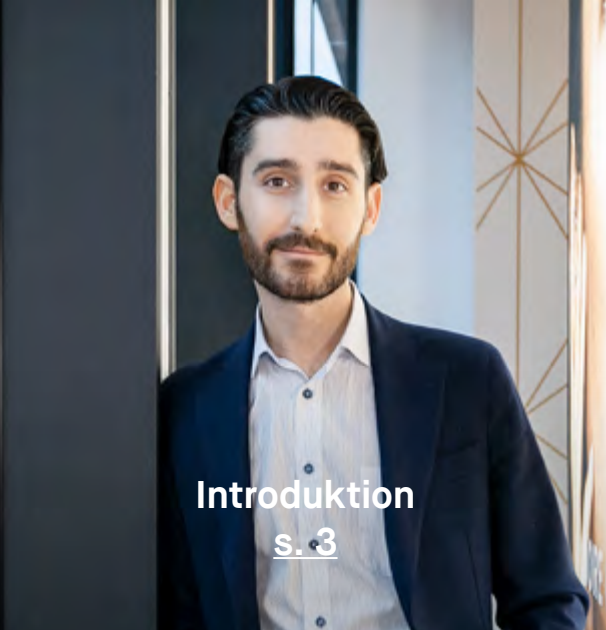




HÅLLBARHETSREDOVISNING 2019

KICKS



Introduktion
s. 3



**Så arbetar vi med
inkludering & mångfald**
s. 8



**Så tar vi ansvar för våra
gemensamma resurser**
s. 15



**Så säkrar vi goda villkor
i leverantörsleden**
s. 21



**Så säkerställer vi ansvarsfull och
medveten produktveckling**
s. 24

Innehåll

1

Introduktion
Hållbarhet är en central del av KICKS strategi **s. 3**
Detta är KICKS **s. 4**
Våra målsättningar **s. 5**
Riskanalys **s. 6**
Egna varumärken **s. 7**

2

Så arbetar vi med inkludering & mångfald
Ångestpodden: "Psykisk ohälsa är ett samhällsproblem" **s. 9**
Så arbetar KICKS för bättre psykisk hälsa **s. 10**
"Det är viktigt att bryta de tabun som finns kring psykisk ohälsa" **s. 11**
Alla våra medarbetare **s. 12**
Välmående medarbetare skapar framgångsrika företag **s. 13**

3

Så tar vi ansvar för våra gemensamma resurser
Så hjälper vi till att ta hand om kosmetiskt avfall **s. 16**
Sortera mera **s. 17**
Lathund för badrummet – kosmetiskt avfall i fokus **s. 18**
Resurssmarta förpackningar **s. 19**
Så minskar vi vårt klimatavtryck **s. 20**

4

Så säkrar vi goda villkor i leverantörsleden
Produktionsländer för egna varumärken **s. 22**
Hållbarare leverantörssamarbeten **s. 23**

5

Så säkerställer vi ansvarsfull och medveten produktveckling
Ingredienslista **s. 25**
Säkra ingredienser **s. 26**
Ansvarsfull och medveten produktveckling **s. 27**
Restriktionslista för ingredienser **s. 28**
Leverantörslista **s. 29**

”Hållbarhet är en central del av KICKS strategi”

En hållbar utveckling kräver en hållbar verksamhet. KICKS VD Freddy Sobin förklarar vad det innebär i praktiken – och i det dagliga arbetet.

Vår uttalade ambition är att ta ett bredare grepp om hållbarhet, därför lägger vi inte bara in miljöaspekten i frågan, utan även samhällsnytta och socialt ansvar. Ur vårt perspektiv handlar hållbarhet om allt vi gör, från att sälja skönhetsprodukter utan stereotypa skönhetsideal till att erbjuda produkter som inte bidrar till negativa effekter för vare sig människa eller miljö. Som Nordens största skönhetskedja både vill och ska vi ta ledarskap i frågan, och därmed påvisa en riktning som förhoppningsvis även kan inspirera andra. Det är i hur vi själva tänker, agerar och kommunicerar i alla led, såväl internt som externt, som vi kan göra verklig skillnad. Vi vill visa att skönhet kan vara många olika saker och se ut på många olika sätt, och därigenom inspirera våra kunder. Vi är övertygade om att det bästa sättet att attrahera så många som möjligt är genom att aktivt arbeta med mångfald – både som skönhetskedja och som arbetsgivare. Mångfald speglar samhället och driver det framåt. Detsamma gäller KICKS som arbetsplats. Vår utgångspunkt är att vi som företag når ut bättre till våra kunder genom att vara olika. Vi får det att hända genom att leva som vi lär, både inom företaget och i vår kundkommunikation. Genom våra 246 butiker har vi en stor fysisk närvaro i samhället. Där möter vi många och då vill och behöver vi vara representativa – att vi möter våra kunder med samma mångfald som vi ser i samhället känns både naturligt och viktigt.

Att undvika negativ miljöpåverkan är en central del av ett hållbart företagande och något vi försöker arbeta aktivt med i alla delar av vår organisation. Ett tydligt exempel på detta, från det senaste året, är att vi har fokuserat arbetat för att fasa ut plasten i våra e-handelsemballage. Under året har vi även fattat beslut om att fasa ut all svart plast från våra egna varumärken, våra

plastpåsar är inte heller svarta längre. Detta då svart plast oftast inte kan återvinnas. Som alla företag har KICKS en stor påverkan genom hela värdekedjan, där en stor del av vår påverkan ligger i delar som vi inte själva kontrollerar, till exempel i produktionsledet hos våra leverantörer. Det vi kan göra där är att vara tydliga och envisa för att få dem att göra mer och göra bättre. Både skönhetsbranschen och förpackningsbranschen har fortfarande mycket att arbeta med när det gäller miljömässig hållbarhet. I takt med att det nu utvecklas relevanta lösningar på alternativa förpackningsmaterial vill vi självklart vara med och testa och utvärdera dem.

Idag vet de allra flesta att batterier, färgrester och lysrör ska lämnas in till kommunens insamling för farligt avfall – men det många inte vet är att skönhetsprodukter och förpackningar i vissa fall också bör tas om hand och inte slängas bland det vanliga avfallet. Därför fortsätter KICKS att driva och expandera ett viktigt initiativ som går ut på att samla in kunders kosmetiska avfall i våra butiker. Det känns naturligt för oss då det är ett av de större avtrycken som vi bidrar till och som vi vill ta ansvar för, samtidigt som det innebär en möjlighet att engagera våra kunder och driva hållbara beteenden. I skrivande stund kan våra kunder lämna kosmetiskt avfall i 28 av våra butiker. Samtidigt arbetar vi för att så snart som möjligt utöka antalet butiker och städer där vi kan erbjuda våra kunder detta. Vi hade gärna sett att detta arbete gick snabbare, men då det är landets kommuner som ansvarar för insamling av kosmetiskt avfall vet vi att det är en tidskrävande process. Vi har under 2019 också tagit fram en lathund för badrummet, där vi hjälper kunden att sortera rätt. Vi möter väldigt många kunder varje dag, både i våra butiker och på våra e-handels-



”Vi har fokuserat arbetat för att fasa ut plasten i våra e-handelsemballage.”

Freddy Sobin, VD

sidor men också via vår kundtjänst och sociala medier, och har därigenom möjlighet att göra stor skillnad genom att ge dem rätt vägledning.

För att vara en hållbar arbetsplats krävs också en välfungerande arbetsmiljö med välmående medarbetare. Under 2019 har KICKS börjat använda ett nytt verktyg för medarbetarundersökningar, där vi var fjärde vecka stämmer av hur organisationen mår. Vi har genom det fått bevis för att vi är kreativa och engagerade, men vi har också sett att det finns behov av mer struktur och koordinering. Vi vill väldigt mycket och med hjälp av medarbetarundersökningarna har vi nu kunnat arbeta fram en ny modell som kommer att underlätta vårt arbete framöver. Vi har också startat ett ledarforum, där vi samlar alla chefer i alla våra tre länder och utbildar dem inom ledarskapets olika delar – bland annat coaching, svåra samtal och att ge feedback. Vi lyfter också vikten av att inspirera, engagera och skapa delaktighet. Ledarforumet har därför även varit viktigt för att koordinera och skapa en helhet inom bolaget men det har också varit en kanal för att stärka och nå ut till hela bolaget med i vårt hållbarhetsfokus.



Detta är KICKS

Som Nordens ledande skönhetskedja erbjuder KICKS en mix av externa varumärken och egna varumärken som KICKS Beauty, samt MON|SUN, Budgie och SKIN TREAT genom vårt dotterbolag Myself & Friends. I några utvalda butiker kan vi även erbjuda beauty services i form av frisörsalonger, nagelsalonger, brynbarer och ansiktsbehandlinger. Våra skönhetsexperter kan erbjuda makeuptjänster och hudvårdsanalyser i alla våra butiker. Vårt mål är att skapa den mest inspirerande och personliga skönhetsupplevelsen för alla nordiska skönhets- och kosmetikentusiaster samt att dela vår passion för skönhet med alla som vill utforska och uttrycka mer av sig själva.

KICKS policys som kopplar till hållbarhet

- Affärsetiska koden
- Arbetsmiljöpolicy
- Mångfald- och jämställdhetspolicy
- Bilpolicy
- Miljöpolicy
- Policy för representation, trivselbudget, uppvaktning, tjänsteresa och utläggsredovisning
- KICKS är medlemmar i amfori BSCI och har antagit amfori BSCI etiska kod som uppförandekod gentemot våra leverantörer.

KICKS har sammanlagt cirka 250 butiker i Sverige, Norge och Finland samt nätbutiker i samma länder. KICKS huvudkontor finns i Stockholm, Sverige, där cirka 200 personer arbetar. Det finns även ett mindre kontor i Norge. Totalt har KICKS ungefär 2 400 anställda där cirka två tredjedelar är anställda i Sverige, 600 i Norge och drygt 200 i Finland. KICKS är en del av Axel Johnson-koncernen som ägs av Antonia Ax:son Johnson med familj. Axel Johnson har en lång tradition av att kombinera affärsnytta med samhällsnytta. Därmed är det sociala ansvaret både en del av vår historia och en viktig del i vårt arbete framåt. Idag har KICKS en hållbarhetschef och en hållbarhetsspecialist, organisatoriskt placerade på marknadsavdelningen.

Det här är vår tredje hållbarhetsredovisning, den gäller för verksamhetsåret 2019 och för samtliga delar av bolaget. Rapporten är inspirerad av GRI. Det är KICKS styrelse som har ansvaret för hållbarhetsrapporten och för att den är upprättad i enlighet med årsredovisningslagen.

Hållbarhetsansvaret delas av alla på KICKS. Det innebär alltså att alla bidrar till att göra KICKS framgångsrikt på ett ansvarsfullt sätt och att hållbarhet är integrerat i verksamheten.

Hållbarhet innebär att bedriva verksamheten enligt högsta etiska standard, där risken för korruption minimeras för att skydda människor och miljö, och där KICKS varumärke inte riskerar att få negativt anseende. Det yttersta ansvaret har KICKS VD. Som ett vinstdrivande företag har vi ett ansvar att se till att ekonomisk lönsamhet skapas på ett hållbart sätt som värnar om vår omgivning. Detta är något som är delegerat till KICKS ekonomi- och finanschef, med stöd från ledningsgruppen. Övergripande ansvar för hållbarhetsfrågor är delegerat till hållbarhetschefen. Social hållbarhet avseende personal är

Smuggling

KICKS stöder Tullverkets kamp mot smuggling och tar aktivt avstånd från all hantering av smugglade varor. Vi tolererar inte att smuggelgods transporteras i våra transportmedel eller tillsammans med våra godssändningar.

