

Hållbara helhetslösningar – en del av vår affär

PacsOns hållbarhetsberättelse 2025

Innehållsförteckning

Vd:n har ordet.....	03
Det här är PacsOn.....	04
En oberoende leverantör.....	06
Ägarstyrning med hållbarhet i fokus.....	08
Summering av 2025	10
Det cirkulära flödet.....	12
Vårt ansvar börjar vid källan.....	13
Långsiktigt arbete för säkrare kemikalier	15
Leverantörer som delar våra värderingar	16
Innovation utan slut hos Tork	17
Alltid nära till kunder och medarbetare.....	18
Affärsetik och beslutsansvar.....	19
Rätt kompetens med jobbsprånget	20
Våra certifieringar.....	22
Nära samarbete med våra kunder.....	24
Hållbarhetsverktyget i vardagen	25
Lyckat samarbete med Emballator Lagan	26
Från avfall till resurs.....	28
Klimatberäkningar	30
PPWR och EUDR	32
Mål och framtidsplaner.....	34
Hållbarhetsåret i siffror	38



En tydlig riktning i en föränderlig omvärld

Sedan några år tillbaka är hållbarhetsarbetet en integrerad del av PacsOns affär, både när det gäller erbjudandet till kunderna och i den egna verksamheten. 2025 är inget undantag. Trots att hållbarhetsfrågan globalt sett har fått mindre uppmärksamhet har PacsOn fortsatt att ta stora kliv framåt.

– Jag är stolt över att vi som företag och våra medarbetare hela tiden fortsätter att utvecklas och värna om hållbarhetsfrågan som en naturlig del i allt vi gör. Det är bland annat guldmedaljen i EcoVadis ett bevis på, säger Anders Dahl, Managing Director på PacsOn-gruppen.

Precis som alla företag påverkas PacsOn av vad som händer i omvärlden. 2025 var ett omtumlande år inom hållbarhetsområdet med många turer och ändrade planer kring bland annat lagar, regelverk och rapporteringskrav. Dessutom fortsatte tongivande ledare och stora konflikter att skaka världen och påverka konjunkturen.

Finns det en risk att hållbarhetsfrågan får mindre utrymme och lägre prioritering när konjunkturen går ner och företag försöker hitta besparingar?

– I besparingstider ser vi att priset ofta får större fokus på bekostnad av andra aspekter, såsom hållbarhet, eller att vissa investeringar pausas av ekonomiska orsaker hos våra kunder. Då är det vår uppgift att visa att mer hållbara alternativ inte alltid behöver kosta mer när man ser till helheten. Vi har många exempel där våra kunder, genom att byta material och optimera leveranser och lagerhållning, både har gjort kostnadsbesparingar och minskat sin miljöpåverkan.

– I vår egen verksamhet har vi på PacsOn riktningen klar och har valt att fortsätta på den vägen oavsett konjunktur.

Hur har PacsOn navigerat i floran av nya regelverk från EU inom hållbarhetsområdet i allmänhet och förpackningar i synnerhet?

– De nya regelverken är en utmaning inte bara för oss på PacsOn, utan för hela förpackningsbranschen. Och det blir inte lättare när reglerna är otydliga, tidsfristen kort och den administrativa bördan stor, som i fallet med EUDR (avskogningsförordningen). När direktiven sedan ändras och skjuts upp gäller det att snabbt kunna ställa om och anpassa sig efter de nya förutsättningarna.

– I grund och botten är syftet med regelverken, som att minska avskogning och resursförbrukning, väldigt bra. Under 2026

hoppas jag att PPWR (förpackningsdirektivet) kan bidra till att harmonisera regelverken kring just förpackningar och öka återvinningen av material.

– Vi på PacsOn är väl förberedda. Genom att ha god kunskap om de nya regelverken och olika förpackningsmaterials miljö- och klimatpåverkan kan vi hjälpa våra kunder att uppfylla de nya kraven. Det är en affärsmöjlighet för oss som går helt i linje med kärnan i vårt hållbarhetsarbete – att hjälpa våra kunder att välja rätt produkt för rätt ändamål, där hela produktens livscykel tas med i beräkningen.

På två år har PacsOn gått från brons till guld EcoVadis. Vad är receptet bakom framgången?

– Jag skulle säga att det är ett resultat av ett systematiskt, långsiktigt arbete som vi har lyckats integrera i vår affär. Vi mäter, följer upp och har konkreta hållbarhetsmål både för vår egen verksamhet och de produkter vi säljer, såsom minskade CO₂-utsläpp, miljömärkt försäljning och full koll på våra produkter och leverantörer. Det gör att alla är delaktiga och att hela organisationen är engagerad. Oavsett roll i verksamheten kan man bidra till målen. Nu är målsättningen att förbättra oss ytterligare och nå det högsta betyget Platinum till 2027.

Hur ser framtidsutsikterna ut?

– Vi har riktningen klar och fortsätter att utvecklas hela tiden. Under 2026 kommer vi att byta IT-plattform, vilket kommer att ge oss nya möjligheter internt. Vi kommer att få ännu bättre koll på vår data och kunna samarbeta i ännu större utsträckning inom gruppen.

– Vi accelererar också vårt sortimentsarbete för att fortsätta hitta nya innovativa och smarta förpackningsmaterial och lösningar åt våra kunder. Det är en kul, bitvis utmanande, och väldigt lärorik resa vi är på och som jag ser fram emot att fortsätta.



Det här är PacsOn

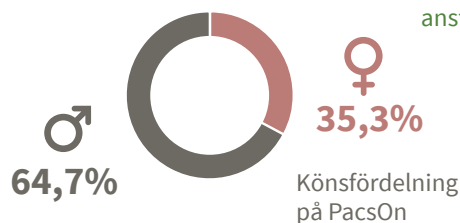
PacsOn är en rikstäckande och kundnära leverantör av förpackningslösningar och förbrukningsmaterial. Genom lokal närvaro, expertis och starkt, personligt engagemang stöttar vi våra kunder i att effektivisera deras verksamhet och öka lönsamheten.

I PacsOn ingår sex väletablerade företag som finns representerade från Malmö till Skellefteå. Gruppen är en kundnära och komplett leverantör av industriemballage, hygien och torkpapper, städartiklar, produkter för servering och catering, butiksemballage, skyddsprodukter och kontorsmaterial.

Men framför allt levererar vi skräddarsydda helhetslösningar. Med vår kunskap bidrar vi till att effektivisera processer och hitta kostnadseffektiva produkter samt logistik- och lagerlösningar som är anpassade efter våra kunders unika utmaningar och behov.

15 
lokala kontor, lager och/
eller butiker med huvud-
kontor i Jönköping och
Göteborg


207
anställda



1,5 Mdkr
omsättning 2025

Anställningstid
i snitt **12 år**

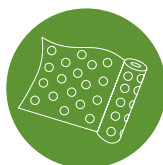
Våra produktområden



Emballage och
förpackningar



Lastsäkring
och lager



Produktskydd och
packmaterial



Tejp och
förlutning



Etiketter och
godsmärkning



Hygien och
torkpapper



Städutrustning



Servering
och catering



Kontorsmaterial



Skyddsutrustning

Sammanslagningar inom PacsOn-gruppen

Under 2025 genomfördes tre bolagsfusioner inom PacsOn-gruppen.

– Genom sammanslagningar av några av dotterbolagen stärker vi vår position på marknaden och vårt erbjudande till kunderna, säger Anders Dahl, Managing Director på PacsOn-gruppen.

Alla bolag som ingår i PacsOn-gruppen är sedan länge väletablerade leverantörer i sina respektive regioner. Efter genomförda fusioner har gruppen gått från nio till sex bolag (inklusive moderbolaget PacsOn AB) uppdelade på fyra starka, lokala regioner, Norr, Öst, Väst och Syd samt PacsOn International som arbetar rikstäckande med större avtal.

För oss på PacsOn är den lokala närheten till våra kunder viktig och den dagliga verksamheten bedrivs, precis som tidigare, på samtliga orter.

– Vår affärsidé är även fortsatt att genom lokal närvaro, hög tillgänglighet och personlig service erbjuda den bästa lösningen för våra kunder. Alla våra engagerade medarbetare jobbar hårt för att skapa starka team tillsammans med leverantörer och kunder. Det är så vi tror på framgång, säger Anders Dahl.



Sammanslagningar under 2025

- 1 maj bildade PacsOn Östgöta Papper AB och PacsOn Mälardalen AB nya PacsOn Öst AB under ledning av Marcus Wahren.
- 19 maj genomfördes en fusion mellan PacsOn Helmer Nilsson AB och PacsOn Syd AB under ledning av Lars Svensson. Bolaget går nu under namnet PacsOn Syd AB.
- 11 oktober bildade PacsOn Norrpartner AB och PacsOn Papperspartner AB nya PacsOn Norr AB under ledning av Ola Persson.

Våra bolag

PacsOn AB

Medarbetare: 21 st

Ort: Jönköping, Göteborg

PacsOn

International AB

Medarbetare: 42 st

Ort: Göteborg, Taberg

Omsättning: 435 Mkr

PacsOn Norr AB

Medarbetare: 32 st

Ort: Skellefteå, Umeå, Sundsvall, Östersund

Omsättning: 172 Mkr

PacsOn Öst AB

Medarbetare: 35 st

Ort: Stockholm, Linköping, Motala, Norrköping, Örebro, Västerås

Omsättning: 331 Mkr

PacsOn Väst AB

Medarbetare: 36 st

Ort: Jönköping, Falköping, Värnamo, Göteborg

Omsättning: 315 Mkr

PacsOn Syd AB

Medarbetare: 41 st

Ort: Malmö, Växjö, Ljungby, Sölvesborg

Omsättning: 301 Mkr

Våra kunder

Våra kunder finns i alla slags branscher. I vårt kundregister finns tillverkningsindustrier, transportföretag, e-handelsbolag, butiker, hotell, restauranger och cateringsverksamheter, städbolag, fastighetsbolag, tjänsteföretag och offentliga verksamheter.



En oberoende leverantör – med så mycket mer än bara produkter

PacsOn är mer än bara en leverantör av produkter. Vi är en långsiktig partner som vill växa tillsammans med våra kunder och strävar alltid efter att hitta lösningar som är så bra som möjligt – både för kunden och klimatet. Och som en oberoende leverantör har vi möjlighet att analysera hela marknaden och föreslå de alternativ som bäst möter kundens behov. Allt för att förenkla kundens vardag och stärka deras lönsamhet.

De produkter och tjänster som PacsOn erbjuder spelar sällan huvudrollen i våra kunders affär, men de är ofta avgörande för att kundens verksamhet ska fungera. Och under senare år har produkter inom förpackningar, emballage och förbrukningsmaterial fått allt större utrymme i många företags hållbarhetsarbete.

Som en helhetsleverantör är det vårt ansvar att hitta de mest hållbara alternativen åt våra kunder. Genom att identifiera lösningar som optimerar materialanvändningen, reducerar luft i transporter, ökar andelen återvunnet material och underlättar återvinning kan vi vägleda våra kunder till fakta-baserade val och hjälpa dem att minska sin klimatpåverkan.

Som grossist har vi på PacsOn dessutom tillgång till ett brett leverantörsnätverk och är oberoende på så sätt att vi inte är knutna till en viss tillverkare, produkt eller material, vilket är

en stor fördel i detta arbete. Det gör att vi alltid kan föreslå den lösning som är bäst enbart utifrån kundens faktiska behov, oavsett om det gäller plast, trä eller pappersprodukter, typ av tillverkning eller logistikkedja.

I vårt ansvar ingår också att säkerställa att våra leverantörer lever upp till krav inom miljö, arbetsmiljö och kvalitet samt rätt produkt till rätt pris. Vår storlek som koncern gör att vi kontinuerligt kan förhandla fram konkurrenskraftiga villkor och säkerställa både kvalitet och kostnadseffektivitet i hela kedjan. Och skulle någon leverantör brista i något av dessa områden eller av annan anledning få problem att leverera kan vi, tack vare vårt breda nätverk och oberoende position, snabbt hitta alternativa lösningar och minimera risken att våra kunders verksamhet påverkas av störningar eller produktionsstopp.



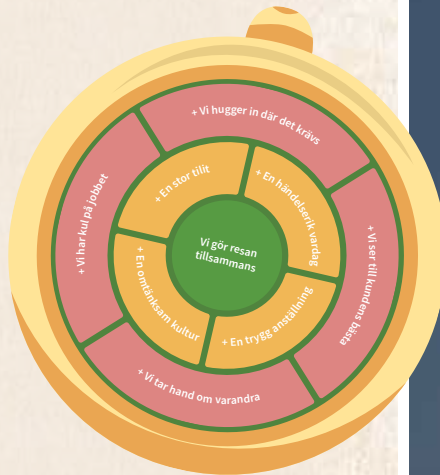
Som helhetsleverantör i en oberoende position hittar vi snabba alternativa lösningar som gynnar våra kunder

Vi är stolta över vår värdegrund

Vår värdegrund fungerar som en kompass för både dagens och morgondagens medarbetare. Den tydliggör de värden vi vill att vårt arbetsgivar-
ska förknippas med. Värdegrunden utgör fundamentet i vårt arbetsgivar-
varumärke och är vägledande för vår företagskultur. Kort sagt, den är ett
verktyg som synliggör våra styrkor, definierar vår kärna och sammanfattar hur
vi ska agera i det dagliga arbetet.

En värdegrund med tre viktiga delar:

Den yttersta ringen symboliserar våra
värderingar, innanför den återfinns
vårt arbetsgivarerbjudande och i
centrum ligger vårt arbetsgivarlöfte
– att vi gör resan tillsammans. När tillit,
gemenskap, förtroende, samhörighet
och arbetsglädje präglar arbetsplatsen
skapas trygghet som sprider sig som
ringar på vatten. Den kulturen är vi mycket
stolta över.



*Med engagemang, kompetens
och en strävan efter att alltid bli
bättre driver vi utvecklingen framåt
och bidrar till en hållbar utveckling.”*

Ur PacsOns miljöpolicy

Vision

En lösningsleverantör för långsiktigt affärsvärde

Vi är en omtänksam leverantör av långsiktiga lösningar. En hållbar partner
som vill växa tillsammans med våra kunder och leverantörer. För att
ständigt stärka vår position nyttjar vi vår lokala närhet samtidigt som vi
vidgar samarbetet i våra bolag från norr till söder. Lagarbete och flexibilitet
är nyckeln till fortsatt framgång. Det är så vi kan maximera affärsvärdet både
för våra kunder och för oss.

Affärsidé

En partner att lyckas med

Vi förser inte bara våra kunder med förpackningar och förbruknings-
material – vi levererar även flexibilitet, spetskompetens och skräddarsydda,
innovativa lösningar. Allt för att öka lönsamheten och förenkla vardagen
för våra kunder. Väljer man PacsOn väljer man en partner med hållbarhet
i fokus och ett äkta personligt engagemang.
En partner att lyckas med.

Vår hållbarhets- berättelse

Att årligen publicera en hållbarhets-
berättelse fyller ett flertal syften för
oss på PacsOn. Dels är berättelsen
ett viktigt verktyg i vårt interna
hållbarhetsarbete, där den hjälper
oss att skapa struktur, forma vårt
årshjul och stärka vår uppföljning
och kontroll. Dels vill vi ge våra
kunder och samarbetspartners en
transparent och aktuell bild av våra
framsteg, våra utmaningar och de
områden där vi ännu inte nått hela
vägen fram.

Genom att dela med oss hoppas vi
både inspirera och underlätta för
våra medarbetare, såväl som våra
kunder att göra medvetna och mer
hållbara val.





Ägarstyrning: En del av helheten

OptiGroup driver sin verksamhet med hållbarhet i fokus. Här vägs ekonomi, miljö och socialt ansvar samman för att skapa långsiktigt värde. Att ha en stark ägare med tydliga riktlinjer och ambitioner är en stor fördel för PacsOn i vårt hållbarhetsarbete.

