



INTERSPORT
Hållbarhetsrapport
2021

 **INTERSPORT®**



INNEHÅLL

VI ÄR INTERSPORT

Det här tror vi på	3
Om Intersport	4
Vår Vision, Mission & Affärsidé	6
VD har ordet	7

HÅLLBARHETSARBETE

Vårt hållbarhetsarbete	8
Hållbarhetsstrategi	9
FN:s globala mål	10
Hållbarhetsrådet	11
Intressentdialog	11
Väsentlighetsanalys	12
Våra väsentliga frågor och prioriteringar	13

HÅLLBART & AKTIVT LIV

Hållbart & aktivt liv	16
Ger tillbaka till föreningslivet	17
Ansvarsfull konsumtion	18
Produktsäkerhet	19

HÅLLBAR VÄRDEKEDJA

Miljöansvar	21
Miljöpåverkan vid produktion	22
Hållbart framtaget sortiment av hög kvalitet	26
Materialval	27
Djurrättspolicy	28
Ansvarsfull produktion genom leverantörskedjan	29
Våra leverantörer	30
Logistik, drift & försäljning – miljöpåverkan	35

VÅRA MEDARBETARE

Medarbetarskap & företagskultur	38
Trygg och säker arbetsplats	39
Introduktion & utveckling	42
Likabehandling	43
Personalstatistik & Lönedata	45
	46

ÖVRIG INFORMATION

Revisorns yttrande	48
Innehållsförteckning enligt GRI	49
	50



VI ÄR INTERSPORT

INTERSPORT®



DET HÄR TROR VI PÅ

De flesta känner till Intersport. Men vad känner de? Vi vill få dem att känna mer. Känna mycket. Och förmedla just det där som Intersport faktiskt står för och är så bra på. Kunskap och engagemang. Och en fantastisk bredd. Vi är med och skapar förutsättningarna för ett aktivt liv. Varje dag. Det har vi gjort ända sedan 1968. Det är betydligt längre än våra konkurrenter. Att Intersport har varit med så länge betyder att vi har varit med och skapat många stora sportögonblick. Vi har förenat massor av svenskar i stora stunder fyllda med nervositet och glädje.

Men också de där egna sportögonblicken. Som de där första skären i de vita skridskor och den stora knallgula JOFA-hjälmen. Eller den första milen, fast du inte trodde du skulle orka. Alla de där ögonblicken är viktiga och spelar roll. Alla dagar räknas. Intersport står bakom det aktiva livet. Oavsett om du är glad amatör eller tävlar på elitnivå. Vi springer med i löpspåret, utmanar i skidbacken, har skorna till både padel och fotboll, den allra första cykeln och den där snabba avancerade racern. Men inte bara det. Vi har också plaggen för det aktiva livet varje dag. Vi rustar våra kunder för att cykla till jobbet, gå ut med hunden i ur och skur, vara med i stegtävlingen med kollegorna, rulla barnvagnen trots att det snöar, dra på våra vita sneakers när gatorna sopats, stå vid sidlinjen och peppa eller i en kall ishall och stötta.

Intersport skapar också viktiga möjligheter i föreningslivet. Ger tillbaka för att få små att växa. Våga drömma stort. Runt om i landet finns vi där. Och vem du än är står Intersport bredvid och hejar på med utrustning, engagemang, kunskap, tips och ger förutsättningarna till mer glädje och stora stunder. Vi använder all vår kunskap och vårt

engagemang som vi byggt upp genom åren och tar med oss det när vi tänker framåt och utvecklar nya produkter. Vi har koll på den här säsongen. Och nästa. Vi kan. Vi förstår. Och vi motiverar. Vi är med varje dag, året runt. I vind, blåst, mörker, regn och solsken. Vinter, vår, sommar och höst. I värme och kyla. Alla dagar är vi med. Vi sviker inte. Så ska det kännas.

OM INTERSPORT

Intersport är en av världens största sportkedjor med över 6 000 butiker i 57 länder över hela världen. Intersport är ett kooperativ med självständiga landsorganisationer som driver verksamhet under varumärket Intersport som ägs av det gemensamma bolaget Intersport International Corporation, vidare benämnt som IIC. Denna hållbarhetsrapport avser Intersport i Sverige som vidare benämns som Intersport.

Som en av Sveriges ledande sportkedjor finns vi över hela Sverige, från Trelleborg till Kiruna. Genom våra digitala kanaler, cirka 100 butiker över hela landet och vår specialistkedja Löplabbet vill vi, med rätt produkter, kunskap och engagemang, skapa en mer hållbar livsstil för våra kunder och vara Sveriges mest inspirerande sportdestination. Vi har genom stark lokal förankring Sveriges största föreningsverksamhet och ger mycket tillbaka till föreningslivet.

Intersport ägs av tidigare butiksägare, nuvarande franchisetagare och Adelis Equity som är majoritetsägare. Vi drivs som en hybridkedja med centralt ägda butiker, franchiseägda butiker, E-handel och löpspecialisten Löplabbet. I koncernen finns nio



**Vi brinner för
den svenska
idrottsrörelsen.**

FÖR ALLA AKTIVA DAGAR.

INTERSPORT®
THE HEART OF SPORT



dotterbolag till Intersport Sverige Holding AB med huvudkontoret i Mölndal, Göteborg. Sortimentet består av ledande sportvarumärken och de egna varumärkena: Etirel, Energetics, Firely, Pro touch, Tecno pro, Nakamura, Aspenäs och Mckinley. Produkter från Intersports egna varumärken utvecklas och produceras både av oss på Intersport i Sverige och genom IIC.

Vi är verksamma i Sverige, omsätter 2,6 miljarder kr och är sedan 1974 en del av Intersport International, världens största sportkedja, med en omsättning om 120 miljarder i 57 länder.

Intersports ledningsgrupp består utav **Pontus Petersson** VD, **Olof Stenmark** CFO, **Jesper Nordin** CSO, **Glenda Marevind** CMO, **Maria Bjärsmyr** CHRO, **Patrik Wilhelmsson** CTO, **Johan Cedergren** Supply Chain Manager, **AnnaKarin Thureson** Inköps- och sortimentschef textil, **Fredrik Krantz** Inköps- och sortimentschef sport & skor, **Niklas Bergqvist** Controller Manager.

Intersports Styrelse består av **Niclas Eriksson** Styrelsens ordförande, **Jan Åkesson** Adelis Equity Styrelseledamot, **Erik Hallert** Adelis Equity Styrelseledamot, **Marcus Samuelsson** Styrelseledamot **Magnus Berglund** Styrelseledamot, **Nathalie Rahm** Arbetstagarrepresentant, **Ann Sussly** Ordinarie Ledamot, **Mikael Gyllander** Suppleant.





VÅR VISION, MISSION & AFFÄRSIDÉ

VISION

Intersport är Sveriges mest inspirerande sportdestination!

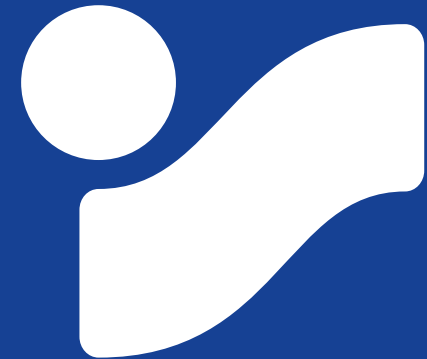
MISSION

Vi skapar en köpupplevelse i världsklass och inspirerar till ett hållbarare liv!

AFFÄRSIDÉ

Intersport ska skapa lönsamhet genom att sälja sport och sportmode till privatpersoner, föreningar och företag som söker ett aktivt och hållbarare liv.

**SVERIGES MEST
INSPIRERANDE
SPORTDESTINATION**





VD HAR ORDET

Sedan mitten av mars 2020 har coronapandemin förändrat hur vi människor lever och begränsningen av fysiska möten har accelererat den redan underliggande digital omställningen.

Under året så har vi fortsatt sett förändrade rörelsemönster, minskad konsumtion av tjänster och upplevelser vilket gynnat fysiska produkter generellt. Vi har sett en ökad efterfrågan på produkter för en aktivitet, friluftsliv och en aktiv livsstil som jag tror kommer från ett nytt sätt att umgås och ett sätt att investera i sig själv och sitt välmående under perioder med många andra begränsningar. Att fler har upptäckt friluftslivet och aktiverat sig tycker vi är väldigt roligt men vi ser också att en ökad efterfrågan av fysiska produkter innebär ett ännu större ansvar för en hållbar produktion.

Experterna är enade och signalerna allt tydligare, vårt samhälle måste bli mer hållbart. Hållbarhetsperspektivet finns med i alla beslut och ska finnas i medvetandet hos alla medarbetare – i butik, på servicekontoret och centrallagret – för att hela tiden göra så hållbara val som möjligt och skapa en mer hållbar verksamhet.

Sedan förra årets rapport (publicerad i maj 2021) har vi tagit flera kliv i vårt hållbarhetsarbete som är uppdelat på våra tre områden; Hållbart och aktivt liv, hållbar värdekedja och våra medarbetare. I början av året upprättades ett hållbarhetsråd, läs mer om det längre ner, som strukturerade om vårt hållbarhetsarbete. Detta för att i större utsträckning utveckla och implementera vår hållbarhetsstrategi i hela verksamheten. Vi ser att mer hållbara alternativ blir allt viktigare för våra kunder och medarbetare

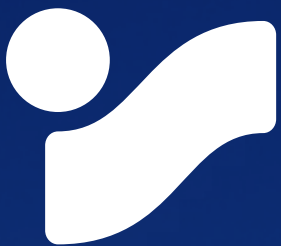
och vi har därför försökt öka transparensen och tydligheten för att underlätta att välja hållbart.

Vår mission är att skapa en köpupplevelse i världsklass och inspirera till ett hållbarare liv. Ett hållbarare liv är flerdimensionellt, att fysisk rörelse skapar ökat välbefinnande för utövaren men också vikten av att produkterna som används är hållbart framtagna. Våra kunder ska vara trygga med att våra produkter är ansvarsfullt producerade och erhåller hög kvalitet med lång hållbarhet.

Nöjda medarbetare är ett av mina viktigaste fokusområden. Nöjda medarbetare skapar nöjda kunder och lönsamma bolag. Vi kommer framåt satsa ännu mer på personalvård, att skapa en trygg och säker arbetsplats med jämlika villkor och såklart se till att vi har kul på jobbet, annars är det inte värt det. Alla medarbetare är min inspirationskälla och de har fortsatt visa ett enormt engagemang att inspirera och skapa möjligheter till en aktiv och hållbar livsstil genom att leverera köpupplevelser i världsklass. Jag är övertygad om att vi kommer fortsätta vara en positiv kraft, både för enskilda individer och för samhället i stort.

”Våra kunder ska vara trygga med att våra produkter är ansvarsfullt producerade och erhåller hög kvalitet med lång hållbarhet.”





HÅLLBARHETSARBETE



 **INTERSPORT®**



VÅRT HÅLLBARHETSARBETE

Vi vill att vårt hållbarhetsarbete ska genomsyra hela vår verksamhet från produktion till slutkonsument. Under 2022 vill vi ge såväl medarbetare som kunder och andra intressenter möjlighet till större inblick i vårt pågående hållbarhetsarbete. Syftet med rapporten är att våra intressenter ska få ta del av hur vi arbetar med hållbarhetsfrågor i vår verksamhet och genom hela vår värdekedja.

I vårt hållbarhetsarbete har vi tillsatt ett hållbarhetsråd och tagit fram vår hållbarhetsstrategi som grundar sig i vår affärsidé vilken vi redogör för nedan. Vi har även genomfört en väsentlighetsanalys där vi analyserat våra olika intressenters syn på vad som är viktigt inom våra tre områden för Hållbart och aktivt liv, Hållbar värdekedja samt Våra medarbetare.

Med hjälp av vår hållbarhetsstrategi, våra intressenters krav samt målen i FN:s Globala mål så har hållbarhetsrådet satt upp prioriteringar för vårt framtida hållbarhetsarbete.

Hållbarhetsrapporten är upprättad i enlighet med bestämmelserna i ÅRL 6:e kapitlet.

HÅLLBARHETSSTRATEGI

Vi strävar efter att vara ett transparent företag som tar ansvar för hur vår verksamhet påverkar människa och miljö i hela värdekedjan. Hållbarhetsperspektivet ska genomsyra hela vår verksamhet och finnas i medvetandet hos alla våra medarbetare. Genom kunskap och engagemang ska vi fokusera på det som verkligen gör skillnad.

Vi vill möjliggöra en aktiv och mer hållbar livsstil genom att skapa förutsättningar och uppmuntra



så många som möjligt att röra på sig så mycket som möjligt.

Genom stödet i den svenska idrottsrörelsen stöttar vi föreningslivet. Genom vårt engagemang är vi med och verkar för ett mer inkluderande och jämställt samhälle genom idrott och gemenskap för barn och unga.

Vi har byggt upp erfarenhet och kunskap sedan

starten 1968 och har ett brett sortiment med kvalitativa, säkra, funktionella och hållbara produkter.

Vi ska med medarbetaren i fokus verka för ett hållbart arbetsliv genom rättvisa och jämlika arbetsvillkor, människors rättigheter och en trygg arbetsmiljö.



FN:S GLOBALA MÅL

Vi stödjer Agenda 2030 och de 17 globala målen för hållbar utveckling. Målen syftar till att utrota fattigdom och hunger, förverkliga de mänskliga rättigheterna, uppnå jämställdhet och egenmakt för kvinnor och flickor samt säkerställa ett varaktigt skydd för planeten och dess naturresurser.

Under året som gått har vi identifierat och valt att prioritera vissa delmål där vi anser att vi har ett särskilt ansvar och kan bidra mest utifrån vår verksamhet. Valda delmål utgör grunden för våra tre fokusområden:

- **Hållbart och aktivt liv** där vi tror på människors behov av rörelse och aktivitet och där vi kan vara en bidragande motor för att få såväl barn som ungdomar och vuxna till en aktiv vardag. Vi brinner för den svenska idrottsrörelsen och för att idrott ska vara för alla. Vi har genom stark lokal förankring Sveriges största föreningsverksamhet och ger tillbaka till föreningslivet varje dag (mål 3 och 12).
- **Hållbar värdekedja** där vi använder all vår kunskap och vårt engagemang som vi byggt upp genom åren och tar med oss det när vi tänker framåt och utvecklar nya produkter. Det är viktigt att produkterna som används i ett hållbart och aktivt liv också är hållbart framtagna. Våra kunder ska vara trygga med att våra produkter erhåller hög kvalitet för en lång hållbarhet och är ansvarsfullt producerade (mål 6, 8, 12, 13 och 17).
- **Våra medarbetare** där vi med medarbetaren i fokus verka för ett hållbart arbetsliv genom rättvisa och jämlika arbetsvillkor, människors



rättigheter och en trygg arbetsmiljö. Hållbarhetsperspektivet ska genomsyra hela vår verksamhet och finnas i medvetandet hos alla våra medarbetare. Genom kunskap och engagemang ska vi fokusera på det som verkligen gör skillnad. (mål 5 och 8).

Innehållet i hållbarhetsrapporten baseras på vår hållbarhetsstrategi och väsentlighetsanalys, vi rapporterar enligt kraven i Årsredovisningslagen. Rapporteringen har avgränsats till produkter utvecklade av Intersport Sverige, personal anställda av Intersport Sverige samt direkta samarbetspartners. Denna hållbarhetsrapport avser koncernens samtliga bolag och styrelsen är ansvarig för upprättandet av hållbarhetsrapporten.