Våra målsättningar



Målsättningar

Så arbetar vi med inkludering & mångfald

Målsättningar	Mål	Utfall	FNs globala hållbarhetsmål	
Andel nöjda praktikanter inom S.H.A.R.E. i Sverige	≥ 90%	100%	3	
Andel nöjda praktikanter inom S.H.A.R.E. i Norge	≥ 90%	75%		
Andel nöjda mentorer inom S.H.A.R.E. i Sverige	≥ 90%	80%		
Andel nöjda mentorer inom S.H.A.R.E. i Norge	≥ 90%	72%		
Antal praktikanter och mentorer	45			
Andel ledare med internationell bakgrund (2020)	≥ 20%	17%		8
Könsfördelning ledare	*	91%		5
Andel medarbetare som har skrivit under den affärsetiska koden	100%	100%		16



Så säkrar vi goda villkor i leverantörsleden

Andel av KICKS egna leverantörer i riskländer som har godkänd granskningscykel	100%	95%	8, 16
Andel leverantörer som antagit KICKS uppförandekod amfori BSCI	100%	96%	



Så tar vi ansvar för våra gemensamma resurser

Antal butiker som samlar in kosmetisk avfall		28	11, 12
Insamlad mängd kosmetiskt avfall (kg)		4209	
Utsläpp CO2e (ton/MSEK/år) (2020)	<0.17	0,22	13
Andel materialåtervinningsbara förpackningar (2025)	100%	46%	12



Så säkerställer vi ansvarsfull och medveten produkteveckling

Andel försäljning av medvetet produktsortiment	10%	13%	12
Andel hållbart producerad palmolja i egna varumärken (2020)	90%	81	8, 12, 15

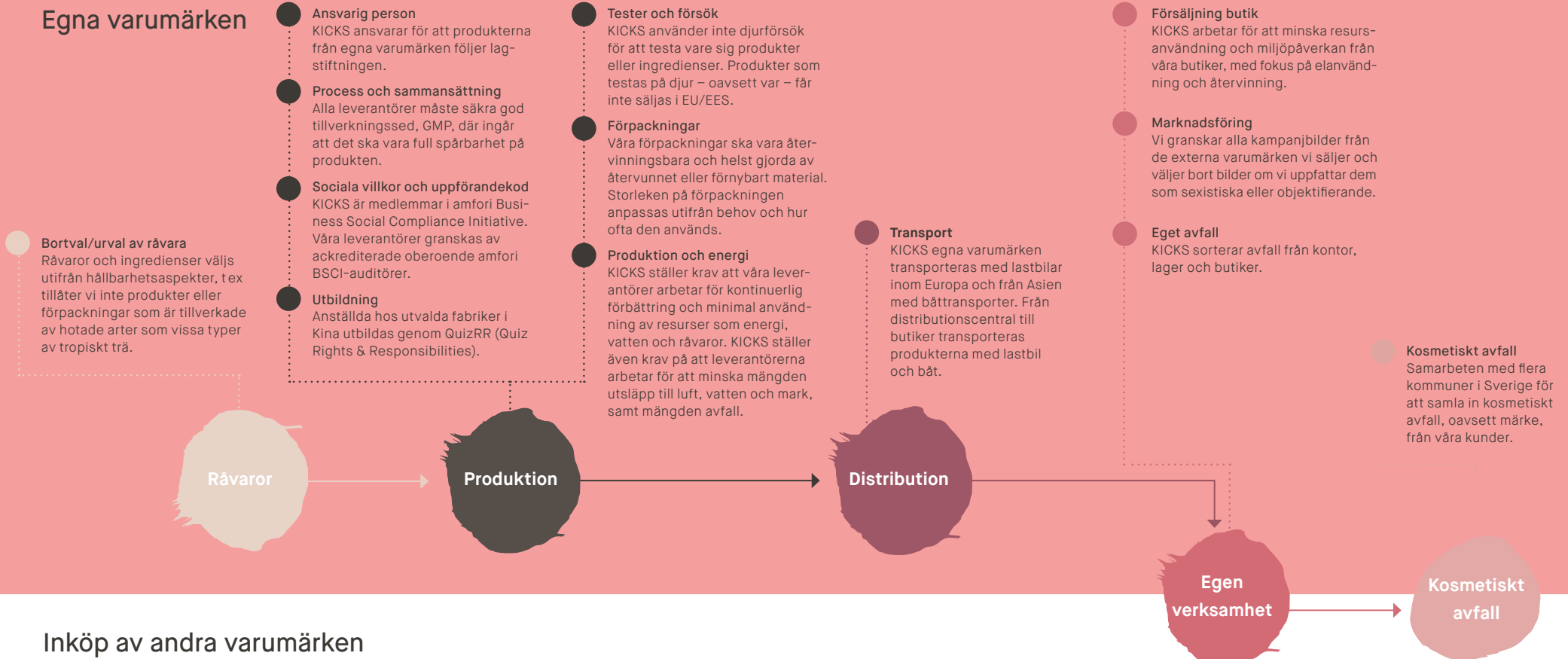


* Reflekterar andelen kvinnor/män medarbetare

Risکاناليس


Risكانمرأة	Risكانبسرلوان	Risكانهانان
ملآ	Ingredienser med särskilt negativ påverkan på miljön	Restriktioner på kemikalier och material i leverantörsavtal Restriktionslista för kemikalier i egna varumärken Krav på användande av hållbar palmolja i egna varumärken Implementering av hållbarhetspolicy 2020
	Utsläpp av växthusgaser från elanvändning	Uppföljning av energiförbrukning och utsläpp El från förnyelsebara energikällor i egen verksamhet Implementering av hållbarhetspolicy 2020 Energikartläggning för stora företag (EKL) Kartläggning av energi i produktion av egna varumärken Krav på minskad energiförbrukning i leverantörsavtal
	Vattenförbrukning	Implementering av hållbarhetspolicy 2020 Kartläggning av vattenförbrukning i produktion av egna varumärken Krav på minskad vattenförbrukning i leverantörsavtal
	Utsläpp av växthusgaser från transporter och resor	Krav på minskade utsläpp i transportavtal Resepolicy Implementering av hållbarhetspolicy 2020 Uppföljning och rapportering
	Felaktig hantering av kosmetiskt avfall	Implementering av hållbarhetspolicy 2020 Insamling av kosmetiskt avfall i samarbete med ett flertal kommuner i Sverige Information om återvinning till kunder
	Icke återvinningsbara förpackningar	Kartläggning av förpackningar inom egna varumärken Krav på förpackningsmaterial för att säkerställa materialåtervinningsbarhet
	Föroreningar från produktion	Krav kopplat till hantering av kemikalier i leverantörsavtal Tredjepartsgranskning (BSCI, SEDEX with SMETA, SA8000)
	Socialt ansvar	Arbetsmiljörisiker, arbetsskador, stressrelaterade hälsorisker samt brister i jämställdhet och mångfald bland medarbetare.
Arbetsmiljörisiker och brister i arbetsförhållanden hos leverantörer		KICKS Code of Conduct (amfori BSCI) Tredjeparts revisioner (BSCI, SEDEX with SMETA, SA8000)
Stereotypa ideal och brist på mångfald i kommunikation		S.H.A.R.E. öka kunskapen och bryta tabun kring psykisk ohälsa Normbrytande och inkluderande riktlinjer i varumärkesplattformen
Mänskliga rättigheter	Brott mot fackföreningsfrihet, säkerhet, diskriminering	KICKS Code of Conduct (amfori BSCI) Tredjepart audits (BSCI, SEDEX with SMETA, SA8000)
	Avsaknad av anställningsavtal och skälig arbetstid och lön Barn- eller tvångarbete	Visselblåsarsystem Riskbedömning leverantörer Leverantörsuppföljningar QuizRR, utbildningsverktyg hos fabriker Uppföljning av levnadslön
Antikorruption	Risk för korruptionsförsök	Affärsetiska koden Info till alla nyanställda
	Påverkan av affärsrelationer	KICKS Code of Conduct (amfori BSCI) Visselblåsarsystem Attestordning

Egna varumärken



Inköp av andra varumärken





**Så arbetar vi
med inkludering
& mångfald**

Ångestpodden: "Psykisk ohälsa är ett samhällsproblem"

Psykisk ohälsa sägs vara vår tids största folkhälsoproblem. Rapport-er och statistik har under de senaste åren visat att den psykiska ohäl-san dessutom ökar. Problemen kryper ner i åldrar men sträcker sig samtidigt över generationer. Vi måste sluta se psykisk ohälsa som ett individuellt problem och utgå från att det här är ett samhällsproblem vi alla måste ta ett ansvar över. Var fjärde person drabbas någon gång i sitt liv av någon form av psykisk ohälsa.

Vi lever i en tid som är stressad. Enligt Folkhälsomyndigheten är det kvinnor i gruppen 16 – 29 år som upplever sig vara allra mest stressade. Den vanligaste anledningen till sjukskrivning enligt Försäkringskassan är även den kopplad till någon form av psykisk ohälsa. Många frågar sig hur det kan ha blivit så här i moderna Sverige? Hur kan vi må så dåligt? Enligt OECD kostar den psykiska ohälsan Sverige omkring 70 miljarder varje år.

Frågorna kring vår psykiska hälsa får alltmer utrymme i sam-hällsdebatten. Som konsument är det viktigt med företag som tar ansvar. Vi pratar ofta om att vår generation (90-talister) och yngre generationer i framtiden kommer bry sig allra mest om just det: ansvar.

Samtidigt lever vi i ett samhälle starkt präglad av ideal. Dessa ideal är oftast, inte minst för kvinnor, väldigt snäva och det är lätt att känna att man inte passar in eller duger.

Ofta basuneras det ut att "du är fin som du är" men det är svårt att tro på det gamla pepp-citatet när vi blir matade med saker

som ständigt kan förändra och göra oss "bättre". Kort och gott är det inte lätt att vara nöjd med sig själv idag.

Vi blir bekymrade när vi ser företag, myndigheter eller politiker som inte vill se problemen utan hellre blundar för dem. Det krävs attitydförändringar, samtal och förståelse för att vi ska kunna bryta tabu och på sikt också rädda liv. Vi står inför en utmaning men med gemensam kraft sker förändringen.

Det som är fantastiskt är initiativ för att öka välmående och hälsa hos individer. Att som företag prata om ämnena, ge möjlighet till arbete eller praktik eller kommunicera tydligt att man tar problemen på allvar. Det krävs för att problemen ska lyftas upp på samhällsnivå och inte stanna i kompisgänget eller familjen.

Ida och Sofie Ångestpodden



KICKS ♥ Ångestpodden

Under året har KICKS samarbetat med Ångestpodden för att nå ut ännu bredare kring S.H.A.R.E. Ångestpodden startades 2015 av Ida Höckerstrand och Sofie Hallberg med målet att bryta tabun kring psykisk ohälsa. Ångestpodden har tilldelats flertalet nomineringar och prisats för sitt arbete med att lyfta dessa oftast tunga och jobbiga frågor och samtal på ett lättsamt och stundtals humoristiskt sätt, för att fler ska vilja och kunna ta dom till sig.

Så arbetar KICKS för bättre psykisk hälsa



Psykisk ohälsa ökar i samhället och omfattar både psykisk sjukdom och psykiska besvär som påverkar det dagliga livet. Genom initiativet S.H.A.R.E. vill KICKS bidra till det viktiga arbetet för att bryta denna utveckling.

S.H.A.R.E. startades som ett långsiktigt initiativ 2016, för att tillsammans med expertorganisationer öka kunskapen och bryta tabun om psykisk ohälsa. Det gör vi genom att:

- Stötta expertorganisationer ekonomiskt så att de kan hjälpa fler
- Samarbeta med ambassadörer och lyfta frågan om psykisk ohälsa i våra egna kanaler
- Erbjuder ett mentorledd praktikprogram för unga med tidigare erfarenhet av psykisk ohälsa

Det mentorledda praktikprogrammet drivs i samarbete med organisationer som vi har stort förtroende för på området.

KICKS samarbetsorganisationer är Tjejzonen i Sverige och Mental Helse Ungdom i Norge.

I Finland samarbetade vi tidigare med organisationen Mieli, men eftersom de hade svårigheter att integrera praktikprogrammet i den ordinarie verksamheten söker KICKS nu en ny samarbetspartner i Finland.

