom ansvarsfulla affärsmodeller. Evenemanget belyste hur hållbarhet inte bara är en etisk nödvändighet utan även en drivkraft för innovation och långsiktig affärsframgång.

What gets
measured
gets done

VÅRA FEM FOKUSOMRÅDEN



Vårt hållbarhetsarbete är indelat i fem fokusområden: **HÄLSA, GRUNDEN, INSIDA, UTSIDA OCH RELATIONER.** Den här strukturen hjälper oss att skapa tydlighet så att vi kan fokusera på de områden som ger störst effekt.

Genom indelningen vill vi också säkerställa ett utifrån-in-tänk. Vi vill undvika att fastna i idén om våra produkters förträfflighet och inte glömma bort att det måste finnas ett behov eller brist som de skall lösa för verkliga människor.

VÅRA FEM FOKUSOMRÅDEN

HÄLSA

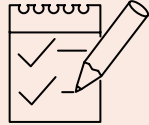
Support your wellness



Här samlar vi vårt arbete med att säkerställa att vi följer och utvecklar våra policys men även de extra steg vi tar för att kunden alltid ska känna sig trygg med vår produkt. Utöver det fokuserar vi på de konkreta förändringar vi kan göra i vår omedelbara närhet för att skapa en hållbar grund att stå på.

GRUNDEN

Support your core



Hälsa är kärnan i vår verksamhet. Vi vill ha välmående och nöjda kunder men att vårda våra medarbetare är minst lika viktigt för oss. Motiverade medarbetare som mår bra lägger den stabila grunden och är avgörande för att kunna bedriva ett seriöst hållbarhetsarbete. Här ingår också våra partner samarbeten, vilka har en tydlig koppling till vår vision.

INSIDAN

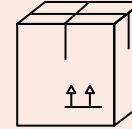
Support your inside



Våra produkter ska hålla hög kvalitet och vi arbetar kontinuerligt med att optimera dem. Här ligger fokus på våra produkters innehåll och effekt och att minska den negativa påverkan tillverkningen av våra produkter har på miljön.

UTSIDAN

Support your outside



Två av våra främsta utmaningar är transporter och förpackningar. Våra produkter behöver skyddas för sin hållbarhet och för att bibehålla sin effekt och de behöver transporteras på ett ansvarsfullt sätt. Vi fokuserar på att effektivisera transporter och reducera CO2 utsläpp.

RELATIONER

Support your relations



I fokusområdet Relationer har vi samlat de initiativ som hjälper oss att snabbare nå vår vision. Tillsammans med andra aktörer tror vi att vi kan åstadkomma de största hållbarhets effekterna, ett ekosystem där vi ser bortom kortsiktighet och använder oss av varandras kompetenser. Vår uppförandekod ska vara en ledstjärna för oss och för dem vi arbetar med.



Support
your
wellness



HÄLSA

En banbrytande allians för kvinnors hormonhälsa

I vår strävan att skapa en mer hållbar och jämställd framtid har vi på Great Earth tagit ett betydande steg framåt. Under 2024 inledde vi ett innovativt partnerskap med Hormona.IO, som förenar våra respektive expertområden inom kosttillskott och hormonhälsa. Vår resa började med en omfattande kundundersökning i Hormonas app. Med över 3000 respondenter identifierade vi tre centrala utmaningar som moderna kvinnor står inför —>

GREAT EARTH X HORMONA:

RIKTAD LÖSNING FÖR SPECIFIKA BEHOV

Utifrån dessa tre tydliga behov utvecklade vi "Hormone Support" - en specialiserad produkt med unik sammansättning riktad specifikt mot utmattning, trötthet, humörsvängningar & koncentrations-svårigheter till följd av hormonell obalans.

VETENSKAPLIGT GRUNDAD PRODUKTUTVECKLING

"Hormone Support" innehåller noga utvalda ingredienser med dokumenterade effekter på de identifierade problemområdena: Vitamin B6 bidrar till att reglera hormonaktiviteten och ginseng bidrar till att bibehålla mental och fysisk

prestationsförmåga och hjälper till att motverka trötthet.

Saffran bidrar till känslomässig balans och till att upprätthålla en positiv sinnesstämning, medan citronmeliss hjälper till att upprätthålla ett positivt humör och normal kognitiv funktion.

Salvia bidrar till välbefinnande under menstruationen, pantotensyra bidrar till normal mental prestationsförmåga och magnesium bidrar till att minska trötthet och utmattning och till normal psykologisk funktion.



HÅLLBARHET GENOM RIKTADE LÖSNINGAR

Vår definition av hållbarhet handlar om att adressera specifika behov med precision. Genom att fokusera på de utmaningar som majoriteten av kvinnor upplever, skapar vi en mer effektiv lösning som gör verklig skillnad. När kvinnor får stöd med sina specifika hormonella utmaningar, ökar deras förmåga att prestera, leda och balansera alla aspekter av livet.

DIGITAL INTEGRATION FÖR PERSONLIG UPPFÖLJNING

Kombinationen av "Hormone Support" med Hormonas AI-drivna app möjliggör för användarna att spåra förbättringar inom

problemområdena över tid. Appen ger dessutom skraddarsydda rekommendationer för hur produkten bäst används för att adressera användarens unika utmaningar inom humör, energi och cykliska förändringar.

Genom att förena Great Earths expertis inom kosttillskott med Hormonas digitala plattform har vi skapat en specialiserad lösning som direkt adresserar kvinnors mest angelägna hormonrelaterade behov. Tillsammans arbetar vi för att göra verklig skillnad för kvinnors välmående - varje dag i månaden.