OptiGroups arbete tar avstamp i övergripande riktlinjer och ambitioner för samtliga 60 företag som bolaget äger. Genom att ställa krav både internt mot sina bolag och externt mot leverantörer och samarbetspartners ökar varje enskilt bolags möjlighet att påverka betydligt mer än om arbetet hade skett individuellt.

Vi brukar säga att OptiGroup "sätter golvet", det vill säga riktlinjerna för de krav som alla bolag ska efterleva. Taket för hur

långt eller högt vi ska gå och nå är upp till varje enskilt bolag. För PacsOns del är det en stor fördel med denna "draghjälp" från sitt ägarbolag.

Förutom att stötta när det gäller lagefterlevnad och säkerställa affärsetiska processer arbetar OptiGroup även proaktivt. OptiGroup har valt att förankra sina övergripande klimatmål i SBTi. Det innebär att PacsOn och övriga dotterbolag nu arbetar för att sätta sina egna klimatmål enligt SBTi.

Grunden i OptiGroups arbete är en stark affärsetik som sammanfattas i fem fokusområden:

» Klimatpåverkan och utsläpp

Minskat klimatavtryck genom medvetna leverantörsval, energi-effektivisering och en ökad andel förnybar energi – både internt och tillsammans med partner.

» Hållbara produkter och försörjningslösningar

Genom att främja cirkulära flöden och smart resursanvändning erbjuds lösningar som bidrar till minskad miljöpåverkan. Här handlar det om att tänka längre än produkten.

» Ansvarsfullt inköp

OptiGroup samarbetar med leverantörer som har samma värderingar kring hållbarhet, transparens, mänskliga rättigheter och socialt ansvar.

» Mångfald, jämställdhet och inkludering

En arbetsplats där olika perspektiv får ta plats är en självklar del av framgången. Stor vikt läggs på att skapa en kultur där alla trivs, utvecklas och bidrar på lika villkor.

» Affärsetik och lagefterlevnad

Tydliga etiska riktlinjer säkerställer att verksamheten bedrivs ansvarsfullt. Hög integritet och nolltolerans mot korruption bygger förtroende i alla affärsrelationer.



SBTi

Science Based Targets Initiative – klimatåtagande

OptiGroup följer SBTi:s standardprocess och har fått sina klimatmål antagna.

Science Based Targets (SBT) baseras på den senaste klimatvetenskapen och syftar till att begränsa den globala uppvärmningen till 1,5 °C. Initiativet Science Based Targets initiative (SBTi) hjälper företag att sätta mål för att minska sina utsläpp av växthusgaser i linje med Parisavtalet.

För att nå detta krävs att de globala utsläppen halveras till 2030 och minskar med 90–95 procent till 2050. De utsläpp som återstår behöver då neutraliseras genom exempelvis koldioxidinfångning eller andra former av koldioxidborttagning.

Kortsiktiga klimatmål

- De kortsiktiga målen omfattar en period på 5–10 år och fokuserar på utsläpp inom Scope 1 och 2.
- Målet är att minska de absoluta utsläppen av växthusgaser inom Scope 1 och 2 med 54,6 procent till 2033, jämfört med basåret 2023.
- Utöver detta ska 80 procent av leverantörerna, baserat på utsläpp kopplade till inköpta varor och tjänster, ha egna vetenskapsbaserade klimatmål senast 2030.

Långsiktiga klimatmål – Nettonoll

- De långsiktiga målen omfattar Scope 1, 2 och 3 och innebär att utsläppen ska minska till nettonoll senast 2050, i linje med SBTi:s Net-Zero Standard.
- Det innebär att upp till 10 procent av utsläppen kan kvarstå och därefter neutraliseras genom verifierade klimatåtgärder.

CSRD

– rapporteringskrav för ökad transparens

Corporate Sustainability Reporting Directive (CSRD) är EU:s direktiv för hållbarhetsrapportering. Direktivet innebär att större företag måste rapportera mer omfattande och standardiserad information om sin påverkan inom miljö, sociala frågor och bolagsstyrning (ESG).

CSRD ersätter det tidigare Non-Financial Reporting Directive (NFRD) och introducerar de nya rapporteringsstandarderna European Sustainability Reporting Standards (ESRS). Syftet är att öka transparensen kring företags hållbarhetsarbete och stärka ansvarstagandet i näringslivet.

Förenklingsförslag inom CSRD

I februari 2025 presenterade EU-kommissionen ett så kallat Omnibus Simplification Package, med syfte att minska den administrativa bördan för företag och stärka EU:s konkurrenskraft.

Förslaget innebär:

- Höjt tröskelvärde - endast företag med fler än 1 000 anställda omfattas, jämfört med tidigare 250.
- Uppskjuten implementering - företag som skulle rapportera 2026 behöver inte rapportera förrän 2028.
- Förenklade rapporteringskrav – ESRS-standarderna ska ses över och innehålla färre obligatoriska datapunkter.
- Begränsade datakrav på små och medelstora företag – rapporterande företag får inte begära mer hållbarhetsinformation från leverantörer än vad som anges i de frivilliga standarderna.

PacsOn omfattas inte direkt av CSRD men de nya rapporteringskraven påverkar oss indirekt genom att vårt ägarbolag OptiGroup samt många av våra kunder och leverantörer gör det. Vi kommer även framöver att transparent rapportera om vårt hållbarhetsarbete.



Summering av hållbarhetsåret 2025

Om 2024 handlade om att öka kunskapen och införa nya arbetssätt internt, handlade 2025 mer om att göra hållbarhet till en rutin i det dagliga arbetet. Med fokus på att få ut budskapet och kompetensen till våra kunder och genomföra konkreta förbättringsprojekt har vårt hållbarhetsarbete lett till verklig förändring.

"Det är hos våra kunder vår stora möjlighet finns att påverka – både genom att hjälpa dem fram till bättre och smartare lösningar men även för att minska vår negativa påverkan på människor och miljö. Och om vi verkligen vill kunna påverka så krävs det att vi har kunskap. Inte bara om våra produkter och tjänster utan även vilka val som gör skillnad – för kunden och för vår planet."

Detta kunde vi läsa i förra årets Hållbarhetsberättelse. Och det är lika sant i dag. Fokus under 2025 har därför varit att omsätta denna kunskap till konkreta projekt och åtgärder tillsammans med våra kunder.

Även om det finns argument för kostnadsbesparingar och minskad klimatpåverkan, kan det vara en utmaning att sälja med hållbarhet i fokus. Anledningen är att det ofta innebär en förändring. Och förändring kräver tålamod, långsiktighet, tid och energi att låta mottagaren ta emot idén och bli redo att

genomföra förändringen. Därför satsade vi under första delen av året på att stärka våra säljare genom utbildningen "Selling Sustainability". I slutet av året kunde vi se tillbaka på flera väl genomförda, större projekt, där några av våra kunder bytt trä mot starkwell, spånskivor mot wellskivor eller plastskydd mot wellpapp. Projekt som lett till en betydande minskning av CO₂-utsläpp. Det här är bra exempel på den nyfikenhet

och det mod som kan behövas för att våga prova nya lösningar och utmana oss själva, både som grossist och kund. Att våga prova nya material och utmana gamla sanningar och arbetssätt.

Det här är bra exempel på den nyfikenhet och det mod som kan behövas för att våga prova nya lösningar och utmana oss själva.

Andra höjdpunkter under året är att vi nått EcoVadis guld, att vårt

ägarbolag OptiGroup fått sina (och därmed våra) klimatmål verifierade enligt SBTi (Science Based Targets initiative) samt att vi fortsätter att minska våra CO₂-utsläpp i samtliga scope – ett arbete som kontinuerligt fortsätter framöver.



*Säljutbildning Selling Sustainability
för hela säljkåren*

Highlights från året

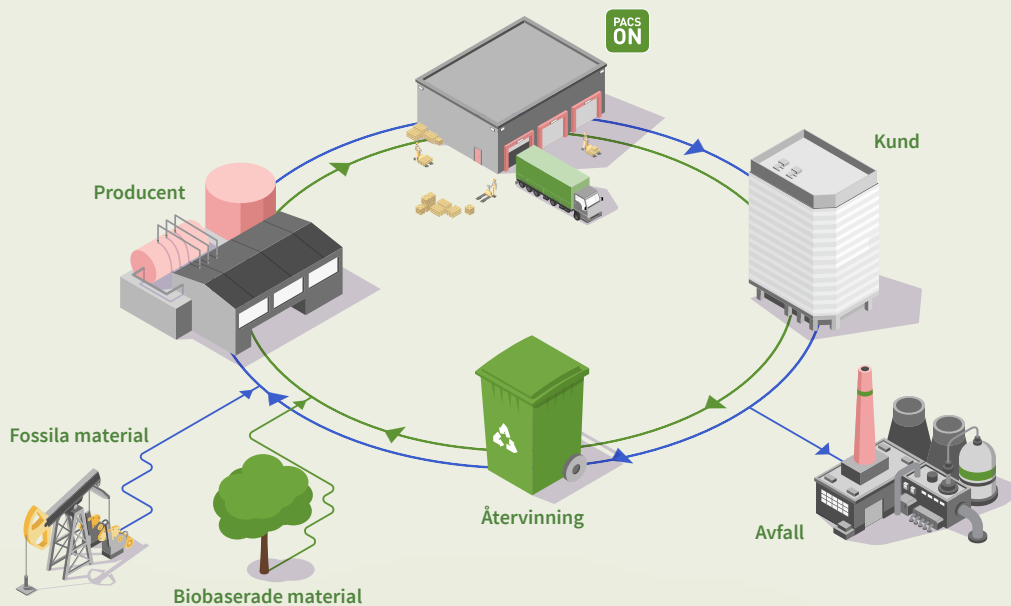
- » Årets medarbetare 2024 utses
- » Vi startar upp ett forum för värdegrunds-ambassadörer
- » Vårmöte ISO-arbete
- » Säljutbildning Selling Sustainability för hela säljkåren
- » Arbete med substitution av kemikalier påbörjas
- » Externrevisioner ISO (maj) och FSC® (augusti)
- » Henric Wahlgren, Sustainability Manager PacsOn, talar på Klimatkonferensen
- » EcoVadis Guld
- » Höstmöte ISO-arbete
- » Internrevisioner
Höjda betyg i SAQ
- » OptiGroup ansluts till SBTi
- » OptiGroup inför nytt system för medarbetarundersökningar
- » EUDR skjuts upp till 2026
- » PPWR trädde i kraft februari 2025 (tillämpas från augusti 2026)



*Vi uppnådde
EcoVadis Guld*



*Henric Wahlgren, Sustainability Manager.
PacsOn, talar på Klimatkonferensen*



Vi är en del av ett cirkulärt flöde

För oss är hållbarhet en integrerad del i vår affär och i vår verksamhet. Vi arbetar långsiktigt för att bidra till cirkularitet och tar ansvar från materialval till produktens slutskede.

I vårt dagliga arbete strävar vi efter att bidra till cirkulära flöden – från materialval till avfallshantering. Det gör vi genom att alltid se till helheten vid val av produkter och material, eftersom en produkts verkliga avtryck avgörs av hela dess livscykel.

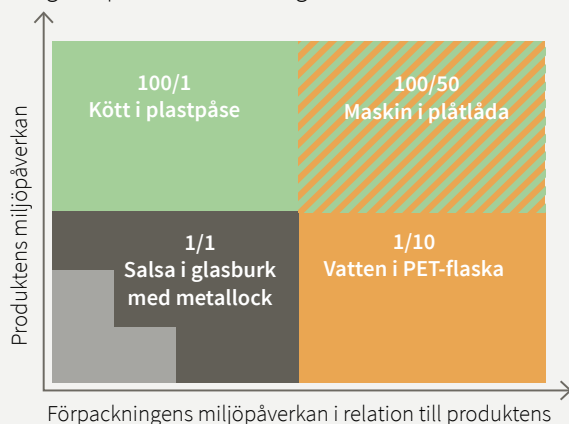
Vår roll som grossist innebär att vi står långt från både råmaterialets ursprung och hur det till slut återvinns. Det innebär att vi inte kan styra hela kedjan, men vi kan göra skillnad genom att fokusera på rätt materialval och funktion.

Genom ett livscykelperspektiv ser vi till att produkterna används på bästa sätt och får en så lång och resurseffektiv livslängd som möjligt.

Nyckeln till framgång ligger i att välja rätt produkt för rätt ändamål. I vår hållbarhetsberättelse vill vi visa hur vi tar ansvar i varje steg av värdekedjan och hur vi med öppenhet och transparens kan vägleda och uppmuntra våra kunder till medvetna, hållbara val som gör skillnad.

Förpackningen vs. produktens miljöpåverkan

Vid val av material är det viktigt att reflektera över förpackningen vs. produktens miljöpåverkan. Detta beroende på var förpackning och produkt kvalar in i grafen nedan.



- Produktens miljöpåverkan är mycket högre än emballaget.
Fokus: Skydda produkten.
- Produkt och emballage har hög miljöpåverkan.
Fokus: Minska emballagets miljöpåverkan utan att försämra skyddet för produkten.
- Emballagets miljöpåverkan är mycket större än produktens.
Fokus: Ska produkten säljas på detta sätt?
- Produktens och emballagets miljöpåverkan är ungefär lika stor.
Fokus: Alternativt emballage/storlekar.
- Produkt och emballage har låg miljöpåverkan.
Fokus: Ej prioriterat.

Vårt ansvar börjar redan vid källan

Som grossist befinner vi oss längre fram i värdekedjan, men vårt hållbarhetsarbete börjar redan vid råmaterialet. En viktig del av vårt arbete är därför att säkerställa att de produkter vi köper in tillverkas på ett ansvarsfullt sätt och med material som har så liten påverkan som möjligt på klimatet och den biologiska mångfalden.

Vårt fokus ligger främst på fyra materialkategorier som antingen ingår i eller används vid tillverkningen av de produkter vi säljer: olja, metaller, skogsråvara och vatten. Dessa resurser utgör en central del av produkternas livscykel och är därför viktiga i vårt arbete med ansvarsfulla inköp och leverantörsbedömningar.



OLJA
ej förnybar



METALLER
ej förnybar



SKOGSRÅVARA
förnybar



VATTEN
förnybar

Medvetna materialval för en mer hållbar värdekedja

Naturens resurser är en förutsättning för många av de produkter vi säljer. Hur dessa resurser utvinns, används och förvaltas har betydelse för både biologisk mångfald, klimatet och människors villkor. Därför är det viktigt att de produkter och material vi erbjuder är framtagna med hänsyn till både miljö och människor.

Som grossist har vi en viktig roll i värdekedjan. Genom våra produktval och våra samarbeten med leverantörer kan vi bidra till att styra efterfrågan mot mer ansvarsfullt

producerade produkter och material.

För att kunna göra medvetna val arbetar vi med etablerade märkningar och system som hjälper oss att identifiera produkter som uppfyller erkända krav på miljöhänsyn och socialt ansvar.

Vår ambition är att öka andelen återvunna, biobaserade och miljömärkta produkter i vårt sortiment. Arbetet har under de senaste åren gett resultat, vilket också framgår av siffrorna nedan.



49 127 ton

Total mängd sålda produkter 2025.
Summa 2024: 55 389 ton.



42 378 ton

Mängd biobaserade produkter 2025.
Summa 2024: 44 023 ton.



29 769 ton

Mängd återvunna biobaserade produkter 2025.
Summa 2024: 20 964 ton.



88 % (+22 %)

Cirkulär eller biobaserad försäljning 2025.
Procent 2024: 66 %.



66 % (+2 %)

Biobaserad försäljning 2025.
Procent 2024: 64%.



1,4 % (-0,6 %)

Återvunnen plast, försäljning 2025.
Procent 2024: 2 %.



46,5 % (+34,5 %)

Miljömärkt försäljning 2025.
Procent 2024: 12 %.



28 % (+25,0 %)

FSC®-certifierad försäljning 2025.
Procent 2024: 3 %.

Den procentuella skillnaden mellan 2024 och 2025 står i parentesen.

Vår långsiktiga målbild

Biologisk mångfald

Vi ska inte bidra till förlusten av biologisk mångfald.

