

An aerial photograph of a dense forest, likely a coniferous forest, with a dirt path winding through it. The trees are lush green, and the path is a reddish-brown color. The overall scene is vibrant and natural.

# 2018

HÅLLBARHETSREDOVISNING

**Bona**®





Bonas hållbarhetsrapport för 2018 rapporteras enligt svensk Årsredovisningslag (ÅRL, kap 6) och omfattar Bona AB (556017-6488) och dess dotterbolag. Bona redovisar utifrån tre av FNs 17 globala mål. De är Mål 8 Anständiga arbetsvillkor och ekonomisk tillväxt, Mål 9 Hållbar industri, innovationer och infrastruktur, Mål 12 Hållbar konsumtion och produktion. Hållbarhetsrapporten är en separat bilaga till Bonas årsredovisning 2018.

# HÅLLBARHETSREDOVISNING 2018

## INNEHÅLL

Detta är Bona .....	4
Året i korthet .....	5
VD-ord .....	6
100% Passion 100% Bona .....	7
Vårt arv visar oss vägen framåt .....	8
En hållbar affär .....	10
Med ansvar för hela värdekedjan .....	11
Bona och hållbarhet .....	12
Så här tar vi ansvar .....	13
Bona och hållbarhet ur ett större globalt perspektiv .....	14
Resilient System ger golvet nytt liv .....	15

## REDOVISNING AV BONAS HÅLLBARHETSARBETE 2018

Bonas ansvar för miljö .....	16
Hållbara innovationer, i symbios och i samverkan .....	18
Bonas ansvar för sociala förhållanden, personal och mänskliga rättigheter .....	20
Banbrytande lansering av digitalt utbildningsprogram .....	22
Värdeskapande relationer .....	24
Bona och affärsetik .....	25
Översikt .....	26

# DETTA ÄR BONA

I snart hundra år har Bona varit ett betrott namn för golvvård. Bona etablerades i Malmö år 1919 och är ett familjeägt företag som värnar om det varaktiga och långsiktigt hållbara. Vi finns över hela världen och erbjuder produkter och system för att installera, renovera och underhålla golv. Vår passion är att leverera lösningar som håller golv vackra och funktionella år efter år, över hela golvet livslängd.

Bona agerar med ett globalt ansvar. Hållbarhet är vår ledstjärna och drivkraft i vårt engagemang att ständigt utveckla bättre produkter som tar hänsyn till både miljö och användaren och som skapar en god arbets- och hemmiljö. Med hundra års samlad erfarenhet kallar vi oss experter på att ta fram det bästa i golv.



## Bonas kunder

- Konsumenter
- Professionella hantverkare
- Industri, Parkettproducenter

## Bonas Produkter



### Finishing

Produkter för ytbehandling med vattenbaserade grund- och topplack, olja och hårdvax



### Floor care

Underhållsprodukter och system med polish, refreshers och cleaners samt maskiner och moppar



### Industrial coatings

Produkter för industriell ytbehandling med UV-lacksystem



### Sanding

Sortiment med slpmaskiner och slippapper



### Fastening

Sortiment av lim för installationer

# ÅRET I KORTHET

En stor investering för Bona är ett nytt distributionscenter i Limburg, Tyskland, som sattes i drift i slutet av 2017. Centret fördubblar Bonas kapacitet vad gäller hantering och distribution av varor och innehåller flera miljövänliga lösningar och initiativ. Det är en grön investering med elproduktion via solpaneler som gör centret självförsörjande, med laddstationer för elbilar, elcyklar samt gröna tak med växtlighet.



Den 30 september inviger Bona **nya lokaler** i Englewood, Colorado USA på Denver Tech Center. I de nya lokalerna finns bland annat Bonas största **utbildningscenter** och Bonas center för **Digital Training**.

Bonas globala intranät -

## **My Digital Workplace**

lanserades efter sommaren 2018.

En gemensam plattform med information, riktlinjer och digitala utbildningar.

Bona utvecklar varumärket för att inkludera nya marknader och golvytor. Mats Urde, professor vid Lunds Universitet School of Economics bistod i arbetet och Bonas varumärkesresa omnämns i Harvard Business Review.