Medarbetarna - Hjärtat av Great Earth

GOOD LIFE - GREAT WORKPLACE

Motiverade medarbetare är vår viktigaste tillgång. Vi erbjuder friskvårdsbidrag, vinstdelning, 30 min rörelse på arbetstid och 6 veckors semester. Dessutom ordnar vi gemensamma aktiviteter som stärker teamkänslan. Utveckling och lärande är i fokus. Alla medarbetare uppdateras årligen om affärsplanen och har regelbundna samtal för att sätta individuella mål för personlig utveckling.

EN KULTUR SOM FRÄMJAR HÄLSA

Vår arbetsmiljö ger resultat: endast 1,01 % sjukfrånvaro under 2024 - en förbättring från fjolårets 1,85 % och betydligt lägre än snittet på 2,5-4 %. Vi ser det som ett tydligt kvitto på sambandet mellan vårt wellness-fokus och våra medarbetares välmående. Vi eftersträvar dock inte ännu lägre siffror - med många småbarnsföräldrar i teamet ser vi viss frånvaro som både naturlig och hälsosam.

INKLUDERING I PRAKTIKEN

Vi bygger aktivt ett team med olika kompetenser, erfarenheter och bakgrunder - för att hålla oss relevanta i en föränderlig värld. Great Earth arbetar med strukturerade processer för att säkerställa likvärdig behandling och karriärmöjligheter för alla. Ge-

På Great Earth tror vi att välmående börjar inifrån - även på jobbet. Därför bygger vi en arbetsplats där hälsa, utveckling och inkludering är en självklar del av vardagen. Med engagerade medarbetare, tydliga värderingar och ett långsiktigt arbetsmiljöarbete skapar vi en kultur där människor mår bra - och gör skillnad.

nom mätbara mål och kontinuerlig uppföljning främjar vi mångfald på alla nivåer. Våra rekryterings- och befordringsprocesser motverkar omedvetna bias och fokuserar på kompetens.

FÖRBÄTTRINGAR I ARBETSMILJÖN

Vårt nya kontor har gett tydliga fördelar:

- Ett inhouse-gym som främjar hälsa & minskar transport
- Effektiva, ergonomiska lagerutrymmen som förbättrat trivsel och effektivitet
- Moderna mötesytor som stärker samarbete och kreativitet

EXTERN UTVÄRDERING

Under 2024 genomförde Unionen en arbetsmiljörevision. Omdömet var tydligt -
“Ett väl upparbetat arbetsmiljöarbete finns idag.”

Revisionen lyfte särskilt vårt systematiska arbete med riskbedömningar och förebyggande rutiner. Vår nollvision för olyckor backas upp av tydliga ansvarsfördelningar, säkerhetsutbildningar och stort engagemang från hela organisationen.



Andel kvinnor & män 2024

Styrelse

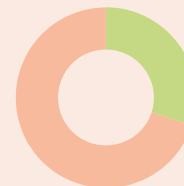
33% Kvinnor
67% Män

Ledande befattningar

50% Kvinnor
50% Män

Medarbetare

70% Kvinnor
30% Män





**Support
your
core**



Utveckla, förnya & förbättra – repeat!

WORK IN PROGRESS - I PRAKTIKEN

Vi jobbar enligt en "Work in Progress"-metod där vi vågar lansera produkter och processer innan allt är helt klart. Det ger oss möjlighet att förbättra utifrån verkliga användares erfarenheter. Våra refillförpackningar och fiberbaserade lock är konkreta exempel på detta i handling.

INNOVATION BORTOM PRODUKTER

Innovation hos oss handlar inte bara om vad vi säljer – utan också om hur. Vårt digitala behovstest har hjälpt över 410 000 användare att göra medvetna val. Det minskar onödig konsumtion och skapar värde både för individen och miljön.

På Great Earth formar vi aktivt framtiden för välmående och hållbarhet.

Vår innovationsstrategi bygger på mod, nyfikenhet och en vilja att göra skillnad – både för våra kunder och planeten.

SAMARBETE SOM DRIVKRAFT

Partnerskap är en nyckel i vår strategi. Tillsammans med experter och teknikinnovatörer utvecklar vi framtidens lösningar. Vårt samarbete med Blue Ocean Closures kring cellulosabaserade lock är ett exempel på hur vi minskar plastavfall genom innovation.

VÄGEN FRAMÅT

Vårt mål till 2030 är att bidra till en positiv branschutveckling genom att:

- Utforska hur andra branscher löser hållbarhetsutmaningar
- Minska avfall och öka lokal resurseffektivitet
- Utveckla personlig näring och digitala verktyg
- Integrera ny teknik och evidensbaserad rådgivning

VI TROR PÅ KRAFTEN I FÖRBÄTTRING – OM OCH OM IGEN.

Det är så vi skapar värde för både människor och planeten.



Vilka behov vill du fokusera på?

Välj 2-3 fokusområden



Beauty



Stress



Energi



Sömn



Immunförsvar



Träning



Hjärna



Hjärtat



Klimakteriet

410 000 test genomförda!

Det finns ett stort intresse för att få hjälp med vilka tillskott som jag som individ skall välja utifrån min livssituation.