HÅLLBARHETSRADET

I början av 2021 tillsattes hållbarhetsrådet. Rådets uppdrag är att lyfta vårt hållbarhetsarbete på bred front för att möjliggöra målet om att hållbarhetsperspektivet skall genomsyra hela vår verksamhet. Hållbarhetsrådet sammanträder kontinuerligt under året och har under 2021 befast såväl en uppdaterad hållbarhetsstrategi, genomfört en ny väsentlighetsanalys samt satt upp prioriterade mål och strategiska fokusområden för vårt hållbarhetsarbete. Intersports Hållbarhetsråd består av **Pontus Petersson** *Chief Executive Officer*, **Maria Bjärsmyr** *Chief HR Officer*, **Glenda Marevind** *Chief Marketing Officer*, **Johan Cedergren** *Supply Chain Manager*, **Ann Sussly** *Retail Operation Manager*, **Ivette Kilian Bareja** *HR Partner* och **Hanna Wolff** *Production Coordinator*.

INTRESSENTDIALOG

För att säkerställa att vi systematiskt möter våra intressenters krav och behov arbetar vi utifrån en modell som visar våra viktigaste intressenter hur vi interagerar och kommunicerar med dem och vilka de prioriterade områdena är. Intressentmodellen uppdateras årligen utifrån omvärldsanalyser och nya intressentdialoger.

Under året 2021 har vi genomfört intressentdialoger med våra viktigaste intressentgrupper. Tabellen nedan presenterar vilka hållbarhetsområden som lyftes för respektive intressentgrupp.

INTRESSENER	METOD	OMRÅDEN
Kunder	Enkät (589 Svar) Interaktion fysiskt och digitalt (butik, E-handel, Kundtjänst)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Säkra, kemikaliefria och hållbara produkter/tjänster 2. Minska materialanvändningen och öka användningen av återvunnet material 3. Goda och trygga anställningsvillkor
Anställda	Enkät (201 Svar) Interaktion fysiskt och digitalt (medarbetarsamtal, personalmöten, intranätet)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Erbjudna guidning för inspiration och kunskap inom sport, aktivitet och hållbarhet 2. Minska materialanvändningen och öka användningen av återvunnet material 3. Goda och trygga anställningsvillkor
Leverantörer	Interaktion fysiskt och digitalt (e-mail, möten, fabriksbesök)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kontroll av leverantörskedjan avseende miljöpåverkan och mänskliga rättigheter 2. Säkra, kemikaliefria och hållbara produkter/tjänster
Investerare	Intervju Interaktion fysiskt och digitalt (e-mail, möten)	<ul style="list-style-type: none"> • Minska direkta och indirekta utsläpp av växthusgaser • Minska energianvändningen • Kontroll av leverantörskedjan avseende miljöpåverkan och mänskliga rättigheter



VÄSENTLIGHETSANALYS

För att få en överblick och djupare förståelse av våra hållbarhetsaspekter, och vilka möjligheter vi som företag har för att skapa värde för samhället och våra intressenter, har vi under 2021 genomfört en ny väsentlighetsanalys.

De hållbarhetsfrågor vi som företag anser oss ha förutsättningar och resurser att hantera tillsammans med intressenternas viktigaste frågor har sorterats utefter betydelse och påverkan. På så vis har vi identifierat vilka hållbarhetsområden vi bör prioritera, hantera och övervaka, nedan benämnt som prioritering A, B och C. Det vi bör prioritera handlar om områden som vi kommer att fokusera extra på i det fortsatta hållbarhetsarbetet; Det vi bör hantera är aspekter som vi kontinuerligt bör lyfta och utveckla; Det vi bör övervaka är fortsatt viktiga aspekter som vi ska arbeta med genom att årligen följa upp och utvärdera.

Under det kommande året ska vi ta vidare resultatet från väsentlighetsanalysen och fokusera på att formulera ambitionsnivåer och målsättningar inom respektive område.










VÅRA VÄSENTLIGA FRÅGOR OCH PRIORITERINGAR

Utifrån intressentdialoger och väsentlighetsanalys har vi valt ut och kopplat våra väsentliga frågor till de globala målen. På så sätt har vi tagit fram en preliminär bild över våra prioriteringar framåt i vårt hållbarhetsarbete och hur det bidrar till Agenda 2030.


Prioritering A är frågor som vi i kommer att prioritera, prioriteringen B är viktiga frågor som vi kommer att ha ett fortsatt fokus på och prioritering C är våra grundläggande frågor som vi fortsatt kommer att övervaka och följa upp.

FOKUSOMRÅDE	PRIORITERING	VÄSENTLIGA FRÅGOR	LÄNKADE GLOBALA MÅL
Hållbart & Aktivt liv	A	Förbättra kunders hälsa och säkerhet genom att erbjuda utbildning och inspiration till sport, aktivitet och ett hållbarare liv.	 
	A	Förbättra kunders hälsa och säkerhet genom att erbjuda säkra, kemikaliefria och hållbara produkter/tjänster.	
	A	Förbättra kunders hälsa och säkerhet genom att tillhandahålla tydlig och transparent märkning på produkter samt information om säker användning.	
	A	Verka för lokalt samhällsengagemang genom att främja sport och föreningslivet samt förebygga utanförskap inom idrotten.	



FOKUSOMRÅDE	PRIORITERING	VÄSENTLIGA FRÅGOR	LÄNKADE GLOBALA MÅL
Hållbar Värdekedja	B	Minska materialanvändning och öka användning av återvunnet material	    
	B	Minska energianvändningen	
	C	Minska vattenförbrukningen	
	A	Minska direkta och indirekta utsläpp av växthusgaser	
	B	Minska avfallsmängder och öka källsortering	
	C	Minska miljöpåverkan genom transport av produkter, varor och material som används i organisationens verksamhet (inkl. medarbetarnas tjänsteresor)	
	A	Kontrollera leverantörskedjan avseende negativ miljöpåverkan och negativa effekter på mänskliga rättigheter samt vidta åtgärder	



FOKUSOMRÅDE	PRIORITERING	VÄSENTLIGA FRÅGOR	LÄNKADE GLOBALA MÅL
Hållbar Arbetsgivare	C	Främja goda och trygga anställningsvillkor	 
	C	Bidra till ökad hälsa och säkerhet på arbetsplatserna och motverka sjukdom, ohälsa och olycksfall	
	B	Främja gott ledarskap, kompetensutveckling och karriärsutveckling för medarbetare	
	C	Verka för mångfald och jämställdhet och motverka diskriminering	



HÅLLBART & AKTIVT LIV



INTERSPORT®



HÅLLBART & AKTIVT LIV

Vi har byggt upp vår kunskap sedan Intersports start 1968. Vi har erfarenheten, förståelsen och produkterna som krävs. Vi vill hjälpa våra kunder att skapa de bästa möjligheterna för en aktiv livsstil, med allt vad det innebär. Vi gör allt vi kan på många olika plan för att bidra till så mycket rörelse och sport som möjligt. Vi vill ge alla människor förutsättningarna för ett aktivt och mer hållbart liv på både lång och kort sikt. Bland annat genom:

- Vårt breda sortiment med kvalitativa, funktionella och hållbara produkter.
- Vårt stöd till föreningslivet.
- Vår kunskap i butik.
- Uthyrning av utrustning för att möjliggöra att testa nya aktiviteter och sporter.
- Tips och råd via våra guider.
- Inspiration via mail och sociala medier.

GER TILLBAKA TILL FÖRENINGSLIVET

Vi har Sveriges största föreningsverksamhet och samarbetar med drygt 1 200 föreningar och idrottsklubbar med cirka 320 000 aktiva barn och ungdomar – från norr till söder, på elit- och gräsrotsnivå och inom de flesta sporter.

Av allt kunderna köper, när de via sitt medlemskap valt att stötta en förening, ger vi 3 % tillbaka till

föreningslivet och en kickback går direkt tillbaka till den förening som kunden valt. Årligen har vi via det föreningsstödet gett tillbaka cirka 5 miljoner kronor till den svenska idrottsrörelsen.

Genom vårt engagemang i den svenska idrottsrörelsen vill vi stötta föreningslivet och allt arbete som där läggs ner för att aktivera barn och unga. Vi ger tillbaka för en bättre folkhälsa, för gemenskap och att skapa möjligheter att utvecklas. För att små ska kunna bli hur stora som helst och för att ge plats för drömmar.

Vi blir kontinuerligt påmind om vad vårt stöd kan bidra till på plats i föreningarna. Allt från nya satsningar på idrott för personer med funktionsvariationer till olika initiativ för att främja gemenskap, rörelseglädje, integration och jämställdhet. Det är vi stolta över.

Antalet barn och ungdomar som idrottar och är anslutna till en förening har under pandemin minskat. Med detta ser vi en risk, främst för folkhälsan hos våra unga. Genom idrotten och föreningslivet får många barn och unga en möjlighet att träna, känna trygghet och vara en del av en gemenskap på ett naturligt sätt. Vi vet att föreningslivet har en positiv inverkan på våra unga och om allt fler lämnar kan det få förödande konsekvenser både på lång och kort sikt för såväl individ som samhälle.

Vi vill genom vårt arbete och stöd underlätta för föreningarna runt om i Sverige att utföra sina viktiga samhällsinsatser och minska risken att fler lämnar.





Boo FF

Ett av många exempel är vårt samarbete med Boo FF. En förening som arbetar aktivt med både jämställdhet och att få så många barn, ungdomar och äldre som möjligt fortsätta med sin idrott så länge som möjligt. Boo FF är en av Sveriges största fotbollsföreningar med cirka 2 500 aktiva utövare och 550 ledare. Tillsammans med Boo FF har vi bl.a. ett projekt som följs upp 2 ggr/år för att få fler flickor att börja spela fotboll och fortsätta högre upp i ålder.

Samarbetsavtal

Vi samarbetar även med flertalet elitföreningar, till exempel Hammarby IF Fotboll, IFK Göteborg, Vittsjö GIK, Frölunda HC, Skellefteå AIK, Brynäs IF, Skövde HF, IFK Alingsås HK, FBC Kalmarsund, Jönköpings IK. Vi är lika stolta över att vara officiella sponsorer till flera av Sveriges allra största idrottsklubbar och föreningar som vi är över samarbetet med breddföreningar.

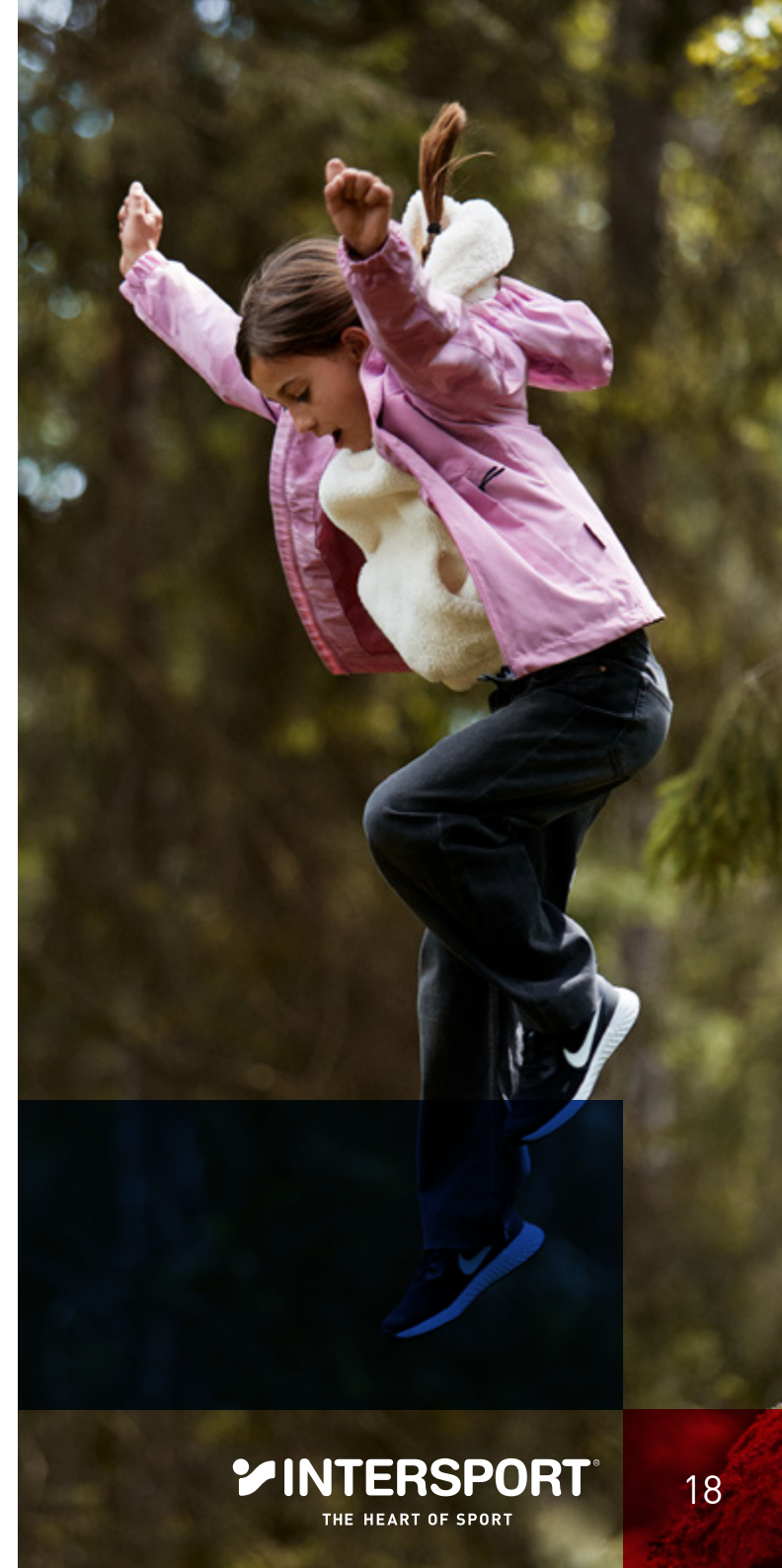
ANSVARFULL KONSUMTION

Vi vill skapa en förståelse kring ansvarsfull konsumtion och guida våra konsumenter till bra och hållbara val. Både med små och relativt enkla medel men även ur ett större perspektiv och på längre sikt. Vi tar steg för steg mot ett mer hållbart utbud i allt från kläder och skor till utrustning och sportprylar. Detta gör vi på flera sätt, bland annat:

- Vi erbjuder service inom flera segment för att kunden ska kunna vårda, rusta upp och laga produkter istället för att köpa nya. Dessutom hyr vi ut utrustning som kanske inte används så ofta eller för barn som snabbt växer, till exempel i vår butik i Sälen.

- Vi har flertalet produkter som är justerbara i storleken och därmed kan användas under en längre tid, till exempel skridskor, hjälmar och inlines. Genom våra guider vill vi utbilda och inspirera. I allt från att tvätta rätt för att öka hållbarheten på kläder och jackor till hur en smartast vårdar sina skor för långsiktigt användande.
- Under året har vi definierat vad som är en hållbar produkt på Intersport och under kommande år lansera detta på vår hemsida.
- Vi arbetar med att ta fram en lösning med en partner som ska kunna reparera kläder.
- För att skapa en hållbar garderob strävar vi efter att våra produkter ska hålla den kvalitet att våra kunder ska kunna använda samma produkter till flera tillfällen i vardagen. Till exempel funktionella jackor som kan användas såväl i skidbacken som till jobbet och vardagsryggsäcken som ska vara praktisk nog att även använda för utflykten eller skogs promenaden.
- Vi satsar kvalitet för att plagg ska kunna ärvas från syskon eller vänner.
- Vi ger inspirerande guidning och produktrelaterad helhetslösning för att främja miljövänlig cykelpendling, allt från hjälmar, cyklar, vinterdäck och belysning till regnställ och ryggsäckar.