S.H.A.R.E. är viktigt för oss eftersom psykisk ohälsa är ett växande samhällsproblem, särskilt bland unga och särskilt bland kvinnor. Vanlig problematik är depression, borderline, ångest, stress och utmattning. Psykisk ohälsa är ett ämne som i högsta grad är relevant för oss på KICKS, eftersom den största andelen av våra medarbetare och kunder är kvinnor och många av våra kunder är unga.

Vad är S.H.A.R.E. ?

KICKS vill arbeta för att öka kunskapen om och bryta tabun kring psykisk ohälsa. Det gör vi genom följande:

S – Support local organizations

Stöttar organisationer som arbetar för att förbygga psykisk ohälsa

H – Hire in mentorship programs

Erbjuder mentorstödd praktik i våra butiker och på vårt kontor

A – Ambassadors

Lyfter fram positiva förebilder

R – Raise awareness – Sprider kunskap om psykisk ohälsa genom våra kanaler

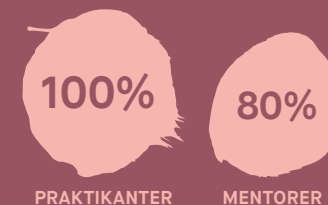
E – Empower

Stärker genom att bryta tabun om psykisk ohälsa

Mål: Minst 90% nöjda praktikanter och mentorer inom S.H.A.R.E.

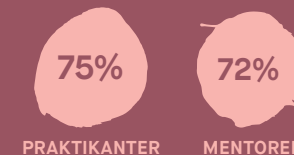
Andel som känner sig nöjda med praktiken:

Sverige



I Sverige var det två mentorer som inte var nöjda med praktikperioden under hösten.

Norge



I Norge var ingen mentor missnöjd med praktikperioden, men en mentor hade svarat "Vet inte" och en önskade att hen kunnat bidra mer till sin praktikant. När det gäller praktikanterna var det en som inte var nöjd med sin praktikperiod och en som svarat "Vet inte".

I Finland ligger det mentorledda praktikprogrammet på is eftersom vi letar ny samarbetsorganisation.

”Det är viktigt att bryta de tabun som finns kring psykisk ohälsa”

I Norge samarbetar KICKS med Mental Helse Ungdom i vårt långsiktiga initiativ S.H.A.R.E. Här berättar de mer om sin verksamhet – och vad arbetet med S.H.A.R.E. har gett för konkreta resultat.



För de som aldrig hört talas om Mental Helse Ungdom (MHU) – vilka är ni och vad har ni för mål med er verksamhet?

– Vi är en medlemsbaserad intresseorganisation för barn och unga upp till 30 år, som jobbar för ökad öppenhet kring psykisk hälsa, för att förebygga psykiskt lidande och för att förbättra den psykiska vården. Våra värdeord är mod, öppenhet och jämlikhet och vårt mål är att alla barn och unga ska ha den bästa möjliga psykiska hälsan.

Vilken är den främsta orsaken till att man hör av sig till er?

– Det är väldigt olika, men den främsta orsaken är att man söker gemenskap och tillhörighet med de som har liknande erfarenheterna som man själv. Nu är det också många som hör av sig till oss på grund av vårt samarbete med KICKS och som vill ansöka till det mentorledda praktikprogrammet inom initiativet S.H.A.R.E.

Vad är psykisk ohälsa – eller mental ohälsa – som är den norska benämningen?

– Psykisk ohälsa är individuellt och det skiljer sig från person till person hur man upplever det och hur man reagerar. Det kan pågå i långa perioder, men det behöver inte heller vara långvarigt för att det ska ha en negativ påverkan på livet. Vi säger att det är när man inte fungerar som man brukar och när vardagliga rutiner blir svåra att genomföra som man kan kalla det psykisk ohälsa.

Vad tror ni det finns för anledningar till att den psykiska ohälsan i Norden ökar?

– Många undersökningar rörande ungdomar, som är den grupp

vi arbetar med, visar att det handlar om att man upplever press. Det kan till exempel vara press i skolan, från sociala medier, hemifrån och socialt bland vänner. Det handlar ofta om att man ska vara och se bäst ut, och i dagens moderna samhälle där det är väldigt lätt att jämföra sig med andra, bland annat via sociala medier, blir det pressen mer påtaglig. Stress och press är bland de vanligaste orsakerna till att unga idag får ångest och depressioner.

Hur ser samarbetet mellan MHU och KICKS ut?

– Vi har haft ett bra samarbete sedan starten 2016. Mental Helse Ungdom rekryterar praktikanter tillsammans med NAV,

”Att känna sig hörd, sedd och bekräftad är ett mänskligt behov”

den norska arbetsförmedlingen. Vi håller även kurser i psykisk hälsa och arbetsliv för mentorerna som arbetar på KICKS, genomför uppföljningar under projektets gång och har en kontinuerlig kontakt med praktikanterna och mentorerna.

Vad har S.H.A.R.E. betytt för MHU?

– För Mental Helse Ungdom har S.H.A.R.E. betytt mycket då vi genom detta samarbete har utarbetat en modell för praktik i arbetslivet som vi verkligen tror på – och som vi ser fungerar. Det betyder också mycket för oss att ungdomar som sliter med att komma ut i arbetslivet kan få den här chansen.

Vad har samarbetet mellan MHU och KICKS fått för konkreta resultat?

– Över 55 unga människor har fått praktisera på en arbetsplats sedan vi startade. Efter varje praktikomgång har omkring 70 procent av praktikanterna börjat studera eller fått ett arbete.

Vad kan man göra om man tror att någon i ens närhet mår dåligt?

– Ta sig tid och visa att man finns där om personen vill prata. Det är alltid bättre att fråga hur personen mår än att bara anta hur personen mår. Att känna sig hörd, sedd och bekräftad är ett mänskligt behov. Om man klarar av att bemöta de behoven som en vän är det mer troligt att personen i fråga vågar öppna sig om saker som kan vara svåra att prata om. Om man tänker att det är fara för liv och hälsa så ska man aldrig tveka att ta kontakt med vårdpersonal.

Om ni får skicka med en sak som vi alla kan göra för att minska psykisk ohälsa – vad är det?

– En sak som vi alla kan göra för att stärka den egna hälsan är att se till att man får nog med sömn, att man äter bra och att man rör på sig – helst ute. Den fysiska och psykiska hälsan hänger ihop.

Vad tror ni är de viktigaste vi som samhälle måste arbeta med för att öka den psykiska hälsan hos befolkningen?

– Det viktigaste är att vi börjar normalisera att man kan ha både bra dagar och dåliga dagar och att man måste ta vara på sin psykiska hälsa lika mycket som sin fysiska. Det är viktigt att vi som samhälle är öppna kring dessa frågor och att vi bryter de tabun som finns kring psykisk ohälsa. Med mer öppenhet tror vi att den psykiska hälsan hos befolkningen kan bli bättre.



Alla våra medarbetare

Våra medarbetare är vår viktigaste tillgång. Det är genom dem vi möter kunder och omvärld, och det är de som skapar värde för företaget. Vi arbetar ständigt med att se till att de som arbetar hos oss mår bra, att de känner sig delaktiga och har möjlighet att utvecklas, samt att ingen behandlas illa eller diskrimineras, oavsett kön, bakgrund, ålder eller andra parametrar.

Mångfald är viktigt för oss och på KICKS vill vi spegla samhället. Vi tror också att genom att ha en balanserad personalstyrka visar vi vilka vi är och att alla människors lika värde är viktigt. I butikerna är det en utmaning att anställa män och äldre. Butikerna speglar samhället i stort när det kommer till anställda med utländsk bakgrund, men det är få män och även en ojämn åldersfördelning.

Vårt arbetsmiljöarbete styrs av Arbetsmiljökommittén och regleras i en arbetsmiljöpolicy samt en handlingsplan mot kränkande särbehandling. Vi har skyddsombud på de arbetsplatser där dessa blivit valda av den fackliga parten för att säkra att våra rutiner följs överallt, på övriga enheter samarbetar vi med regionala skyddsombud. Arbetsmiljöarbetet skiljer sig åt mellan de olika arbetsplatserna. I butikerna fokuserar vi mycket på säkerhet och trygghet och att minska risken för rån. Där ser vi också att ensamarbete innebär en risk, och att många känner en viss otrygghet när de är ensamma. Vi har installerat övervakningskameror både för att kunna dokumentera incidenter och som en avskräckande åtgärd, och även installerat läsbara skåp för värdefulla produkter.

Vi har en plan för kompetensutveckling av all personal med särskilt fokus på medarbetarna i butik. Genom KICKS digitala utbildningsportal Academy Online får de tillgång till KICKS Academy, talkshows, trainings och inspiration från våra leverantörer. Syftet med KICKS Academy är att ge KICKS medarbetare och ledare förutsättningar att bli framgångsrika i sina roller. I KICKS Academy kan alla medarbetare på ett lättillgängligt sätt ta del av utbildningar inom hållbarhet, KICKS värderingar, säljteknik samt grunderna i makeup, doft, hudvård och naglar.

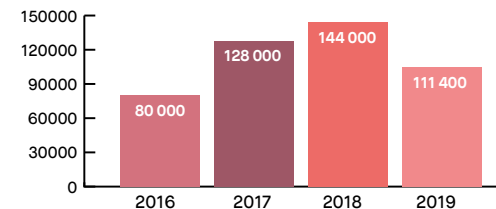
Mål: 100% av medarbetarna har skrivit under KICKS affäretiska kod



Antal korruptionsfall

0 fall av korruption

Antal genomförda utbildningar

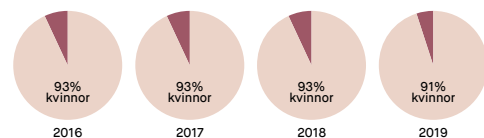


Mål: 20% av ledarna ska ha internationell bakgrund (2020)

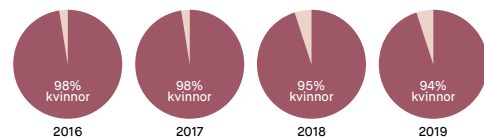
2017: 32% 2018: 18% 2019: 17%

Siffrorna är baserade på KICKS Sverige då vi inte har uppföljning i Finland och Norge. Differensen mellan 2017 och 2018 beror på att definitionen i mätverktygen avseende begreppet utländsk bakgrund har ändrats.

Fördelning kvinnor/män som är ledare



Fördelning kvinnor/män bland samtliga medarbetare





Välmående medarbetare skapar framgångsrika företag

På KICKS är vi övertygade om att en välfungerande arbetsmiljö med välmående medarbetare är det bästa receptet för ett hållbart och framgångsrikt bolag. Därför har vi börjat genomföra medarbetarundersökningar var fjärde vecka.

I september 2018 började KICKS arbeta med ett nytt verktyg för medarbetarundersökningar, kallat Populum.

– Tidigare genomförde vi en traditionell medarbetarundersökning var 18:e månad. Nu, när vi använder oss av Populum, skickas det ut undersökningar till alla team var fjärde vecka – med undantag under sommar- och juledigheten, förklarar Maria Tremura, HR-chef på KICKS.

Varför har KICKS valt att göra medarbetarundersökningar så ofta som var fjärde vecka?

– För att vi genom dem löpande får en tydlig bild av hur organisationen mår, här och nu. Vi får en direkt återkoppling när något inte stämmer, vilket gör att vi kan agera snabbare i frågan. Då resultaten sammanställs team för team blir det också mycket enklare att arbeta mer riktat, effektivt och systematiskt med arbetsmiljön och de utmaningar som framkommer. Det är ett bra sätt för att inkludera medarbetarna och låta deras synpunkter komma fram, säger Maria Tremura.

Vilka är de största utmaningarna på KICKS enligt undersökningarna?

– Resultatet påvisar att organisationen upplever problematik kring tydlighet och effektivitet, vilket vi nu arbetar med i både i ledningsgruppen och i vårt ledarskapsforum. I samband med att vi bytte leverantör av varuförsörjning till butikerna gav Populum tidigt en tydlig bild av den problematik som uppstod, vilket gjorde att vi kunde agera snabbt.

Vilka är styrkorna på KICKS enligt undersökningarna?

– Gemenskapen inom teamen står ut som den starkaste punkten.