Paid partnership @greatearth.se

victoriaeklund1 · 2023-9-11

Reklam för Great Earth+ SÅ intressant att se resultatet på testet för att se vilka vitaminer & ... more



GRUNDEN | BEHOVSTEST

En digital lösning för medvetna kostval och ökad hållbarhet

I april 2021 lanserade vi vårt digitala behovstest med målet att ge våra kunder en enkel och effektiv plattform för att identifiera de kosttillskott som bäst matchar deras individuella behov. Bakgrunden var att vi såg en tydlig trend av frågor till vår kundtjänst kring just detta område – många var osäkra på vilka kosttillskott som var relevanta för dem och riskerade därmed att köpa produkter de inte behövde.

För oss är hållbarhet en central aspekt i allt vi gör. Vi ser behovsanalysen som ett viktigt verktyg för att främja medvetna kostval och minimera onödig konsumtion. Att bara äta det du behöver har både ekonomiska och miljömässiga fördelar. Du sparar pengar och undviker att betala för produkter du inte har nytta av, samtidigt som du bidrar till en mer resurseffektiv produktion.

Under 2024 har vi fortsatt att förfinas och förbättra vårt behovstest, vilket resulterat i en ännu mer användarvänlig och effektiv lösning. Idag har över 410 000 personer genomfört testet, vilket tydligt visar på det stora intresset för att fatta välgrundade kostbeslut.

Ett digitalt behovstest är inte bara en praktisk lösning för individen, utan bidrar också till ökad inkludering. Genom att erbjuda en lättillgänglig plattform kan vi nå ut till en bredare målgrupp och ge fler möjlighet att göra medvetna val för en bättre hälsa.

Vi ser behovstestet som en viktig del av vårt hållbarhetsarbete och är stolta över att kunna erbjuda en lösning som både gynnar individen och miljön.



Hur vi säkrar en hållbar framtid

Hos Great Earth löper riskhanteringen från styrelsenivå ned till dagliga operativa nivå. Vi förstår att effektiv riskhantering är avgörande för att säkerställa en hållbar och framgångsrik verksamhet. Vi fokuserar på tre huvudområden: affärsförbindelser, produkter och tjänster, samt verksamhet och aktiviteter. Genom att fokusera på dessa tre områden av riskhantering kan vi säkerställa att vi fortsätter att bedriva en hållbar och ansvarsfull verksamhet som skapar långsiktigt värde för alla våra intressenter.

AFFÄRSFÖRBINDELSER:

- Vi samarbetar endast med leverantörer och partners som delar våra värderingar och åtaganden gällande hållbarhet.
- Vi utför regelbundna leverantörsutvärderingar för att identifiera och hantera potentiella risker kopplade till våra leverantörskedjor.
- Vi har en tydlig uppförandekod för våra partners, som omfattar bland annat respekt för mänskliga rättigheter, arbetsmiljö och miljöskydd.
- Vi samarbetar aktivt med våra leverantörer för att kontinuerligt förbättra deras hållbarhetsprestanda.

PRODUKTER OCH TJÄNSTER:

- Vi genomför noggranna tester av alla våra produkter och tjänster.
- Vi har en robust process för att identifiera, hantera och minimera potentiella risker kopplade till produktsäkerhet och miljöpåverkan.
- Vi följer strikta lagar och förordningar gällande produkttillverkning och distribution.

VERKSAMHET OCH AKTIVITETER:

- Vi utför regelbundna riskbedömningar för att identifiera och hantera potentiella risker kopplade till vår verksamhet, inklusive olycksrisker, finansiella risker och juridiska risker.
- Vi har implementerat effektiva åtgärder för att minimera risker kopplade till arbetsmiljö, hälsa och säkerhet.
- Vi har en tydlig plan för att hantera kriser och akuta situationer.



Från utveckling

→ till konsument



UTVECKLING AV INNOVATIVA PRODUKTER

Allt börjar med vårt engagerade team av produktutvecklare och näringsexperter som identifierar behov och trender inom hälsa och välmående. Genom att kombinera den senaste vetenskapliga forskningen med vår omfattande erfarenhet, tar vi fram innovativa kosttillskott som gör skillnad för våra kunder.



HÖGKVALITATIV PRODUKTION MED FOKUS PÅ HÅLLBARHET

Nästa steg är vår noggranna produktionsprocess, där vi använder noggrant utvalda fabriker och råvaror och följer strikta kvalitetskontroller för att säkerställa att våra produkter håller högsta standard. Vi arbetar ständigt med att optimera vår verksamhet ur ett hållbarhetsperspektiv, till exempel genom att minimera svinn, transporter och använda miljövänliga förpackningar.



MARKNADSFÖRING SOM UTBILDAR OCH INSPIRERAR

Vår marknadsavdelning har en nyckelroll i att kommunicera fördelarna med våra produkter till konsumenterna. Genom informativa kampanjer, användbart innehåll och inspirerande kundberättelser, strävar vi efter att öka medvetenheten om vikten av ett hälsosamt liv och hur våra kosttillskott kan bidra till detta. Vi erbjuder också rådgivning såväl digitalt via vårt behovstest som via vår kundtjänst.



FLEXIBLA FÖRSÄLJNINGSKANALER FÖR ÖKAD TILLGÄNGLIGHET

För att göra våra produkter tillgängliga för så många som möjligt, erbjuder vi två huvudsakliga försäljningskanaler. Genom vår egen e-handel kan kunderna enkelt köpa våra produkter direkt från oss, med bekväm hemleverans. Vi samarbetar också med utvalda återförsäljare som apotek och hälsofackbutiker, vilket gör att konsumenterna kan hitta våra produkter i deras lokala butiker och få personlig rådgivning av kunnig personal.