Vi arbetar aktivt med att nå ut med vår kommunikation på olika sätt och via olika kanaler. Givetvis kan vi inte nå alla och ser därmed en risk i att inte lyckas infria vissa av ovan punkter.





PRODUKTSÄKERHET

Vi är måna om våra kunder och deras säkerhet är något vi värdesätter högt. Oavsett vem i familjen det gäller och vad han eller hon ska aktivera sig med har vi produkter som bidrar till ökad säkerhet. Vi uppmanar till allt från reflexer och dubbade skor i löparspåret till hjälm, skydd och bra utrustning för skidbacken och på cykelvägen. Gå gärna in och läs eller titta på våra guider om hur du syns bäst i mörker, hur du agerar säkert på isen samt hur du på rätt sätt väljer hjälm och skydd som passar.

Vi har även återkommande kampanjer särskilt inriktade mot säkerheten, till exempel:

- Reflexkampanj – Vi uppmanar återkommande våra kunder att inte snåla med reflexerna genom att lyfta våra reflexprodukter. Vikten av att synas i mörkret går inte att understryka nog.
- Serva cykeln – Vår service uppmärksammas ofta, bland annat inför cykelstarten, för att se till att våra kunder säkerställer cykelns funktioner inför säsongen. Genom en cykel-service hos oss kan till exempel bromsar, däck och kedja kontrolleras.

Vi arbetar kontinuerligt med att kontrollera och att säkerhetsställa att våra produkter uppfyller våra krav. Under 2021 gjorde vi en frivillig återkallelse av vår snorkelmask från Tecno pro junior. Anledningen till återkallelsen var vissa brister i den tekniska dokumentationen vilket innebar att snorkelmasken eventuellt kunde utgöra en risk för våra kunder. Samtliga kunder uppmanades att återlämna produkterna i valfri butik mot full ersättning.





SAMARBETEN

En viktig del i vårt hållbarhetsarbete är att nätverka och samarbeta med andra för att dela kunskap och gemensamt driva vissa frågor framåt.

Amfori, BSCI

Vi är medlemmar i Amfori BSCI som är ett världsledande branschsamarbete för företag som arbetar med socialt ansvarstagande. Fokus är på att förbättra arbetsförhållandena i leverantörskedjan men innehåller också regler om vatten, luft och kemikalieanvändning.

The Accord on Fire and Building Safety

Vi har sedan 2014 förbundit oss till Accordavtalet som är ett oberoende, juridiskt bindande avtal vars mål är att skapa en bättre och säkrare arbetsmiljö för textilarbetare i Bangladesh.

Kemikaliegruppen, RISE

Vi är medlemmar i [kemikaliegruppen](#) som är ett nätverk som drivs av RISE. Nätverket grundades 1997 och består av cirka 100 medlemsföretag. Kemikaliegruppens syfte är att sprida kunskap inom kemi- och miljörelaterade frågor till medlemsföretagen inom textil- och elektronikbranschen.

Vi samarbetar även med Stefan Posner som är en oberoende vetenskaplig rådgivare kring kemikalier som ett komplement och ytterligare stöd i vårt kemikaliearbete.

TEKO

Teko har sedan många år en Miljögrupp där vi är medlemmar. Här kan vi träffa andra medlemmar och får råd och diskuterar aktuella miljö- och hållbarhetsfrågor såsom kemikalier, hållbara material och förpackningar, produktsäkerhet, social hållbarhet och miljöfrågor. Miljögruppen anordnar även utbildningar och events.

Textile Fashion 2030

Under 2020 anslöt vi oss till Textile & Fashion 2030. Sveriges regering har gett Högskolan i Borås uppdraget att etablera och leda Textile & Fashion 2030 – den nationella plattformen för hållbart mode och hållbara textilier. Det femåriga uppdraget drivs av Smart Textiles, en del av Science Park Borås vid Högskolan i Borås, i samarbete med Textilhögskolan, Swedish Fashion Council, RISE Research Institutes of Sweden, Svensk Handel och TEKO, Sveriges Textil- och Modeföretag. Områden i fokus är bland annat att få produktion och övrig verksamhet fri från miljöskadliga ämnen, att förbättra energieffektivitet och främja en övergång till cirkulär ekonomi. Vi får även ta del av workshops, utbildning och verktyg.

T4RI, Textiles for recycling Initiative

T4RI bildades på initiativ från några av Svensk Handels medlemsföretag för att skapa bättre förutsättningar för återanvändning och återvinning av textilier. Gruppen består av flera ledande företag inom kläd- och hemtextilbranschen och vill bidra till större ansvarstagande för att textilier i första hand

återanvänds, därefter återvinns på bästa sätt och som sista alternativ förbränns. T4RI vill verka för ett kretsloppssamhälle och att miljönyttan alltid sätts i fokus. T4RI är en aktiv part i dialogen kring återanvändning, återvinning och producentansvar av textil och vill hitta lösningar som kan förenkla samarbetet med olika aktörer inom textilåtervinning.

SIS, svenska institutet för standarder

Vi är deltagare i standardiseringsarbetet för säkerhet i barnkläder hos svenska institutet för standarder.

Stadsmissionen

Sveriges Stadsmissioner arbetar för människor som lever i utsatthet och utanförskap i Sverige. Organisationen består av de lokala stadsmissionerna i Eskilstuna, Göteborg, Kalmar, Linköping, Skåne, Stockholm, Umeå, Uppsala, Västerås och Örebro.

Vi har under året utvecklat samarbetet med Stadsmissionen till att bli rikstäckande, med syfte att bidra till ett mer cirkulärt och hållbart samhälle. Under 2021 har vi skänkt kläder, skor och övrig sportutrustning till Stadsmissionen. I första hand har dessa produkter gått till deras sociala verksamheter och i andra hand till deras second hand-butiker där allt ekonomiskt överskott går till socialt arbete. Vi har även varit med och stöttat deras sommarkasse med fotbollar.





HÅLLBAR VÄRDEKEDJA



 **INTERSPORT®**



MILJÖANSVAR

Vi strävar efter att vara ett transparent företag som tar ansvar för hur vår verksamhet påverkar människa och miljö genom hela värdekedjan. Sportbranschen står inför stora miljömässiga och sociala utmaningar och miljöfrågan blir allt mer komplex och globaliserad. För att göra skillnad behöver hela branschen agera tillsammans för att minska miljöpåverkan. Klimatförändringar är ett enormt hot mot mänskligheten och vi behöver ta tillvara på jordens resurser på ett mer hållbart sätt. Vi inser att den långsiktiga framgången för vår verksamhet är naturligt kopplad till att vi skyddar människor, djur och miljö. Vårt huvudmål med hållbarhetsarbetet är att arbeta för en hållbar utveckling, bidra till de globala målen och minska vårt miljöavtryck. Detta genom att:

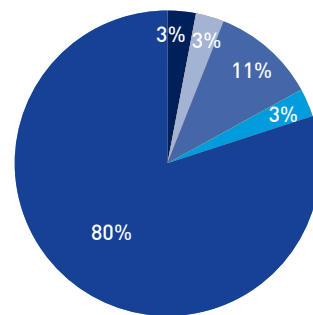
- Väga in miljö- och naturhänsyn i våra beslut.
- Verka för en miljömedvetenhet bland alla anställda.
- Använda naturresurser så effektivt som möjligt i hela vår värdekedja och minska vår energi-, kemikalie- och vattenförbrukning och därmed också minska våra växthusgasutsläpp.

Vi inser att en av de viktigaste delarna i att producera hållbart är att ge de produkter vi tar fram en lång livslängd. Därför jobbar vi hårt för att erhålla hög kvalitet på våra produkter så att de håller längre, kan ärvas eller säljas vidare.

MILJÖPÅVERKAN VID PRODUKTION

Textilbranschen står för cirka 2–7% av världens totala klimatpåverkan och miljöpåverkan är stor i alla delar av produktionskedjan. Produktionen kräver stora mängder resurser i form av råvaror, kemikalier och vatten. Resursanvändningen och produktionens utsläpp till luft, mark och vatten påverkar både klimat och miljö i såväl produktionslandet som globalt. I produktionsledet uppkommer cirka 80% av den totala klimatpåverkan från en svensk textilprodukt främst genom berednings- och infärgningsprocesser. För att minska vårt avtryck arbetar vi tillsammans med våra leverantörer för att se över våra processer, råvaruanvändning och kemikaliehantering. En viktig del är omställning från fossila bränslen till förnybar el, samt energieffektivisering.

Källa: <http://mistrafuturefashion.com/sv/hem/>



■ Avfallshantering ■ Konsumenttvätt ■ Konsumenttransport
■ Distribution och butik ■ Produktion





Vi ser att samarbeten, kunskap och transparens kommer vara av yttersta vikt i vårt framtida miljöarbete. En av utmaningarna är att produktionsfasen består av komplexa värdekedjor indelade i flera steg i allt från råmaterial, stickning/vävning, infärgning, sömnad mm. Dessa olika steg benämns från tier 1-4. Vi behöver i alla led arbeta tillsammans för att uppnå bästa effekt. Vi arbetar aktivt med leverantörer av egna varumärken för att få med dem på denna resa. Viktigt framåt är att kartlägga och att samla in klimatdata för att mäta vårt avtryck och se hur vi kan förändra och förbättra över tid. Att öka andelen fabriker med förnybar energi skulle signifikant minska vårt avtryck. Vi ser även över möjligheten att arbeta mer med vertikala leverantörskedjor för ökad kontroll och påverkan i vår produktionskedja.

Genom Textile fashion 2030 arbetar vi med ett riskverktyg som de tagit fram. Detta verktyg hjälper oss att identifiera var risken för negativ påverkan på människor, miljö och samhälle är störst i vår värdekedja. Verktyget hjälper oss att fokusera på rätt plats. I dagsläget arbetar vi med att identifiera och kartlägga våra leverantörers mognadsgrad vad gäller miljö och klimat för att komma vidare till nästa nivå.

Ett ytterligare steg i att förbättra miljöprestandan i vår leverantörskedja är att ansluta våra leverantörer av egna varumärken till Business Environmental Performance Initiative (BEPI). Målet med detta är att minska miljöpåverkan, affärsrisker samt tillhörande kostnader genom förbättrad miljöpraxis. BEPI 2.0 har tyvärr blivit framskjutet men vi inväntar deras nya system så vi kan ansluta våra leverantörer.



Kemikalieanvändning

Kemikaliehantering är en av våra främsta prioriteringar när det gäller väsentliga ämnen för oss och våra intressenter. Vår värld är uppbyggd av kemiska grundämnen och föreningar på naturlig väg, men människan har också skapat nya föreningar på konstgjord väg. Kemikalier är delvis nödvändiga för framställningen av textila produkter och innebär inte automatiskt en fara. Däremot kan fel typ av kemikalier, eller för stora mängder, utgöra allvarliga miljö- och hälsoproblem. Det finns flera olika källor till kemikalier i textil i allt från inkommande material, processkemikalier, funktionskemikalier och föroreningar.

Det är viktigt att ha god kunskap om egna produkter och använda kemikalier på ett ansvarsfullt sätt.

Farliga kemikalier är främst en allvarlig hälsorisk för alla inblandade i produktion samt även för slutkunden och kan även i ett senare skede drabba miljön. Utmaningen är att använda lämpliga kemikalier i rätt mängd för varje produkt för att minska påverkan på miljö och människa.

Rutiner och uppföljning

Vi har ett systematiskt kemikaliearbete och ansvarar för att företagets produkter är av bra kvalitet och att de inte innehåller ohälsosamma, miljöskadliga eller förbjudna kemikalier. EU-förordningen REACH och kemikaliegruppens kemikalieguide ligger till grund för våra kemikaliekrav. Utifrån dessa har vi tagit fram en egen RSL (Restricted Substance List). Listan uppdateras två gånger per år och omfattar de kemikalier vi vill fasa ut och begränsa och gå



i vissa fall längre än lagkravet, ett sätt för oss att utesluta farliga kemikalier.

Vi ställer krav på att alla leverantörer följer den EU-harmoniserade kemikalielagstiftningen Reach samt vår egen RSL. Alla våra leverantörer skriver på vårt leverantörskontrakt där leverantören förbinder sig att följa våra krav. De svarar också på frågor om sitt eget kemikaliearbete och på begäran lämnar de underlag som säkerhetsställer hur de efterlever dessa lagkrav.

För att säkerställa att våra kvalitets- och kemikaliekrav efterlevs görs stickprovskontroller av produkterna av egna varumärken inför varje säsong. Vilka produkter och tester som görs baseras på en riskbedömning utifrån materialval och leverantör. Om det visar sig att något produkttest inte är godkänt förs en dialog med leverantören för kartläggning av var i tillverkningskedjan kemikalierna har uppkommit eller använts. Tillsammans kommer vi sedan överens om hur vi ska förhindra fortsatt användning. Om för höga halter av ej godkända kemikalier påträffas i en produkt tas produkten bort från vårt sortiment.

Kemikaliegruppen

Vi är medlemmar i kemikaliegruppen som är ett nätverk som drivs av RISE. Nätverket består av cirka 100 medlemsföretag och vi ser en stor styrka i att flera företag går samman och ställer samma krav. Kemikaliegruppens syfte är att sprida kunskap inom kemi- och miljörelaterade frågor till medlemsföretagen inom textil- och elektronikbranschen. Detta är ett sätt för oss att få till oss den senaste informationen om kemikalier för att på bästa sätt förebygga förekomst av oönskade kemikalier i varor som textil, skor och elektronik.

PFC- perfluorerade ämnen

Som en del i arbetet med att minska användning av oönskade kemikalier arbetar vi aktivt med att fasa ut Perfluorerade ämnen (PFC) i våra produkter. PFC är en rad kemiska ämnen och ingår i gruppen fluorkarboner. Fluorkarboner är vatten-, smuts och oljeavvisande och används därför på bland annat skor och textil. Denna typ av kemikalier är mycket svårnedbrytbara samt påverkar bland annat reproduktionsförmågan hos djur.

På våra egentillverkade produkter använder vi oss endast av PFC-fri impregnering från Rudolf BIONICFINISH® ECO som är helt fri från fluorkarboner. Flera leverantörer har andra motsvarande impregneringar och vi arbetar för att samtliga leverantörer helt ska utesluta PFC-behandlade produkter.

”No to PFAS”

Vi har skrivit på miljöorganisationen Chemsec’s initiativ PFAS movement, ett projekt som vill betona och utbilda om PFAS-ämnenas skadliga påverkan och kämpa för att fasa ut PFAS från produkter och leverantörskedjor. Vi stödjer att PFAS-ämnen som grupp förbjuds, vi är för en striktare reglering av PFAS kemikalier och vill uppmuntra kemiindustrin att utveckla säkrare alternativ.

Antilukt/Antibakteriella behandlingar

Vår policy är att inte använda antilukt eller antibakteriella behandlingar. Denna typ av behandlingar används för att motverka bakterietillväxt och därmed dålig lukt. Dessa ämnen försvinner dock snabbt när plaggen tvättas och kommer då ut i miljön där de kan orsaka skada.

Dry plus Eco, ekologisk efterbehandling

På egenproducerade träningskläder använder vi oss av Dry plus Eco. En efterbehandling som är mer skonsam och mer miljövänlig och syftar till att transportera bort fukt från kroppen och hålla utövaren sval och torr under aktivitet.