Hur arbetar KICKS aktivt med resultatet från undersökningarna?

– Varje chef har i uppgift att gå igenom resultatet tillsammans med sitt team och sätta upp en handlingsplan. När ett team aktivt arbetar med sitt resultat och tar ansvar för den handlingsplan som uppkommer, ser vi ett ökat engagemang och trivsel på arbetsplatsen, säger Maria Tremura.

KICKS har en visselblåsartjänst där medarbetare anonymt kan rapportera en farhåga om något som allvarligt kan påverka företaget eller en människas liv eller hälsa, och som inte är i linje med vårt företags värderingar och affärsetiska principer. Under 2019 inkom 10 visselblåsaranmälningar. De flesta var rena HR-ärenden men 2 ansågs relevanta och undersöktes vidare. Efter att de undersökts närmre klassades även dessa om till HR-ärenden.

Pia Bratås är butikschef på KICKS i Västra Frölunda och har haft stor nytta av medarbetarundersökningarna i sitt team.

Hur arbetar du som ledare aktivt med resultatet från Populums medarbetarundersökningar?

– Jag tar upp resultatet vid våra säljmöten, som vi har varje vecka. Där diskuterar vi varför vi får det resultat vi får och hur vi ska behålla goda resultat och hur vi kan tillsammans kan arbeta med det som kan förbättras. Det är bra att gå igenom resultatet tillsammans för att skapa delaktighet, säger Pia Bratås.

Vilka är styrkorna i ditt team enligt undersökningarna?

– Tydlighet, effektivitet, gemenskap och entusiasm är alltid i topp.

Vilka utmaningar har framkommit i ditt team genom undersökningarna?

– Den största utmaningen är belastningen kopplat till att hinna packa upp varor. Enligt KICKS handbok ska upplockning av varor ske mellan klockan 10 och 12, men det är inte alltid det hinns med i en stor butik. Resultatet från undersökningen, tillsammans med handboken, har hjälpt oss att hitta lösningar för att bli mer effektiva i upppackningen av varor. Bland annat genom att se till att vi har extra personal de dagar vi får varuleveranser. Genom att lyfta de utmaningar som har framgått av medarbetarundersökningen har vi kunnat hitta nya arbetsätt och rutiner, det har gjort oss mycket mer effektiva, samtidigt som belastningen har förbättrats.

Är det något i undersökningarnas resultat som har förvånat dig?

– I vårt team hade vi ett relativt högt resultat från början, och att resultatet nu är ännu bättre, efter att vi har jobbat med undersökningarna kontinuerligt i över ett år, är kanske inte direkt förvånande – men väldigt kul att få ett kvitto på att de aktiviteter vi gör för att förbättra resultatet har effekt. Det är också oerhört nyttigt att få en gemensam bild över läget.

Vad är Populum?

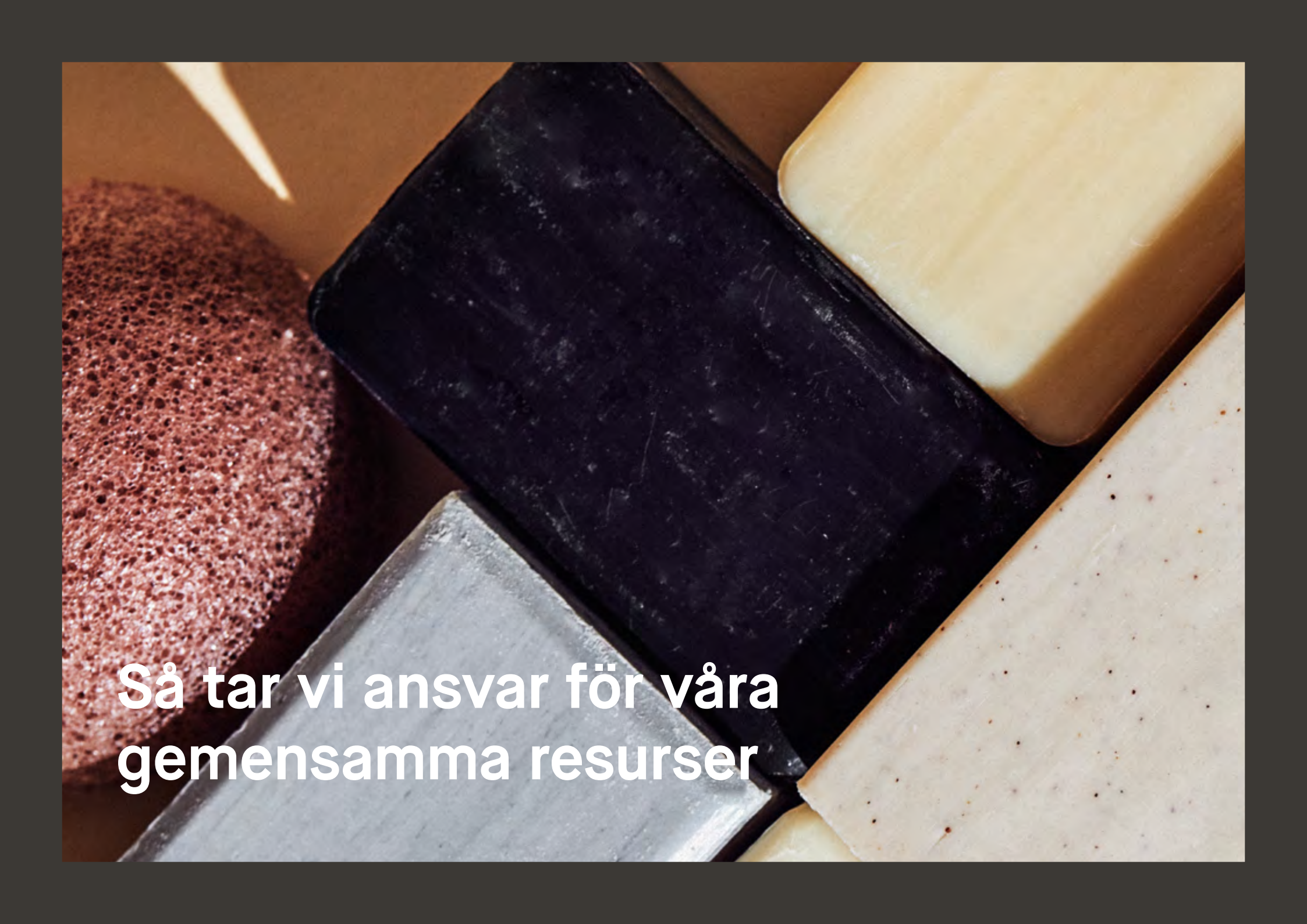
Populum är ett verktyg som KICKS använder för att göra korta medarbetarundersökningar varje månad. De områden som mäts är:

- Tydlighet
- Värde
- Effektivitet
- Belastning
- Gemenskap
- Entusiasm

Syftet med dessa pulsmätningar är att bidra till en ökad öppenhet och kontinuerlig dialog om arbetssituationen.

“Det är oerhört nyttigt att få en gemensam bild över läget”





**Så tar vi ansvar för våra
gemensamma resurser**

Så hjälper vi till att ta hand om kosmetiskt avfall

Många vet inte att kosmetiskt avfall som nagellack, hår- och brynfärg, parfym, hårspray med mera innehåller ämnen som inte ska hällas ut i toaletten eller slängas i den vanliga soppåsen utan lämnas in för återvinning.

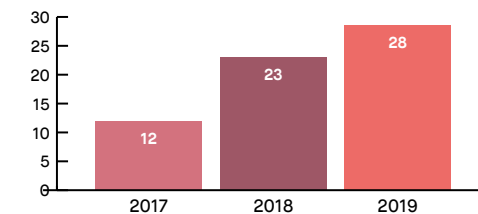
Tidigare har det bara varit möjligt att lämna in sin gamla kosmetika till miljöstationer eller återvinningscentraler som oftast ligger lite avsides vilket har gjort det svårt att ta sig dit utan bil. KICKS vill bidra till att minimera miljövtrycket från skönhetsprodukter och göra det enklare att lämna ifrån sig gamla produkter. Sedan 2017 har man kunnat lämna in sitt kosmetiska avfall, oavsett märke, i utvalda KICKS-butiker. Från att ha varit ett pilotprojekt i Stockholm har vi nu kunnat ansluta fler kommuner och butiker spridda över landet.

I Sverige är det kommunerna som har monopol på att samla in konsumenters kosmetiska avfall. KICKS får därför inte samla in kosmetiskt avfall själva utan behöver samarbeta med kommunerna eller deras avfallsbolag genom att fungera som en insamlingsplats för kommunen som hämtar och behandlar avfallet. För att kunna ta emot kosmetiskt avfall måste därför KICKS få med kommunerna på tåget. Detta är en utmaning då KICKS har butiker i nästan 90 kommuner.

Vi har undersökt möjligheterna att införa insamling av kosmetiskt avfall även i Norge och Finland. Det har visat sig vara betydligt mer komplext på grund av lokal lagstiftning, men vi undersöker saken vidare.

Du kan självklart lämna ditt kosmetiska avfall till en återvinningscentral. Enklast är att kolla direkt med din kommun för att få reda på vad de tar emot, och var du hittar den närmaste platsen för insamling av kosmetiskt avfall.

Antal butiker som tar emot kosmetiskt avfall



KICKS butiker där du kan lämna in ditt kosmetiska avfall:

Danderyd: Mörby centrum

Göteborg: Avenyn, Backaplan, Femman/Nordstan, Frölunda Torg och Angered Centrum

Haninge: Haninge centrum, Port 73

Huddinge: Huddinge centrum

Piteå: Småstaden

Stockholm: Drottninggatan, Farsta, Fleminggatan, Fältöversten, Gallerian, Globen, Hornstull, Högdalen, Kista, Ringen, Skärholmen och Vällingby.

Sundsvall: IN: Gallerian

Tyresö: Tyresö centrum

Täby: Täby centrum

Upplands Väsby: Upplands Väsby centrum

Insamlad mängd kosmetiskt avfall

2017
1630 kg

2018
2553 kg

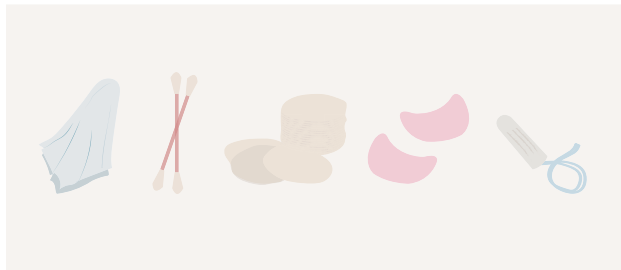
2019
4209 kg

Sortera mera

Under våren 2019 gjorde KICKS en kundundersökning för att kartlägga kunders beteende kopplat till kosmetiskt avfall. Den visade att få återvinner sina förbrukade skönhetsprodukter. Förklaringen visade sig vara att de helt enkelt inte har kunskap om hur de ska gå till väga. Hälften av alla som deltog i undersökningen svarade att de inte vet var de kan lämna förbrukade skönhetsprodukter och 66 procent vet inte hur det ska sorteras. För att underlätta för våra kunder tog vi därför fram en lathund för badrummet, som kan laddas ner på KICKS webbplats.

66% vet inte hur de ska sortera kosmetiskt avfall

Till hushållssoporna



Tops, våtservetter, bomullsrondeller, hår och tamponger med mera ska inte slängas i toaletten. Dessa produkter orsakar stora störningar i reningsverken och ska slängas i vanliga hushållssoporna. Bara i Stockholm slängs 32 ton avfall i toaletten varje vecka! I toaletten spolas bara toalettpapper ner.

Till förpackningsåtervinningen



Tomma förpackningar efter till exempel schampo och hudkrämer sorteras efter material; plast, papper, kartong, glas och så vidare. Dela på förpackningar som är av olika material eller färg. En glasburk med ett lock av metall är lätt att se att de består av olika material och är ofta lätta att skilja åt. Förpackningar med någon detalj av annat material sorteras enligt det material som förpackningen består mest av. Genom att sortera förpackningar för återvinning kan nya förpackningar göras av detta material.