EN HÅLLBAR AFFÄRSMODELL FÖR FRAMTIDEN

Genom att integrera hållbarhet i varje steg av vår affärsmodell – från utveckling till försäljning – skapar vi värde för både våra kunder och vår planet. Vi är stolta över att vara en del av en bransch som hjälper människor att leva hälsosammare liv, och vi är fast beslutna att fortsätta utvecklas och förbättras för en bättre framtid.

Hos Great Earth utvecklar vi högkvalitativa kosttillskott som bidrar till människors välmående och hälsa. Vår affärsmodell bygger på ett nära samarbete mellan våra expertteam inom forskning och utveckling, produktion, marknadsföring och försäljning.



**Support
your
inside**



FRÅN HAV TILL LAND:

En resa mot minimal påverkan

Omega 3 är en viktig fettsyra som vi människor inte kan producera själva och som har stor betydelse för vår hälsa. Hos Great Earth brinner vi för att erbjuda våra kunder högkvalitativa Omega 3-produkter på ett sätt som minimerar vår miljöpåverkan. Under åren har vi därför genomgått en kontinuerlig förfiningsprocess för att optimera hållbarhetsprofilen för vår Omega 3.

Vår resa inleddes med en fiskbaserad Omega 3. Vi tog tidigt ett ledande steg genom att certifiera vår produkt och inkludera GPS-koordinater för fångstplatsen på varje burk, vilket garanterade transparens och spårbarhet. Därefter tog vi beslutet att övergå till en krillbaserad Omega 3. Genom att flytta oss längre ner i näringskedjan kunde vi minimera risken för utfiskning och skydda marina ekosystem.

Men vår ambition sträckte sig ännu längre. Vi ville skapa en Omega 3-produkt som var helt fri från de miljömässiga utmaningar som kan vara förknippade med fisk- och krillbaserade alternativ. Därför lanserade vi en vegansk Omega 3, utvunnen från alger som odlas på land i rostfria tankar i Nederländerna. Denna innovativa lösning eliminerar risken för tungmetaller och andra föroreningar som kan finnas i marint baserade Omega 3-källor.

SAMMANFATTNING

Genom att kontinuerligt förfina och förbättra vår Omega 3-produkt har vi tagit betydande steg mot en mer hållbar framtid. Vi är stolta över att erbjuda våra kunder en produkt som inte bara gynnar deras hälsa utan också bidrar till en friskare planet. Vår veganska Omega 3 representerar ett banbrytande steg i vår strävan mot en mer hållbar Omega 3-produktion, och vi ser fram emot att fortsätta driva innovationen inom detta område.



HÅLLBAR PRODUKTION:

Odling på land minimerar miljöpåverkan och eliminerar risken för utfiskning.

RENARE PRODUKT:

Fri från tungmetaller och andra föroreningar som kan finnas i marint baserade Omega 3-källor.

VEGANSK OCH ETISK:

Perfekt för alla, inklusive vegetarianer och veganer.

HÖG BIOTILLGÅNGLIGHET:

Den algbaserade Omega 3 tas lätt upp av kroppen.



Kvalitet först. Alltid.

Great Earth är certifierade enligt verksamhetssystemet "Certified for Self Care" som säkerställer högsta livsmedelssäkerhet för kosttillskott. Detta system innebär att vi genomgår såväl externa som interna revisioner årligen för att kontinuerligt säkra kvaliteten i vår verksamhet.

KUNDFÖRTROENDE OCH HÅLLBARHET

Denna höga kvalitetsnivå skapar inte bara nöjda kunder utan bidrar även till vår hållbarhetsprofil genom minskad resursanvändning och minimerat svinn. Kvalitetsarbetet är därmed en integrerad del av vårt övergripande hållbarhetsarbete, där kundens hälsa och förtroende står i centrum.

KVALITETSRESULTAT 2024

Vår kvalitetsstyrning har under 2024 visat exceptionella resultat. Genom systematiskt arbete har vi kraftigt minskat antalet reklamationer jämfört med föregående år:

- > 2023: 74 REGISTRERADE REKLAMATIONER
- > 2024: 47 REGISTRERADE REKLAMATIONER

Detta motsvarar en minskning med 36,5% från föregående år, vilket tydligt visar effekten av våra kontinuerliga förbättringsåtgärder.

EXTRAORDINÄR FELFREKvens I BRANSCHKONTEXT

Under 2024 levererade Great Earth över en miljon produkter (1 028 310) med enbart 47 reklamationer. Detta resulterar i en enastående felfrekvens på endast 0,0046%, vilket motsvarar 0,046 fel per tusen levererade enheter. För att sätta detta i perspektiv:

- > För varje 21 879 produkter vi levererar kan en enda ha ett problem
- > Typisk reklimationsnivå i livsmedelsindustrin ligger mellan 0,5-2%
- > Välutvecklade kvalitetssystem strävar ofta efter att hålla reklimationsnivån under 0,5-1%
- > Större företag med ISO 22000- eller BRC-certifiering (eller motsvarande) försöker vanligtvis hålla reklimationsnivån under 0,5% som indikator på hög kvalitet och effektiv processkontroll
- > Vår nivå på 0,0046% är därmed exceptionellt låg även jämfört med branschens toppaktörer

KVALITET SOM KÄRNVÄRDE

Kvalitet är inte bara ett begrepp för oss på Great Earth - det är fundamentet för vår verksamhet. Det genomsyrar allt vi gör, från produktutveckling till kundupplevelse. Vårt exceptionella kvalitetsresultat är ett direkt resultat av:

- > Ett processorienterat arbete genom hela värdekedjan
- > Engagerade medarbetare med kvalitetstänkande i varje led
- > Noggrant urval av leverantörer och råvaror
- > Kontinuerliga förbättringar baserade på kundåterkoppling





**Support
your
outside**



Mindre plast –mer näring

Under 2024 blev vi först i branschen att lansera fiberbaserade skruvlock, i samarbete med svenska Blue Ocean Closures. Ett viktigt steg i vårt arbete för mer hållbara förpackningar – och ett konkret resultat av våra högt satta hållbarhetsmål.