Polyvinyl Chloride (PVC)

Vi strävar efter att produkterna i vårt sortiment ska vara PVC-fria eller i undantagsfall tillverkade av ftalatfri PVC. Detta på grund av hälso- och miljöeffekterna hos de flesta ftalatestrar. Detta inkluderar även tillbehör och förpackningar.





Vattenanvändning

Vatten och effektivt användande av vatten är en väsentlig fråga för oss. Vattenbrist är ett stort problem i flera delar av världen och jordens begränsade resurser av färskvatten lyfts återkommande som en klimatrelaterad risk i sig själv. Klimatförändringar förväntas leda till vattenbrist och rent vatten är även en grundförutsättning för allt levande på jorden, därmed också en förutsättning för människors hälsa och välbefinnande.

Tillverkning av textila produkter kräver stora mängder vatten och kemikalier, framförallt vid framställning av råmaterial och under produktionsprocesserna i fabriker. En av textilindustrins största utmaningar är att minska den höga vattenförbrukningen under tillverkningen av kläder i allt från framställning

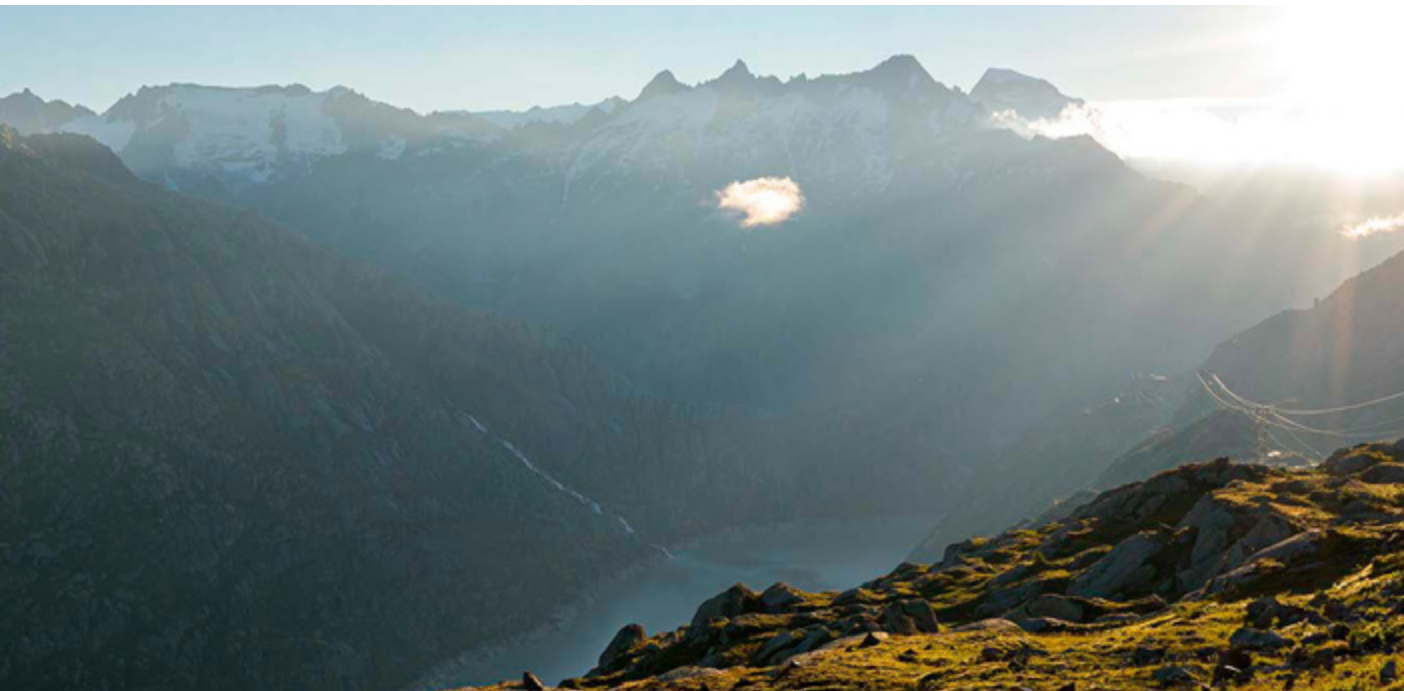
av råmaterial till produktionsprocesser såsom infärgning av kläder.

Vi är medvetna om att vattenanvändning är en av de viktigaste miljöutmaningarna i vår leverantörskedja. Vi arbetar kontinuerligt med att öka vår egen kunskap för att se över hur vår värdekedja påverkar och är beroende av vatten.

För traditionell bomullsodling krävs mycket vatten och kemiska bekämpnings- och gödningsmedel. Ofta sker odlingen i delar av världen där rent vatten redan är en bristvara. Även den fortsatta förädlingen av bomull, liksom produktionen av andra textila råmaterial, kräver mycket vatten. Kemikalier används även i färg- och beredningsprocesser vilket kan bidra till förorening av vatten.

Vi ställer krav på vattenrening och minskning av avloppsvatten för leverantörer av egna varumärken. Om inte detta hanteras på rätt sätt kan avloppsvattnet ha en betydande inverkan på miljön. Vi som företag har ett ansvar att driva utvecklingen mot minskad vattenanvändning i en positiv riktning. För att göra det krävs att vi vidtar flera olika åtgärder för en mer hållbar produktion:

- Strävar efter effektiva bevattningsprocesser (gäller främst bomullsodling).
- Strävar efter att minska mängden och antalet kemikalier vid odling och våtprocesser.
- Öka andelen mer hållbara fibrer och material såsom återvunnen polyester, BCI och ekologisk bomull.
- Välja mer hållbara produktionsprocesser som är mer vattneffektiva för att minska vår vattenförbrukning och göra den mer resurseffektiv. T.ex. den vattenbesparande infärgningstekniken solution dye.
- Vi använder alltid PFC-fria alternativ för vattenavvisning för egentillverkade produkter.
- Tvättråd, Clever care, som är en symbol för hållbar textilskötsel som ger information till konsument hur man tvättar, torkar stryker sina textilier på ett mer hållbart sätt.
- Vi arbetar aktivt för ökad spårbarhet och transparens.

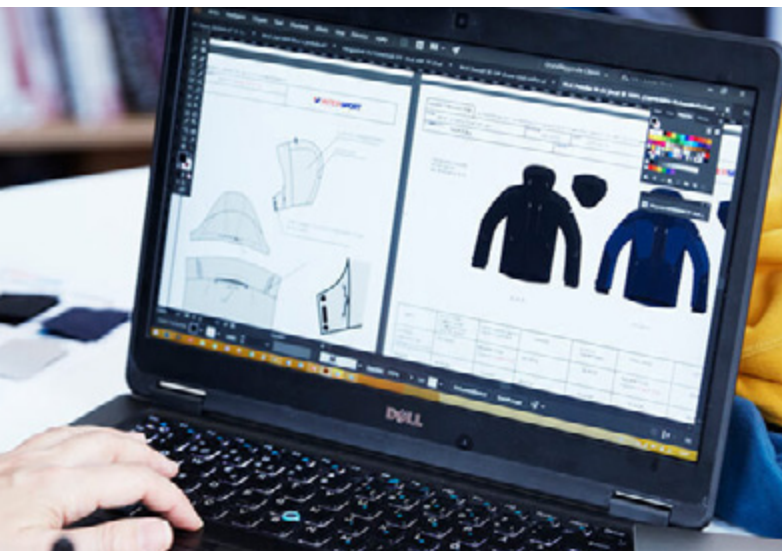




HÅLLBART FRAMTAGET SORTIMENT AV HÖG KVALITET

Vi strävar efter att utveckla produkter som tagits fram på ett så hållbart sätt som möjligt genom hela värdekedjan. Vi arbetar kontinuerligt med en sortimentsstrategi som innebär långsiktiga produkter och en stark bas i sortimentet. Detta för att erbjuda våra kunder ett attraktivt sortiment med säkra produkter av hög kvalitet och med lång livslängd. Vår erfarna sortimentsavdelning, som kontinuerligt arbetar med dessa frågor, ser hela tiden över våra processer för att köpa in de bästa produkterna både ur ett säkerhets-, kvalitets- och hållbarhetsperspektiv.

Vi har under året som gått haft en workshop utifrån Teds Ten som tar upp tio punkter inom hållbar design. Dessa strategier har uppstått som ett verktyg för att hjälpa designers att designa "bättre" ur ett hållbarhetsperspektiv. Utifrån dessa punkter



har vi valt de områden som är mest relevanta för vår verksamhet och tagit fram en designpolicy med riktlinjer för en mer hållbar design och produktutveckling. Målsättningen är att vi vill nå en högre grad av hållbarhet i vår process när vi tar fram nya produkter. Policydokumentet skall vara ett stöd i det arbetet.

Vi har under året definierat vad vi anser vara en mer hållbar produkt. Detta koncept kommer lanseras på vår e-handel under början på nästa år i form av en speciell märkning.

Viktiga val i design- och inköpsprocessen

De beslut vi fattar under designprocessen har stor betydelse för den totala miljö- och klimatpåverkan som produkten bidrar till under sin livslängd. Cirka 80% av en produkts påverkan avgörs redan vid designstadiet. I designarbetet kan vi göra många val gällande material och funktion som leder till mer hållbara plagg. Nyproduktionen av en produkt kräver mycket resurser. Den viktigaste miljöhandlingen vi kan göra är att säkerställa att vi tar fram produkter som kan leva länge och ärvas eller säljas vidare så att produkten får en lång aktiv livslängd.

I vårt sortiment använder vi oss av flera olika fibrer, behandlingar och material beroende på vilken funktion, känsla och passform vi vill uppnå. Dessa val påverkar miljön på olika sätt. Våra produkter innehåller material som kräver stora resurser vid framställning och produktion. Tillgången på råvaror är begränsad och utvinning och förädling av dessa påverkar vår planet och miljö. Infärgning av vissa fibrer kräver stora mängder vatten och energi och vi strävar fortsatt efter att använda resurssnålare infärgningsprocesser, t.ex. Solution Dye. En av våra utmaningar är att denna infärgningsteknik kräver



en hög volym med tanke på att infärgning och fibertillverkning sker i samma steg. Några av de viktigaste valen vi gör i samband med vårt design- och inköpsarbete:

- De material vi använder måste uppfylla våra kvalitetskrav. Vi utför kontroller och tester för att säkerställa att våra kemikalie-, säkerhets- och hållbarhetskrav efterlevs.
- Optimering av materialval och samkörning av olika kvalitéer mellan områden är något vi fokuserar på och kommer arbeta vidare med även framåt. För att underlätta detta har vi påbörjat ett arbete med ett materialbibliotek.
- Vi strävar efter att anpassa mönster och skärningar för att minimera spill.
- Bidra till att öka plaggets livslängd genom att till exempel skicka med extra knappar och resårband till våra barnoveraller.
- Vi arbetar för att främja monomaterial för att underlätta återvinning i framtiden, dock inte på bekostnad av plaggets livslängd.



MATERIALVAL

Den globala produktionen av textila fibrer var 2020 ungefär 115 miljoner ton. Vi strävar efter att bidra till effektivt användande av naturresurser för att minimera negativ miljöpåverkan från vår verksamhet och bidra till en mer hållbar framtid. Vi arbetar ständigt med förbättringar av våra material och har en tät dialog med våra leverantörer. Vi försöker tillverka produkter av så hållbara material som möjligt för att minska användning av vatten, energi och kemikalier.

Som ett led i detta arbete fortsätter vi utöka andelen hållbara material och behandlingar på produkterna i vårt sortiment. Ett exempel på detta är återvunnen polyester istället för "vanlig" polyester eller mer "hållbar" bomull istället för "konventionell" bomull. Egentligen finns det inget material som är hållbart utan bara material som är bättre än andra, beroende på förutsättningar och ändamål. Vissa produkter kanske kan bli bättre i återvunnet material, andra kanske håller längre om man gör ett annat materialval. En viktig fråga för oss är göra rätt val redan från början beroende på användningsområdet för att ta tillvara på våra resurser och möjliggöra lång livslängd. Viktigt att tillgodose och säkerhetsställa de krav som produkten måste uppfylla. För att lättare kunna följa upp och mäta våra materialmål över tid har vi precis implementerat ett uppföljningssystem i vårt interna datasystem vilket kommer vara till stor hjälp för oss framåt.

Under 2021 har vi haft utmaningar gällande prishöjningar och råvarubrist, vissa material som är mer hållbara som ekologisk bomull har varit svåra för våra leverantörer att få tag på. Efterfrågan på mer hållbara material är idag större än tillgången vilket vi ser som en utmaning. Vi hoppas att detta inte

kommer att påverka de materialmål vi tidigare satt. Främst använder vi nedan material i vår produktion.

Bomull

Bomull är en populär naturfiber med hög komfort. Bomull står för cirka 49% av Sveriges totala fiberkonsumtion (Mistra 2019). Traditionell bomullsodling är en miljöutmaning då det krävs mycket vatten, kemikalier och bekämpningsmedel i odlingen med konventionell bomull. Bomullen kan vara genmodifierad.

Vi arbetar för att fasa ut all konventionell bomull och endast använda mer "hållbar" bomull, då syftar vi antingen på ekologisk bomull eller BCI bomull.

Ekologisk bomull

Ekologisk bomull odlas utan kemiska bekämpningsmedel och konstgödsel i varierad växtföljd och innehåller inga genmodifierade organismer (GMO)

vilket gör processen, i jämförelse med traditionell bomullsodling, mer hållbar och bättre för miljön och för de som arbetar med bomullsodlingen.

Under de senaste åren har vi ökat andelen produkter i ekologisk bomull i våra egna varumärken. Under 2021 nådde vi vårt mål att vårt egenproducerade juniorsortiment skulle vara i ekologisk bomull. Vi kommer tyvärr inte ha möjlighet att klara detta mål inför nästa år på grund av att tillgången på den ekologiska bomullen varit väldigt begränsad vilket har gjort att vi har varit tvungna att se över andra alternativ såsom BCI-bomull som ett komplement till den ekologiska bomullen.

Vi har som mål att samtliga egenproducerade bomullsprodukter ska vara i ekologisk bomull 2025. Vi hoppas fortfarande att vi kan nå detta mål till 2025.





BCI bomull

Vi har under vintern gått med i BCI (Better Cotton Initiative) och är medlemmar genom vårt internationella kontor IIC. BCI är en global medlemsorganisation som utbildar bönder i mer hållbara odlingsmetoder såsom effektiv användning av vatten och minskning av användningen av bekämpningsmedel. Odlarna får även ökad kunskap om hur man skall skydda jordkvaliteten och öka den biologiska mångfalden. För att uppnå långsiktig hållbarhet fokuserar BCI på långsiktig förbättring och ökat samarbete mellan odlarna. BCI tar även upp sociala aspekter som förbättrade arbetsvillkor och barnarbete. BCI-bomull är ett miljömässigt bättre val än konventionell bomull men innebär inte att bomullen är ekologisk. Det betyder inte heller att produkten är tillverkad av fysiskt spårbar bomull. För mer information, se www.bettercotton.org.

Polyester

Polyester är den vanligaste fibern och utgör drygt hälften av världens textilier. Polyesterfibern är baserat på petroleum och kommer därmed från en icke-förnyelsebar källa. Framställningen är energiintensiv, helt kemisk och ger utsläpp av växthusgaser och andra emissioner till luft och vatten. Fördelen med polyester är att det är ett tåligt material som möjliggör lång livslängd på plaggen.