Till återvinningscentralen eller utvalda KICKS-butiker



Självklart vill vi att våra kunder ska använda upp de produkter de köper men ibland händer det att man vill bli av med en produkt. Nagellack, hårspray och parfym med flera innehåller miljöfarliga ämnen som inte ska hållas ut i avloppet eller slängas i vanliga soppåsen. Halvtomma förpackningar ska också lämnas in* – håll inte ut resterna i avloppet.

* I Finland sorteras inte halvtomma förpackningar som farligt avfall.



Make it last

Make it last lanserades 2014 som en plattform för hållbart mode och hållbar livsstil. Make it last vill inspirera och informera om framsteg och initiativ som tillsammans bidrar till att hållbarhet betraktas som ett mervärde, en lyx - och den unga generationens självklara val.

Lathund för badrummet – kosmetiskt avfall i fokus

De flesta av oss sorterar papper, plast, metall och batterier, och tar hand om avfallet från köket, men många glömmer badrummet. I samarbete med Make It Last har KICKS tagit fram en lathund för badrummet, som visar hur kosmetiskt avfall sorteras. Lisa Corneliussen och Emma Elwin från Make It Last berättar om initiativet och hur du återvinner dina förbrukade skönhetsprodukter.

KICKS gjorde en stor kundundersökning om återvinning av kosmetiskt avfall 2019, som visade att endast 22 procent sorterar allt sitt kosmetiska avfall. Varför tror ni att så få återvinner sina förbrukade skönhetsprodukter?

– Vi tror att det handlar både om att man ofta helt enkelt inte vet vad som ska sorteras var – och att det är för komplicerat. Handlar det om papper, plast, metall och glas är det lättare, men tröskeln till att ta sig till en miljöstation kan vara högre.

Varför är det viktigt att kosmetiskt avfall återvinns?

– För att de kan innehålla kemikalier eller ämnen som inte hör hemma i kretsloppet, där de hamnar i om man slänger det i soporna eller spolar ner det i toaletten.

Hur sorteras skönhetsprodukter? Vad ska man tänka på?

– Mycket handlar om sunt förnuft – helt tomma förpackningar i glas, papper, plast eller metall lämnas till exempel till förpackningsåtervinningen. Men alla förpackningar med rester ska till miljöstationen, likaså förpackningar med farosymbol, tänk nagellack, parfym, läppstift, hår- och brynfärg, SPF och andra sprayburkar. En annan viktig grej att tänka på är att undvika att spola ner saker som våtservetter, tops, bomullsroundeller, tamponger och hår i toaletten. Det är tyvärr väldigt vanligt och orsakar kostsamma och besvärliga stopp i pumpstationer och ledningar.

Hur tror ni att lathunden för kosmetiskt avfall, som KICKS tagit fram i samarbete med er, gör skillnad?

– Vi hoppas att det ger en enkel överblick över vad som ska

sorteras var. Om vi lyckas bryta några beteenden som många har med sig sedan barnsben är vi glada. Att tillgängliggöra återlämnandet av kosmetiskt avfall är förstas också superviktigt – det är inte en slump att vi är bättre på att sortera papper och plast men sämre på att ta hand om sådant som ska till miljöstationen. Vi vill gärna vara med och skapa nya rutiner – att ta med den där påsen med torkade nagellack till KICKS istället för att slänga den i grovsoporna till exempel.

Vilken feedback har ni fått på lathunden från KICKS kunder?

– Bara positiv hittills – många säger att de har lärt sig något nytt och så kände vi också när vi tog fram den. Vissa saker gör man ju på rutin utan att ifrågasätta – lathunden kan förhoppningsvis hjälpa att rätta till något av det.

Vad tycker ni att KICKS kan göra mer för att få fler att återvinna kosmetiskt avfall?

– Att rulla ut initiativet att ta emot kosmetiskt avfall i samtliga KICKS-butiker vore såklart ett drömscenario. Vi vet att det kräver mycket jobb eftersom det gäller att få med kommunerna och deras avfallsbolag (vem som helst får inte samla in kosmetiskt avfall). Och såklart att kommunicera och informera om initiativet så att så många som möjligt känner till det. I slutändan handlar det om att bidra till en attitydförändring, och det kräver långsiktigt arbete så väl som samarbete.



Resurssmarta förpackningar

Förpackningen är en stor del av produktens helhet. Vid utvecklingen av nya produkter väljs förpackningen utifrån hur ofta produkten ska användas och vad det är för produkt. På KICKS har vi förpackningar i glas, papper, metall och plast. Gemensamt för alla förpackningar för egna varumärken är att de ska vara materialåtervinningsbara och/eller vara gjorda av återvunnet eller förnybart material.

Majoriteten av KICKS egna förpackningar är gjorda av plast, som ofta är svart. Plast är ett väldigt bra material ur många synvinklar, det är slitstarkt, formbart och lätt. Traditionellt framställs plast dock ur fossil olja. För att minska vårt klimatavtryck vill vi att våra förpackningar ska vara materialåtervinningsbara så att den olja som väl har använts till förpackningar kan cirkuleras flera gånger. Branschen har länge trott att alla plastförpackningar har varit materialåtervinningsbara men idag förstår man komplexiteten med materialåtervinningssystemet. Svart plast och andra mörka färger är väldigt svåra för sorteringsmaskinen att identifiera. Även om man skulle kunna sortera ut svart plast så är det svårt att hitta en avsättning för plasten eftersom den är starkt infärgad och i bästa fall blir grå.

KICKS har som mål att alla plastförpackningar ska vara återvinningsbara senast 2025. Det betyder att vi kontinuerligt byter ut våra förpackningar från svarta till återvinningsbara färger. Vi ser även över materialet och försöker använda oss av sådana material som både går att återvinna och som det finns en marknad för.

E-handeln ökar för varje år, både i omvärlden och på KICKS. Detta resulterar i fler transporter. Under året har vi arbetat för att optimera våra förpackningar till produkterna vi skickar, på det viset minskar vi transporten av luft. Vi arbetar också för att optimera transportemballaget efter produkterna vi transporterar, både till kund och till våra butiker. Vi har bland annat tagit in

Andra saker vi gjort 2019

- Bytt ut presentkortet till papper
- Ändrat färg på våra plastpåsar som är av återvunnen plast för att kunna återvinna dem lättare
- Nya plomberingspåsar i återvunnen plast
- Presentpapper av FSC-märkt papper
- Tagit bort den minsta plastpåsen, på grund av begränsat område för återanvändning
- Nya papperspåsar gjorda av svensk skog och med återvunnen bomull i handtagen
- Nya doftstickor av svenskt papper

Pump, tub eller burk?

Krämer med pump har längst hållbarhet, följt av tub och sist burk, då bakterier kommer in när du doppar fingrarna. Men en tub lämnar mindre rester än pumpen.

en vadderad postpåse, som är fylld med återvunnet papper istället för plast, till mindre produkter samt en låda till parfym, något som har varit svårt att paketera tidigare. Vi har valt att ta bort plasten i våra paket och har bestämt att vi bara har den kvar som skydd i riktigt stora ömtåliga paket. De plastbubblorna är nu gjorda av 70% återvunnen plast. Vi skriver inte ut följesedlar längre utan de kommer numera digitalt.

Bara genom att inte skicka följesedlar har vi sparat ungefär 11 ton papper.

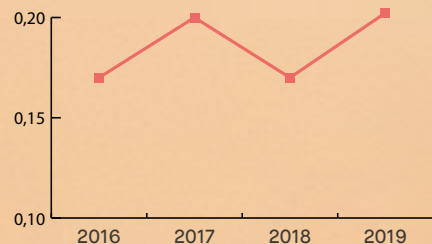
Vårt klimatavtryck

KICKS mäter och följer upp klimatavtrycket från butiker, tjänstesor samt transporter från våra lager till kund och butik. För att minska transport av luft, och därmed utsläppen av koldioxid, arbetar vi för att storleken på förpackningar ska optimeras till produktens innehåll. KICKS hud- och hårprodukter samt makeup tillverkas i Sverige och Europa. Accessoarer som hår- och sminkborstar tillverkas i Kina. Produkterna som tillverkas i Europa transporteras med lastbil medan produkterna från Asien kommer med båttransporter.

Då våra leverantörer levererar sina produkter till våra lager har vi inte haft någon uppföljning på dessa utsläpp. Från distributionscentralen till butik transporteras produkterna med lastbil, och med båt till Finland. Vi ställer krav på våra transportörer och försöker att minimera transportererna.

Fram till år 2020 ska KICKS max släppa ut 0.17 ton koldioxidekvivalenter per miljoner kronor i omsättning. Vi har även börjat få in uppgifter om förbrukning av vatten och energi för produktionen av våra produkter. Dessa redovisas separat och inte tillsammans med målet, då 2019 är första året vi tagit del av denna data.

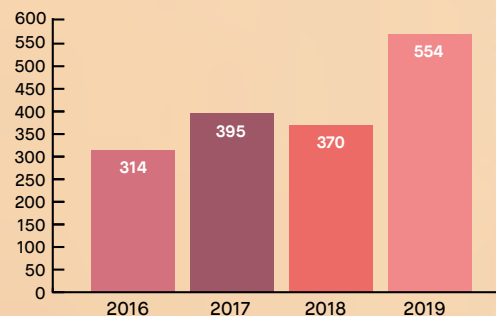
Koldioxidutsläpp: 0,22 ton CO2e/MSEK
Mål: 0.17 ton CO2e/MSEK (2020)



Koldioxidutsläppen inkluderar utsläpp från energiförbrukning i våra butiker, tjänstesor samt transporter från våra lager till butik och kund. Ökningen av utsläpp kommer från en ökning av transporter från e-handeln.

Att samarbeta med våra leverantörer kommer att vara avgörande för att minska vår koldioxidpåverkan.

Utsläpp från transport (ton CO2e)



Utsläpp från transporter från distributionscentral till butik och från e-handelslager till kund.

Vatten- och energikonsumtion från produktion av egna varumärken

Liter vatten/
 produkt 2019:
0.4

kWh/
 produkt 2019:
0.1

Baserat på 8/18 leverantörer som producerar make up och hud- och hårvård.

En make up produkt kräver ungefär 0,1 liter vatten att producera och en hudprodukt 0,6 liter. Anledningen till att hud och hår kräver mer vatten är att den också innehåller vatten i själva produkten.

Så säkrar vi goda villkor
i leverantörsleden



Produktionsländer för egna varumärken

Sverige
26%

Hud- och hårvårdsprodukter tillverkas främst i Sverige.

Tyskland
4%

Frankrike
0,2%

Schweiz
2%

Italien
42%

Vårt största produktionsland är Italien, där make-upen tillverkas.