De främsta riskerna vi ser när det gäller biologisk mångfald, utifrån de produkter vi säljer, handlar om hur vi nyttjar skogens resurser. Illegal avverkning av skog och avskogning kan leda till förlust av biologisk mångfald. Vi minimerar dessa risker genom att exempelvis köpa in produkter som är märkta med FSC® och PEFC samt andra miljömärkningar.

Klimatpåverkan

Vi ska tillföra minimal belastning på klimatet.

Alla människor på jorden står inför de risker som ett förändrat klimat innebär. Klimatförändringarna påverkar inte bara oss människor och vår förmåga att försörja oss, utan även oss som bolag i förmågan att kunna få tag i produkter. Vi arbetar aktivt med att minska både vår och våra kunders klimatpåverkan genom att välja produkter med ett lägre CO₂-utsläpp. Här tror vi att återvunnen råvara är nyckeln till att vi ska kunna minimera vår påverkan samt bidra till omställningen för en cirkulär ekonomi.

Socialt ansvarstagande

Vi ska inte medverka till kränkningar av människors arbetar-, fri- och rättigheter.

Råmaterial som används i våra produkter påverkar människorna i de lokala samhällen som berörs, men även människorna i distributionsledet. För att minimera riskerna för att människors arbetar-, fri- och rättigheter kränks ställer vi, genom vår uppförandekod, höga krav på våra leverantörer och även bakåt i kedjan. Vi arbetar dessutom endast med leverantörer i länder som har ett Amfori-index >50 och/eller som finns inom EU.

Biologisk mångfald är inte binär

Att mäta och följa upp ett företags miljöpåverkan är centralt i så gott som alla lednings- och rankingsystem. "Mätbara mål" är ett mantra som trummas in när vi sätter nya mål och ambitioner för framtiden. Men går allt att mäta? Och om det inte är mätbart, blir det då per automatik mindre viktigt att arbeta med?

Vi kan i dag arbeta för att så mycket som möjligt av våra produkter kommer från FSC®-certifierade källor och på så sätt få fram binära värden. Men vad är den faktiska skillnaden i minskad förlust av biologisk mångfald från en FSC®-certifierad skog och en konventionellt avverkad dito? Det går i dag endast att säga genom en djup analys – och detta i sig skapar ett problem.

"Vi mäter det vi bryr oss om och vi bryr oss om det vi mäter". Citatet kommer ifrån IKEAs före detta hållbarhetschef Steve Howard och sades för cirka 15 år sedan, just i relation till arbetet med biologisk mångfald. Dessvärre har inte mycket skett i frågan om hur företag kan mäta sin påverkan på biologisk mångfald.

Det går att argumentera för att företags fokus på koldioxidutsläpp inte bara är en reaktion på en vilja att arbeta för att begränsa en förstärkt växthuseffekt, utan även på grund av att koldioxidutsläpp är binära: antingen går de upp eller så går de ned. Dessvärre finns det inte binära måttetal att använda för biologisk mångfald och det är faktiskt ett problem. För vi mäter det vi bryr oss om och vi bryr oss om det vi mäter.

Det finns all anledning för oss att fortsätta att köpa FSC®-certifierade produkter då det är det enda konkreta verktyg vi i dag har för att säkerställa att ansvar för att begränsa förlusten av biologisk mångfald tas. Men vi måste samtidigt arbeta vidare på lösningar för att vi ska kunna leverera faktabaserade underlag till våra kunder även när det kommer till påverkan ur ett bredare perspektiv än bara på trä- och fiberbaserade produkter. Det, om något, är ett väldigt viktigt arbete och en stor utmaning som vi har framför oss i vårt hållbarhetsarbete.





Långsiktigt arbete för säkrare kemikalier

Att fortsätta utveckla sortimentet för att kunna erbjuda kunderna de bästa alternativen är ett ständigt pågående arbete hos PacsOn. I takt med att krav och regler skärps har fokus ökat på att fasa ut kemikalier som innehåller potentiellt skadliga ämnen.

– Vi vill kunna erbjuda våra kunder bättre alternativ för att förebygga risker för både hälsa och miljö, säger Joacim Wernersson, Assortment Manager på PacsOn.

Färg, rengörings- och tvättmedel, doftljus, bekämpningsmedel och lim är bara några exempel på kemiska produkter. Samtliga kemikalier som säljs och används i dag faller under EU:s kemikalielagstiftning REACH som reglerar vilka ämnen som får användas, i vilka syften och i vilka mängder. I PacsOns sortiment finns inga produkter som innehåller farliga ämnen som överskrider några gränsvärden och därmed inte får säljas.

I början av 2025 valde PacsOn att göra en närmare granskning av alla kemikalier i sortimentet för att påbörja arbetet med att fasa ut farliga ämnen.

– Detta är något som vi arbetar med kontinuerligt och ett område där vi vill ta arbetet ett steg längre än vad lagen faktiskt kräver. Allt för att kunna erbjuda renare och arbetsmiljömässigt bättre produkter som inte innehåller exempelvis hormonstörande eller cancerogena ämnen, säger Malin Larsson, kvalitetskonsult på Verksamhetsutveckling AB, som arbetar tillsammans med PacsOn i detta projekt.

Joacim Wernersson arbetar som sortimentsansvarig på PacsOn och han letar aktivt efter ersättare till produkter som innehåller potentiellt farliga ämnen.

– I vissa fall är det oundvikligt att en produkt innehåller ett farligt ämne för att vi ska få önskad effekt. Men i många fall kan produkter innehålla farliga ämnen helt i onödan, säger Joacim.

– För oss är det viktigt att så snabbt som möjligt kunna ta fram och erbjuda produkter som är lika bra, funktions-

mässigt, som de som våra kunder använder i dag men utan farligt innehåll.

En av utmaningarna i detta arbete är att väga för- och nackdelar mot varandra. Exempelvis kan en produkt innehålla en lägre halt av ett visst farligt ämne men kräva att man använder 4-5 gånger mer av produkten för att nå samma effekt som en produkt med ett högre innehåll av farliga ämnen. I dessa lägen gäller det att vara transparent mot kunderna och möjliggöra för dem att fatta faktabaserade och medvetna beslut.

I takt med att lagar skärps blir kraven hårdare och många kunder är mer medvetna i dag och ställer krav som går utöver vad lagar och regler kräver. Därför är arbetet med att hitta nya produkter ständigt pågående och högt prioriterat. Under 2025 hann arbetet komma en bit på väg men kommer att fortsätta aktivt under 2026 för att bibehålla fokus.

För 2026 har PacsOn som målsättning att 80 procent av de kemikalieprodukter som säljs ska vara fria från SVHC-ämnen som har bedömts som potentiellt farliga enligt REACH-förordningen.



Leverantörer som delar våra värderingar

För att kunna möta våra kunders behov med rätt produkter arbetar vi på PacsOn nära leverantörer som står bakom samma värderingar som vi gör. Genom att samarbeta med aktörer som prioriterar hållbarhet säkerställer vi ett ansvarsfullt arbete i hela värdekedjan och bidrar till en mer hållbar utveckling.

Leverantörsval och uppföljning

När vi väljer och följer upp leverantörer görs en samlad bedömning utifrån flera relevanta kriterier.

Produkter och hållbarhet

Vid leverantörsval är produktutbudet en central utgångspunkt. Vi utvärderar pris och kvalitet, men väger även in hållbarhetsrelaterade faktorer som miljömärkningar och certifieringar, andel återvunnet material samt produkternas återvinningsbarhet.

Riskbedömning

För att minska risker i leverantörskedjan genomför vi strukturerade riskbedömningar inför alla nya samarbeten. Förutom

ekonomisk stabilitet och leveransförmåga beaktar vi även landets Amfori-index samt leverantörens systematiska arbete inom kvalitet, miljö och arbetsmiljö.

Vi prioriterar leverantörer med låg riskprofil, vilket innebär att följande kriterier ska uppfyllas:

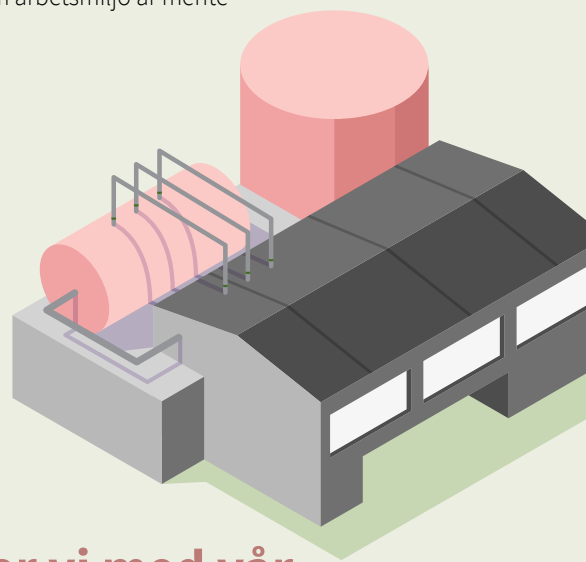
- EU-baserade företag prioriteras eftersom EU-lagstiftning säkerställer höga krav på miljö, kvalitet och arbetsmiljö.
- Leverantörer utanför EU ska vara verksamma i länder med ett Amfori-index över 50.
- Extern certifiering inom miljö och kvalitet är ett krav och certifiering inom arbetsmiljö är meriterande.

Våra leverantörer ska:

- Efterleva samtliga krav i vår Code of Conduct (uppförandekod).
- Säkerställa att uppförandekodens krav implementeras och följs i den egna verksamheten samt hos direkta leverantörer.
- Agera transparent, ansvarsfullt och med hög affärsetik i rapportering av fakta och data.
- Utse en ansvarig person i ledande position med mandat att säkerställa efterlevnad av kraven.
- Arbeta förebyggande och hantera risker för överträdelser, både i den egna verksamheten och i leverantörskedjan.
- Tillhandahålla rutiner som gör det möjligt för medarbetare och tredje parter att rapportera oro eller klagomål utan risk för repressalier.
- Införa och upprätthålla ändamålsenliga ledningssystem för att följa upp efterlevnaden av uppförandekoden.

Så arbetar vi med vår Code of Conduct

Vår uppförandekod är ett viktigt verktyg för att identifiera och minska risker samt begränsa negativ påverkan i leverantörsledet. Samtliga leverantörer ska skriva under och följa koden, vars krav även omfattar tidigare led i värdekedjan, såsom råmaterialutvinning och förädling. Efterlevnaden följs upp årligen och stärks genom externa certifieringar och revisioner inom kvalitet och miljö. Detta bidrar till en mer ansvarsfull och hållbar värdekedja över tid.

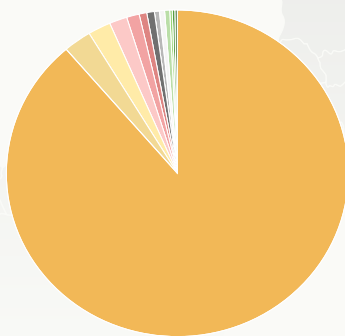
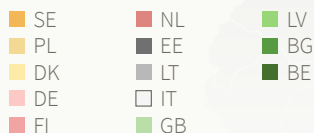


99,9 %

av inköpsvärdet från EU.
Resterande kom från USA,
Storbritannien samt Schweiz.

Våra leverantörer

Sedan 2024 har inköpsvärdet från leverantörer baserade i EU ökat med 0,21 %. Svenska leverantörer står för den absolut största delen av alla produkter som vi erbjuder våra kunder.



Amfori-index

OptiGroup är anslutna till Amfori, som tillhandahåller ett index där länder bland annat rankas utifrån upplevd korruptionsnivå i offentlig sektor, baserat på expertanalyser och undersökningar. I detta sammanhang definieras korruption som missbruk av förtroendeställning för privat vinning.

93 %

av leverantörerna har skrivit på Code of Conduct. 2024 var andelen 74 %.

99 %

av leverantörerna är låg-riskleverantörer. 2024 låg andelen på 100 %.

95,5 %

av transporterna levererades med CO₂-data från transportören. En ökning från 2024 då andelen var 92 %.

Innovation utan slutdatum: Så driver Tork utveckling varje dag

Produktutveckling har inget slutdatum hos Essity, en av de leverantörer PacsOn valt att arbeta med. Det är ett kontinuerligt förbättringsarbete. Drivkraften är tydlig: små justeringar kan ge stor effekt.

– Man ska aldrig känna sig nöjd. Det finns alltid möjligheter att förbättra, säger Stina Lindlöf, Global Brand Innovation Manager.

En dispenser för tvål eller papper märks knappt – förrän den inte fungerar. Hos Tork är den däremot resultatet av analyser, kunddialog och tester. Ambitionen är att optimera funktion, material och användarupplevelse – utan att kompromissa med hållbarheten.

Arbetet börjar med att förstå människors beteenden och behov. Genom intervjuer, observationer och data identifieras problem och förbättringsområden innan lösningen tar form.

– Man måste förstå problemet. Först när vi verkligen vet vad

som behöver förbättras kan vi skapa rätt lösning, säger Stina.

Processen präglas av tvärfunktionellt samarbete, lärande genom tester och modet att omfamna osäkerhet där hållbarhet är integrerad i varje steg.

– Ambitionsnivån när det gäller hållbarhet är väldigt hög. Vi har använt livscykelanalyser sedan 90-talet för att förstå produktens miljöpåverkan och vi har alltid som mål att med alla våra innovationer ska vi förbättra oss. Minst 50 procent av våra innovationer ska vara hållbara, och 2024 nådde vi 87 procent, säger Elin Orrheim, nordisk hållbarhetschef på Tork.

Men arbetet stannar inte när en ny produkt är lanserad. För Tork är innovation ett pågående projekt och ett ansvar som pågår varje dag. Alltid med målet att skapa lösningar som gör verklig skillnad över tid.

– Jag har ännu inte sett en perfekt produkt. Det finns alltid mer att utveckla, säger Stina.

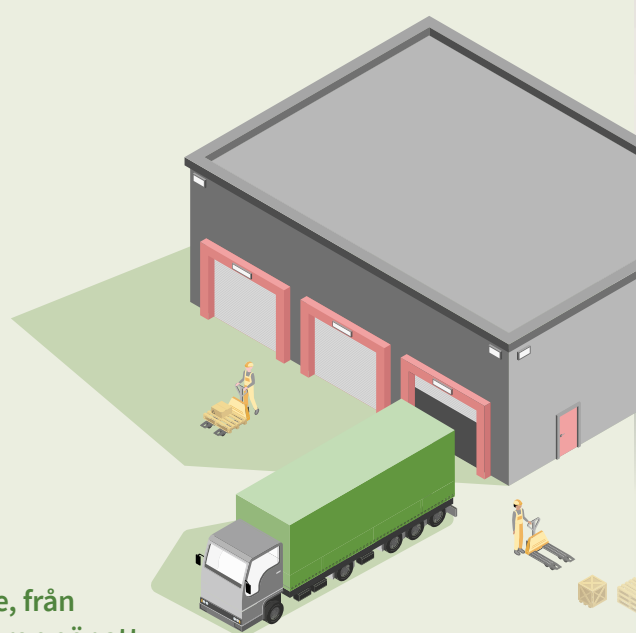


Stina Lindlöf, Global Brand Innovation Manager

Närhet till kunder och medarbetare

PacsOn-gruppen är i dag etablerad på 15 orter runt om i Sverige, från Malmö i söder till Skellefteå i norr. Den breda geografiska närvaron gör att kunderna alltid har nära till lager och säljkontor, vilket säkerställer snabb och smidig tillgång till rätt produkter när behovet uppstår.

Denna närhet är en viktig del av PacsOns strategi. Genom att arbeta lokalt kan transporter optimeras, lagerhantering effektiviseras och leveranser genomföras på ett mer resurseffektivt sätt. Resultatet blir både hög tillgänglighet och mer hållbara flöden.



EcoVadis – från brons till guld på tre år

Sedan 2023 låter PacsOn årligen utvärdera sitt hållbarhetsarbete av EcoVadis, en global plattform för oberoende hållbarhetsbedömningar.