De nya locken, som består av cellulosafiber, minskar plastinnehållet med upp till 95 %. Det innebär både minskade koldioxidutsläpp och enklare återvinning. Vi räknar med att spara 2,6 ton plast per år – och samtidigt stärka vår roll som pionjärer inom cirkulär design.

Vi ser det här som början på något större. Under kommande år kommer vi att fortsätta utveckla fiberbaserade komponenter och driva innovationer som minskar vårt miljöavtryck – ett steg i taget.





Från vision till verklighet

När vi 2020 satte vårt ambitiösa mål att Great Earth senast 2030 skulle vara cirkulära vad gäller förpackningar, hade vi ingen konkret plan för hur vi skulle nå dit. Det var en vision som drev oss att ständigt utmana oss själva och branschen. Under 2024 fick vi ett betydande erkännande för detta arbete när vårt samarbete med Blue Ocean Closures kring fiberbaserade lock till näringstillskott belönades vid Packnorth Awards.

KRAFTEN I LÅNGSIKTIGA MÅL

Framgången med de fiberbaserade locken är ett lysande exempel på värdet av att sätta djärva, långsiktiga mål. Trots att vi 2020 inte visste exakt hur vi skulle uppnå full cirkularitet, tvingade målsättningen oss att tänka kreativt och söka innovativa samarbeten och lösningar.

Denna erfarenhet har stärkt vår strävan att fortsätta sätta utmanande hållbarhetsmål som driver innovation inom företaget.



PACKNORTH AWARDS 2024 -ETT ERKÄNNANDE AV VÅRT HÅLLBARHETSARBETE

Vårt partnerskap med Blue Ocean Closures resulterade i en banbrytande lösning som inte bara tilldelades utmärkelsen för "Circular & Sustainable Packaging" utan även korades till huvudprisvinnare vid årets Packnorth Awards. Juryn beskrev innovationen som "game-changing" och betonade hur lösningen bevisar att hållbarhet inte behöver innebära kompromisser.

Detta erkännande bekräftar vår övertygelse om att god design och hållbarhet kan gå hand i hand. De fiberbaserade locken representerar ett viktigt steg på vår väg mot 100% cirkulära förpackningar och visar att även små komponenter kan göra stor skillnad för miljön.





Från kork till konkurrensfördel

Hållbar utveckling handlar inte enbart om att minimera miljöpåverkan – det innebär även att skapa affärsmässiga fördelar för alla aktörer i värdekedjan. Great Earths fiberbaserade korkar exemplifierar hur hållbarhetslösningar skapar mervärde genom hela ledet.

ÅTERFÖRSÄLJARNA BEKRÄFTAR VÄRDET

"Att byta ut plast mot papper med bibehållen funktionalitet är ingen enkel uppgift, men Great Earth har lyckats hitta en innovativ lösning," säger Desiré Cichy, Projektledare hållbarhet på Apotea.

Apotek Hjärtat bekräftar: *"Det är avgörande att aktörer i alla led tar ansvar och utvecklar lösningar för att driva på den hållbara utvecklingen. Great Earths Magnesium, med ny fiberkork är ett bra exempel på det," framhåller Amelia Sjöberg, Hållbarhetsutvecklare.*

FÖRPACKNINGAR SOM KONKURRENSMEDEL

I dagens marknad blir förpackningsinnovationer ett viktigt konkurrensmedel. De fiberbaserade korkarna fungerar både som praktiska förslutningar och som tydliga signaler om vårt hållbarhetsengagemang.

"Korken blir även en diskussionsstartare om hållbarhet i mötet med kunden," påpekar Amelia Sjöberg. För att bli uppskattade då man arbetar med hållbarhet är det viktigt att även ha den kommersiella delen i åtanke, annars är risken att produkten aldrig får den hållbarhetspåverkan som den hade potential för.

"Korken blir även en diskussionsstartare om hållbarhet i mötet med kunden"





UTSIDA | REFILL

Refill please!

Vi strävar ständigt efter att minska vår miljöpåverkan och främja en hållbar, cirkulär livsstil för våra kunder. Ett steg i den riktningen är våra refill-produkter! Vi tror att våra burkar är för värdefulla för att bara användas en gång, och därför erbjuder vi en enkel lösning för att fylla på dem istället. Sedan lanseringen av våra refillpåsar i slutet av 2022 har vi kontinuerligt arbetat med att förbättra och utöka vårt refill-utbud. Efter att ha sett den positiva responsen från våra kunder har vi tagit beslutet att fortsätta integrera refill som en del av vår cirkulära produktlinje.

ÅTERVINN

En av våra mest sålda produkter är C-Vitamin Komplex, och vi har med mått mätt i volym att varje burk som återvinns kan jämföras med 59 refillpåsar. Detta innebär betydligt mindre avfall och en minskad belastning på miljön – ett perfekt exempel på cirkulär ekonomi i praktiken.