Återvunnen polyester

Produkter producerade av återvunnen polyester kommer främst från PET-flaskor, 99%. Processen innebär minskade utsläpp av koldioxid och mindre användning av vatten och är ett bra sätt för att nå en mer cirkulär och hållbar produktionskedja. Cirka 15 % av den totala framställningen av polyester är från återvunna källor.

I vårt sortiment är delar framtaget av antingen delvis eller helt återvunnen polyester och vi fortsätter vår strävan mot att en större del av sortimentet ska tas fram på liknande sätt. Många av våra externa leverantörer jobbar aktivt för en mer cirkulär produktion där återvunna material är en del.

Infärgningsteknik – Solution dye

Denna infärgningsteknik sparar vatten, energi och kemikalier vid framtagning eftersom man undviker en separat infärgningsprocess. Färgpigment tillsätts när man framställer fibern vilket ger både en bättre färgbeständighet och kvalitet. Vi strävar efter att öka andelen produkter med den här infärgningsmetoden, en av utmaningarna är dock att det krävs höga minimikvantiteter med tanke på att infärgning och fibertillverkning sker i samma steg.

DJURRÄTTSPOLICY

Vi har ett stort fokus på att utveckla kvalitetsprodukter för konsumenter som inte äventyrar de "fem friheterna" för djurskydd och strävar efter att följa dessa friheter genom hela leveranskedjan. Inga djur får behandlas illa vid anskaffning av råvaror eller vid produktion av produkter.

Vi följer Svensk Handels djurrättspolicy som vi kommunicerar till alla våra leverantörer genom vårt avtal. Denna policy tar avstånd från all oetisk djurhållning och anser att djur ska behandlas väl och skyddas mot onödigt lidande och skada. Vi kräver av våra leverantörer att de ska arbeta mot djurplågeri och djurs lidande. Skulle det komma fram att någon leverantör strider mot vår djurrättspolicy kommer vi vidta omedelbara åtgärder.





Det finns risker kring djurhållning och ursprung därför har vi valt att endast använda certifierad ull och dun.

Ull:

Vi accepterar inte mulesing-framtagna ull och säljer inte produkter med ull som producerats med mulesing-ingrepp på lamm. Vi kräver certifikat från våra leverantörer som intygar detta.

RDS dun:

Responsible Down Standard, RDS, syftar till att främja bra djurhållning vid dunproduktion och certifikatet garanterar djurens välmående och bra levnadsvillkor. Vi tar avstånd från oetisk dunproduktion där dun plockas från levande fåglar och arbetar uteslutande med RDS-certifierat dun i samtliga internt framtagna produkter. De produkter vi tillverkar och säljer ska endast innehålla dun och fjädrar plockade från fåglar redan avlivade till livsmedelsindustrin.

Päls:

Vi säljer inte produkter med äkta päls.

ANSVARFULL PRODUKTION GENOM LEVERANTÖRSKEDJAN

Kontroll av leverantörskedjan, avseende miljö-påverkan och mänskliga rättigheter, är en väsentlig fråga i vårt arbete med alla våra leverantörer. Vårt sortiment består av produkter både från våra egna varumärken och ledande sportvarumärken för att tillgodose våra kunders efterfrågan med ett attraktivt och hållbart sortiment. Egna varumärken produceras både av oss på Intersport Sverige och genom IIC. IIC gör tester, kontroller, uppföljning för de produkter de utvecklar. IICs avtal och krav går i

linje med Intersport Sverige, mer att läsa på <https://www.intersport.com/about/our-responsibilities/>.

Vi värdesätter partners som arbetar proaktivt för hållbarhet och driver innovation. Vi satsar på samarbetspartners som delar vår vision om aktivt och hållbart liv samt en hållbar värdekedja. Innan vi ingår ett samarbete med en ny leverantör krävställer vi att de accepterar vår djurrättspolicy, kemikalie- och kvalitetskrav samt vår uppförandekod som beskriver våra värderingar och de krav vi ställer på våra leverantörer. Koden omfattar bland annat miljö och hälsa, säkerhet, föreningsfrihet, lagliga löner, arbetstider, antikorruption samt förbud mot tvångsarbete och barnarbete. Samtliga leverantörer skall ha tagit del av och skrivit på vår uppförandekod.

Vi fokuserar på att bygga långsiktiga och bra relationer och arbeta tillsammans med våra leverantörer och sätter upp gemensamma mål för att skapa ömsesidig nytta. Vi har under året uppdaterat våra avtal mot våra leverantörer med nya CSR-policys och riktlinjer för att ytterligare förtydliga våra krav. Vi har även tagit fram en inköspolicy som syftar till att kvalitetssäkra processerna vid inköp, väga in miljö- och naturhänsyn i våra beslut, samt betona vårt samhällsansvar. I samband med detta har vi även tagit fram en checklista som är ett stöd för att hjälpa sortimentsavdelningen att följa inköspolicyn på bästa sätt.





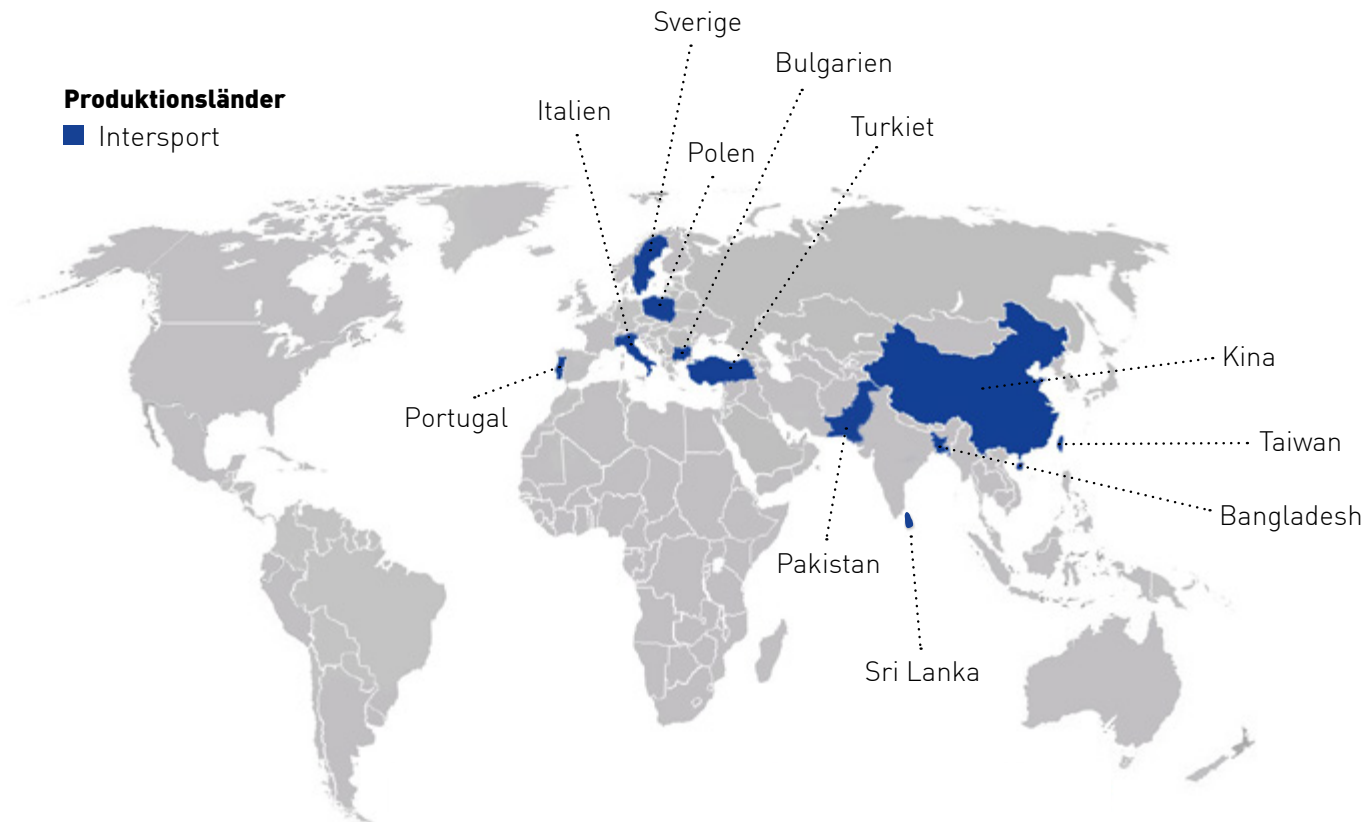
VÅRA LEVERANTÖRER

Produktion av egna varumärken

De produkter som tillverkas under våra egna varumärken produceras i olika produktionsanläggningar runt om i världen. Idag sker en stor andel av vår tillverkning i Bangladesh och Kina. Vi äger inga egna produktionsenheter men har ansvar att kontrollera aktuella arbetsförhållanden och ställa krav på åtgärder om vi upptäcker brister. En förutsättning för att kunna påverka ansvarstagandet, minska risker och driva utvecklingen framåt är att ha nära relationer och arbeta långsiktigt med våra leverantörer.

Vår övergripande inköpsstrategi är att konsolidera vår leverantörskedja för att arbeta med färre fabriker, arbeta mer direkt med fabriker och därigenom få ökad kontroll.

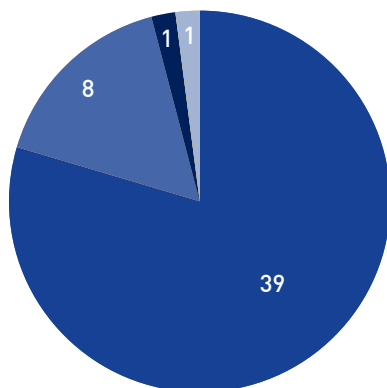
Intersport Sverige samarbetar i dagsläget med 56 fabriker och har under året ingått samarbete med 6 nya fabriker. Av de 56 fabrikerna är 49 stycken belägna i så kallade "högriskländer" och "riskländer" i linje med amfori BSCI risk country classification. Vår nuvarande relation med våra producenter är till största delen genom våra leverantörer som spelar en förmedlande roll.





Följande graf visar fördelning av våra producenter i "riskländer".

Antal produktionsenheter i riskländer



■ Kina ■ Bangladesh ■ Pakistan ■ Sri Lanka

Leverantörsutvärdering

Vi har under 2021 fortsatt med våra leverantörsutvärderingar som görs två gånger per år. Vid dessa tillfällen utvärderar vi samarbete, kommunikation, pris, produkt, kvalitet och leveranssäkerhet samt ser över bredden av leverantörer och försöker optimera vår leverantörsbas. Vi går även igenom behovet av kemikalietester. Vi har under året som gått kommit fram till att det är bättre att utvärdera leverantörer i ett tidigare skede för att kunna ta action inför orderläggning. Amfori/ BSCIs arbetsprocess är en integrerad del av vår leverantörsuppföljning och deras plattform med information och alla sparade revisioner är ett stort stöd för oss.

Utmaningar och risker

Inom vår bransch är det ofta långa och komplicerade leverantörskedjor som spänner över flera länder vilket komplicerar och utgör en risk i hållbarhetsarbetet. Vi ser en risk i att mänskliga rättigheter inte respekteras då det finns stora risker kopplat till sociala aspekter såsom arbetstagarens rättigheter, löner, föreningsfrihet och arbetsmiljö. Vi ser även miljömässiga och affärsetiska risker såsom korruption och mutor i leverantörsledet. En viktig del av vårt arbete är därför transparens. Vi arbetar aktivt med att samla in information från våra leverantörer för att kartlägga hela leverantörskedjan från råmaterial till färdig produkt. Detta är något vi lagt stort fokus på under året som gått. Vi har även tagit stöd i riskverktyget från Textile fashion 2030 när vi gjort våra riskbedömningar. Riskbilden ändras hela tiden så detta är ett kontinuerligt arbete som vi fokuserar på även under nästa år.

Den pågående pandemin har påverkat våra leverantörer och arbetarna på de produktionsenheter vi använder oss av. Vissa produktionsenheter har varit stängda och vissa inspektioner har inte kunnat genomföras enligt plan.

Lokal närvaro

För att säkerställa att tillverkning sker på ett ansvarsfullt sätt avseende arbetsförhållanden och miljö besöker vi, under normala omständigheter, kontinuerligt de fabriker vi använder för våra egna varumärken. Detta har dock inte varit möjligt under 2021 på grund av coronapandemin.

För vår egenproduktion i Kina och Bangladesh samarbetar vi med två lokala kontor i Bangladesh och Kina. IOF (INTERSPORT Office Far East) har tidigare haft sitt lokala produktionskontor i Shenzhen. Under året som gått har de bytt från ett centraliserat kontor i Shenzhen som tidigare mest

varit fokuserat på Kina till ett multi satellit-system med en bredare geografisk räckvidd för att komma närmre våra leverantörer.

I Kina har de personal på plats i flera regioner vilket gör att de kan ta sig till alla fabriker inom 1-2 timmar. I Sydostasien har de team på nyckelplatser i Bangladesh, Myanmar, Kambodja och Vietnam. Den nya modellen fyller en viktig funktion och ger en stark närvaro på plats. Det gör att de lättare kan reagera snabbt, fånga upp problem och stötta fabriker på plats vilket varit extra värdefullt i år.



Kvalitetsgranskar leverantörer genom externa parter

När vi granskar våra fabriker tar vi inte bara hänsyn till kvalitet, även sociala och arbetsrättsliga normer är en viktig fråga när det gäller produktion. För att säkerställa att tillverkning sker på ett ansvarsfullt sätt med avseende till människor och miljö har vi valt att ingå i ett branschsamarbete med Amfori (tidigare BSCI – Business Social Compliance Initiative). Vi är medlemmar sedan 2008 och har även skrivit på byggnadssäkerhetsavtalet Bangladesh The Accord on Fire and building Safety 2014.



Antikorruption i produktionskedjan

Antikorruptionsfrågan är viktig i alla leverantörsled då mutor och korruption slår hårt mot arbetsrätten, mänskliga rättigheter och miljöfrågan. Vi arbetar kontinuerligt för att följa upp och identifiera om vi har några riskleverantörer så att vi kan motarbeta och förebygga korruption.

Vi minskar de risker som finns genom att vara med i amfori BSCI och The Accord on Fire and Building Safety i Bangladesh där leverantörerna granskas regelbundet. Båda dessa initiativ har även visseblåssystem för att bland annat fånga upp korruption och ger både oss och våra leverantörer kompetenshöjande kostnadsfria utbildningar.

Amfori BSCI

Amfori, BSCI är ett världsledande branschsamarbete för företag som arbetar med socialt ansvarstagande med fokus på att förbättra arbetsförhållandena i leverantörskedjan men innehåller också regler om vatten, luft och kemikalieanvändning. Medlemskapet ger möjlighet att säkerhetsställa och förbättra den globala kedjans sociala prestanda. Det ges även möjlighet att bidra till ökad transparens och ett tydligt och konsekvent förhållningssätt vilket gör detta samarbete till ett bra redskap i vårt CSR-arbete. Både vi, Intersport Sverige, och IIC arbetar med uppföljning och åtgärdsplan mot leverantör. Detta är även ett sätt för oss att möta våra intressenters behov.

De leverantörer som vi arbetar med väljs noggrant ut och kontrolleras inför framtida samarbeten. Tillsammans med andra BSCI-medlemmar har vi en gemensam uppförandekod, BSCI Code of conduct. Denna uppförandekod är en integrerad del av det kommersiella avtal vi har med samtliga leverantörer. Koden tar upp 11 principer och är baserad på FN:s deklaration om mänskliga rättigheter och ILO:s konventioner om arbetsvillkor, FN:s Global Compact, OECD:s riktlinjer samt andra miljökrav. Koden fungerar som ett stöd i arbetet gällande sociala och miljömässiga frågor i kedjan. Amfori BSCIs kod möjliggör ett systematiskt och standardiserat sätt att inspektera och utvärdera fabrikers kodstatus.

amfori BSCI Code of Conduct

Our enterprise agrees to respect the following labour principles set out in the amfori BSCI Code of Conduct.

amfori BSCI Principles



The Rights of Freedom of Association and Collective Bargaining

Our enterprise respects the right of workers to form unions or other kinds of workers' associations and to engage in collective bargaining.