Och under de tre år som utvärderingen har genomförts har vi successivt stärkt vårt hållbarhetsarbete.

Resultatet är en utveckling från brons första året till silver 2024 och guld 2025 – en klassning som endast tilldelas de fem procent högst rankade företagen globalt.



Guldnivån speglar att vi uppvisar strukturer, processer och resultat som håller hög kvalitet inom samtliga hållbarhetsområden. Det är också ett tydligt bevis på vårt långsiktiga arbete och vår ambition att driva branschen mot mer hållbara lösningar.

Arbetet med EcoVadis leds av Henric Wahlgren, Sustainability Manager, och Malin Larsson, Kvalitetskonsult. Men för att kunna implementera hållbarhet i bolagets olika processer och förbättra arbetet krävs samverkan med stora delar av organisationen.

– Att vi har lyckats nå nivå Guld är ett tydligt kvitto på att allt det hårda arbete som vi alla inom företaget lägger ner ger resultat. Det är ett bevis på ett stort engagemang bland våra medarbetare. Jag hoppas att alla känner sig stolta över vår gemensamma insats, men också sporrade att fortsätta utveckla hållbarhetsarbetet, säger Henric Wahlgren.

Vi på PacsOn upplever att fördelarna med EcoVadis är många. Dels ger det möjlighet att årligen utvärdera hållbarhetsarbetet utifrån flera olika aspekter och få en GAP-analys på vad vi behöver förbättra. Dels ger det en möjlighet att kunna jämföra hur väl vårt företags hållbarhetsarbete står sig gentemot andra i samma bransch.

– Vi ser ett värde i att kunna presentera en trovärdig tredjepartsbedömning av vårt hållbarhetsarbete för våra kunder och andra externa intressenter. Internt ger det oss en årlig utvärdering och ett antal förbättringsområden för att kunna vässa vårt arbete ytterligare, fortsätter Henric.

Utvärderingen 2025 placerade PacsOn inom den 97:e percentilen och därmed en guldmedalj. Företaget fick höga poäng inom Miljö och Arbetsmiljö. Området med störst utvecklingspotential är Etik och Hållbar upphandling. Då över 99 % av våra inköp kommer från företag inom EU, och vår bedömning är att risken för exempelvis barnarbete och brott mot mänskliga rättigheter hos dessa är mycket liten, så har vi inte utvecklat stringenta krav och uppföljningssystem för dessa frågor. Genom att stärka upp kraven och uppföljningen är vår ambition att bli ännu bättre på detta framöver.

Mål 2027
EcoVadis
Platinum

2025
EcoVadis
Guld

2024
EcoVadis
Silver

2023
EcoVadis
Brons





Ansvar i varje beslut genomsyrar bolagen inom OptiGroup

I en tid där transparens, ansvar och hållbarhet blir allt viktigare räcker det inte med att bara ha policydokument på plats. För bolagen inom OptiGroup handlar affärsetik om hur beslut ska fattas – varje dag, i mötet med kunder, leverantörer och kollegor.

Grunden är OptiGroups uppförandekod, Business Practice Policy och ett omfattande utbildningsprogram.

OptiGroup erbjuder ett koncernövergripande utbildningsprogram som alla medarbetare har tillgång till och förväntas gå igenom. Tillsammans fungerar utbildningarna som en gemensam kompass för organisationen – oavsett land, bolag eller roll.

Elise Lindstrand, Head of Corporate Governance, Risk and Compliance, har varit anställd på OptiGroup sedan februari 2024. På hennes cv finns bland annat studier på University of California, Berkeley samt utbildning på juristprogrammet vid Lunds universitet. Innan flytten till OptiGroup arbetade hon på Axis Communications i Lund och Stena AB i Göteborg.

– Vår Code of Conduct fungerar som en vägledning för hur våra medarbetare ska agera i olika situationer. Den bygger på sex grundprinciper som rör allt från att följa lagar och undvika intressekonflikter till att skydda information och rapportera misstänkta överträdelse, berättar Elise Lindstrand.

– Utbildningen görs en gång om året av samtliga anställda i OptiGroup och dess dotterbolag. Innan årsskiftet skickar vi ut påminnelser till chefer som tar ansvar för att säkerställa att deras medarbetare har genomfört utbildningen. Efter årsskiftet följer vi upp statistiken tillsammans med HR, som sedan rapporterar resultaten till Ethics Committee.

Men sex övergripande principer räcker inte i sig. Därför har OptiGroup också en Business Practice-policy som konkretiserar hur affärer ska bedrivas i praktiken. Den omfattar bland annat:

- arbete mot korruption och mutor
- förebyggande av bedrägerier
- efterlevnad av konkurrenslagstiftning
 - Vi har haft samma bas i tre år nu, men den känns fortfarande relevant och folk tar den på allvar. Jag upplever

att många verkligen vill göra rätt och att det märks i responsen, säger Elise.

– I grunden handlar det om att bygga långsiktiga affärs- och medarbetarrelationer som vilar på förtroende.

Arbetet med etik och efterlevnad är inget projekt med ett slutdatum. Det är ett pågående arbete som utvecklas i takt med omvärlden, lagstiftningen och affärsklimatet.

För OptiGroup är målet tydligt: att vara en pålitlig partner för kunder och leverantörer – och en arbetsplats där ansvar och integritet är en självklar del av vardagen.

– Etik och moral är både spännande och viktiga frågor. Jag hade gärna gjort ännu mer framåt för att få levande diskussioner som är integrerade i verksamheten samt fler insatser som är anpassade för olika yrkesroller inom gruppen.

Vad går utbildningarna ut på?

– Det är en e-learning som fokuserar på de sex grundprinciperna samt med fokus på regelefterlevnad gällande exempelvis korruption. Det är en blandning av information och situationer, så kallade dilemman, där du ska avgöra hur du skulle agera.

Genomför alla sina utbildningar?

– PacsOn är bäst i klassen och väldigt flitiga på att få med alla. Det händer inget formellt om någon inte genomför utbildningen, men det är värdefullt för både företaget och den enskilde medarbetaren att gå den.





Jobbsprånget garanterar rätt kompetens

Jobbsprånget är Sveriges största praktikprogram för utrikesfödda akademiker.

Elsa Kindgren, som arbetar med HR på PacsOn, ser många fördelar med programmet.

– Vi behöver rätt kompetens och den hittar vi bland annat genom Jobbsprånget. De som kommer till oss är mycket duktiga och varje gång vi har rekryterat därifrån har vi hittat rätt personer, säger Elsa.

Jobbsprånget är ett fyra månader långt program som kopplar samman internationell kompetens med svenska arbetsgivare. Syftet är att snabba på etableringen på arbetsmarknaden, bygga broar mellan kulturer och ta vara på internationell kompetens.

– De som kommer till oss är fantastiskt duktiga. Oftast har de bott i Sverige i några år och sett ur PacsOns ögon har vi hittat rätt person alla gånger vi har tagit hjälp av programmet, säger Elsa.

Rakhi Kumari kommer från Indien, men flyttade till Sverige för sex år sedan när hennes man fick jobb på Volvo Cars. Rakhi såg det som en bra möjlighet att följa med och även hitta arbete i Sverige.

Men trots erfarenhet som SAP-konsult, både i Indien och Sverige, var det utmanande att ta sig tillbaka in på den svenska arbetsmarknaden efter ett föräldrauppehåll i karriären. Fram tills hon upptäckte Jobbsprånget.

– Jag antogs under våren och erbjöds efter avslutad praktik i september en sex månader lång visstidsanställning som Project & Masterdata Support på PacsOn.

– Det bästa med PacsOn är att jag har känt mig välkommen sedan första dagen. Jag uppskattar verkligen att det är en öppen och inkluderande arbetsplats där människor är väldigt hjälpsamma.

”*Det bästa med PacsOn är att jag har känt mig välkommen sedan första dagen.*” Rakhi Kumari

För PacsOn har samarbetet med Jobbsprånget betytt väldigt mycket. Framför allt med allt arbete som läggs ner inför kommande affärsystemsbyte.

– För oss är det viktigt med rätt person på rätt plats, men det fungerar alltid bra med Jobbsprånget.

– Genom Jobbsprånget hittar vi kvalificerade kandidater samtidigt som programmet erbjuder deltagarna en fot in i den svenska arbetsmarknaden. Något som vi ser som en viktig del i vårt arbete för hållbar kompetensförsörjning.



Vi tar pulsen på medarbetarna

Vår medarbetarpuls är ett viktigt verktyg för att följa hur våra medarbetare mår och upplever sin arbetsvardag. Det är ett viktigt stöd i vårt arbete med både hållbarhet och affärsutveckling.

– För att nå våra mål behöver medarbetarna trivas, känna engagemang och vilja utvecklas tillsammans med oss, säger Ann Fröjd, Head of People & Culture på PacsOn-gruppen.

När våra medarbetare mår bra och känner sig delaktiga skapar det bättre samarbete, högre kvalitet och ett starkare kundfokus. Med hjälp av medarbetarpulsen kan vi tidigt fånga upp signaler, följa utvecklingen över tid och sätta in åtgärder där det behövs.

– Pulssystemet bygger på korta och återkommande frågor som vi skickar ut regelbundet till våra anställda. Det ger oss en jättebra möjlighet till en löpande dialog med våra medarbetare och ett bra underlag för beslut både i vardagen och strategiskt över tid, säger Ann.

Resultaten används i samtal i teamen och mellan chefer och medarbetare. Fokus ligger på vad som fungerar bra och vad vi tillsammans kan göra ännu bättre – inom arbetsmiljö, ledarskap och inkludering. "Keep it simple", och att göra små förändringar över tid, ger stora förändringar i slutändan.

– Det är viktigt för oss att våra medarbetare känner sig sed-

da och vågar säga vad de tycker. Den höga svarsfrekvensen visar på engagemang och gör det möjligt för oss att fortsätta utveckla verksamheten tillsammans.

Genom att ta pulsen på våra medarbetare stärker vi både trivseln i vardagen och vår långsiktiga affär – för medarbetare, kunder och verksamheten som helhet.

– Vår framgång beror på människorna som arbetar här.

 **34**
eNPS 2025



Så arbetar vi för medarbetarnas trivsel

- Mångfald och inkludering är högt prioriterat
- Kompetensutveckling
- Regelbundna utbildningar
- Utbildning i kränkande särbehandling för alla medarbetare
- Friskvårdsbidrag
- Regelbundna pulsmätningar för att ta reda på hur medarbetarna mår och trivs
- Gemensamma träffar på regelbunden basis
- Frukost och fika på arbetsplatsen
- Hälsoundersökningar
- Kollektivavtal
- Korta beslutsvägar och ett nära ledarskap
- Bonusprogram
- Stark ägare som bidrar till stabilitet och trygghet

Våra certifieringar

Höga krav på både den egna verksamheten och våra leverantörer är en viktig utgångspunkt i vårt arbete. Våra ledningssystem för kvalitet, miljö och arbetsmiljö, tillsammans med relevanta certifieringar, utgör därför en stabil grund för ett systematiskt förbättringsarbete.

Genom årliga interna och externa revisioner följer vi upp att våra policier och riktlinjer efterlevs. Revisionerna bidrar också till att identifiera förbättringsområden och säkerställa att arbetet utvecklas i linje med våra uppsatta mål.



Miljö

Samtliga bolag inom PacsOn-gruppen är miljöcertifierade enligt ISO 14001. Vi arbetar kontinuerligt med att förbättra och utveckla vårt interna miljöarbete samt vår kompetens för att kunna erbjuda helhetslösningar som minskar den negativa miljöpåverkan, både hos våra kunder och i den egna verksamheten.



Kvalitet

Samtliga bolag inom PacsOn-gruppen är kvalitetscertifierade enligt ISO 9001. Vår kvalitetspolicy innebär att varje medarbetare levererar varor och tjänster i rätt tid och i sådant utförande att det uppfyller kundens förväntningar och behov. För oss är det därför av yttersta vikt att våra medarbetare trivs och är motiverade att göra ett bra jobb.



Arbetsmiljö

Samtliga bolag inom PacsOn-gruppen är certifierade enligt ISO 45001, som är en internationell standard för arbetsmiljö. Den hjälper oss med systematiskt arbetsmiljöarbete och ställer krav kring säkerhet, psykosocial arbetsmiljö, ledningens engagemang och medarbetarnas delaktighet.



FSC®

Samtliga bolag är certifierade enligt FSC® (Forest Stewardship Council)®, världens största certifiering för hållbart skogsbruk. Skogar som sköts ansvarsfullt, enligt FSC®:s regler, hjälper till att skydda djurens livsmiljöer, upprätthåller biologisk mångfald, skyddar gamla växande träd, bidrar inte till avskogning, skyddar urfolkens rättigheter och säkerställer rättvisa löner och säker arbetsmiljö för arbetare.



EcoVadis – Guld

PacsOns hållbarhetsarbete utvärderas varje år av den oberoende expertorganisationen EcoVadis. Utvärderingssystemet bedömer aspekter inom miljö, arbetsförhållanden, affärsetik samt hållbar leverantörskedja och bygger på internationellt antagna principer för hållbarhetsredovisning. 2023 var första året som vi på PacsOn valde att utvärdera vårt arbete enligt EcoVadis metodik och 2024 gick vi från Brons till Silver och 2025 från Silver till Guld. Till 2027 är målsättningen att nå Platinum, vilket är den högsta nivån.



Vi har skrivit under Jönköpings Läns ”Hållbarhetslöftet”

PacsOn deltar i Jönköpings Läns ”Hållbarhetslöftet” för att nätverka, få förnyad och fördjupad kunskap samt sätta ytterligare fokus på hållbarhet som en strategisk fråga.

Vi har valt ut fem av sex löften att förbättra oss inom under de kommande två åren, kompletterade med olika aktiviteter som stärker och utvecklar vårt arbete:

- Systematiskt miljö- och klimatarbete
- Klimat
- Energi
- Cirkulär ekonomi
- Biologisk mångfald

Genom att aktivt jobba med utvalda löften och aktiviteter, är vår förhoppning att vi kan nå ytterligare framgångar. Genom att vi offentligt förbinder oss att leva upp till högt ställda mål blir det även en intern morot att ”göra jobbet”. Men den stora behållningen för oss som bolag är att kunna dela med oss och få ta del av andra företags hållbarhetsarbete och på så sätt utvecklas snabbare själva.



A woman with long brown hair, wearing a black button-down shirt, stands in a large warehouse. She is smiling at the camera. In the background, there are high industrial shelving units filled with stacks of wooden pallets and other materials. The warehouse has a high ceiling with exposed metal beams and industrial lighting.

Täta kundkontakter är den bästa lösningen

För att få till ett väl fungerande lager och att transporter ska fungera effektivt krävs en ständigt pågående balansgång.

Något som Christel Clarin, Warehouse & Replenishment Manager på PacsOn International, har hittat nyckeln till:

– Kroka arm med kunden! Täta kontakter är den bästa lösningen.

Christel är dock tydlig med att PacsOn inte har någon patenterad standardlösning på hur ett företag gör lagerhållning effektiv. Effektiviteten uppstår i stället av sig själv när kunniga säljare och sälj-support, tillsammans med lager och logistik, hittar och anpassar en lösning till det behov som kunden har.

– Det är här som balansgången kommer in i bilden. Lämpliga eftersökningar hos våra leverantörer, och täta kontakter med kunderna, innebär att vi hittar skräddarsydda lösningar, säger Christel.

Smart lagerhållning och logistik sparar tid, pengar och är effektivt – både för säljare och köpare. Så hur arbetar PacsOn med att få pusselbitarna i lagerpusslet att passa perfekt?

Christel Clarin nämner sex punkter som alla spelar en stor roll:

- Rätt lagernivåer
- Samlade inköp
- Resurseffektivt arbete
- Rätt emballageval
- Tillförlitliga leveranser
- Kontinuerlig förbättring

– Det gör sig inte av sig självt, utan är en ständig process, men till syvende och sist handlar det om att anpassa sig efter vad kunderna önskar. Gör vi det bra minskar såväl expresstransporter som paniklösningar.