HÅLLBARHETSMÅL

Vår strävan efter hållbarhet stannar inte här. Vi kommer fortsätta att utforska nya sätt att minska vår påverkan på miljön och våra refill-produkter är ett stort kliv i rätt riktning mot ett mer cirkulärt system. Vi är fast beslutna att fortsätta att driva detta initiativ framåt.

1 470 Kg RPET sparad
(recycled PET) genom att
konsument valde refill





UTSIDA | SAVE A PILL

Det är insidan som räknas

Inspirerat av framgångsrika strategier från andra branscher har vi lanserat "Save A Pill" för att minska kasserade produkter. Genom att erbjuda dessa produkter till ett reducerat pris och med tydlig kommunikation, gör vi det attraktivt för konsumenter att välja dem och bidra till att bekämpa matsvinn.

PERFEKT INNEHÅLL, ÄVEN OM FÖRPACKNINGEN INTE ÄR DET

Vår bransch har en unik fördel: innehållet i våra produkter är garanterat perfekt, även om förpackningen kan ha små skönhetsfel. Detta gör att vi kan sälja dessa produkter till ett lägre pris genom "Save A Pill", istället för att kassera dem.

IMPONERANDE RESULTAT OCH MINSKAT SVINN

Sedan lanseringen av "Save A Pill" har vi räddat merparten av de produkter som annars skulle ha kasserats på grund av olika anledningar, såsom kort datum, byte av design eller skador på burkarna. Detta visar att små förändringar kan göra stor skillnad för att minska svinn.

STÄNDIGA FÖRBÄTTRINGAR FÖR EN HÅLLBAR FRAMTID

Vårt långsiktiga mål är att eliminera svinn helt, men vi inser också att det är en utmaning. Trots detta fortsätter vi att arbeta hårt för att ständigt förbättra våra processer och minska vårt svinn.

INNOVATIV AFFÄRSUTVECKLING DRIVER BRANSCHEN

"Save A Pill" är inte bara ett hållbarhetsinitiativ, utan också ett exempel på innovativ affärsutveckling. Genom att anpassa lösningar från andra branscher till vår egen verksamhet, är vi med och påverkar hela vår bransch i en mer hållbar riktning. Vi är stolta över att vara föregångare på detta område och hoppas att fler företag kommer att följa vårt exempel.





Mer innehåll. Mindre luft.

Att optimera fyllnadsgraden i våra förpackningar är en central del av vår strävan mot en mer hållbar verksamhet. Att transportera tomrum är onödigt och innebär en negativ inverkan på miljön.

FRAMDRIFT MOT MÅLET

Under 2024 har vi gjort de sista optimeringarna av fyllnadsgraden. Vi har optimerat såväl burkar som dess innehåll med en mer effektiv design, vilket resulterade i en fyllnadsgrad på 77%. Vi är nu klara med detta projekt.

EN UTMANANDE EKVATION

Samtidigt som vi strävat efter en optimal fyllnadsgrad har vi också behövt ta hänsyn till andra faktorer, såsom lagkrav och kundernas förväntningar. På grund av lagkrav gällande textstorlek på etiketter kan vi inte optimera mer nu.

Vi har velat att våra burkar ska vara tillräckligt stora för att rymma produktinformationen och samtidigt behålla en estetiskt tilltalande design. Att hitta balansen mellan dessa krav har varit en utmaning som vi arbetat kontinuerligt med.

RESULTAT OCH FRAMTIDA MÅL

Genom ihärdigt arbete har vi lyckats öka fyllnadsgraden från 65% 2021 till 77% 2024. Det roligaste är att vi nu uppfyller EUs nya regulatoriska krav som kommer att träda i kraft 2030. Vi är oerhört glada att vi i flera år fokuserat på denna fråga så nu när detta regulatoriska krav kom så var vi redan klara. Det innebär att vi inte behöver göra en omställning som många andra i branschen nu behöver göra.

Vi är stolta över denna framgång, och även om vi nu har nått målet med vårt optimeringsarbete, fortsätter vi att bevaka området för eventuella framtida innovationer som kan hjälpa oss att bli ännu mer hållbara.

Från 65% till
77% fyllnadsgrad!



NÄSTA STEG

Refill är vägen framåt för att optimera detta ännu mera. Genom att erbjuda refill-lösningar kan vi drastiskt minska materialåtgången och ytterligare förbättra vårt hållbarhetsarbete, samtidigt som vi fortsätter att möta både regulatoriska krav och kundernas förväntningar.



Vår resa mot minskade klimatavtryck

När vi på Great Earth talar om "Good Life - Great Earth" menar vi det på riktigt. Din hälsa är sammankopplad med planetens välmående. Det är därför vi 2021 flyttade stora delar av vår produktion från USA till Norge. Resultatet? En betydande minskning av våra CO2-utsläpp. Efter utvärdering av 14 producerande enheter bekräftades att teknisk kapacitet fanns i vårt närområde. Redan 2022 hade vi flyttat 95% av vår USA-baserade produktion till Skandinavien.