Bona tar steget och lanserar

## **digitala utbildningar**

för Bonas professionella hantverkare. Det är en långsiktig och strategiskt viktig satsning som för Bona in i en digital framtid.



Bonas spraymopp fyller 10 år på USA-marknaden. Vid lansering år 2008 var succén ett faktum och efterfrågan större än tillgången. Fram till dags dato har fler än **fyra miljoner spraymoppar sålts världen över**. Under 2018 gjorde Bona ett antal innovationer som både förbättrar och underlättar för användaren.



Under 2018 lanserar Bona ett nytt system för mjuka golv, **Bona Resilient System**.

Hundra år av kunskap och expertis av att vårda och renovera trägolv förs nu över till nya marknader och nya golvmaterial.

Bona har som långsiktigt innovationsmål att 50% eller mer av företagets bruttomarginal ska komma från produkter som lanserats eller genomgått betydande förändringar de senaste fem åren. Bona nådde målet 2018, då bruttomarginalen av nya innovativa produkter utgjorde

# 53,7%

## VI LEVER VÅRA VÄRDERINGAR

Jag kan konstatera att kärnan i Bonas affärsmodell med fokus på hållbarhet och innovation efter hundra år fortfarande är lika aktuell. Att agera hållbart och ta ansvar för de klimatavtryck man lämnar är ännu mer relevant och viktigt idag med tanke på rådande klimatförändringar och hot mot vår miljö.



Det finns en stor stolthet och passion på Bona att erbjuda helhetslösningar som motvikt till slit och släng samt överkonsumtion. Nya möjligheter och beteenden spar på jordens ändliga resurser. Våra skarpa innovationsmål och möjlighet att återinvestera innebär att vi hela tiden kan vässa våra erbjudanden och service till våra kunder.

Med produktlanseringen Bona Resilient System breddar vi vårt erbjudande. Vi ger oss ut på en ny marknad som innebär att vi nu kan vårda, försköna och förlänga livet också på mjuka golvmaterial. Att förflytta vår expertis från trägolv till fler golvmaterial innebär att vi utvecklar Bonas varumärke. Vi har därför under året ägnat en stor omsorg med att värnadsfullt utveckla vårt varumärke. Det är ett grundligt och gediget arbete som är genomfört och som glädjande är omnämnt i Harvard Business Review.

En höjdpunkt för året är att Bonas största hållbara investering, vårt nya distributionscenter i Limburg, Tyskland redan efter ett år skördar goda gröna resultat. Med beslutet att ställa om vägburna transporter mellan Malmö och Limburg till tåg har vi minskat vårt klimatavtryck för transporter drastiskt. Genom att vara modiga och tänka hållbart gör vi skillnad.

Bonas möjlighet att göra långsiktigt hållbara investeringar och att återinvestera kapital för att utveckla nya innovationer bygger på en tydlig vilja och ett förtroende från Bonas ägare. Ett förtroende som är möjligt att skapa tack vare Bonas alla engagerade medarbetare som dagligen presterar och levererar med goda resultat. Utan detta engagemang och driv att tillsammans utveckla Bona för framtiden hade det inte varit möjligt. Jag tackar er alla för det!

Nu rustar vi för hundra år till som marknads- och innovationsledande inom vårt segment. För att hänga med i den snabba globala utvecklingen har vi under året genomfört en mängd organisatoriska förändringar som innebär att vi kan arbeta över gränser och professioner på ett mycket bättre sätt. Det gör att vi kan agera snabbare, växa och utvecklas tillsammans som ONE Bona. Detta gör det möjligt att fortsätta att utveckla det förtroende vi har förvärvat av vår omvärld och kunder. Det är vår trovärdighet inom trägolv som möjliggör vår fortsatta resa. Genom att vara i framkant och leverera hållbart med kvalitet.

Kerstin Lindell  
President och CEO, Bona AB

# 100% PASSION 100% BONA

Vår affärsidé är att ta fram det vackra i golv, att vårda och ta hand om de golv som redan finns. Det är en passion för Bona och Bonas medarbetare. Det är den målbilden vi har för ögonen i allt vi gör - i våra produkter, tjänster och service till våra kunder och vår omvärld. En ära och ansvar vi tar på största allvar.