Här är det viktigt och bra med täta kundkontakter. En kund som ses och hörs känner trygghet i att just deras varor finns att tillgå när de behöver dem – och kanske till och med dagen innan.

– En stor del i våra framgångar är just att vi anpassar oss efter kundbehovet. Ett ansvar som vi kan ta på oss förutsatt att vi har en bra kontakt, säger Christel.

Smarta lagernivåer är en viktig punkt i balansgången. En annan är optimerade transporter och effektiv logistik.

Exempelvis anpassade inköp så att rätt antal kollin kan placeras på en pall som passar just en särskild transport.

– Med tanke på att vi har lager över hela Sverige kan vi serva våra kunder snabbt och effektivt, säger Christel.

– Och skulle vi ha mycket att göra och lossa på något lager kan vi optimera personalstyrkan efter arbetsflödet. En

effektiv arbetsplats gynnar också flödet ut till kunden.

Som ett led i optimeringen valde PacsOn under hösten 2025 att höja priserna för små ordrar samt gränsen för fraktfritt.

– Lika mycket som vi på PacsOn försöker spara på och återanvända material när vi packar varor, vill vi få kunderna att förstå att det blir mer effektivt och miljöanpassat att samla sina beställningar, säger Christel.

– Kunderna får mer än gärna lägga beställningar varje dag, men det innebär ju inte att de per automatik måste skickas samma dag. Vi vill självklart att det ska bli så bra som möjligt, men det kanske räcker med att vi levererar en gång i veckan.

Därför justerade vi våra avgifter

Den 1 november 2025 valde vi att justera småorderavgiften samt gränsen för fraktfritt. Vi gjorde det för att uppmuntra till fler samlade beställningar och en effektivare distribution.

Färre och större leveranser innebär per automatik färre körningar och därmed minskade utsläpp. Något som

går helt i linje med vårt långsiktiga hållbarhetsarbete.

Att samla sina beställningar kan även hjälpa våra kunder att hitta ett inköpsmönster som passar just deras verksamhet. Något som vi mer än gärna hjälper till med.



Hos kunden



4,53

NKI-värde PacsOn-
gruppen totalt

Nära samarbete för minskat klimatavtryck

Jämfört med de produkter vi säljer är miljöpåverkan från vår egen verksamhet relativt liten. Därför fokuserar vi vårt miljöarbete på att hjälpa våra kunder att hitta lösningar som kan minska deras negativa klimatpåverkan. Arbetet sker i nära samarbete med kunden, med ambitionen att tillsammans bidra till en mer hållbar utveckling.

Genom vår och våra leverantörers kompetens ska våra kunder alltid kunna göra faktabaserade och medvetna val.”

Ur PacsOns miljöpolicy



Vår utgångspunkt

För att kunna bedöma hur hållbar en produkt är behöver man se till helheten. Därför talar vi hellre om hållbara lösningar än om enskilda hållbara produkter.

När vi hjälper våra kunder att minska sitt klimatavtryck utgår vi från ett arbetssätt som bygger på fyra steg:

1 Vi arbetar med helheten

Tack vare nära och långsiktiga relationer lär vi känna våra kunder och deras verksamhet på djupet. Då kan vi föreslå de lösningar som passar verksamheten bäst. Vi hjälper till att minska deras totala klimatavtryck genom att välja rätt produkt, minska transporter, materialåtgång och svinn. Allt utifrån kundens utmaningar och behov.



2 Rätt produkt för rätt ändamål

Vilket syfte fyller produkten, vilka omständigheter kommer den att utsättas för och vilka krav måste den uppfylla? För att ta hänsyn till detta gör vi en behovsanalys tillsammans med kunden där våra experter bidrar med kompetens och rådgivning som hjälper kunden att välja rätt produkt med rätt kvalitet utifrån syftet.



3 Vi eftersträvar cirkulära flöden

För oss är miljömärkta produkter av återvunna material av högsta prioritet. Vi undviker även produkter som försvårar återvinning. Det gör vi eftersom vi vill minska användningen av nya resurser.



4 Vi mäter koldioxidutsläpp

Med vårt hållbarhetsverktyg kan vi beräkna vilken miljöpåverkan våra produkter har. Därmed kan vi mäta, redovisa och följa upp de förändringar som vi gör hos våra kunder på produktnivå.



Hållbarhetsverktyget sparar stora pengar åt kunderna

PacsOns hållbarhetsverktyg lanserades 2023 för att kunna ge kunden en bedömning av produkternas CO₂-utsläpp från produktionen.

Sedan dess har det implementerats i säljorganisationen med stor framgång.

– Verktöget har en otrolig styrka som verkligen gör nytta för våra kunder, säger Emil Jönsson, säljare på PacsOn Norr i Östersund.



Emil Jönsson, säljare på PacsOn Norr

Att vara säljare på PacsOn är lika mycket att vara rådgivare till sina kunder. Att lotsa dem till kloka beslut som ger fördelar både vad gäller ekonomi och hållbarhet. En nyckel i det arbetet är PacsOns hållbarhetsverktyg som, sedan lanseringen 2023, kan presentera data om produkternas miljöpåverkan och på så sätt vägleda kunderna till faktabaserade och medvetna val.

– Här är trovärdighet från början A och O. Ingen vill mötas av en krokodil med stor käft, inga öron och som bara kommer med säljfloskler, säger Emil.

– Jag försöker få in en teaser om att vi har en CO₂-lösning redan i ett första samtal och därefter skicka det till kunden så att de kan läsa om fördelarna. Något som oftast leder till ett besök.

Så vad är då PacsOns hållbarhetsverktyg? Kalla det gärna för ett "klassiskt ess i rockärmen", men som definitivt inte behöver gömmas undan. Kortfattat genererar det en win-win-win-situation: för kunden, för PacsOn och för vår miljö.

Emil lyfter fram fyra tydliga fördelar:

- Minskning av kundens koldioxidavtryck.
- Lägre vikter på exempelvis pallar innebär lägre fraktkostnader.
- Förbättrad ergonomi och arbetsmiljö tack vare färre lyft i kilo per dag.
- Besparingar när det kommer till emballagekostnader.
 - Som säljare handlar det mycket om ödmjukhet och resarch. Att komma till en kund och nästan agera projektledare för att hitta en så bra lösning som möjligt för kundens behov.

Emil berättar om en kund som bytte från trä- till lättviktskrargar och därmed gick från nio kilo till sex kilo per enhet. Eller med andra siffror: 10 procent lägre fraktkostnader och 30 procent mindre CO₂-påverkan.

En annan kund ersatte sitt träemballage helt och hållet med en lösning i well. CO₂-minskningen blev 380 000 kilo och kostnadsbesparingen hamnade på 391 000 kronor – per år.

– Det handlar om att göra research och sedan erbjuda smarta lösningar. I många fall köper kunden in samma förpackningar eller emballage av gammal vana, "vi har alltid gjort så här". Det är där vi ska komma med förslag som alla kan känna sig som en vinnare med.

Som säljare möts ni av en tuff marknad. Hur kan man få företaget att bli intresserade av hållbarhetsverktyget?

– Rätt personer och rätt dokumentation från oss är jätteviktigt! I dag är det många industrier och företag som arbetar med miljöbudgeteringar. Det kan öppna många nya dörrar om även hållbarhetschefen är inbjuden till ett första möte, inte bara inköpschefen.

– Och här ligger PacsOn i framkant. Vi kan med bra efterforskning och tack vare verktyget presentera produkter som gagnar såväl företagets ekonomi och personalens välmående samtidigt som det minskar miljöpåverkan.

Genererar verktyget fördelar för alla era kunder, oavsett storlek på företaget?

– Vårt stora argument är att vi kan hjälpa till att hitta besparingar när det gäller såväl fraktkostnader som miljöpåverkan och arbetsmiljö, så svaret på frågan är ja.

– Det kan handla om att vi lagerhåller produkter halvårsvis åt kunden, med färre utkörningar som resultat, till att byta plast- mot papperstejp eller minska tjockleken på sträckfilm. Oavsett vad vi kommer överens om kommer även små förändringar att göra skillnad.

Vårt hållbarhetsverktyg

Under 2023 lanserade vi ett verktyg för att mäta produkters miljöpåverkan och beräkna deras CO₂-utsläpp i produktionsledet. I dagsläget använder vi CO₂-schabloner baserade på livscykeldata från Ecolnvent, framtagna av experter, för produkter som till över 90 % består av en materialtyp. Det gör att vi kan jämföra produkter, identifiera insatser med störst effekt och följa utvecklingen över tid.

Verktöget gör det också möjligt att ta fram unika miljörapporter till våra kunder, vilket ger ett värdefullt stöd i deras hållbarhetsarbete.

Genom att presentera tydlig fakta vill vi hjälpa både oss själva och våra kunder att fatta bättre beslut – och i slutändan minska utsläppen av CO₂.

På bild: Göran Frindberg, säljare på PacsOn, Torbjörn Persson, inköpschef på Emballator och Daniel Björnqvist, taktisk inköpare på Emballator.



Här är hållbarhet en självklar del i samarbetet

Hållbarhet är inget som läggs till i efterhand hos Emballator Lagan – det är en självklar och naturlig del av hur affären görs. Även de wellådor som aldrig når slutkunden omfattas av samma tänk. Tillsammans med PacsOn har FSC®-märkt wellpapp gått från en fråga till standard.

– Det blev en formalisering av samarbetet. Ett sätt att skapa en ännu starkare grund, säger Torbjörn Persson, inköpschef på Emballator.

Emballator Lagan utvecklar, producerar och marknadsför plastemballage för livsmedel, färg och kemtekniska produkter i form av hinkar och burkar. Företaget är en del av Emballator-koncernen, med Nordens bredaste sortiment av förpackningslösningar. Förutom anläggningen i Ljungby ingår även fabriken i skånska Vittsjö.

Samarbetet mellan PacsOn och Emballator Lagan har många år på nacken. När företagen tidigare var en del av samma koncern lades grunden för ett samarbete som sedan dess har fortsatt att utvecklas. Det som i dag upplevs som en självklarhet är resultatet av en resa där relationen har fördjupats, strukturer har satts och gemensamma arbetssätt vuxit fram över tid.

I takt med att samarbetet utvecklades blev även hållbarhetsfrågorna en alltmer integrerad del av dialogen. FSC® var en av

de frågor som tidigt kom upp – men snarare som en naturlig utveckling än ett krav utifrån.

– För ett och ett halvt år sedan var materialet redan FSC®-tillverkat, men vi på PacsOn saknade certifieringen. I dag är den på plats, vilket stärker både oss och Emballator, säger Göran Frindberg, säljare på PacsOn.

Torbjörn håller med:

– För mig är det viktigaste att materialet faktiskt är FSC®-märkt – inte certifikatet i sig. Det handlar om att alla delar i kedjan är ansvarsfulla. Samtidigt tycker vi det är både bra och viktigt att våra leverantörer certifieras, det skapar en trovärdighet genom hela systemet.

Men i samarbetet handlar hållbarhet om mer än vilket material som används. En lika viktig del har varit att förenkla, effektivisera och arbeta mer strukturerat.

– Vi har jobbat mycket med att få ner antalet emballage-



varianter. Det handlar om att använda rätt lösning – inte fler lösningar, säger Göran.

Det kan handla om allt från returflöden av emballage till att optimera detaljer som sträckfilm. Små förändringar, men som tillsammans gör stor skillnad.

Samtidigt är förutsättningarna runt omkring avgörande för att hållbarhetsarbetet ska fungera i vardagen, exempelvis den geografiska närheten. Med ett PacsOn-lager bara 1,5 kilometer bort kan leveranser ske snabbt och avvikelser hanteras direkt.

– Om något händer måste det lösas snabbt. Den flexibiliteten är väldigt värdefull, säger Torbjörn.

”Det finns verkligen ett värde i de här verktygen, absolut.”

Torbjörn Persson

Hos Emballator är perspektivet ännu bredare. Här är hållbarhet inte något som drivs i enskilda initiativ utan en del av hur verksamheten fungerar i stort.

– Det cirkulära är en del av vårt DNA. Vi har ökat andelen återvunnet material i våra produkter kraftigt de senaste åren och jobbar hela tiden med att minska vår materialanvändning, säger Torbjörn.

Maria Edqvist Schultz arbetar som hållbarhetsansvarig på Emballator och hon håller med Torbjörn. Företagets arbete med klimatavtryck, och hur det kommer att minskas, är ett tufft men genomförbart arbete.

– Vi gjorde en undersökning av vårt klimatavtryck 2022 och satte då krav och mål att vara klimatneutrala 2045 med ett halverat klimatavtryck per omsättningskrona fram till 2030.

– Det är ett tufft mål, men vi är på rätt spår vilket driver oss.

För PacsOn innebär samarbetet också ett ansvar som sträcker sig längre än den egna leveransen. Hållbarhet handlar lika mycket om hela kedjan, från det tillverkande företaget till vart materialet säljs vidare från PacsOn.

– Har man bra leverantörer går det i god för produkten.

Vi har koll på våra underleverantörer och att de lever upp till kraven, säger Göran.

Det gemensamma synsättet gör också att hållbarhetsarbetet blir konkret och mätbart. Genom att kunna följa klimatavtryck på artikelnivå skapas en transparens som gör det möjligt att fatta bättre beslut – tillsammans.

– Vi kan mäta vårt fotavtryck på alla artiklar. Det gör att vi hela tiden kan utveckla det vi gör, säger Göran och får medhåll av Torbjörn:

– Det finns verkligen ett värde i de här verktygen, absolut.

Det som en gång var en fråga i samarbetet har därmed blivit en standard. Inte genom en enskild insats, utan genom många steg över tid där hållbarhet integrerats i både arbetsätt och relation.

Och kanske är det just där styrkan ligger, att hållbarhet inte behöver lyftas fram. Den är ju redan en självklar del av affären.

Emballators klimatstrategi

Av Emballators klimatavtryck kommer 85 % från råmaterialen; plast, tennplåt och aluminium. År 2030 ska Emballator ha halverat sitt klimatavtryck per omsättningskrona genom följande:

Plast: 30 % återvunnen plast i produktportföljen, 50 % minskat klimatavtryck per omsättningskrona, 100 % återvinningsbara produkter.

Metall: 30 % minskat klimatavtryck per omsättningskrona, 100 % återvinningsbara produkter.

Energi: Netto-nollutsläpp från den egna verksamheten (Scope 1 och 2).

Transporter: Netto-nollutsläpp från transporter inom Emballators ansvarsområde.

Cirkularitet: 5–15 % av plastmaterialen från cirkulära loopar (ambition för 2030).

Från avfall till resurs i ett cirkulärt flöde



Emballage, förpackningar och förbrukningsprodukter kan ibland uppfattas som ett nödvändigt ont eller till och med som onödigt avfall. När de används utan tydligt syfte, eller hanteras på fel sätt, finns risken att de snabbt blir skräp som i många fall går direkt till förbränning efter användning.

Därför är det viktigt för oss att arbeta utifrån ett perspektiv där varje produkt betraktas genom hela sin livscykel – från tillverkning till återvinning – med målet att minska dess totala miljöpåverkan.

För att avgöra om en produkt är hållbar eller inte behöver vi ta hänsyn till:

1. Vilken funktion produkten ska uppfylla, till exempel att skydda, bära, täcka eller innehålla något.
2. Vilka förhållanden den behöver klara, exempelvis fukt, stötar eller användning som internemballage.
3. Vilken kvalitet och dimensionering som krävs för att produkten ska uppfylla sitt syfte och tåla de aktuella förhållandena – utan att mer material eller resurser används än nödvändigt.
4. Om produkten kan tillverkas av biobaserade material, gärna med miljö- eller spårbarhetsmärkning, eller med en hög andel återvunnet material.
5. Om produkten är möjlig att återvinna efter användning.