TRANSPARENS KRING UTMANINGAR

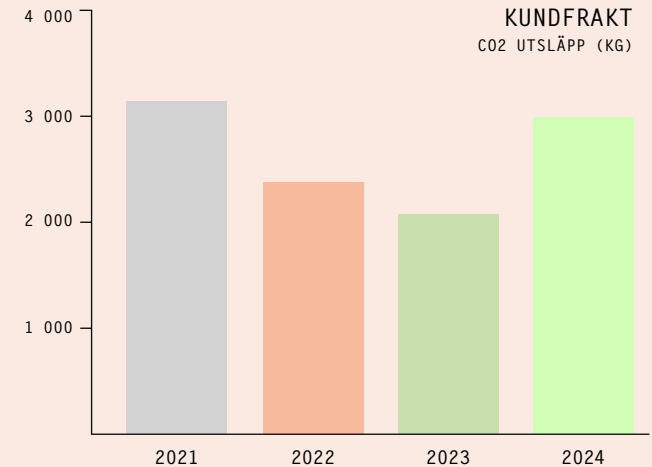
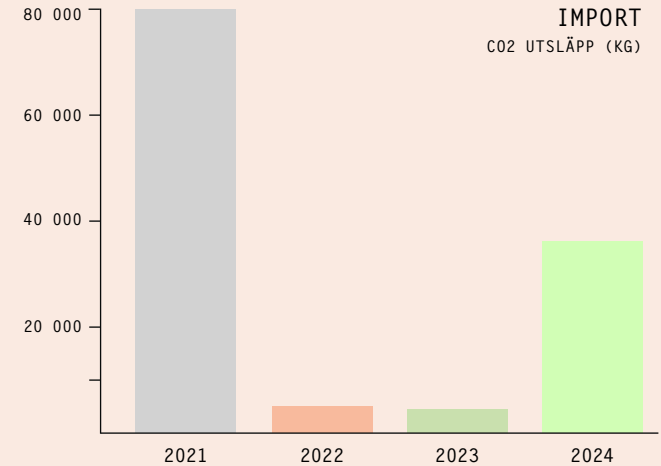
Våra import-relaterade CO2-utsläpp har ökat under året, främst eftersom vi tvingats använda flygfrakt vid 11 tillfällen för produkter som ännu inte flyttats till Norge. Inför 2025 har vi förstärkt vår logistikorganisation för att optimera hela transportkedjan.

TILLVÄXT MED ANSVAR

Great Earth växte med 27%, vilket resulterat i ökade kundfrakter. CO2-ökningen är högre än volymökningen eftersom frakterna ännu inte utnyttjar utrymmet optimalt. Lastpallarna kan i framtiden helt enkelt packas högre och på så sätt optimera frakten.

NÄSTA STEG PÅ HÅLLBARHETSRESAN

Framöver kommer vi redovisa CO2 per enhet, särskilt viktigt då refill-produkter ökar och minskar klimatpåverkan per enhet. Vi fortsätter optimera hela transportkedjan, inklusive produktformat - för både din och planetens hälsa.





Support
your
relations



Partnerskap driver hållbar förändring

Vår partnerskapsstrategi fokuserar på att utveckla robusta ekosystem av samarbetspartners - från leverantörer och branschkollegor till ideella organisationer och forskningsinstitutioner. Detta är vägen framåt för att snabbare kunna skapa effekt inom alla tre dimensioner av hållbarhet: **miljömässig, social och ekonomisk.**

I dessa ekosystem delar vi kunskap, resurser och innovation, vilket möjliggör skalning av hållbara lösningar. Vi skapar affärsmöjligheter och genom att kombinera våra olika styrkor och kompetenser har vi kunnat accelerera omställningen till cirkulära affärsmodeller och minska vårt kollektiva avtryck.

Framtiden för hållbarhetsarbete ligger inte i isolerade insatser, utan i samordnade initiativ där varje partner bidrar med sitt unika perspektiv. Tillsammans bygger vi en resiliert värdekedja som kan möta morgondagens utmaningar.

Vi tror starkt på kraften i samarbeten. Genom att bygga starka partnerskap skapar vi synergier och uppnår mer tillsammans än vi någonsin skulle kunna göra på egen hand.



Hållbarhetsevent med Nordea och Great Earth

Great Earth tillsammans med Nordea ordnade ett framgångsrikt event i Gävle med fokus på hur hållbarhet kan bidra till både miljömässiga fördelar och ökad lönsamhet för företag. Nordeas hållbarhetschef Niklas Rydberg delade med sig av värdefulla insikter, medan Great Earths VD Patrik Falk och Andreas Lundberg presenterade företagets hållbarhetsresa och de möjligheter som den hade skapat. Eventet lockade över 25 deltagare från det lokala näringslivet och Mellansvenska Handelskammaren, vilket gav alla närvarande en plattform att diskutera hur man effektivt kan kombinera hållbarhet med affärsutveckling. Det centrala budskapet från seminariet var tydligt: när företag samarbetar kring hållbarhetsfrågor skapas en bättre framtid för både verksamheterna och planeten.



En riktning –två tunga erkännanden

Starka branschrelationer är avgörande för hållbar utveckling genom hela värdekedjan. Genom samarbete med partners som Apotea och MEDS Apotek kan vi dela kunskap, optimera resurser och skapa större positiv miljöpåverkan än vad som vore möjligt på egen hand. Dessa erkännanden representerar framsteg mot ett mer hållbart affärsekosystem där ansvarsfullt företagande och miljöhänsyn går hand i hand med framgångsrik verksamhet. Under 2024 fick Great Earth betydande erkännande för vårt hållbarhetsarbete från två viktiga branschpartners:



Apoteas hållbarhetspris

Great Earth hedrades med Apoteas pris för "För betydelsefull insatser inom resurseffektivisering och minskad miljöpåverkan". Detta erkännande bekräftar vårt pågående engagemang för att integrera hållbara metoder i hela vår verksamhet. Priset uppmärksammar vårt systematiska tillvägagångssätt för att minska miljöpåverkan samtidigt som vi upprätthåller affärseffektivitet.