Fair remuneration

Our enterprise respects the right of workers to receive fair remuneration.



Occupational health and safety

Our enterprise ensures a healthy and safe working environment, assessing risk and taking all necessary measures to eliminate or reduce it.



Special protection for young workers

Our enterprise provides special protection to any workers that are not yet adults.



No bonded labour

Our enterprise does not engage in any form of forced servitude, trafficked or non-voluntary labour.



Ethical business behaviour

Our enterprise does not tolerate any acts of corruption, extortion, embezzlement or bribery.



No discrimination

Our enterprise provides equal opportunities and does not discriminate against workers.



Decent working hours

Our enterprise observes the law regarding hours of work.



No child labour

Our enterprise does not hire any worker below the legal minimum age.



No precarious employment

Our enterprise hires workers on the basis of documented contracts according to the law.



Protection of the environment

Our enterprise takes the necessary measures to avoid environmental degradation.

amfori BSCI Approach



Code Observance

Our enterprise is obliged to protect workers' rights as mandated by the law and the amfori BSCI Code.



Workers' Involvement and Protection

Our enterprise keeps workers informed about their rights and responsibilities.



Supply Chain Management and Cascade Effect

Our enterprise uses the amfori BSCI Principles to influence other business partners.



Grievance Mechanism

Our enterprise provides a system to collect complaints and suggestions from employees.

www.amfori.org

amfori  BSCI
Trade with purpose



Fabrikskontroller

Alla fabriker registrerade i detta system granskas av oberoende tredjepartscertifierade revisionsföretag med relevant kompetens inom områdets lokala arbetslagar och förordningar relaterade till arbetares hälsa och säkerhet. Vi kräver att de fabriker vi använder oss av ska ha godkända revisioner och om brister uppdagas ska dessa åtgärdas och följas upp av en ny inspektion. Vi försöker i första hand förstå leverantören att rätta till bristerna och tillsammans sätta en tidsplan för förbättringsarbetet. Om leverantören inte uppfyller de uppsatta åtgärdskraven inom tidsramen avbryts samarbetet.

Efter en inspektion görs auditen synlig för alla företag som använder leverantören och alla Amfori BSCIs medlemmar delar inspektions

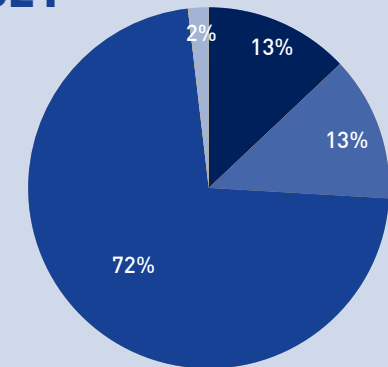
resultaten i en gemensam databas. Detta är ett bra system för större påverkan och ökat samarbete mellan medlemsföretagen samt för att undvika dubbelinspektioner. Inspektioner bedöms utifrån en skala A till E inom 13 områden där A är det bästa resultatet och E det sämsta. Det vanligaste betyget är C.

Amfori BSCI revisorer har en specifik procedur som följs vid upptäckt av ett nolltoleransproblem, "zero tolerance". Nolltoleransprotokollet innebär allvarliga brister såsom barn- och tvångsarbete, den typen av anmärkningar leder till omedelbar varning. Detta är en specifik revisionsåtgärd som gör det möjligt att erkänna fem huvudsakliga kränkningar av de mänskliga rättigheterna som listas nedan:

ZERO TOLERANCE ISSUE CLASSIFICATION	
Child Labour	Workers who are younger than 15 years old (or the legal minimum age defined by the country). Workers younger than 18 who are subjected to forced labour.
Bonded Labour	Not allowing workers to leave the workplace or forcing them to work overtime against their will. Using violence or the threat of violence to intimidate workers to force them to work.
Inhumane treatment	Inhuman or degrading treatment, corporal punishment (including sexual violence), mental or physical coercion, and/or lives.
Occupational Health & Safety	Occupational health and safety violations that pose an imminent and critical threat to workers' health, safety, and/or lives.
Unethical Behaviour	Attempted bribery of auditors. Intentional misrepresentation in the supply chain (e.g hiding production sites, lacking a business license, and purposefully under-declaring size of the workforce).

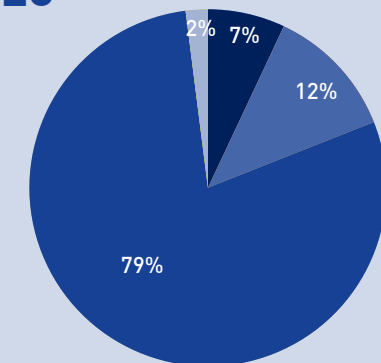
I grafiken nedan ses en översikt över våra producenters revisionsbetyg.

2021



■ A Mycket bra ■ B Bra ■ C Acceptabelt ■ D Otillräckligt

2020



■ A Mycket bra ■ B Bra ■ C Acceptabelt ■ D Otillräckligt



Accord on Fire and Building Safety in Bangladesh

Efter fabriksolyckan Rana Plaza i Bangladesh, bildades brand- och byggnadssäkerhetsavtalet Bangladesh [Accord on Fire and Building Safety](#). Vi har sedan 2014 förbundet oss till Accordavtalet vars mål är att skapa en bättre och säkrare arbetsmiljö för textilarbetare i Bangladesh. Avtalet är ett oberoende, juridiskt bindande avtal. Vi har under året även skrivit på det förnyade arbetsmiljöavtalet International Accord for Health and Safety, en överenskommelse som omfattar fabriker som tillverkar färdiga plagg.

Avtalet innebär bland annat att fabriker genomgår oberoende regelbundna inspektioner inom brand-, el- och byggnadssäkerhet. Efter varje inspektion upprättas en uppdaterad åtgärdsplan med tidsgränser. När åtgärderna är utförda kontrolleras de för att säkerställa att alla korrigeringar har gjorts. Samtliga av de fabriker vi använder i Bangladesh är inspekterade av Accordet. Av de fabriker vi samarbetar med i Bangladesh är åtgärdsplanerna till 92% uppnådda. Vi arbetar långsiktigt med våra leverantörer för en bättre byggnads- och brandsäkerhet.

Transparens

Ökad transparens är en viktig del inom vårt hållbarhetsarbete och en förutsättning för att vi ska kunna ta vårt etiska och sociala ansvar samt förhindra korruption. Våra kunder ska kunna lita på att våra plagg produceras med hänsyn tagen till både människor och miljö. Sedan våren 2020 är vi transparenta med de fabriker vi samarbetar med genom en lista på vår hemsida, i linje med Transparency pledge. Listan uppdateras två gånger per år.





LOGISTIK, DRIFT & FÖRSÄLJNING - MILJÖPÅVERKAN

Transport

Logistiken, främst transporter av varor, har en stor klimatpåverkan som vi är väl medvetna om. Alla transporter medför utsläpp av växthusgaser och det är därför viktigt att utvärdera och välja de alternativ som bidrar till mer hållbara transporter. För att kunna följa upp, utvärdera och göra mer hållbara transportval kommer vi under 2022 göra ett stort arbete med att kartlägga flera delar av vår verksamhet och medföljande utsläpp för att ta fram ett basår.

Våra transporter från Asien till vårt centrallager i Nässjö görs främst med sjöfrakt, 2021 stod sjöfrakt som transportslag för 98,82 % av volymen och 1,17 % transporterades med tåg. Sjösändningarna skeppas till Göteborgs hamn och därefter transporteras merparten av alla containrar med tåg till vårt centrallager. Transporter från vårt centrallager till våra butiker sker till största delen genom vägtransporter med en transportör som är miljöcertifierad enligt ISO 14001.

Vi är medvetna om de stora negativa miljöeffekterna med flygfrakt och arbetar aktivt för att minimera alla transporter med flyg som ett led i att minska vårt klimatavtryck. Flygfrakt sker endast i undantagsfall efter ett godkännande av inköpschef. Under hösten 2021 hade vi en sändning som levererades med flygfrakt och den stod för 0,01 % av den totala volymen där vi hanterar frakten enligt Incoterms.

Att arbeta strategiskt med transporter är viktigt för att minska vårt klimatavtryck och våra utsläpp. Vi arbetar med transportpartners som erbjuder flexibla lösningar och samtidigt aktivt arbetar med de

miljömässiga utmaningarna som finns i branschen för att erbjuda mer hållbara transportlösningar.

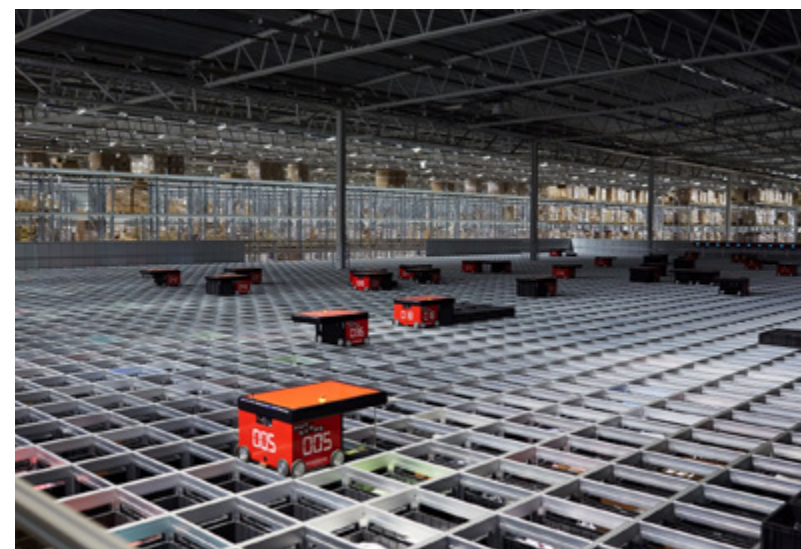
Vi jobbar också med, och har som mål, att öka fyllnadsgraden i alla transporter. En del i det arbetet är planering genom hela processen från orderläggning till leverans. Det gör att vi till exempel kan utvärdera vilka hamnar som används i Asien och tidigt korrigera önskade skeppningsdatum för att i större utsträckning konsolidera leveranser och öka fyllnadsgraden i containrar. Även fyllnadsgraden i kartonger är något som vi aktivt jobbar med, både från våra leverantörer och det som packas på vårt centrallager.

Hämta e-handelspaket i butik

Vår e-handel lagerförs på centrallagret i Nässjö och vi erbjuder kunden leverans till butik, ombud eller hem. Alternativet med leverans till butik gör att flera ordrar kan sampackas och levereras med våra ordinarie butiksleveranser. I de fall kunden väljer att hämta ut sitt paket i någon av våra butiker och produkten finns tillgänglig har butiken möjligheten att plocka och packa ordern vilket ger kunden en snabb leverans med än mindre klimatpåverkan.

Boka & hämta

Boka & hämta innebär att kunden reserverar en vara online för att sedan hämta den och slutföra köpet i butik. Då kunderna genomför köpet först efter att ha haft möjligheten att prova, titta och känna på produkten kan felaktiga köp i större utsträckning uteslutas vilket minskar antalet returer och byten. Likt leveransalternativet utlämning i butik har varorna transporterats med butikens ordinarie





varuleveranser som i större utsträckning sampackas och därmed har en mindre klimatpåverkan.

Affärsresor

Vi har under 2020 och 2021, precis som många andra, minskat våra affärsresor avsevärt. Totalt 21 flygresor bokades mellan januari och november under 2021. Detta är endast 4,7% av antalet bokade flygresor under samma period 2019 (då 447 flygresor gjordes). Vi har alltså minskat organisationens flygresor med 95,3% under de två senaste åren. Vår resepolicy uppmuntrar samtliga medarbetare att resa miljömedvetet och i första hand välja tåg och buss framför flyg och bil. Vi ser, ur en miljöaspekt, utvecklingen mot allt mer digitala möten och konferenser som positivt och har som målsättning att bibehålla ett lågt antal flygresor i samband med affärsresor även under 2022.

Energiförbrukning

Vår totala energiförbrukning från butiker, kontor och lager består till 93% av el (7867MWh) och 7% fjärrvärme (622MWh). Sedan flera år tillbaka använder vi enbart förnybar el vilket ger en besparing på 2517 ton Co2 jämfört med om vi inte valt enbart förnybart.

Energiförbrukningen kommer till största del ifrån:

- Belysning (60%) El
- Ventilation (13%) El
- Uppvärmning (7%) Fjärrvärme

Utifrån den fördelningen ligger vårt fokus på att minska resursutnyttjandet inom belysningsområdet där vi kan få störst effekt. Idag består vår butiksbelysning till 50% av LED. Vår målsättning är



att till 2024 minska den årliga förbrukningen från belysning med 10% eller 500MWh genom att minst 90% av vår belysning är LED. Under 2022 kommer vi byta ut belysningen i ytterligare 15% av våra butiker.

Kundinsikter leder till mer hälsosamt lager

Vi arbetar systematiskt med att få bättre insikter om våra kunder och deras drivkrafter. Vi genomförde 2020 bl.a. en analys av våra viktigaste målgrupper och har under 2021 fördjupat oss i specifika områden, t.ex. med en undersökning om hållbarhet. Med bättre förståelse för vår kund kan vi leverera en bättre köpupplevelse för kunden på flera plan.

Vi kan se tydligare mönster i vilka kunder som värdesätter produkter gjorda av miljövänligt

material och genom hållbara tillverkningsätt och möta dem med innehåll och produkter som tillgodoser deras önskemål och därmed göra det lättare bidra till ett hållbart klimat och sund konsumtion. Ur ett större perspektiv kan vi genom bättre kundkännedom även se våra kunders behov gällande vårt sortiment och vara mer relevanta när det kommer till vårt utbud vilket leder till bättre lagersaldo och mindre överblivna produkter i lager.

Förflyttning från traditionellt till digital marknadsföring

Vår kundkännedom ska också leda till anpassad kommunikation och större förståelse kring vilka som bör få analog kommunikation och vilka vi kan nå i de digitala kanalerna vilket på sikt gör att vi minska den



mängd papper som går åt till postal kommunikation. Vi har under året fokuserat på att fortsatt utveckla och testa nya digitala annonseringsalternativ till traditionella tryckta annonsformat. Framåt är vår ambition att minska mängden trycksaker genom att kombinera digitala och fysiska kanaler på ett än mer effektivt sätt.

Vi har under året även arbetat fram ett mer hållbart arbetssätt när det kommer till våra kampanjer som vi har en ambition att fortsatt utveckla under kommande år. Vi ser över material av olika slag för att återanvända och minska klimatpåverkan över tid genom att minska den totala mängden produktion och distribution av marknadsföringsmaterial till kunder, föreningar och butiker med mera.

Digitala kvitton

Sedan 2019 har våra kunder haft möjlighet att välja att få kvittot direkt i mailen istället för det traditionella papperskvittot i handen. Digitalt kvitto skapar stor bekvämlighet för våra kunder och ligger samtidigt i linje med vårt jobb för fler hållbara lösningar. I dagsläget har 29 105 kunder valt denna möjlighet.