Finland
1%

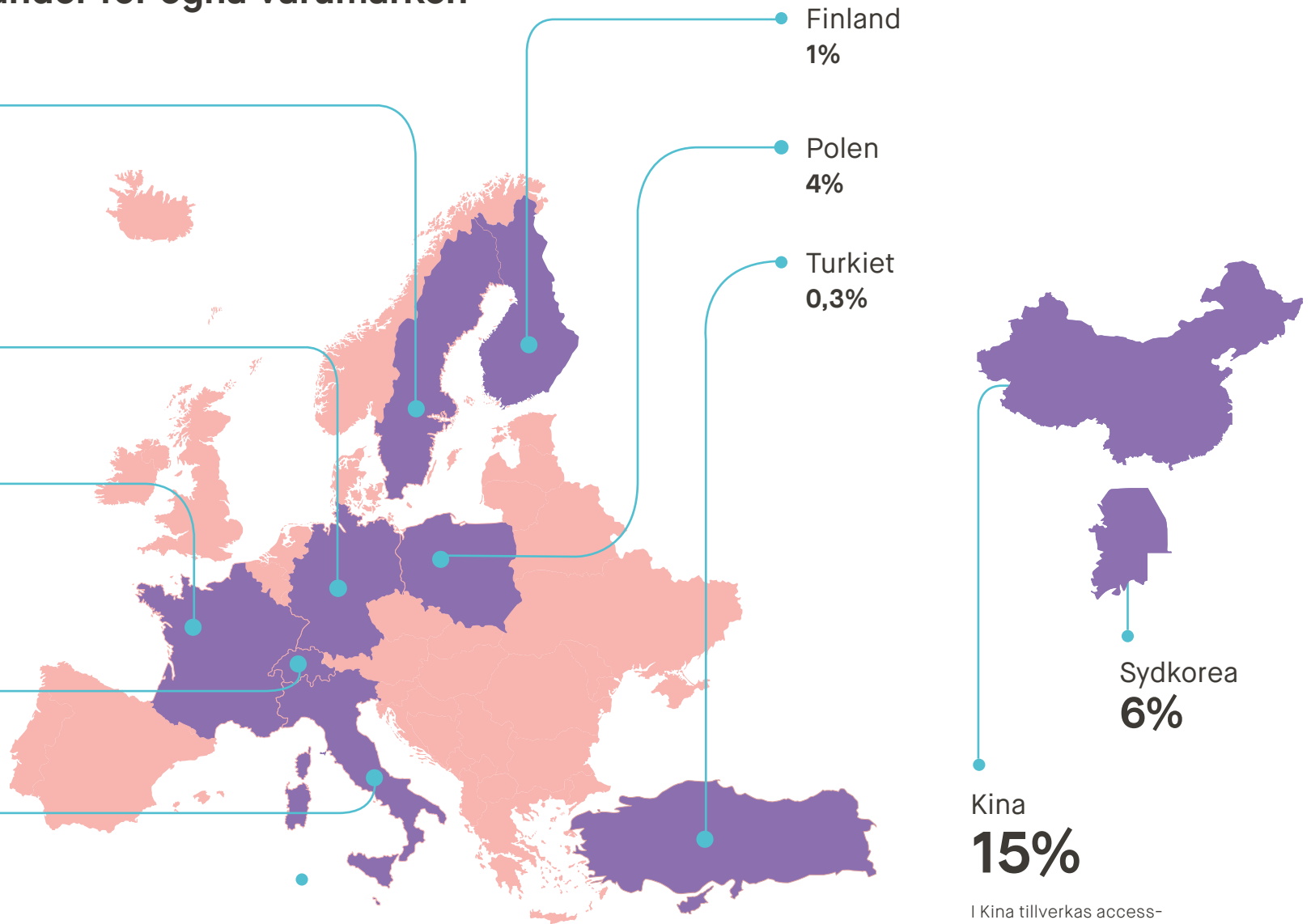
Polen
4%

Turkiet
0,3%

Sydkorea
6%

Kina
15%

I Kina tillverkas accessoarer som hår- och make-up-borstar.



Hållbarare leverantörssamarbeten

Likt många andra aktörer inom skönhetsbranschen äger KICKS inga egna fabriker. Vi arbetar istället med utvalda leverantörer runtom i världen, med majoriteten i Europa, och kräver att de fabriker som tillverkar våra produkter tar hänsyn till både människor och miljö. För oss är det viktigt att bedriva ett systematiskt arbete och samarbetar med aktörer i dessa frågor för att ständigt bli bättre.

Krav

Den största delen av KICKS egen produktion sker i EU. Vårt största produktionsland är Italien, där make-upen tillverkas. Hud- och hårvårdsprodukter tillverkas främst i Sverige. I Kina tillverkas accessoarer som hår- och make-up-borstar.

Att våra produkter produceras hos leverantörer och i fabriker med skäliga arbetsvillkor är viktigt för oss och ett område som vi ständigt arbetar med. Ett steg i att säkerställa detta är att våra leverantörer i riskländer ska ha blivit reviderade enligt en av oss godkänd social standard.

KICKS ser hållbarhet som en viktig del i vår inköpsprocess. Vid utvärdering av nya leverantörer ser vi först och främst om leverantören kan erbjuda rätt produkt till rätt kvalitet, egenskaper och pris, men också om leverantören bedriver sin verksamhet på ett hållbarhet sätt, främst utifrån ett socialt perspektiv. KICKS ställer krav som omfattar både lagstadgade krav på produkten och produktionsprocessen samt KICKS-specifika krav avseende funktion, kvalitet och hållbarhet.

Alla leverantörer, av både egenproducerade och externa varumärken, måste vid avtalssignering acceptera våra hållbarhetskrav och uppförandekod för leverantörer (amfori BSCI's Code of Conduct) som baseras på FN Global Compacts tio principer. amfori BSCI Code of Conduct harmonierar bland annat med International Labour Organization (ILO) kärnkonventioner, REACH-förordningen och försiktighetsprincipen som vi tillämpar i vårt arbete och förväntar oss att leverantörer förhåller sig till. Kraven gäller för alla steg i produktionsprocessen och leverantören är ansvarig att informera underleverantör om våra krav och se till att de efterlevs.

Revision och uppföljning

Den största risken för kränkning av mänskliga rättigheter är hos leverantörer i så kallade riskländer. Utöver att godkänna vår uppförandekod kräver vi att alla leverantörer i riskländer (enligt amfori BSCI's riskklassning) som tillverkar KICKS egna produkter ska vara kontrollerade genom en revision på plats och godkända utifrån en social standard. Inspektionerna genomförs av ackrediterade oberoende auditörer. Vi har som mål att 100% av de fabriker i riskländer som vi arbetar med ska ha giltiga revisionsresultat. KICKS godkänner flera erkända sociala standarder för fabriksrevisioner: amfori BSCI, SEDEX SMETA och SA8000.

Genom medlemskapet i amfori BSCI arbetar vi för att mänskliga rättigheter följs och förbättrar sociala villkor i fabrikerna som producerar våra produkter. När fabrikerna revideras enligt dessa standarder kontrolleras om leverantörer erbjuder skäliga arbetsvillkor, om de har säkra produktionsprocesser och inte använder otillåtna ämnen, om vatten, energi och andra resurser används på ett effektivt sätt och om fabrikerna har processer som säkrar att gifter inte släpps ut i naturen. Om avvikelser identifieras vid fabriksrevisioner inleds en åtgärdsplan för vilken leverantören måste visa på hur avvikelserna ska åtgärdas och inom vilken tidsplan. Som en sista utväg, i de fall då åtgärderna inte anses vara tillräckliga och förändringsvilja inte visas, avslutas samarbetet med leverantören. Kraven gäller för alla steg i produktionsprocessen. Leverantören är ansvarig att informera underleverantör om våra krav och se till att de efterlevs.

Mål: 100% av KICKS egna leverantörer i riskländer har godkänd granskningscykel*



QuizRR

Sedan 2016 använder KICKS största producenter i Kina verktyget QuizRR, som utvecklat en applikation där man genom att titta på filmer på lokalt språk och sen göra ett kunskapstest ökar fabriksarbetarens kunskap om deras rättigheter. Många gånger sker revisioner och uppföljningar i kommunikation med fabriksledning. QuizRR möjliggör att kunskap och förändringar även når medarbetarna på fabriksgolvet och inte bara fabriksledningen.

Genom en av KICKS leverantörer har fyra av fabrikerna som tillverkar våra produkter i Kina använt sig av utbildningsverktyget under 2019.

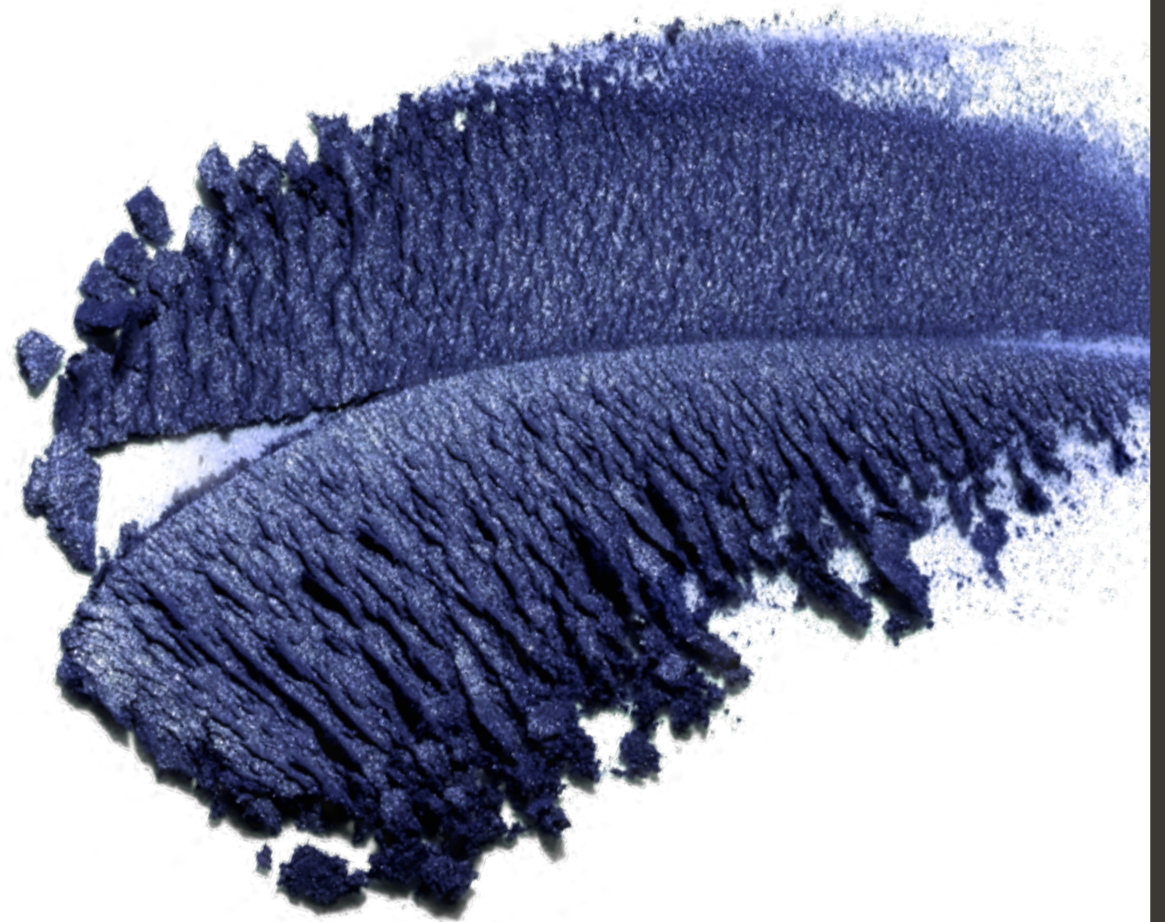
Vi ser samarbetet med QuizRR som ett komplement till fabriksrevisioner. I en enkätundersökning som gjordes under hösten 2019 såg vi att ökad transparens och dialog mellan chefer, mellanchefer och arbetare i fabriker bidrar till positiv utveckling.

Inga fall av kränkning mot mänskliga rättigheter har rapporterats under året.

*En fabrik har inte granskats under året. Leverantören i fråga har meddelat att granskning istället kommer att ske under första delen av 2020.

Listan över våra leverantörer finns längst bak i hållbarhetsrapporten.

Så säkerställer vi ansvarsfull och medveten produktveckling



Ingredienslista

Här är några exempel på vanliga ingredienser och vilken funktion de har i olika skönhetsprodukter.

Antioxidanter

Ämnen som skyddar kroppen från fria radikaler och därmed motverkar åldersprocessen i kroppen. T. ex. Tocopherol, Tocopheryl acetate och Ascorbyl palmitate.

Antistatisk

Används som utredare i framför allt balsam, t. ex. Behentrimonium Chloride och Cetrimonium bromide.

Astringent

Tightar till huden och krymper porer, t. ex. alkohol och många växtextrakt.

Emulgeringsmedel

Gör att fett och vatten kan blandas i en kräm, t. ex. Cetyl Alcohol, Stearyl Alcohol och Glyceryl Stearate.

Filmbildande

Lägger sig som en film på huden och ger en jämn känsla, t. ex. PVP, Polyethylene och Polysilicone-11.

Fuktgivare

Binder till vattenmolekyler och håller dem kvar i huden, t. ex. Glycerin, Hyaluronic acid, och Propylene glycol.