MEDS Apotek "Årets samarbete"

MEDS Apotek uppmärksammade Great Earth med deras pris "Årets samarbete", som framhäver vår excellens inom:

- > Pålitlighet i partnerskap
- > Konsekvent produktleverans
- > Innovativt projektsamarbete

Detta partnerskap har stärkt vår förmåga att leverera kvalitetsprodukter samtidigt som vi främjar våra gemensamma hållbarhetsmål.

Vad är ett bra liv 2030?



I en värld där jordens resurser blir allt mer ansträngda och näringsinnehållet i vår mat gradvis minskar, måste vi ställa oss frågan: Vad innebär ett bra liv år 2030? Vi skapligt säkra på att hälsa och välbefinnande är oskiljaktigt sammankopplade med planetens hälsa. Det är ett konstaterat faktum att maten vi äter innehåller allt mindre näring, och det blir svårare att tillgodose våra behov enbart genom kosten. Det är varken rimligt eller hållbart att vi ska konsumera orimliga mängder av vissa livsmedel för att få i oss livsnödvändiga näringsämnen.

År 2030 ser vi ett samhälle där välbefinnande är tillgängligt för alla genom smarta, personanpassade lösningar som respekterar både människan och planeten. Vår vision bygger på flera sammanlänkade strategier:

Anpassade kosttillskott

Genom avancerad analys och personifierade rekommendationer säkerställer vi att du endast får exakt de näringsämnen du behöver – varken mer eller mindre.

Hållbara råvaror

Vi utnyttjar Nordens rika naturresurser och använder restprodukter från andra industrier för att skapa högkvalitativa kosttillskott med minimal miljöpåverkan.

Cirkulär ekonomi

Genom innovativa förpackningslösningar, återfyllningsbara behållare och mer effektiv produktion minskar vi avfall i hela kedjan.

Vår resa mot 2030 handlar inte bara om att erbjuda kosttillskott – det handlar om att skapa förutsättningar för ett hälsosamt liv på en hälsosam planet. Vi tror att genom samarbete, innovation och ett genuint engagemang för både människans och planetens hälsa, kan vi tillsammans definiera vad ett gott liv betyder i framtiden. Good Life - Great Earth - för din hälsa och planetens välmående, nu och 2030.



A goal
without
a plan is
just a wish

GREAT EARTHS HÅLLBARHETSMÅL 2025

MÅL 1: CSRD FÖRBEREDELSE (SCOPE 1 OCH 2)

Strategisk hållbarhets- rapportering för framtiden

Genom vårt systematiska arbete med CSRD-förberedelser tar vi ett betydande steg mot transparent och omfattande hållbarhetsrapportering. Vårt fokus på scope 1 och 2 innebär en grundlig kartläggning och minskning av våra direkta och indirekta utsläpp från verksamheten. Detta arbete lägger grunden för en mer ansvarsfull affärsmodell och positionerar oss som en föregångare inom hållbar företagspraxis i vår bransch.

MÅL 2: BEHOVSTEST 2.0

Avancerad behovsanalys för optimerad resursanvändning

Med lanseringen av Behovstest 2.0 förfinar vi vår förmåga att identifiera och tillgodose faktiska kundbehov utan överproduktion. Denna uppdaterade metodik kombinerar kundinsikter med avancerad dataanalys för att säkerställa att varje produkt vi tillverkar möter ett verkligt behov på marknaden. Genom att minimera överflödigt produktion minskar vi både resursförbrukning och avfall, vilket bidrar till en mer cirkulär ekonomi och minskad miljöbelastning.

A woman with long dark hair, wearing a light pink long-sleeved shirt, is looking down at a small green bottle on a white shelf. She is holding the bottle with her right hand. The background shows more shelves with various objects, including a large beige vase and some colorful items.

En plan för en bättre framtid

GREAT EARTHS HÅLLBARHETSMÅL 2025

MÅL 3: VÄRDEKEDJAN (UTMANA TRANSPORT) (ECOM READY)

Transformera vår värdekedja för morgondagens utmaningar

Vi tar ett helhetsgrepp om vår värdekedja med särskilt fokus på att utmana konventionella transportlösningar. Genom innovativa logistikmetoder och strategiska partnerskap strävar vi efter att dramatiskt minska vår transportrelaterade miljöpåverkan. Parallellt arbetar vi för att göra våra produkter fullständigt eCom-redo för våra återförsäljare, vilket innebär optimerade förpackningslösningar som minskar behovet av ytterligare emballage i e-handelskedjan. Detta reducerar avsevärt mängden förpackningsmaterial som våra ÅF behöver hantera, vilket resulterar i mindre avfall, effektivare lagerhållning och reducerad miljöpåverkan genom hela distributionsflödet.

MÅL 4:

Förankra hållbarhet i vår företagskultur

Vi stärker vårt interna hållbarhetsarbete genom att implementera konkreta initiativ som engagerar alla medarbetare. Vår årliga hållbarhetsvecka blir ett flaggskepp för kunskapsdelning och inspiration, medan nya, omfattande sorteringssystem i hela verksamheten säkerställer maximalt resursutnyttjande. Dessutom etablerar vi systematiska återbruksrutiner som förlänger livslängden på material och utrustning. Dessa initiativ transformerar inte bara vår arbetsplats utan skapar också ambassadörer för hållbarhet i våra medarbetares privatliv.



GREAT EARTH

Good life
Great Earth.