Punkt fem är minst lika viktig som den om råvarans ursprung – av flera anledningar:

- Användning av återvunnen råvara i befintliga produkter är en viktig förutsättning för en cirkulär ekonomi.
- Produktens design – till exempel materialsammansättning och tryck – avgör om den kan återvinnas i ett slutet kretslopp eller endast materialåtervinnas.
- Genom att använda återvunnen råvara minskar behovet av att ta nya naturresurser i anspråk.



Viktiga faktorer vid plaståtervinning

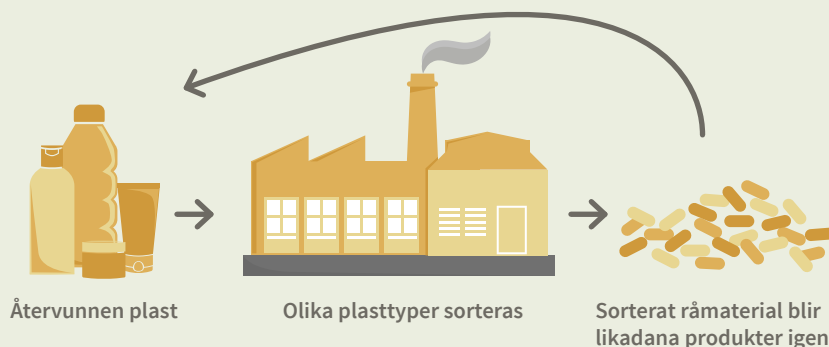
Två faktorer är viktiga och behövs för att plast ska kunna återvinnas och cirkuleras:

- Produkter bör utformas i monomaterial i stället för kompositmaterial och inte innehålla inslag som försvårar återvinning, till exempel infärgning.
- Plast ska sorteras och hanteras som en återvinningsbar resurs och inte som avfall.

Psst! Ska man vara ärlig finns det en tredje punkt också och det är anläggningar som kan återvinna. De finns, men inte tillräckligt många på europeisk nivå.

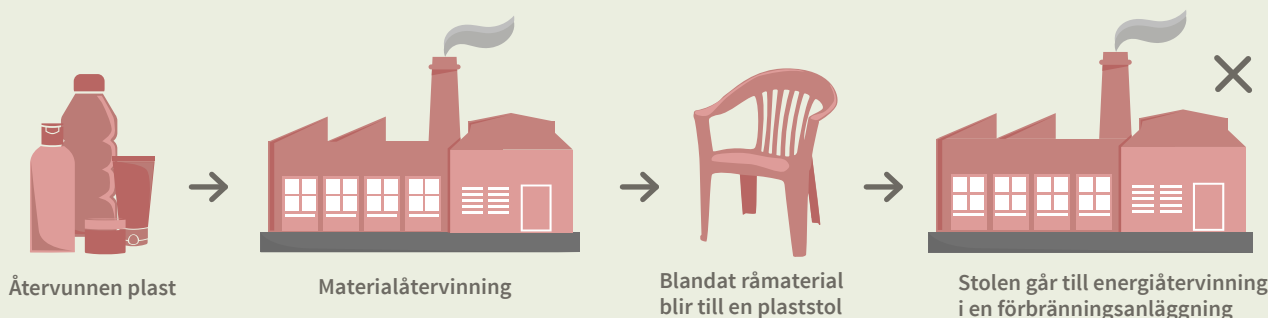
Cirkulär materialåtervinning

Att en produkt kan återvinnas till en ny produkt med bibehållen kvalitet. Förutsättningen är att den består av samma typ av råmaterial och att designen stödjer, snarare än försvårar, återvinningsprocessen.



Linjär materialåtervinning

Genom att blanda olika materialkvaliteter kan en återvunnen råvara skapas som används i nya produkter. Samtidigt innebär materialblandningen ofta att den nya produkten inte längre kan materialåtervinnas. När produkten har nått slutet av sin livslängd går den därför i många fall till förbränning.



Återvinning per materialslag 2024

Återvinningen av glas samt papper, papp, kartong och wellpapp har tagit ett glädjeskutt sedan förra årets mätning och ligger redan nu långt över 2029 års mål. Däremot sjunker återvinningsprocenten för plast inklusive PET-flaskor med pant ner till 31 % efter att ha ökat vid förra årets mätning. Detsamma gäller för pantburkar av aluminium, men här är procentsatsen dock fortsatt hög i jämförelse med totalsumman för plast.

Andel återvunna förpackningar 2024 jämfört med 2022 och 2023*

Material	2022	2023	2024		Mål 2029
Glas	86 %	85 %	98 %	▲	90 %
Plast inklusive PET-flaskor med pant	35 %	39 %	31 %	▼	50 %
PET-flaskor med pant	81 %	80 %	80 %	→	90 %
Papper, papp, kartong och wellpapp	78 %	81 %	99 %	▲	85 %
Järnbaserad metall (stål)	82 %	>70 %	65 %	▼	70 %
Aluminium, inklusive pantburkar	82 %	89 %	77 %	▼	50 %
Pantburkar av aluminium	89 %	90 %	87 %	▼	90 %

Källa: SCB, Återvinning av förpackningar i Sverige 2024

*Siffrorna är generella för Sverige. Vi använder dem för att bedöma sannolikheten för hur stor andel av våra produkter som återvinns.

Klimatberäkning ger ökad förståelse

Att förstå vår egen klimatpåverkan är en viktig del av hållbarhetsarbetet. Under 2025 har Hållbarhetsteamet stöttat PacsOn i arbetet med att ta fram en ny klimatberäkning. Det är den tredje beräkningen vi gör och den hjälper oss att följa utvecklingen över tid, se var det finns störst möjlighet till förbättring och fatta mer välgrundade beslut framåt.

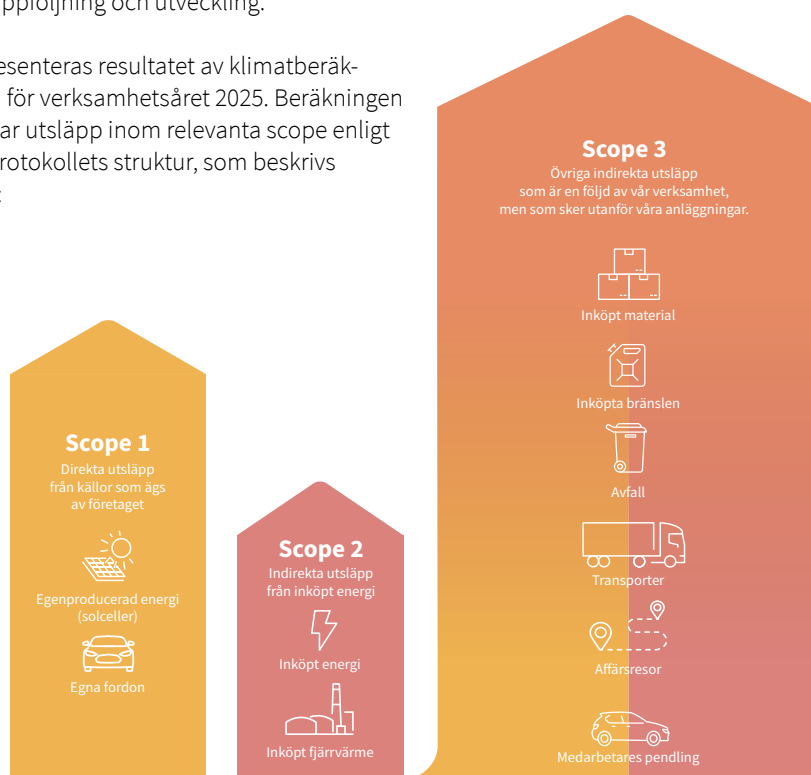
Precis som tidigare har beräkningen gjorts med utgångspunkt i GHG-protokollet, en etablerad standard för att kartlägga, beräkna och rapportera utsläpp av växthusgaser. Genom att följa denna struktur får vi en tydligare bild av var i verksamheten klimatpåverkan uppstår.

Inför beräkningsåret 2024 uppdaterades metoden inom vissa delar. För att kunna jämföra åren på ett rättvist sätt justerades även 2023 års beräkning i efterhand. Mellan 2024 och 2025 har metoden däremot varit densamma, vilket gör att årets resultat kan jämföras med föregående år på ett mer tillförlitligt sätt. Det ger oss bättre förutsättningar att förstå hur förändringar i verksamheten påverkar vårt totala klimatavtryck.

Syftet med klimatberäkningarna är att årligen följa upp företagets klimatpåverkan och göra informationen tillgänglig för relevanta intressenter. Resultatet, som visar vilka delar av verksamheten som har störst påverkan, ger därmed viktig vägledning i arbetet med att prioritera rätt åtgärder. På så sätt fungerar klimatberäkningen som ett viktigt verktyg för både uppföljning och utveckling.

Här presenteras resultatet av klimatberäkningen för verksamhetsåret 2025. Beräkningen omfattar utsläpp inom relevanta scope enligt GHG-protokollets struktur, som beskrivs nedan:

Scope 1:	Direkta utsläpp från källor som ägs och/eller kontrolleras av oss, exempelvis från egen produktion av energi och förbränning av bränslen i egna fordon.
Scope 2:	Indirekta utsläpp från inköpt energi, exempelvis från inköpt fjärrvärme.
Scope 3:	Övriga indirekta utsläpp som är en följd av verksamhetens aktiviteter ned- och uppströms, exempelvis från godstransporter och inköpta material.

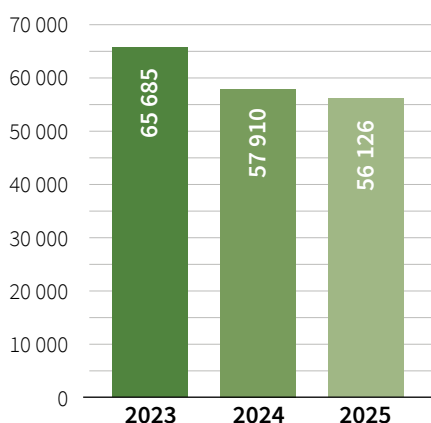




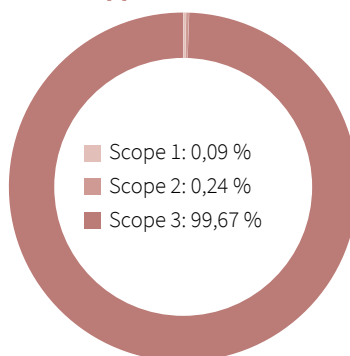
Totala utsläpp

Scope	Ton CO ₂ e 2023	Ton CO ₂ e 2024	Ton CO ₂ e 2025	Förändring*
Scope 1	217	271	49	-77 % ↓
Scope 2	345	67	137	-66 % ↓
Scope 3	65 198	57 572	55 940	-14 % ↓
Totalt	65 685	57 910	56 126	-15 % ↓

*Förändringen avser 2023–2025



Procentuell fördelning av totala fossila utsläpp



Är du nyfiken på att veta mer om våra beräkningar och varför resultatet ser ut som det gör? I vår separata klimatrappport kan du ta del av andel biogena utsläpp, fördelning av utsläpp per delscope och mycket annat. Kontakta oss för att veta mer.

Om resultatet 2025

De totala utsläppen har minskat med cirka 15 % jämfört med basåret 2023 – från 65 685 ton CO₂e till 56 126 ton CO₂e. Resultatet bör samtidigt tolkas med viss försiktighet eftersom det fortfarande finns osäkerheter i underlaget.

Precis som tidigare står Scope 3 för den största delen av utsläppen. Mest påverkan kommer från inköpta varor, som fortsatt är ett av PacsOns viktigaste fokusområden. Även om flera delar inom Scope 3 visar tydliga minskningar jämfört med basåret, blir minskningen i ton relativt liten eftersom inköpta varor står för en så stor del av de totala utsläppen.

Den tydligaste förändringen mellan 2024 och 2025 syns i Scope 1 och Scope 3. Det beror framför allt på att PacsOn

kraftigt har minskat användningen av fossila drivmedel och i större utsträckning gått över till eldrift.

Utsläppen i Scope 2 har däremot ökat. Det beror på att delar av den inköpta elen beräknas som nordisk residualmix (icke spårbar el-mix), samtidigt som den totala mängden inköpt el har ökat. Ett fortsatt fokus framåt bör därför vara att se över el som ännu inte är certifierad med ursprungsmärkning.

Sammantaget visar resultatet att PacsOn är på god väg i klimatomställningen, särskilt inom Scope 1 och 2. För att fortsätta minska klimatpåverkan blir det viktigaste arbetet att minska utsläppen från inköpta varor och fortsätta göra medvetna val tillsammans med leverantörer och kunder.



PPWR och EUDR – två regleringar som påverkar vår bransch

EU:s strategi den ”Gröna given” (the Green Deal), och ambitionen att EU ska bli världens första klimatneutrala region, ligger till grund för en storm av regelförändringar som kommit från EU kring bland annat transparens, rapportering, miljömärkningar och cirkulär ekonomi.

Två av regleringarna har stor påverkan på PacsOn och vår bransch: EU:s nya förordning om förpackningar och förpackningsavfall (PPWR) samt avskogningsförordningen (EUDR).

PacsOn tar ett helhetsgrepp kring kundens utmaningar och behov av förpackningslösningar och förbrukningsmaterial, och ser hållbarhet som en naturlig del av affären. Därför är det viktigt att vi håller oss uppdaterade med vilka regleringar som påverkar vårt företag, men också våra kunder och leverantörer. Vi har lagt mycket tid på att delta i olika utbildningsinsatser och informationsträffar för att öka vår kunskap och förståelse för vad vi behöver göra på kort och lång sikt för att leva upp till kraven.

När det gäller PPWR och EUDR har det dock inte varit lätt eftersom turerna har varit många kring tolkningar, definitioner och vilka företag som ska omfattas av lagkraven. Vid flera tillfällen har EU skjutit fram implementeringen men också ändrat på kraven.

På PacsOn är vi måna om att vara ett stöd för våra kunder och göra det så enkelt som möjligt för dem att leva upp till

kraven. Därför har det varit viktigt för oss att verkligen förstå vad de nya kraven innebär för att kunna förmedla kunskapen vidare, såväl internt till våra medarbetare som externt genom information och dialog med våra kunder. Vi har även haft möten med flera leverantörer för att säkerställa att de är införstådda med de nya kraven och höra vad de har för olika lösningar för att leva upp till dem.

Ur ett hållbarhetsperspektiv är intentionen bakom PPWR och EUDR svår att invända mot eftersom förpackningar står för en betydande del av Europas avfall och vi behöver få stopp på den globala avskogningen. I praktiken finns det dock en rad hinder och framför allt är det viktigt att definitioner fastställs, vägledningar tas fram och att det blir tydligt hur tillsynen av lagefterlevnaden ska gå till. Dessutom finns en del frågetecken kring Europas återvinningsinfrastruktur och om tillräcklig kapacitet finns för att hantera de materialflöden som PPWR förutsätter.

Kopplat till EUDR finns så många frågetecken att kommissionen har fått i uppdrag att göra en förenklingsöversyn som ska presenteras under 2026. Bland annat beslutades i



februari 2026 att undanta plastfolie (sträckfilm) och lastsäkringsband (packband) från de mest strikta återanvändningskraven i den nya förordningen. Efter kostnadsstudier har EU-kommissionen valt att inte kräva 100 procent återanvändning för dessa material, vilket innebär en lättnad för transportförpackningar.

En fördel med lagstiftningen är att den kan få bort en del oseriösa aktörer på marknaden, men frågan är hur lagstiftningen i praktiken kommer tillämpas och hur effektiv tillsynen kommer att vara. Många företag kommer göra sitt bästa för att följa reglerna, men vi kommer säkert se många företag som kommer försöka ta genvägar om tillsynen brister.

Under 2026 kommer PacsOn att fortsätta att följa hur PPWR och EUDR utvecklas, stärka vår interna kompetens samt ha dialog med våra kunder och leverantörer kring lösningar för att leva upp till kraven.

PPWR

PPWR (Packaging & Packaging Waste Regulation) är EU:s nya förordning om förpackningar och förpackningsavfall som ersätter det tidigare förpackningsdirektivet. Huvudsyftet är att skapa en harmoniserad lagstiftning i alla EU-medlemsstater och kommer bland annat innebära högre krav på återvinningsbarhet, andel återvunnet material i förpackningar och krav på återanvändning.