Färgämnen

Färgämnen anges ofta med ett CI-nummer. CI står för color index, t. ex. Karmin CI 75470.

Keleringsmedel

Stabiliserar tungmetaller i skönhetsprodukter.

Konserveringsmedel

Förhindrar att bakterier, mögel och jäst växer till okontrollerat, t. ex. Phenoxyethanol, Methylparaben och Benzoic acid.

Mjukgörare

Låser in fukt samt mjukar upp och slätar ut huden, t. ex. oljor och silikoner.

Tensider

Tensider är både fett- och vattenlösliga och kapslar in fettlös "smuts" så att den går att skölja bort med vatten, t. ex. Sodium Laureth-Sulfate (SLES), Sodium Lauryl Sulfate (SLS) och Betaine.

pH-justerare

Ger produkten rätt pH för användningsområdet. T. ex. Citric acid, Sodium hydroxide och Lactic acid.

Propellant

Drivmedel som går från vätska till gas i produkter som deodoranter, hårspray eller skumprodukter i aerosolförpackningar, t. ex. Butane, Propane och Isopentane.

UV-filter

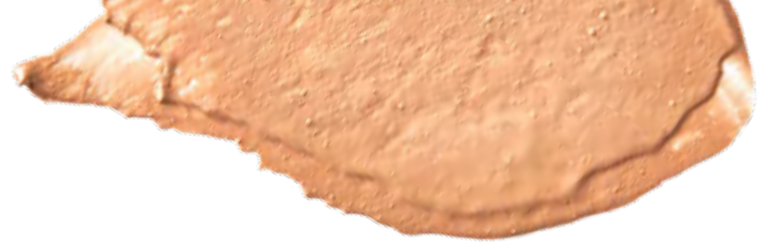
Skyddar huden mot solens strålning, t. ex. Titanium dioxide, Zinc oxide och Benzophenone-1.

Viscosity controlling

Justerar hur trögflytande produkten är, t. ex. Sodium Chloride, Xanthan Gum och Sodium acrylates copolymer.

Vitamin A

Minskar och förhindrar rynkor samt jämnar ut hudtonen, t. ex. Retinol, Retinyl palmitate, Retinyl acetate.





Säkra ingredienser

Kosmetiska produkter som säljs inom EU/EES måste vara säkra att använda och samtliga ingredienser kontrolleras noggrant av EU-kommissionens expertkommitté för konsumentskydd innan de sätts på marknaden.

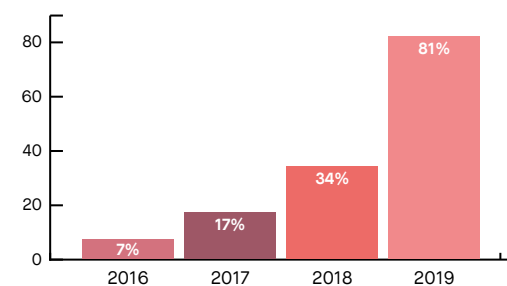
Man kan känna sig helt trygg med att produkter som är köpta inom EU/EES är säkra att använda. När det gäller miljöaspekten är det mer komplext. Kosmetikalagstiftningen har hittills främst fokuserat på säkerheten för användaren och inte nödvändigtvis påverkan på den yttre miljön. Här ser vi dock en utveckling där även miljöaspekten börjar tas med i bedömningen av ingredienser, vilket är bra.

Kosmetika- och kemikalielagstiftning ser till att skönhetsprodukter inte innehåller något som är skadligt för dig, men när det kommer till hållbarhet finns det mer man kan göra. Vi jobbar för att våra egna produkter ska vara så bra som möjligt och har därför en restriktionslista med ämnen som inte får förekomma i KICKS egna produkter. Listan innehåller ämnen som har, eller misstänks ha, negativ påverkan på miljö och användare. Restriktionslistan uppdateras löpande och driver oss att ständigt välja bättre ingredienser för våra egna varumärken.

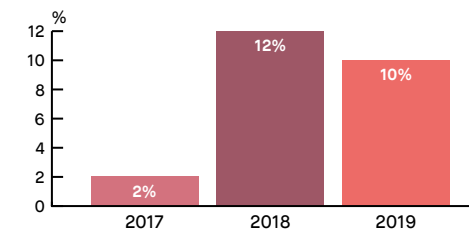
KICKS är med i initiativet Swedish Initiative for Sustainable Palm Oil (SISPO), ett branschövergripande initiativ som syftar till en övergång mot en mer hållbart producerad, certifierad och spårbar palmolja i bland annat kosmetika och hygienprodukter. Målet är att 90% av palmoljan i våra egna produkter ska vara hållbart producerad 2020. Gemensamt kan vi efterfråga, och därmed påverka, råvaruleverantörer att använda certifierad palmolja. Råvaruleverantörer erbjuder hållbart producerad palmolja i större utsträckning än tidigare, vilket gör att andelen hållbart producerad palmolja ökar i KICKS produkter. Det är glädjande att se att vi dubblar mängden hållbart producerad palmolja varje år från starten 2016.

Restriktionslistan finns längst bak i hållbarhetsrapporten

Mål 2020: 90% hållbart producerad palmolja



Mål: Medvetet produktsortimentet står för 10% av försäljningen



Bakgrunden till att vi i år, till skillnad från 2017, nådde målet beror på att vi numera inkluderar produkter i kategorierna ekologisk, naturligt, fairtrade, miljömärkt och veganskt. Tidigare innefattade sortimentet enbart certifierade ekologiska produkter.

Ansvarsfull och medveten produktutveckling



När KICKS utvecklar och producerar varumärken har vi ansvar för att detta sker på ett hållbart sätt, både socialt och miljömässigt. Jenny Kruseborn, inköpsansvarig på KICKS Private Label-avdelning, berättar hur hållbarhet är en del av produktionskedjan, från idé till färdig produkt.

Hur mycket tänker KICKS på hållbarhet när nya varumärken och produkter utvecklas?

– Vi försöker att tänka så hållbart som möjligt, både för varje nytt varumärke och för varje ny produkt. Just nu genomför vi ett hållbarhetsstrategiarbete för alla våra varumärken. Vissa av dem har större potential att bli mer hållbara, men vi strävar efter att alla märken utvecklade av KICKS ska uppnå en viss nivå.

Hur tänker ni kring förpackningar?

– Vi försöker alltid hitta material som går att återvinna eller som är av förnybart eller återvunnet material. Just nu har vi störst fokus på att ta bort den svarta plasten, eftersom svart plast är väldigt svår att återvinna. Våren 2021 ska all svart plast ha försvunnit från våra varumärken. Vi försöker även att undvika blandning av material i förpackningar, så att de lättare kan återvinnas. Den största utmaningen är att producera hållbara förpackningar för makeup. Tyngder och folieringar gör att dessa är svårare att återvinna. I framtida make-upplaneringar har vi tagit bort magneter och gångjärn av metall för att minimera mängden blandmaterial. Vi har också valt vikter som är återvinningsbara. Många produkter är också inslagna i plast, bland annat av hygieniska skäl. Vi arbetar nu med att ta bort den här plasten och byta till kartong av FSC-märkt papper, som är bättre för miljön. Vi planerar dessutom framöver att utveckla förpackningarna för våra hudvårdsprodukter för kroppen och ansiktet från alla våra varumärken, där vi vill kunna framställa förpackningar av resurser som redan finns, istället för att skapa nya plastprodukter från olja. Vi tittar till exempel på att använda plast från haven, bambu eller sockerrör. Glas undviker vi då det är tyngre och ger mer utsläpp vid transport.

På vilka fler sätt kan en produkt bli mer miljövänlig?

– Självklart är inte bara förpackningarna av stor vikt när det kommer till hållbarhet, även innehållet måste tas hänsyn till då en stor del av produkten hamnar i avloppet. Vi använder bland annat glitter som är nedbrytningbart, inga mikroplaster eller miljöfarliga färgämnen.

Hur håller ni er uppdaterade om de bästa miljövänliga alternativen?

– Våra leverantörer har väldigt stor kunskap kring hållbara alternativ, som vi kan ta del av. Vi får även inspiration från nischade varumärken och tar med oss detta till våra leverantörer för att sätta press på dem så att de motiveras till att bli mer miljövänliga. Dessutom besöker vi mässor och följer trender regelbundet för att få ny kunskap om hur vi kan göra ännu fler hållbara val i vår produktutveckling.

Har du något exempel på hur KICKS lyckats utveckla mer miljövänliga produkter?

– Vårt mest hållbara varumärke 2020 kommer att vara ett nytt varumärke med makeup tools, som lanseras våren 2020. Alla redskap är gjorda i återvunnen aluminium och återvunnen plast, och håret i borstarna är veganskt. Förpackningarna är dessutom designade så att du ska kunna återanvända dem. Även sheet masks från KICKS Beauty blir mer hållbara från 2020, då de kommer att vara gjorda av bambu.

Det finns många typer av miljöcertifieringar inom skönhetsindustrin. Hur ställer sig KICKS till dessa?

– På KICKS har vi valt att inte använda oss av certifieringar,

både för att det är kostsamt och för att en kundundersökning vi gjorde visade att konsumenten inte vet vad certifieringarna står för. En tredjepartscertifiering kan också begränsa vilka ingredienser vi kan använda i våra produkter. Genom att använda certifiering skulle vi behöva förklara både innehållet och certifieringen. Vi har därför valt att själva kommunicera vad varje varumärke står för och vad produkterna innehåller, istället för att köpa någon annans certifiering. Ett exempel på detta är vårt hudvårdsmärke SKIN TREAT. Där har vi kommunicerat tydligt att innehållet är 90% naturligt eller mer.

KICKS har ett eget varumärke som heter KICKS Beauty. Genom dotterbolaget Myself & Friends utvecklar KICKS även dessa varumärken:

MON|SUN

Budgie

SKIN TREAT

Restriktionslista för ingredienser

The following restrictions and requirements apply for KICKS private label cosmetic products in addition to relevant EU legislation, such as the Cosmetics Regulation (1223/2009) and the REACH Regulation (1907/2006).

General requirements

Criteria	Criteria
Fragrance	Must comply with the latest International Fragrance Association (IFRA) Standards
Nano material	Must inform KICKS in advance if a nano material is to be used
Nitrosamine forming compounds in contact with nitrate	Usage ban
Purity of ingredient	All ingredients used shall be of cosmetic or food grade quality
Substances of Very High Concern (SVHCs) ⁴	0.1 % (1 000 mg/kg)
REACH Annex XVII	Follow restrictions
REACH Annex XIV	Usage ban
PFAS	Usage ban

Specific requirements

Chemical substance	Limit value/Requirement
Alpha-hydroxy acids	Follow the SCCNFP opinion on Alpha-hydroxy acids
Antimony (Sb)	"Total amount -In polyester ingredients (e.g. glitter flakes): < 260 ppm -In all other types of products: < 10 ppm"
Arsenic	3 ppm
Benzethonium chloride	Usage ban
Butylated Hydroxyanisole (BHA)	Usage ban
Butylated hydroxytoluene (BHT)	Usage ban in finished product, not in raw material
Bromochlorophene	Usage ban
Cadmium (Cd)	5 ppm
Carbon black	Follow the SCCS opinion on Carbon black
Chlorhexadine digluconate	Usage ban
Chlorhexadine dihydrochloride	Usage ban
Chloroacetamide	Usage ban
Chlorobutanol	Usage ban
Chlorophene	Usage ban
Chloroxylenol	Usage ban
Chlorphenesin	Usage ban
Climbazole	Usage ban
Chromium (Cr)	Cr (VI) usage ban. Cr 10 ppm.
CI 72288	Usage ban
CI 77289	Usage ban
CTAC (Cetrimonium chloride)	Usage ban as preservative and for other uses follow SCCS opinion
CTAB (Cetrimonium bromide)	Usage ban
Cyclomethicone	Usage ban
Cyclopentasiloxane D5 and Cyclohexasiloxane D6	Usage ban, except in make-up
Dibromohexamidine isethionate	Usage ban
Dichlorobenzyl alcohol	Usage ban