Påsar

Påsar har en negativ påverkan på miljön, för att minska antalet bärpåsar som förbrukas tar vi betalt för påsar i butik. Under året har vi succesivt sett en minskning av antalet sålda påsar vilket vi ser som en positiv utveckling. Under 2021 tar vi ett aktivt beslut för att fasa ut bärpåsar i plast till förmån för pappåsar tillverkade av återvunnet material. Våra e-handelspåsar är gjorda av plast och tillverkade av återvunnet material då plasten här fyller en funktion med sin vattentätthet, även här ser vi över hur vi kan tillämpa olika alternativ framöver.

Förpackningar och avfallshantering

Förpackningar av olika slag är svåra att komma ifrån helt i vår bransch eftersom förpackningarna har till uppgift att skydda våra produkter från till exempel smuts och skador. Vi ser kontinuerligt över hur vi packar produkter på bästa sätt för att minska mängden plast runt varje produkt och pall. Vi kommer kontinuerligt byta ut våra förpackningar som är i plast eller kombinerade plast- och pappersförpackningar och i stället gå mer mot kartong vilket gör materialen lättare att återvinna.

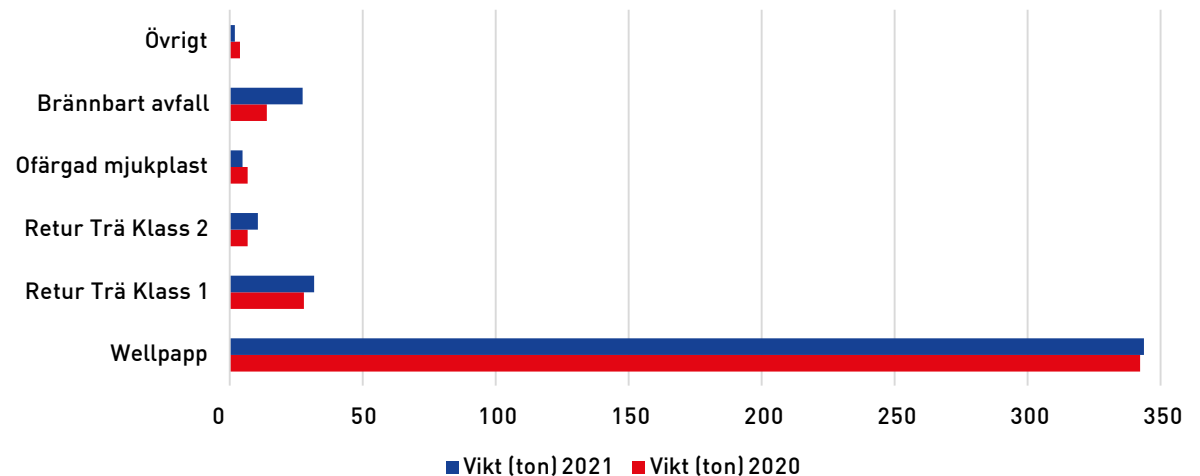
Gällande förpackningar, annat emballage och förbrukningsmaterial jobbar vi med att hitta resurs- och klimateffektiva lösningar. En del i det är avfallshantering och framför allt återvinning

av material. På centrallagret återvinner vi främst wellpapp, trä och plast men även andra avfallstyper. Under 2021 har andelen mjukplast minskat, dock har andelen brännbart avfall dessvärre ökat. Detta är något vi kommer följa upp med ambitionen att öka sorteringsgraden. Positivt är att andelen osorterat, övrigt avfall har minskat under det gångna året.

Leveransförseningar

Processer och rutiner kring leveranser sattes också på prov under året till följd av stora störningar i globala logistikkedjor. Leveransförseningar har haft en påverkan på affären och har medfört att vi stundtals haft varubrist inom vissa segment främst från externa varumärken.

Avfall per avfallstyp från centrallagret i vikt (ton)





VÅRA MEDARBETARE



MEDARBETARSKAP & FÖRETAGSKULTUR

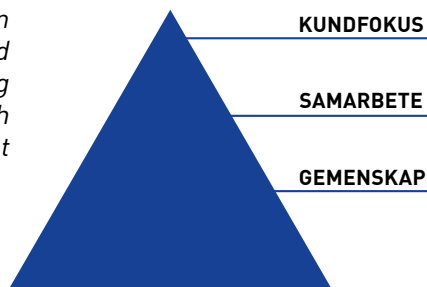
Vi tror på att nöjda medarbetare skapar nöjda kunder som i sin tur är en förutsättning för lönsamma affärer. Därför är våra medarbetare vår viktigaste tillgång och goda arbetsförhållanden och en säker arbetsmiljö är en självklarhet för oss. Att verka för att vara en god arbetsgivare genom trygga anställningar, anställningsvillkor och förmåner är en väsentlig fråga för företaget. Vi följer lagar och avtal samt har personalpolicyer som tydliggör arbetet med bland annat arbetsmiljö, jämställdhet, mångfald och kränkande särbehandling. All vår personal är kollektivavtalsanslutna.

Förändringsarbetet mot bättre företagskultur

Under 2018 och 2019 genomfördes en stor förändringsresa där ny Affärsidé, Vision, Mission samt Värdegrund växte fram. Detta kallar vi: Vinnarkultur. Syfte med förändringsarbetet har varit att förstärka gemenskap, tillhörighet och välbefinnande på våra arbetsplatser. Vi har även tagit fram begreppet Köppupplevelse i världsklass vilket innefattar allt vi gör för att skapa nöjda kunder. Under 2021 har vi kompletterat vårt förändringsarbete med att tydliggöra såväl våra strategier, taktiska prioriteringar samt hur vi mäter våra framgångar genom vår målbild och andra KPI:er. Detta för att samtliga medarbetare ska förstå och känna sig delaktiga i vårt arbete framåt mot att bli *Sveriges mest inspirerande sportdestination*.

Vi arbetar kontinuerligt med att fortsätta forma företagskulturen och arbetar dagligen med fokus på att vara en attraktiv arbetsplats där medarbetare känner trygghet, samhörighet och engagemang. Detta görs i form av årliga medarbetarsamtal, gruppdiskussioner, workshops, utbildningar och introduktioner.

När vi i vår medarbetarundersökning, som 907 medarbetare svarade på, frågar vad som utmärker Intersportkulturen idag så hamnar Kundfokus, Samarbete och Gemenskap på topp 3 vilket vi är mycket stolta över.



För att mäta hur väl vi som företag lyckas uppnå Vinnarkultur på våra arbetsplatser genomförs årligen vår medarbetarundersökning med utgångspunkt i:

- Värdegrund-Index: Vilja, Våga, Vinna, ETT Intersport.
- Team-Index: Mål, värderingar, kommunikation, laganda, roller, uppföljning/utveckling.
- Ledarskap-Index: Trovärdig, inspirera, utmana, coacha, omtanke.
- Individ-Index: Vill, styrkor, fysiologi, effektivitet, mental styrka och relationer.



INDEX	2019	2020	2021
VÄRDEGRUND-INDEX	71	72	79
TEAM-INDEX	73	74	76
LEDARSKAP-INDEX	73	74	76
INDIVID-INDEX	74	75	76

Vi ser fantastiska framsteg från mätningen 2020 på samtliga parametrar, särskilt utmärkande är värdegrundens stärkta position i personalgrupperna.

Att vara en attraktiv arbetsgivare med nöjda medarbetare ingår i företagets strategiska målbild som i sin helhet består av; Medarbetaren, Kunden och Affären. eNPS är ett mått på nöjda medarbetare som vi totalt mäter fyra gånger om året. Under Q1-Q3 har vi tre mindre statuscheckar följt av vår större årliga medarbetarundersökning i Q4. Vårt resultat i företagets eNPS har stärkts från 9 till 15 sedan 2020. Vi ser stora skillnader i resultatet mellan företagets olika verksamhetsområden och enheter och kommer under 2022 ytterligare fokusera på att stärka ambassadörsskapet. Detta med hjälp av insatser som utökad budget till personalaktiviteter, tydligare medarbetarprocesser och ledarskapsutbildningar.

eNPS
15





Insatser för miljön – Delaktighet och engagemang

Att som medarbetare få vara delaktig i vårt arbete mot ett mer hållbart samhälle tror vi stärker såväl engagemang som gemenskap. Under året anslöt vi oss till Plogga-rörelsen, att plocka skräp och jogga, och genomförde ett härligt event på vårt kontor i Mölndal. Tillsammans med Plogga-grundare Erik Ahlström hade vi en dag med föreläsning, aktivitet och skräpplockning. Tillsammans samlade vi ihop 175 kg skräp i vårt närområde, vi rörde på oss och fick en stund med många skratt. Under 2022 hoppas vi kunna fortsätta plogga tillsammans.



TRYGG OCH SÄKER ARBETSPLATS

Vi strävar alltid efter en god fysisk och psykosocial hälsa bland våra medarbetare och främjar en god arbetsmiljö på flera sätt, bland annat:

- Alla nya chefer och medarbetare på företaget genomgår en webbaserad introduktionsutbildning med fokus på arbetsmiljö och säkerhet.
- Vår Arbetsmiljöpolicy och vårt systematiska arbetsmiljöarbete finns tillgänglig för samtliga medarbetare i företags Arbetsmiljöhandbok.
- På varje enhet genomför vi två skyddsronder per år. Samtliga skyddsronder följs upp av HR, Säkerhetschef och Regionchef i syfte att ständigt förbättra arbetsmiljön.
- Vi genomför riskbedömningar inför verksamhetsförändringar.
- Vi arbetar med arbetsmiljöfrågor både förebyggande och rehabiliterande tillsammans med Företagshälsovård och vår interna Skyddskommitté som sammanträder fyra gånger per år.

- Alla medarbetare och chefer har, både via en App och intranätet, möjlighet att rapportera händelser, såsom tillbud och olycksfall, på arbetsplatsen. Via en anonym kanal kan också klagomål och oenigheter rapporteras direkt till HR.
- Vid nyanställning får samtlig personal ta del av och signera en intern uppförandekod med fokus på regler kring gåvor och intressekonflikter.

Säkerhetsarbete

Säkerhetsarbetet på Intersport syftar till att skydda våra samtliga tillgångar, såväl personal som egendom. Skyddet anpassas efter rådande lagstiftning samt företagets riskbild. Vi eftersträvar ett systematiskt säkerhetsarbete där vikten ligger på säkerhetsmedvetenhet, förebyggande arbete samt beredskap gällande krishantering.

Under 2021 har totalt sju olycksfall, en arbets sjukdom, nio tillbud och tre riskobservationer rapporterats in via händelserapporterings-systemet IA, endast en av dessa händelser har resulterat i frånvaro. 2020 hade vi totalt 12 inrapporterade olycksfall och nio tillbud varav tre resulterade i frånvaro.

Vi ser det minskade antalet av olyckor med frånvaro tillsammans med det ökade antalet inrapporterade tillbud och riskobservationer som en positiv utveckling. Företaget har en nollvision gällande arbetsplatsolyckor och arbetsrelaterade sjukdomar med frånvaro. Fler rapporterade och utredda tillbud och riksobservationer är en viktig del i det förebyggande arbetsmiljöarbetet.



SJUKFRÅNVARO 2021 (JAN-NOV)

	Kort (<15 dagar)	Lång (>15 dagar)	Total
BUTIK INTERSPORT	2,7%	1,3%	4,0%
BUTIK LÖPLAPPET	3,2%	0,0%	3,2%
SERVICEKONTOR	1,0%	0,6%	1,6%
CENTRALLAGER	3,3%	3,8%	7,2%



INTRODUKTION & UTVECKLING

Introduktion och välkommandet av nya medarbetare är för oss en viktig investering i framtiden och avgörande för våra medarbetares välmående och förståelse för arbetet. Det ger oss också en möjlighet att berätta om våra värderingar och vår kultur samt hur vi agerar i enlighet med våra policyer. Alla medarbetare genomgår en digital introduktionsutbildning i samband med nyanställning. Här informerar vi bland annat om vår Vision, Mission och affärsidé, vår värdegrund, arbetsmiljö, våra policyer och var den anställde kan vända sig för hjälp och stöd eller för att rapportera in eventuella händelser.

Produktutbildningar

Då vi redan 2020 såg effekterna av pandemin i frågan att nå våra medarbetare där de verkar har vi under 2021 fortsatt arbetet med att utveckla och skapa bra digitala utbildningar. Vårens produktutbildningar, inom bl.a. löpning och hockey, genomfördes helt virtuellt och vi lanserat en ny läroplattform för leverantörsutbildningar.

Årets runningutbildning togs fram med hjälp av personal från både Löplabbet och Intersports butiker. I år byggde vi upp en interaktiv läroresa med fokus på att känna sig trygg i alla delar kring löpning, från ergonomi till fotanalyser och rätt sko till rätt kund. Utbildning fick fantastisk feedback från deltagarna och vi har fortsatt bygga andra utbildningar utifrån samma struktur.

"Vi ser många olika intersportare som "håller i" utbildningar vilket är ett klokt val. Då detta kanske får många att känna att det finns en möjlighet att göra karriär inom Intersport om man gör ett bra jobb."

– Robert Korhonen, Butikschef – Intersport

Även hockeyutbildningen byggdes utifrån samma tanke. Med hjälp av medarbetare på hockeyavdelningen i vår butik i Högsbo levererades en bra basutbildning för våra hockeysäljare som fick ökad grundkompetensen och skapa ett forum för att fördjupa sig i valda delar.

Med utbildning i digitalt format kunde vi erbjuda en plats till alla intresserade medarbetare. Utbildningen kunde genomföras helt via telefonen och genom de personliga länkarna kunde utbildningsteamet ha full koll på vilka som genomförde och deltog i de olika utbildningsmomenten.

"Vi har fått toppscore och fantastiska kommentarer från våra deltagare under årets virtuella utbildningar. Vi har kunnat få ut mycket information samtidigt som vi genomfört utbildningar både kostnads- och tidseffektivt. Då vi utbildat personer på plats i sina butiker och hemmiljöer så har de efter nya lärdomar från ett utbildningspass direkt kunnat omsätta teori till praktik och möta kund. Det som från start var en manöver för att kunna genomföra utbildningar under pandemin har istället blivit ett framgångsrecept för att kunna utbilda brett på ett enkelt sätt. Många i vår personalstyrka har varit inblandade och på så vis verkligen omsatt vårt sätt att bygga utbildning under tesen "För Intersportare, av intersportare"."

– HR-chef Maria Bjärnsmyr



Hur värdefullt upplevde du dagarna RunningCamp? (1-10)

9,2



I alla utbildningar ingår en utvärdering där medarbetarna får ge feedback på de olika momenten. Här följer kommentarer gällande både running- och hockeyutbildningen.



Vad tyckte deltagarna?

"Bra nivå på hela utbildningen. Alla känns superpeppade att börja sälja löparskor!"

"Jättebra utbildning och väldigt lärorik. Känner mig mycket säkrare kring running och hur vi levererar den bästa köppplevelsen."

"Veckan översteg mina förväntningar! Jättebra blandning av föreläsningar, expertinslag från Löplabbet och övningar man fick jobba på."

"Tycker att det var ett bra upplägg, gav oss det sätt vi ska jobba på. Bra med input från olika håll. Guld med frågestunder. Bra med medieträning, direkt test i praktiken efter teoripassen."



Vad tyckte medarbetarna var mest värdefullt med utbildningen?

"Ni fortsätter i samma anda, Bra jobbat! Väldigt bra nivå på utbildningen även för en person som kan lite. Alltid bra med repetition."

"En bra och jämn nivå på hela utbildningen. Lagom tid per avsnitt. Bra att dela upp den på 3 dagar så att man hinner smälta allt. Ni var också väldigt duktiga som utbildningsledare. Mvh Peter."