PPWR berör samtliga företag som tillverkar, importerar eller säljer förpackningar inom EU, liksom företag som exporterar till EU. Förordningen blir bindande från och med den 12 augusti 2026. Vissa bestämmelser omfattas dock av längre övergångsperioder och kommer därför att träda i kraft senare. Till exempel kommer krav på märkningar på förpackningar införas 2028 och krav på minimistandarder för förpackningsdimensioner och tomma utrymmen i förpackningar införas år 2030.

EUDR

EU:s avskogningsdirektiv EUDR (EU Deforestation Regulation) syftar till att stoppa handeln med produkter som orsakar avskogning eller skogsförstörelse globalt samt att minska unionens bidrag till utsläpp av växthusgaser och förlust av biologisk mångfald. Direktivet omfattar sju olika jordbruksprodukter, bland annat trä, som påverkar förpackningsbranschen. Företagets roll i leveranskedjan avgör vilka krav som det omfattas av, till exempel huruvida det behöver ha system för tillbörlig aktsamhet (due diligence) och/eller lämna in förklaring om tillbörlig aktsamhet.

EUDR ersätter den tidigare timmerförordningen och börjar tillämpas den 30 december 2026 för stora och medelstora företag och sex månader senare för mikro- och småföretag. Reglerna kan komma att ändras ytterligare då EU-kommissionen har i uppdrag att genomföra en förenklingsöversyn senast den 30 april 2026.

Analyser på molekylnivå

För att leva upp till PPWR och EUDR är det viktigt med spårbarhet och transparens. Under 2025 förvärvades det nederländska företaget The LCA Center av OptiGroup. De bedriver forskning och utveckling inom livscykelanalyser (LCA) samt "forensisk" LCA, vilket innebär att de kan analysera en förpackning på molekylnivå för att avgöra vad som finns i den. Och när det blir ökat fokus på spårbarhet i leverantörskedjan och att kunna visa upp en mängd information om förpackningsmaterial, ursprung, miljödata etcetera, är det en fördel för oss att ha ett av världens mest välrenommerade forskningsinstitut inom koncernen.

Mål och framtidsplaner

För oss på PacsOn är hållbarhet inte ett färdigt tillstånd, det är en resa i ständig förändring, där varje steg framåt räknas. Vi tror på ett arbetssätt som bygger på kontinuerlig förbättring, medvetna beslut och konkreta åtgärder. Vår strategi är inte att rusa fram, utan att agera långsiktigt, metodiskt och med fokus på verklig effekt. Så skapar vi en stabil plattform för utveckling som håller över tid.

Så sätter vi våra mål

När vi formulerar våra mål inom hållbarhet utgår vi från tre grundpelare:

- Ägarnas vision – vår långsiktiga riktning och ambition som företag.
- Kundernas behov – vilka krav och förväntningar våra kunder har på hållbara lösningar.
- Branschens utveckling – hur lagstiftning, forskning och marknad förändras.

Genom att kombinera dessa perspektiv skapar vi mål som är både realistiska, relevanta och i linje med vår roll i förpackningsbranschen.

Men mål räcker inte i sig. Det viktiga är att ställa de rätta frågorna:

- Vad säger forskningen?
- Vad vill vi egentligen uppnå?
- Hur ska vi ta oss dit – och hur snabbt måste det gå?

Först när vi har svaren på dessa frågor kan vi utvärdera våra mål på riktigt.

Är de genomförbara? Gör de skillnad? Driver de oss åt rätt håll?

Vi är på väg – men inte framme än

Vi vet att ett gediget hållbarhetsarbete kräver både uthållighet och investeringar. Det handlar om att vidareutveckla processer, implementera nya system och följa upp våra insatser med fakta och transparens. Det kräver tid – men vi är fast beslutna att fortsätta driva arbetet framåt, steg för steg.

Resultat och lärdomar 2025

MÅL	UTFALL	KOMMENTAR
KVALITETSMÅL		
NKI 4,5	4,42	Nära målet, men har påverkats av omorganisationer/fusioner under året.
92 % OTIF (leveransprecision mot kund)	89 %	Här finns en osäkerhet i mätmetoden pga olika affärssystem. Målet flyttas till 2026.
95 % leveransprecision inköp	84,5 %	Under målet. Projekt pågår inom strategiskt inköp.
Inga kemikalier innehållande ämnen på laglistor		Projekt att fasa ut produkter pågår.
ARBETSMILJÖMÅL		
85 % svarsfrekvens pulsmätningar	82 %	Svarsfrekvensen sjönk något i samband med byte av pulsverktyg. Tidigare mätningar låg högre.
eNPS 50	34	Bytet av pulsverktyg påverkade svarsbeteende och historiska nivåer har varit högre.
0 % arbetsrelaterade skador/psyisk ohälsa	0,125 %	Lågt utfall
MILJÖMÅL		
80 % cirkulär och/eller biobaserad försäljning emballage	72,2 % av försäljningen (84 % av vikten men det var inte målet)	Mäts på omsättningen och inte vikt vilket gör att material blir priskänsliga. Pappersprodukter har blivit billigare. I vikt av totalen uppnåddes 84 %.
20 % miljömärkt försäljning	17,9 %	Första året med FSC® har gett stora framsteg men det är väldigt stor skillnad i hur mycket FSC som köps in mellan de olika bolagen. Från några enstaka procent till nästan hälften av inköpen som FSC®.
100 % komplett masterdata, nya artiklar	81,6 %	Fortfarande stora svårigheter att lägga in komplett data på nya artiklar. Förklaras med tidsbrist samt bristande underlag från leverantörer. Skifte till nytt affärssystem kommer att stödja denna målsättning framöver.
Uppnå EcoVadis nivå Guld	Uppnått (97:e percentilen)	97:e percentilen är ett mycket bra resultat!
100 % dataunderlag från ext. transportörer	95,5 %	Väldigt nära att nå vårt mål och det är en enstaka transportör som står för bortfallet.
10 % lägre CO ₂ -utsläpp, Scope 1 & 2 (jmf. 2024)	- 27 %	- 27% är en väldigt bra siffra! Visar hur viktig övergången mot HVO100 i tanken på våra lastbilar samt skiftet mot elbilism är för att minska våra utsläpp.

Mål för 2026–2027

Kvalitetsmål

1. NKI minst 4,5 för varje bolag (inget enskilt bolag under 4,5)
2. Leveransprecision mot kund OTIF 92 %
3. Centrala leverantörer ska bli kontinuerligt reviderade
5. 100 % av centrala leverantörer ska ha ett avtal, ha skrivit under CoC och ha genomgått leverantörsbedömning
6. 100 % av lokala leverantörer (inköp >500 000 kr/år) ska ha skrivit under CoC och ha genomgått leverantörsbedömning
7. 100 % av lokala leverantörer utanför EU ska ha skrivit under CoC
8. 80 % av kemikalierna på prioriterad lista utbytta

Arbetsmiljömål

- Svarsfrekvens i medarbetarundersökningar ska vara minst 85 % i alla bolag
- eNPS större eller lika med 50 (för hela gruppen), ingen enhet lägre än 30
- Nollvision arbetsrelaterade skador/ arbetsrelaterad psykisk ohälsa samt långtidssjuka/totalt anställda
- 100 %* ska ha genomfört utbildningarna inom Business Practice

*Alla tjänstemän

Miljömål *OptiGroup Target

Hållbara affärer:

- Försäljningen av biobaserade produkter samt återvunnen plast ska minst utgöra 70 % av omsättningen (SEK)* och/eller 85 % av vikten
- Försäljningen av FSC® och/eller miljömärkta produkter ska minst utgöra 40 % av omsättningen (SEK) och/eller 50 % av vikten
- Uppnå EcoVadis nivå Platinum

Hållbara leverantörer:

- 100 % komplett, relevant, hållbarhets-masterdata på artiklar i SAP
- 100 % dataunderlag för CO₂-utsläpp, externa transportörer
- 65 %*(81% 2030) av leverantörer, räknat på andel av Scope 3-utsläpp, har utvecklat mål enligt SBTi

Minskad klimatpåverkan:

- Minskad klimatpåverkan i Scope 1 & 2 genom 10 % reducerade utsläpp jämfört med föregående år (-55 % jmf 2023 års utsläpp till 2033*)

OptiGroups långsiktiga hållbarhetsmål

■ 70 % biobaserat och återvunnet material

Vi ska främja en cirkulär ekonomi genom ökad försäljning av förnybara, återvunna, komposterbara och biologiskt nedbrytbara produkter. Målet är att 70 % av våra produktförsäljningar ska bestå av biobaserade eller återvunna material.

■ 100 % efterlevnad av vår uppförandekod

Vi samarbetar med leverantörer som prioriterar hållbarhet, ansvar och transparens. Målet är att alla leverantörer, nya som befintliga, ska följa vår uppförandekod.

■ SCOPE 1+2

OptiGroup ska minska sina CO₂-utsläpp från byggnader genom absoluta sänkningar med 54,6 % till 2033 (2023 år som basår).

■ SCOPE 3

OptiGroup ska säkerställa att 81 % av sina leverantörer, mätt i inköpsvärde, har utvecklat mål enligt Science Based Targets Initiative (SBTi) till 2030.

■ SCOPE 1+2+3

Reducera samtliga utsläpp i absoluta tal med 90 % till 2050 (2023 år som basår).

Hållbarhet

– så arbetar vi i praktiken

Hållbarhetsutmaningen kräver ett långsiktigt perspektiv. På PacsOn ser vi att verklig förändring sällan uppnås genom snabba lösningar eller enkla genvägar. I stället behövs ett uthålligt och långsiktigt engagemang.

Framåt kommer vi att fortsätta utveckla vårt arbete med ansvar i leverantörskedjan. Det innebär bland annat att fördjupa kartläggningen av våra leverantörer för att bättre kunna identifiera både risker och möjligheter – och hantera dem på ett strukturerat sätt.

Ord som följs av handling

För oss är hållbarhet en självklar del av vår företagskultur och präglar hela vår verksamhet. Vi följer utvecklingen inom området noggrant, håller oss uppdaterade kring lagstiftning och arbetar i linje med etablerad bästa praxis. På så sätt säkerställer vi att vårt hållbarhetsarbete fortsätter att vara både relevant och effektivt.

» Ansvar och struktur

OptiGroup-koncernen har ett gemensamt hållbarhetsramverk som utgör grunden för arbetet och tydliggör vilka förväntningar som gäller. För att ytterligare stärka och anpassa hållbarhetsarbetet har vi också tagit fram en egen strategi. Den ger oss möjlighet att utveckla arbetet vidare och arbeta mer fördjupat mot våra prioriterade områden, vilket är avgörande för att nå vår vision och våra mål.

Det övergripande ansvaret för hållbarhetsarbetet ligger hos vår vd, medan koncernens hållbarhetsansvariga leder och samordnar arbetet inom organisationen. Varje bolag ansvarar samtidigt för att formulera, genomföra och följa upp sina egna mål, åtgärder och handlingsplaner.

» Strategi och riktning

Hållbarhet är för oss så mycket mer än ord i ett dokument. Det är en tydlig riktning för hur vi fattar beslut och utvecklar vår verksamhet. Med hjälp av policyer och konkreta mål integrerar vi hållbarhet i alla delar av organisationen och i det dagliga arbetet.

» Uppföljning och kontroll

Genom interna kontroller och återkommande utvärderingar följer vi upp vårt hållbarhetsarbete för att säkerställa att våra insatser ger resultat. Arbetet omfattar bland annat medarbetarundersökningar, leverantörsbedömningar och andra analyser som hjälper oss att identifiera förbättringsområden och utveckla arbetet vidare i rätt riktning.

» Dokument, uppförandekod och policies

Grunden för vårt hållbarhetsarbete utgörs av tydliga riktlinjer och internationellt etablerade principer. De viktigaste styrdokumenterna i arbetet är:

- Hållbarhetspolicy
- Etisk affärspolicy
- Miljöpolicy
- Arbetsmiljöpolicy

Utöver våra egna policies tar vi även stöd i etablerade globala ramverk, såsom UN Global Compact och FN:s vägledande principer för företag och mänskliga rättigheter. Genom ett strukturerat arbetssätt strävar vi efter att bidra till en positiv utveckling för både samhälle och miljö, samtidigt som vi fortsätter att utveckla vår verksamhet.

Om vår hållbarhetsberättelse

Den här berättelsen är ett sätt för oss att visa vårt engagemang i hållbarhetsfrågorna. Den är inte framtagen för att uppfylla ett lagkrav, utan för att på ett tydligt och inspirerande sätt beskriva hur vi arbetar med hållbarhet och cirkularitet i vår bransch.

Detta är vår tredje berättelse och den omfattar

data och information för 2025. För mer information om hur PacsOn och vårt moderbolag OptiGroup arbetar med hållbarhet kan du skanna QR-koden här bredvid.



Konsten att skynda långsamt

Att vår planet är under stor press på grund av mänsklig aktivitet är det få som missat. Klimatförändringar, nedskräpning i både hav och på land, förlust av biologisk mångfald och vattenbrist är bara några exempel på problem som alla leder till negativa konsekvenser för oss människor och övrigt liv.

Fler och fler rapporter och forskare pekar på hur viktigt det är att vi gör något åt klimatförändringarna, och det fort! Men som i all utveckling så måste ”fort”, det vill säga tid, ställas i relation till två andra aspekter: kvalitet och pengar.

När jag i början av min karriär arbetade inom möbelindustrin brukade min dåvarande chef, miljö- och kvalitetschefen, säga ”av tid, kvalitet och pengar kan du endast välja två”.

- Fort och billigt ger låg kvalitet
- Hög kvalitet och billigt kommer inte gå fort
- Hög kvalitet och fort kommer inte att bli billigt

Samma tankesätt kan appliceras på många av de lösningar, lagar och förordningar kopplat till hållbarhet, som kommit de senaste åren. EU har velat agera snabbt, vilket har resulterat i dåligt genomarbetade lagförslag. Några exempel är avskogningsförordningen EUDR, förpackningsdirektivet PPWR och rapporteringsdirektivet CSRD som alla har genomgått omfattande regelförenklingar och skjutits upp vid flertalet tillfällen.

Att denna regelförenkling och ”urvattning” skett för flera av de lagar som kommit från EU tolkar en del som att hållbarhetsarbetet fått stå tillbaka. Jag tänker att det snarare handlar om att dåligt genomarbetade och, i vissa fall, något verklighetsfrånvända lagar med tveksam effekt, faktiskt fått bakläxa.

Jag håller med om att det har funnits ett behov av regleringar, så problemet är inte syftet med lagförslagen. Problemet är hur detta syfte sedan har förvandlats till ett snårigt lagförslag som innebär stor administrativ börda för många företag och svårigheter för kontrollorgan att följa upp.

Brigitte Pircher, docent i statsvetenskap vid Södertörns högskola som forskar om EU:s regelstyrning och administrativa kapacitet, menar att ”problemet är inte främst mängden regler, utan hur de utformas och genomförs”, och att vi i diskussionen om förändrade regelverk tenderar att ”blanda ihop regelförenkling, avreglering och bättre implementering”.

Brigitte Pircher skiljer mellan tre dimensioner: regelförenkling som innebär tydligare regler och mindre dubbelrapportering, avreglering, det vill säga att helt ta bort regler,

samt bättre genomförande genom effektivare implementering utan sänkt ambitionsnivå.

”De här tre delarna måste diskuteras mer rationellt. I stället har vi en het debatt om avreglering.”*

Det som blir svårt för oss som ska arbeta i enlighet med dessa lagar, som konstant ändras, är bristen på förutsägbarhet och kontinuitet.

Är det något som vi människor gillar så är det förutsägbarhet. Genom att kunna planera och på ett skapligt sätt förutsäga vad som kommer att hända kan vi säkra en hög kvalitet. I ett landskap där lagar och regelverk dras tillbaka, arbetas om och förändras i en snabb takt så skapar det osäkerhet, vilket är något som vi har sett hos många företag de senaste åren.