Restriktionslista för ingredienser

Diiodomethyltolylsulfone	Usage ban
Formaldehyde releasing compounds	Usage ban
Formaldehyde	Usage ban
Fragrance allergens	"Fragrance allergens must be below the limit of declaration in face products - 0.001 % in leave-on products - 0.01 % in rinse-off products"
Hexamidine diisethionate	Usage ban
Hexetidine	Usage ban
Iodopropynyl butylcarbamate	Usage ban
Laurylpyridinium chloride	Usage ban
Lead (Pb)	10 ppm
Mercury (Hg)	1 ppm
Methylchloroisothiazolinone (MCI)	Usage ban
Methylisothiazolinone (MI)	Usage ban
Nickel (Ni)	10 ppm
Phenyl mercuric acetate	Usage ban
Phenyl mercuric borate	Usage ban
Phthalates, except Diethyl Phthalate	Usage ban
Polyaminopropyl biguanide (PHMB)	Usage ban
Quaternium-14	Usage ban
Quaternium-8	Usage ban
Silver chloride	Usage ban
Thimerosal/Thiomersal	Usage ban
Tosylamide/Formaldehyde resin	Usage ban
Triclosan	Usage ban

Purity restrictions on certain common ingredients

Component	Limit value/Requirement
All materials	"Must be: -Free from benzene and other residual solvents -Free from CMR (as defined in Article 57 in REACH)"
Arachis hypogaea oil (Peanutoil)	Must be refined and of high purity (protein level < of 0.5 ppm)
Cocoamidopropyl betaine (CAPB)	Dimethylaminopropylamine (DMAPA) < 10 ppm in bulk raw material. Monochloroacetic acid (MCA) < 10 ppm in bulk raw material. Dichloroacetic acid (DCA) < 15 ppm in bulk raw material.
Ethoxylated ingredients	1,4 dioxane should be < 10 ppm in all raw materials (i.e. PEG), < 30 ppm in 70% sodium Laureth sulfate and < 10 ppm in the final product
Mineral Oil/Waxes	Must be of food or pharma quality
Polymers	Shall have a residual monomer concentration of < 0.5%
Talc	Shall be of food or pharma quality, e.g. comply with UK CTPA monograph/purity or similar to show cosmetic purity.

Leverantörslista

Factory name	Country	Address	Product range	Supplier Name
Jinzhou Accessories Ltd (R&L)	China	3rd floor, No.6 building, No.4 street, BoFeng Road, QiLing Village, Zhang-MuTou Town, Dongguan 523578, Guangdong - China	Tools & Accessories	Balmid
Zhuoer	China	Liu Jia Song Zhuoer Industrial Park, Da Huai Town, Enping City	Tools & Accessories	Balmid
Taikone	China	Suifengnian Industrial Park, Shatian Town, Dongguan, Guangdong, China	Tools & Accessories	Balmid
Fame Creation - Charmian Cosmetic Accessory Company Limited (DONGGUAN CHUANGJI RONG POLYMER MATERIALS COMPANY LIMITED)	China	No.97-11, No.111, Dongshen Industrial Zone, Tangxia Avenue, Tangxia, (previous add: No.11., Dongshen Industrial Zone, Tangxia Dadaonan, No.97-11, Tangxia.), Dongguan	Tools & Accessories	Balmid
Shenzhen Merrynice Cosmetic Utensil Co., Ltd	China	2nd and 3rd Floor, Building B, No. 428, Shenshan Road, Huangwu Village, Tongle, Longgang Street, Longgang District, Shenzhen, Guangdong, China	Tools & Accessories	Balmid
Ningbo Eureka Commodity Co., Ltd (Chungfat)	China	No.58 Xingzhong Road, Qijiashan, Beilun District, Qijiashan, Beilun District, Ningbo, Zhejiang - China.	Tools & Accessories	Balmid
Newplus Enterprise Co. Ltd	China	AREA ONE, FLOOR 4TH, BUILDING 642, DASAN VILLAGE, DASAN COMMUNITY, GUANLAN STREET, LONGHUA NEW DISTRICT, Shenzhen	Tools & Accessories	Balmid
Planet HK	China	No.33, Qing Lian Rd., Xu Guan Industrial Zone, Suzhou	Tools & Accessories	Balmid
Homedollar (Cixi Zhihong Machinery Manufacturing Co)	China	Cixi Zhihong Machinery Manufacturing Co., Ltd	Tools & Accessories	Balmid
ROOTSMEN(ZQ) COMPANY	China	No.28, First Alley, Shabu Village, Duanzhou Road, Zhaoqing 526060, Guangdong - China.	Tools & Accessories	Balmid
Hairbrush solutions (NINGBO BEILUN JUNYANG BRUSHES CO., LTD)	China	No. 28, Jing 12 Road, Xiaogang, Beilun, Ningbo, Zhejiang - China.	Tools & Accessories	Balmid
Horizon (Foshan Yuli Cosmetic Accessory Co., Ltd)	China	B1 Pingzhou Industrial District, Guicheng Street, Nanhai, Foshan, Guangdong - China.	Tools & Accessories	Balmid
Ningbo Keyar	China	Nanyuan Village, Fuhai Town, Cixi., Ningbo 315332, Zhejiang - China.	Tools & Accessories	Balmid
Shenyang Guanpin Woodenware Co., LTD (GIM-HWA)	China	No. 489, Liutiaohe Village, Magang Town, Shenbei New District, Shenyang 110124, Liaoning - China	Tools & Accessories	Balmid
Terry Packaging Products Shenzhen Company Limited	China	3F, Block C, Jin Kai Jin Industrial Park, Shui Tian, Shi Yan Town, Bao An District., Shenzhen 518108, China	Packaging	Balmid
Yangjiang Jinhengda Cosmetic Tools Co (Ray Int)	China	No.1, Zhenxing South Road, Chengbei Industrial Area, Chuangye North Road, Yangjiang, Guangdong, China	Tools & Accessories	Balmid
JUNHE INDUSTRY & TRADE Co (Ray Int)	China	11, 15, 16#, Metal knife cut industrial park, Zhuhai (Yangjiangwanxiang), Yangjiang 529900, Guangdong - China.	Tools & Accessories	Balmid
ZHONGSHAN SHANGYANG TECHNOLOGY (SY-beauty)	China	No.28, Xingtang Road, Baishihuan Village, Sanxiang Town, Zhongshan, Guangdong - China	Tools & Accessories	Balmid
QZBM(HUIZHOU) CO., LTD	China	Floor 1, Building A, Yinshan Industrial Area, Liangjing Town, Huiyang District, Huizhou, Guangdong - China	Tools & Accessories	Balmid

PRODUKTUTVECKLING

Factory name	Country	Address	Product range	Supplier Name
Cang Zhou Zhen Di Brush Making Co., Ltd.	China	Wang Wei Tun Industrial Area, Ma Chang Town, Qing Xian, Cang Zhou City, Hebei, China 061 001	Tools & Accessories	HCT EUROPE LTD (makeup tools)
Shenzhen Meljun Bags And Cases CO. LTD	China	7/F, Building1, FuHong Industrial Zone, FengTang Blvd, Tangwei, FuYong Street, BaoAn district, , Shenzhen 518126 Guangdong - China.	Tools & Accessories	PIPOLS BAZAAR
TEAMPAC OY	Finland	Teampac Oy / Dunkatie 4 FI-7880 Liljendal	Skin Care	TEAMPAC OY
Chromadurlin	France	52 Avenue de la Gare, 24100 Creysse, Frankrike	Make up	CHROMA-DURLIN
A.W. Faber-Castell Cosmetics GmbH	Germany	Nürnberg Strasse 2, 90546 Stein, Germany	Make up	SANDA/FABER CASTELL
NEWULF S.R.L.	Italy	VIA DELLA RESISTENZA 45 28803 PREMOSELLO CHIOVENDA (VB) ITALY	Tools & Accessories	BALMID
B. KOLORMAKEUP & SKINCARE S.p.A. SB BENEFIT CORPORATION	Italy	via Canonica, 79/A 24047 Treviso (BG)		BKOLOR
Supplier does not want to make the information public			Make up	HCT EUROPE LTD (makeup)
Regi Laboratories	Italy	Via E. Mattei 6-10-14; CAP 26010, Bagnolo Cremasco, Italy	Make up	REGI SRL
CHROMAVIS SERVICE SP. Z.O.O.	Poland	Robotnicza 1, 06-400 Ciechanów, Poland	Make up	CHROMAVIS SERVICE SP. Z.O.O.
Cetes	Poland	ul. Bohaterów Warszawy 2, 02-495 Warsaw, Poland	Make up	CETES COSMETICS
Imine	South Korea	Dakyong plaza 2F, 36 Dongtangongwon-ro, Hwaseong-si Gyeonggi-do, Korea	Skin Care	BALMID
Shinwoo	South Korea	95, GoongDong, KuroGu, Seoul 152882, Korea (South Korea)	Skin Care	BALMID
Beauty Promotions	South Korea	#495 GyulHyun BLDG, GyulHyeon-Dong, GyeYang-Gu, Inchoen, Korea, 21016	Skin Care	BALMID
Adwin	South Korea	30, Sandan-ro, Pyeongtaek-si, Gyeonggi-do	Skin Care	BALMID
Eyesome (Oxygent)	South Korea	309, Gieopdanji-ro, Wonggok-myeon, Anseong-si, Gyeonggi-do, Korea. 17557	Skin Care/Color cosmetics/Body care	BALMID
Coshub	South Korea	LG Twintel 1, #1706, 6, Samsung-ro, 96-gil, Gangnam-gu, Seoul, Korea 06168	Skin Care	BALMID
Seweon Co LTD	South Korea	ROOM 902-2 531 Dunchondaero Chungwongu Sunnamcity Kyungkido Korea	Skin Care	BALMID
E.CIS COSMETIC CO.,LTD	South Korea	179, Gongdan 1-daero, Siheung-si, Gyeonggi-do, Republic of Korea	Skin Care	HCT EUROPE LTD

Factory name	Country	Address	Product range	Supplier Name
SALAB STOCKHOLMS ANALYTISKA LAB	Sweden	Britt-Louise Sundells Gata 15, 134 50 Gustavsberg	Skin Care	SALAB
HARDFORD AB	Sweden	Norra Svedengatan 30, 582 73 Linköping	Skin Care	HARDFORD
Aerosol Scandinavia	Sweden	Fabriksvägen 2, Vallentuna	Hair Care & Skin Care	PARAGON NORDIC AB
MARIA NILA AB	Sweden	Andesitgatan 12 Helsingborg, Sweden	Hair Care	MARIA NILA AB
SVENSKA KRÄMFABRIKEN AB	Sweden	Västermalmsvägen 13 B791 77 Falun	Skin Care	SVENSKA KRÄMFABRIKEN AB
INEKOGRUPPEN AB	Sweden	Södra Förstadsgatan 23A, 211 43 Malmö	Skin Care	INEKOGRUPPEN AB
SCANDINAVIAN HAIR COMPANY AB	Sweden	Företagsgatan 17, 233 51 Svedala	Hair Care	SCANDINAVIAN HAIR COMPANY AB
DEPEND COSMETIC AB	Sweden	Knäredsgatan 21, 302 50 Halmstad	Make up	DEPEND COSMETIC AB
Candles Scandinavia	Sweden	CV-gatan 38B 703 82 Örebro	Not cosmetics	CANDLES SCANDINAVIA
Supplier does not want to make the information public			Not cosmetics	STORIES UNTOLD
Victoria Scandinavian Soap Ab	Sweden	Muskötgatan 10, 254 66 Helsingborg	Hair and Skin care	VICTORIA SCANDINAVIAN SOAP AB
FLAWA	Switzerland	FLAWA Consumer GmbH, Badstrasse 43, CH-9230 Flawil Switzerland	Accessories	FLAWA
CMC Consumer Medical Care GmbH	Turkey	Karaduvar Mah. Serbest Bölge (Free Zone), 6. Cadde Dis Kapi No:25 Akdeniz - Mersin, Mersin 33029 Icel - Turkey	Accessories	RYBRINKS



KICKS

Hållbarhetsredovisning
2019