"Jag tycker det fungerar jättebra! Ni tar med oss steg för steg och man lär sig massor av nya saker även fast jag har spelat ishockey under mina ungdomsår."

"Att få en inblick och tips och trix inför kommande hockeysäsong. Jag har lärt mig att mycket av informationen jag behöver för att sälja en produkt finns på själva produkten (hockeyskydd)."



MYAGI

Vi har i år skapat ett samarbete med plattformen MYAGI där leverantörer kan skapa egna läroresor direkt till vår personal. Vi har hittills kopplat på flertalet leverantörer och skapat ett värdefullt kunskapsbibliotek med stor tillgänglighet till medarbetarna.



Ambassadorsprogram – Köpupplevelse i Världsklass

Konceptet Köpupplevelse i Världsklass är ett kompetensutvecklingsprogram som är framtaget av medarbetare för medarbetare. På flera olika håll i landet har våra engagerade regionambassadörer vidareutvecklats inom försäljning och coaching och samarbetat tillsammans för att skapa innehåll, struktur och utbildningsplaner för arbetet med Köpupplevelse i Världsklass. Idag har programmet utvecklats till att vi har ett flertal Köpupplevelseambassadörer på både regionnivå och butiksnivå. Ambassadörernas uppdrag är att stötta, coacha, utbilda och motivera medarbetare i butik och på så sätt förstärka den individuella utvecklingen för alla våra medarbetare.

I år har vi även börjat mäta kundnöjdhet (NPS) i alla butiker vilket gör att vi nu har ett tydligt fokus på när medarbetaren skapar köpupplevelse i världsklass. Vårt mål under nästa år är vi fortsätter skapa mer världsklassiga köpupplevelser med hjälp av våra ambassadörer. Våra ambassadörer fokuserar på att skapa trygghet i säljarrollen där fokus på kunskap och arbetsglädje står i centrum.

Stöd vid avslutad anställning

Detaljhandeln är en ständigt föränderlig bransch. Därför behöver även vi som företag vara förändringsbenägna och se över vår verksamhet löpande. Detta kan tyvärr innebära att våra omställningar

leder till arbetsbrist inom vissa affärsområden. Via kollektivavtal har vi ett nära samarbete med både Trygghetsfonden (TSL) och Trygghetsrådet (TRR) som erbjuder omställningsstöd till personer som blivit uppsagda på grund av arbetsbrist. Under 2021 har 4 personer påbörjat ett nytt arbete och 3 personer har vidareutbildat sig via Trygghetsrådet.

LIKABEHANDLING

Jämställdhet och alla människors lika värde är en självklarhet för oss. Vi ser detta som en stor tillgång och anser att det ger ett brett synsätt och perspektiv i arbetet som gynnar verksamheten. Människors lika värde är en väsentlig punkt i vår värdegrund som vi arbetar aktivt med och kontinuerligt förmedlar till våra medarbetare.

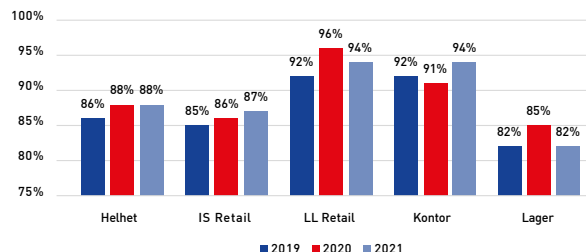
Vi genomför årliga lönekartläggningar och lönerevisioner där särskilt fokus läggs på att eliminera oskäliga löneskillnader mellan kön. Ett viktigt fokus i företagets likabehandlingsplan är att sträva mot en jämn fördelning mellan kvinnor och män i ledande positioner. Handlingsplaner och mål upprättas årligen för att verka för en kontinuerlig positiv utveckling.

Alla chefer på Intersport ansvarar för att ett aktivt arbete med jämställdhet och mångfald bedrivs enligt framtagna policyer för jämställdhet, arbetsmiljö och lagstiftning. Arbetet är en integrerad del i hela verksamheten och ledarskapet ska främja för ett arbetsklimat utan diskriminering eller kränkande särbehandling. HR-avdelningen och alla chefer har även ett särskilt ansvar att fånga upp samt utreda signaler om det visar sig att en anställd upplever problem med sin arbetssituation. Signalerna kan fångas upp i det dagliga arbetet, under medarbetarsamtal, vid sjukanmälan, i

medarbetarenkät, anonym visselblåsarfunktion eller i direkt kontakt med HR.

Alla medarbetare uppmanas även att ta ansvar för sin egen medverkan i arbetet med jämställdhet, mångfald och antidiskriminering. Medverkan innebär att föregå med gott exempel, ge ett gott bemötande och se till människors lika värde. Vidare ta avstånd från och signalera till närmaste chef om diskriminering eller kränkande särbehandling förekommer. 88% av våra medarbetare rapporterar under 2021 att deras arbete är helt fritt från diskriminering, trakasserier, mobbing och kränkande särbehandling.

Mitt arbete är fritt från diskriminering, trakasserier, mobbing och kränkande särbehandling.





PERSONALSTATISTIK & LÖNEDATA

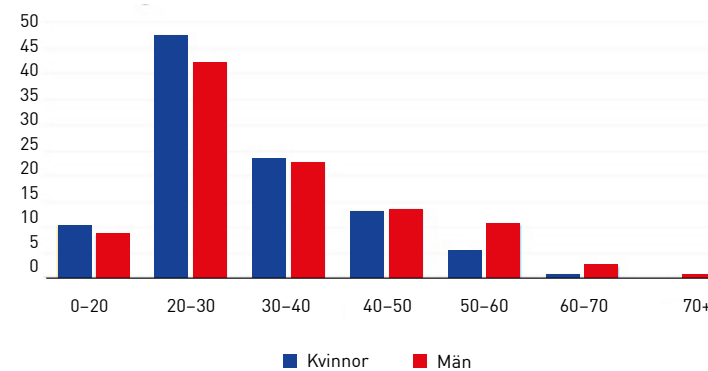
PERSONALOMSÄTTNING	KVINNOR	MÄN
Anställda vid årets början	731	735
Anställda vid årets slut	811	752
Personalomsättning %	39,43 %	32,15 %

Personalomsättning beräknar vi med formel $S/(IB+UB) /2$. IB=Antal anställda vid årets början, UB=Antal anställda vid årets slut, S=Antal avslutade personer under perioden.

Nyckeltal för samtliga anställningar 2021	KVINNOR	MÄN	TOTAL
Antal	698	689	1 387
Andel	50,3%	49,7%	
Medelålder	31	33	32
Medelanställning	5	6	5
Medellön (Grundlön i SEK/månad)	26 044	27 525	26 644
Löneskillnad (K/M)			95,6%



Åldersfördelning %





Jämförelse – Nyckeltal 2018–2021

NYCKELTAL	2018			2019			2020			2021		
	KVINNOR	MÄN	TOTALT	KVINNOR	MÄN	TOTALT	KVINNOR	MÄN	TOTALT	KVINNOR	MÄN	TOTALT
Antal	917	942	1859	897	969	1866	881	866	1747	698	689	1387
Andel	49,3%	50,7%		48,1%	51,9%		50,4%	49,6%		50,3%	49,7%	
Medelålder	30 år	32 år	31 år	30 år	31 år	31 år	30 år	32 år	31 år	31 år	33 år	32 år
Medelanställningstid	4 år	5 år	5 år	4 år	5 år	5 år	4 år	5 år	5 år	5 år	6 år	5 år
Löneskillnad % (K/M)			94,3%			94,3%			95,7%			95,6%

Sammanställning av styrelse och ledning samt uppdelning av andra anställda 2021

	KVINNOR	MÄN
Styrelse	22,2%	77,8%
Ledningsgrupp	33,3%	66,7%
Mellanchefer	33,3%	66,7%
Butikschefer	39,7%	60,3%
Anställda	51,4%	48,6%

Tabellerna ovan bygger på lönedata från mars 2018, februari 2019, februari 2020 och april 2021, endast räknat tillsvidareanställda vid angiven tid.





ÖVRIG INFORMATION

 **INTERSPORT®**



Revisorns yttrande avseende den lagstadgade hållbarhetsrapporten

Till bolagsstämman i Intersport Sverige Holding AB, org.nr 559015-3523

Uppdrag och ansvarsfördelning

Det är styrelsen som har ansvaret för hållbarhetsrapporten för år 2021 och för att den är upprättad i enlighet med årsredovisningslagen.

Granskningens inriktning och omfattning

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

Uttalande

En hållbarhetsrapport har upprättats.

Jönköping den 8 mars 2022

Öhrlings PricewaterhouseCoopers AB

Daniel J. Lützen
Auktoriserad revisor



INNEHÅLLSFÖRTECKNING ENLIGT GRI

Hållbarhetsredovisningen utgår ifrån Global Reporting Initiatives riktlinjer, GRI Sustainability Reporting Standards Core nivå. Rapporterade indikatorer har valts utifrån intressentbild och företagets egna prioriteringar.

GRI 102: GENERAL DISCLOSURES 2016		
ORGANISATIONSPROFIL		REFERENS
102-1	Organisationens namn	Sid. 4-5
102-2	Verksamhet, varumärken, produkter och tjänster	Sid. 4-5
102-3	Huvudkontorets lokalisering	Krokslätts Fabriker 34, 431 37 Mölndal
102-4	Länder där organisationen har verksamhet	Sid. 4-5
102-5	Ägarstruktur och organisationsform	Sid. 4-5
102-6	Marknader som organisationen är verksam på	Sid. 4-5
102-7	Organisationens storlek	Sid. 4-5
102-8	Information om anställda och andra som arbetar för organisationen	Sid. 46-47
102-9	Leverantörskedja	Sid. 29-31
102-10	Väsentliga förändringar gällande organisation och leverantörskedja	Sid. 7, 31
102-11	Försiktighetsprincipen	Vi tillämpar försiktighetsprincipen i riskbedömningar och planering. Detta för att garantera säkra kvalitetsprodukter till våra kunder.
102-12	Externa initiativ om hållbarhet som organisationen stödjer/omfattas av	Sid. 17-18, 20, 23-24, 32, 34, 41
102-13	Medlemskap i organisationer	Sid. 20, 32, 34



STRATEGI		REFERENS
102-14	Uttalande från ledande befattningshavare (VD Ord)	Sid. 7
ETIK OCH INTEGRITET		REFERENS
102-16	Värderingar, principer och etiska riktlinjer	Sid. 6, 39-40
102-17	Rutiner för rådgivning om etiska frågor	Sid. 11
STYRNING		REFERENS
102-18	Styrningsstruktur	Sid. 4-5, 11
INTRESSENTDIALOG		REFERENS
102-40	Lista över intressentgrupper	Sid. 11
102-41	Kollektivavtal	Samtliga utom VD, inhyrda och praktikanter
102-42	Identifiering och urval av intressenter	Sid. 11
102-43	Metoder för intressentdialog	Sid. 11
102-44	Viktiga frågor som lyfts	Sid. 12-15
REDOVISNINGSPRAXIS		REFERENS
102-45	Enheter som ingår i den finansiella redovisningen	Sid. 4-5
102-46	Definition av redovisningens innehåll och frågornas avgränsning	Sid. 12-15
102-47	Lista över väsentliga frågor	Sid. 13-15



102-48	Förändringar av information	Sid. 7, 9, 11-12
102-49	Förändringar i redovisningen	Sid. 7, 9, 11-12
102-50	Redovisningsperiod	2021-01-01 – 2021-12-31
102-51	Datum för publicering av senaste redovisningen	2021-05-31
102-52	Redovisningscykel	Årligen
102-53	Kontaktperson för redovisningen	Sid. 49
102-54	GRI Standards redovisningsnivå	GRI Sustainability Reporting Standards Core nivå
102-55	GRI-index	Denna tabellen
102-56	Extern granskning	Redovisningen är inte externt granskad.

GRI 200 ECONOMIC STANDARD SERIES

GRI STANDARD	UPPLYSNINGAR	REFERENS
GRI 201: Economic performance 2016	201-1 Skapat och levererat direkt ekonomiskt värde	Sid. 5
GRI 205: Anti-corruption 2016	205-1 Verksamhet som har riskbedömts gällande korruption	Sid. 32
GRI 205: Anti-corruption 2016	205-2 Kommunikation och utbildning i anti-korruptionspolicies och rutiner	Sid. 29, 32-34, 42
GRI 205: Anti-corruption 2016	205-3 Bekräftade korruptionsfall samt vidtagna åtgärder	Inga incidenter har rapporterats under året



GRI 300 ENVIRONMENTAL STANDARD SERIES

GRI STANDARD	UPPLYSNINGAR	REFERENS
GRI 103: Management approach 2016	103-1-3 Beskrivning av det väsentliga ämnet, dess avgränsning och styrning	Sid. 9-10, 12-15
GRI 301: Materials 2016	301-2 Användning av återvunnet material	Sid. 28
GRI 301: Materials 2016	301-3 Återanvändning och återvinning av produkter och dess förpackningsmaterial	Sid. 20, 37
GRI 303: Water and effluents 2018	103-1-3 Beskrivning av det väsentliga ämnet, dess avgränsning och styrning	Sid. 25
GRI 308: Supplier environmental assessment 2016	308-1 Andel nya leverantörer som utvärderats enligt kriterier för miljö	Sid. 30

GRI 400 SOCIAL STANDARD SERIES

GRI STANDARD	UPPLYSNINGAR	REFERENS
GRI 103: Management approach 2016	103-1-3 Beskrivning av det väsentliga ämnet, dess avgränsning och styrning	Sid. 7, 9-15, 17-18, 20, 29, 31-34, 39-40, 42-47
GRI 401: Employment 2016	401-1 Nyanställning och personalomsättning	Sid. 46-47
GRI 403: Occupational health and safety 2018	103-1-3 Beskrivning av det väsentliga ämnet, dess avgränsning och styrning	Sid. 42
GRI 404: Training and education 2016	103-1-3 Beskrivning av det väsentliga ämnet, dess avgränsning och styrning	Sid. 43-45



GRI 404: Training and education 2016	404-2 Kompetensutveckling, stöd vid avslutad anställning	Sid. 45
GRI 405: Diversity and equality opportunity 2016	405-1 Mångfald hos styrelse, ledning och anställda	Sid. 47
GRI 405: Diversity and equality opportunity 2016	405-2 Kvinnors grundlön och ersättning i förhållande till mäns	Sid. 46
GRI 408: Child labor 2016	408-1 Verksamheter och leverantörer med väsentlig risk för fall av barnarbete.	Sid. 30-31
GRI 409: Forced or compulsory labor 2016	409-1 Verksamheter och leverantörer med väsentlig risk för fall av tvångsarbete	Sid. 30-31
GRI 414: Supplier social assessment 2016	414-1 Nya leverantörer som granskats avseende social påverkan	Sid. 30
GRI 416: Customer health and safety	416-1 Andelen produkt- och tjänstekategorier som utvärderats avseende hälsa och säkerhet	Sid. 19, 23-24
GRI 416: Customer health and safety	416-2: Incidenter av bristande efterlevnad av säkerhet och hälsa för produkter och tjänster	Sid. 19
GRI 419	419-1 Bristande efterlevnad kring lagar och lagstiftning gällande sociala och ekonomiska aspekter	Vi har inte identifierat några brister kring lagar relaterade till sociala och ekonomiska aspekter.



kontakta oss

Telefon: 031-727 87 00

E-mail: kundservice@intersport.se

Följ oss @intersport

Instagram, Facebook, Youtube, LinkedIn

 **INTERSPORT®**