Därför har vi på PacsOn satt oss in i lagkraven och följt alla turerna för att kunna hjälpa våra kunder och leverantörer att

agera så smart som möjligt under dessa osäkra förutsättningar. När nu OptiGroup

förvärvat bolaget The LCA Center – ett av världens mest avancerade testlabb för

förpackningar – skapar det förutsättningar för

att vi på PacsOn ska kunna agera ännu snabbare. Deras kompetens och möjlighet att testa material skapar en oerhörd styrka som få andra kan mäta sig med.

Att vår planet är under stor press på grund av mänsklig aktivitet är ett faktum och det krävs att vi gör något fort. Men för fort kan göra mer skada än nytta. Genom att skynda långsamt kan så många som möjligt hinna med att utvecklas och bidra.

Genom att arbeta med att säkerställa att vi på PacsOn levererar det kunderna behöver, med hög kvalitet och att vi har fakta i ryggen, så att säga, gör att vi faktiskt är tvungna att skynda långsamt. För som sagt, hög kvalitet och billigt kommer inte att gå fort.

Henric Wahlgren
Sustainability Manager, PacsOn

Hög kvalitet och billigt kommer inte att gå fort.”

Henric Wahlgren

Hållbarhetsrapportering

* Ny för 2023 ** Ny för 2024 *** Ny för 2025

Allmänt	2023	2024	2025	Not
Försäljning				
Nettoförsäljning , MEUR	153	140,6	137,2	
cNPS	52	55	51	
eNPS	52	50	34	
eNPS svarsfrekvens, procent	82 %	80 %	82 %	
Leverantörer (T1) för återförsäljningsvaror (leverantörer med inköpsvärde > 500 000kr/år)				
Antal nya leverantörer under året	0	3	0	
Antal nya leverantörer under året som skrivit på Supplier Code of Conduct	0	2	0	
Antal leverantörer i lågriskländer	182	325	164	*
Antal leverantörer från medium/högriskländer	0	0	1	*
Antal leverantörer från lågriskländer som följer CoC	182	242	152	*
Antal leverantörer från medium/högriskländer som följer CoC	0	0	1	*
Andel leverantörer som följer CoC, procent	100 %	74 %	93 %	*
Andel, procent, inköpsvärde leverantörer som följer CoC	100 %	83 %	98 %	*
Andel leverantörer i lågriskländer, procent	100 %	100 %	99 %	*
Andel inköpsvärde leverantörer i lågriskländer, procent	100 %	100 %	99,9 %	*
Antal leverantörsrevisioner genomförda av tredje part	0	0	0	*
Antal dokumenterade leverantörsbedömning enligt ESG data från compliance databaser för leverantörer i medium/högriskländer	-	-	0	***
Antal rapporterade fall av tvångsarbete	0	0	0	
Antal rapporterade fall av barnarbete	0	0	0	
Antal rapporterade fall av allvarliga brister inom hälsa/säkerhet	0	0	0	
Antal rapporterade fall av allvarliga brister inom miljöskydd	0	0	0	
Produkter och material				
Försäljning av biobaserat material (kg)	45 567 360,19	43 826 749,97	42 378 716	
Försäljning av plastbaserat material, ej anpassade för återvinning (kg)	830 633	435 822	674 046	
Försäljning av plastbaserat material, anpassade för återvinning (kg)	8 425 685	7 424 935	2 603 995	
Försäljning av övrigt material (kg)	5 943 500,92	3 682 240,18	3 470 280	
TOTAL försäljning av produkter (kg)	60 767 179,11	55 369 747,15	49 127 037	

** Ny för 2024 *** Ny för 2025

Allmänt, forts.	2023	2024	2025	Not
Ingående råvara i sålda produkter:				
Återvunnet biobaserat material (kg)	21 572 300	20 963 700	29 768 992	
Återvunnen plast (kg)	1 094 088	996 993	697 406	
Försäljning av biobaserat material av totalen	75%	79%	86%	
Försäljning av återvunnet material av totalen	37%	40%	62%	
Försäljning av plastbaserat material där alternativt material finns (MEUR)	29,29 €	4,44 €	3,05 €	
Försäljning av plastbaserat material där inga bättre alternativ finns (MEUR)	-	18,93 €	22,18 €	
Försäljning av övrigt material (MEUR)	-	79,63 €	37,00 €	
Försäljning av miljömärkta produkter (kg) Ex. Svanen, Bra miljöval, cradle to cradle, FSC®	3 490 386,64	3 306 915,25	9 121 478	
Försäljning av FSC®-produkter (kg)	280 083,61	163 758,38	13 732 587	
Försäljning av miljömärkta produkter (MEUR) Ex. Svanen, Bra miljöval, cradle to cradle, FSC®	12,70 €	14,21 €	24,54 €	
Försäljning av FSC®-produkter (MEUR)	8,12 €	0,70 €	35,75 €	
Scope 1 – Direkt energi och CO₂-utsläpp				
Total energi producerad on-site i kWh.	228 997	268 730	343 128	
Använd energi i byggnader				
Energi producerad on-site från förnybara källor i kWh (solpaneler)	118 462	268 730	343 128	
Energi från olja, kWh	0	0	0	
Energi från gas, kWh	0	0	0	
Företagsbilar				
Energi från Diesel, liter	22 997,99	30 488,57	6 141	
Energi från Bio-diesel (HVO100), liter	0	5 591	0	
Energi från Bensin, liter	29 227,83	26 431,43	1 815	
Energi från el (kWh)	8 931	32 637,32	0	
Energi från hybridbilar (kWh)	97 568	118 356,5	0	
Egna lastbilar				
Energi från Diesel, liter	36 956,91	54 828,32	4 476,86	
Energi från Bio-diesel (HVO100), liter	124 530,01	132 441	50 938,7	
Energi från Bensin, liter	-	-	8 541,64	***
Företagsbilar/lastbilar				
Antal dieslbilar (M1, N1)	-	26	8	**
Antal bensinbilar (M1, N1)	-	3	2	**
Antal rena elbilar (M1, N1)	-	26	49	**
Antal Plug-in/ hybrid bilar (M1, N1)	-	22	16	**
Antal bensin/diesel-lastbilar N3	-	12	12	**

* Ny för 2023 ** Ny för 2024 *** Ny för 2025

Scope 2 – Indirekt energi och CO ₂ -utsläpp	2023	2024	2025	Not
--	------	------	------	-----

Elförbrukning, kWh				
---------------------------	--	--	--	--

Energi från el via vanligt elnät, kWh	2 494 972	0	95 138	
Energi från certifierad grön källa, kWh	724 588	2 242 552	2 432 445	

Uppvärmning, kWh				
-------------------------	--	--	--	--

Vanlig uppvärmning, kWh	3 355 853	1 030 275	1 333 124	
100 % grön uppvärmning, kWh	0	2 250 094	2 064 917	

Scope 3 – Utsläpp från inköpta varor och tjänster	2023	2024	2025	Not
---	------	------	------	-----

Inköp av varor				
-----------------------	--	--	--	--

Totalt inköp av varor för försäljning, MEUR	-	94,59	95,97	*
Totalt CO ₂ -utsläpp från inköpta varor, ton	60156	57 751	54 793,60	
CO ₂ -utsläppstäckning för inköpta varor i procent på försäljningen	84,9%	96,3%	97,9%	
Antal leverantörer (>500 000kr/år) som följer/deltar i SBTi	0	0	48	
Inköp från leverantörer (>500 000kr/år) som följer/deltar i SBTi, MEUR.	0	0	36,4	
CO ₂ -utsläpp från leverantörer som följer/deltar i SBTi, ton	0	0	18 813,90	

Inköp av transporter				
-----------------------------	--	--	--	--

Totalt antal speditörer för transport från lager till kund	23	20	13	
Totala utgående fraktkostnader, MEUR	6,985	6,15	3,77	
Antal speditörer som tillhandahåller rapporter angående utsläppsdata	13	14	10	
Fraktkostnad från speditörer som tillhandahåller rapporter angående utsläppsdata, (MEUR)	3,794	5,66	3,6	
Outsourcad transport-vikt, ton	25675	61680,10	23 361	
Outsourcad transport, ton*km/transport	14 733 260	25 088 287,03	16 810 110	
Outsourcad transport-CO ₂ e, kg	1 458 184	1 084 647	708 324	

Avfallshantering: Återvinning				
--------------------------------------	--	--	--	--

Papper, återvunnet, kg	36 180	36 282	30 669	*
Plast, återvunnet, kg	3 493	5 546	10 292	*
Metall, återvunnet, kg	3 330	1 034	760	*
Trä, återvunnet, kg	0	12 210	8 631	*
Textil, återvunnet, kg	0	0	0,00	*
Glas, återvunnet, kg	0	75	20,00	*
Elavfall, återvunnet, kg	0	2 235	251	*
Blandat avfall, återvunnet, kg	9 526	30 603	12 105	*
Kompost, kg	0	347	0,00	*
Farligt avfall, återvunnet, kg	76 297	3 445	670	*

* Ny för 2023 ** Ny för 2024 *** Ny för 2025

Scope 3 – Utsläpp från inköpta varor och tjänster forts.	2023	2024	2025	Not
Avfall: Ej återvunnet				
Brännbart för energiåtervinning, kg	30 594	16 780	12 186	*
Brännbart utan energiåtervinning, kg	11 986	0	0	*
Resterande avfall deponi, kg	0	0	2 420	*
Farligt avfall brännbart, kg	0	0	2 300	*
Farligt avfall deponi, kg	0	1 814	0	*
Farligt avfall som tas om hand på andra sätt av professionell leverantör, kg	1 676	2 037	0	*
Utsläpp från affärsresor				
Flygresor, inrikes, pkm	12 157	44 212	54 084	*
Flygresor, utrikes, pkm	19 018	35 645	40 934	*
Tågresor, pkm	4 365	1 587	42 106	*
Tjänsteresor med privatbil, bensin/diesel, km	798 024	18 715	30 333	*
Tjänsteresor med privatbil, el, km	160 762	0	30 333	*
Utsläpp från resor till och från jobbet				
Totalt CO ₂ -utsläpp från transport till och från jobbet, CO ₂ e ton	-	113,14	68,43	**

Anställda	2023	2024	2025	Not
Kvinnor Ålder <30, (heltidsanställda)	6	5,0	7	
Kvinnor Ålder 30-50, (heltidsanställda)	32,5	32,2	33	
Kvinnor Ålder >50, (heltidsanställda)	32,4	32,2	32	
Män Ålder <30, (heltidsanställda)	13,8	11,9	7	
Män Ålder 30-50, (heltidsanställda)	61,3	58,8	57	
Män Ålder >50, (heltidsanställda)	70,8	68,5	70	
Kvinnor med avdelnings-/chefsansvar, (heltidsanställda)	-	10	9	**
Män med avdelnings-/chefsansvar, (heltidsanställda)	-	23	23	**
Antal kvinnor med avdelnings-/chefsansvar som rapporterar till VD/sitter i ledningsgruppen (heltidsanställda)	4	5	9	*
Antal män med avdelnings-/chefsansvar som är VD/rapporterar till VD/sitter i ledningsgruppen (heltidsanställda)	11	12	20	*
Antal avslutade anställningar, kvinnor	7,3	3,5	1	*
Antal avslutade anställningar, män	21,2	9,8	13	*
Medeltalet av kvinnliga anställda	70,6	69,4	70,5	
Medeltalet av manliga anställda	145,7	139,2	132,5	
TOTALT antal anställda	216,4	208,6	207	
Antal tillvidareanställda, kvinnor	60,9	71,3	69	*
Antal tidsbestämd anställda, kvinnor	2,3	0,9	2	*

* Ny för 2023 ** Ny för 2024 *** Ny för 2025

Anställda forts.	2023	2024	2025	Not
Antal tillvidareanställda, män	148,2	138,8	106	*
Antal tidsbestämd anställda, män	5,5	5,6	4	*
Antal heltidsarbetare, kvinnor	69,9	67,6	69	*
Antal deltidarbetare, kvinnor	5,3	4,7	3	*
Antal heltidsarbetare, män	144,8	138,8	130	*
Antal deltidarbetare, män	8,8	5,5	5	*
Antal icke-anställda i linjeorganisationen som utför uppdrag för PacsOn/Optigroups räkning Ex. konsulter/agenter	0	1	5	*
Antal anställda som täcks in av socialt skydd (vid ex. skada, föräldraledighet m.m.)	216,4	208,6	207	
Antal anställda som ej täcks in av socialt skydd	0	0	0	
Antal anställda som är skyddade av kollektivavtal	216,4	208,6	203	
Antal anställda som ej är skyddade av kollektivavtal	0	5	4	
Antal anställda som tjänar under adekvat lönenivå	0	0	0	
Antal anställda som tjänar över adekvat lönenivå	216,4	208,6	207	
Antal anställda som har rätt till föräldraledighet, kvinnor	-	-	72	***
Antal anställda som har rätt till föräldraledighet, män	-	-	135	***
Antal som varit föräldralediga under 2025, kvinnor	-	-	15	***
Antal som varit föräldralediga under 2025, män	-	-	15	***
Ojusterat gender gap – "unadjusted average gross hourly earnings" (EUR), män	-	-	22,1	***
Ojusterat gender gap – "unadjusted average gross hourly earnings" (EUR), kvinnor	-	-	23,4	***
Median annual total compensation for all employees (EUR)			43 439	***
Antal anställda som haft medarbetarsamtal, kvinnor	70	68	63	
Antal anställda som haft medarbetarsamtal, män	144	138	131	
Antal timmar kompetensutveckling, kvinnor	-	668,5	517	**
Antal timmar kompetensutveckling, män	-	844,5	582	**
Teoretiskt arbetade timmar	434 187	414 410,8	339 491	
Faktiskt arbetade timmar	385 603	367 899,3	296 542	
Antal anställda som omfattas av ISO 45001-ledningssystem	216,4	208,6	207	
Antal icke-anställda som omfattas av ISO 45001-ledningssystem	0	0	0	
Antal arbetsrelaterade dödsfall hos anställda	0	0	0	

* Ny för 2023 ** Ny för 2024 *** Ny för 2025

Anställda forts.	2023	2024	2025	Not
Antal arbetsrelaterade dödsfall hos icke-anställda	0	0	0	
Antal dödsfall hos andra arbetare	0	0	0	
Antal olyckor för anställda på arbetsplatsen utan arbetstidsförlust	11	7	1	*
Antal olyckor för anställda på arbetsplatsen med arbetstidsförlust	0	2	1	*
Antal olyckor för icke-anställda utan arbetstidsförlust	0	1	0	*
Antal olyckor för icke-anställda med arbetstidsförlust	0	0	0	*
Antal anställda som drabbats av arbetsrelaterad sjukdom/ohälsa (stress, utbrändhet)	0	1	1	*
Sjukdomsfrånvaro hos anställda, timmar	47 804	13 144	8 014,2	*
Olycksfrånvaro hos anställda, timmar	846	1231	210	*
Frånvaro hos anställda på grund av annan ohälsa, timmar (stress, utbrändhet)	0	80	193,6	*
Antal visseblåsarärenden	0	0	0	
Antal allvarliga diskrimineringsärenden	0	0	0	
Antal dokumenterade diskrimineringsärenden	0	0	0	
Antal pågående diskrimineringsärenden	0	0	0	
Antal allvarliga brott mot mänskliga rättigheter	0	0	0	
Böter/kompensation på grund av mänskliga rättighetsärende (MEUR)	0	0	0	
Code of Conduct – Antal personer som utbildats	179	144	145	*
Anti-mutor och korruption – Antal personer som utbildats	0	0	12	*
Competition law – Antal personer som utbildats	0	0	7	*
Responsible purchasing – Antal personer som utbildats	0	0	1	*
Antal domslut för brott mot anti-corruption and anti-bribery laws	0	0	0	
Böter/kompensation på grund av brott mot ovan (MEUR)	0	0	0	
Antal rättsliga förfarande pga sena betalningar	0	0	0	