Genom att dagligen ställa oss frågan hur vi kan bidra driver det oss framåt i vårt arbete. Sedan år 2017 har Bona arbetat mot Vision 2020. En strategisk plan med sikte på holistisk tillväxt som utgår från hållbarhet, innovationer och kunddriven utveckling. Bonas mål är att skapa förenklade men ändå effektiva lösningar som inte bara tar tillvara golvets skönhet utan också ökar golvets livscykel och därmed minskar miljöpåverkan.

Vi inser att de beslut vi fattar idag kan få stor inverkan på våra kommande generationer. Därför är det nödvändigt med hållbara beslut.

På Bona lever vi vår vision, löften och värdeord, Passion, Performance och Pioneering. Vi vill att våra kunder, partners, anställda och omvärld väljer oss för vad vi står för, hur vi arbetar och vad vi levererar. Det är så vi gör skillnad.

## VISION

Bring out the beauty in floors

## MISSION

Creating beautiful floors to bring happiness to people's lives

## KÄRNVÄRDEN

### Passion

Passion is our foundation for doing business. We are passionate about what we do and how we do it. We are always fully committed to bringing out the beauty in floors. We take pride in our products, services, and systems and we strongly believe that working with passion is the best way to serve our customers and expand our business.

### Performance

At Bona, performance means premium quality. We focus on the needs and safety of professional craftsmen, industrial customers and floor owners in everything we do. We are advocates for sustainable solutions and share our knowledge. This empowers our customers to achieve the best performance and results for floors – from installation and renovation, to maintenance and care.

### Pioneering

Bona has a track record of innovation. Pioneering is the basis of our reputation and future. We strive to think creatively and bring innovative ideas to new products, solutions and systems, while being open to change and acting on opportunities in the market. This pioneering mindset helps us to constantly seek new and better ways to improve our performance.



BRINGING OUT  
THE BEAUTY IN FLOORS  
SINCE 1919

**Bona®**

# VÅRT ARV VISAR OSS VÄGEN FRAMÅT

På hundra år har Bona gått från att vara en leverantör av bonvax i en liten kaffeaffär i Malmö till en global aktör med passion för golv och golvvård. Det är en anmärkningsvärd resa som är ett resultat av Bonas starka kultur med entreprenörskap, innovationer samt långsiktigt hållbara visioner och strategiska satsningar.

”

*Hundra års ledarskap och expertis inom golvvård har varit möjligt tack vare engagerade och passionerade medarbetare och Bonas framgång är ett lysande exempel på vad omvärlden och marknadens uppskattning för kvalitet och hållbarhet kan åstadkomma. Bonas samlade erfarenheter som experter på att vårda och renovera trägolv går nu in i en ny era. Det är glädjande att se tillbaka men ännu mer spännande att blicka framåt vart vårt ledarskap inom golvvård tar oss nästa gång.” Kerstin Lindell, President och CEO.*

## 1894 - 1939

### DET STARTAR MED EN KAFFEAFFÄR

- 1894 startar den då 26-åriga Wilhelm Edner en kaffeaffär i Malmö, Sverige. Han har spenderat fem år i USA och har blivit inspirerad av vad en modern affär består av och hur man marknadsför sig. Wilhelm blir en av de första i Sverige som annonserar och affären blir snabbt en av Malmö mest populära.
- Under 1910 introducerar Wilhelm bonvax som en del av sortimentet. Det är en ny produkt på marknaden och produktion av bonvaxet sker i en byggnad bredvid kaffeaffären.
- 1919 grundas Bona då Wilhelm registrerar det nya företaget Aktiebolaget Bona. Inom en femårsperiod adderas nya produkter med golvrengöringsmedel, oljor, vax och tillbehör för rengöring och vaxning av golv.
- 1938 övertar sonen Carl Gustav Edner rodret för Bona och blir företagets VD. Nu startar en lång era av expansion.

## 1940 - 1959

### MOT INTERNATIONELL MARKNAD

- 1943 flyttar Bonas produktion till nya större lokaler i Malmö. Efter andra världskriget startar en byggboom i Europa och Bona introduceras på marknaden. På 50-talet introducerar Bona D-503, Floor Sealer, som öppnar upp för omfattande export till Tyskland, Österrike och Schweiz.
- Mellan år 1943 och 1960 växer Bona från att ha varit ett litet lokalt företag till en tillverkande industri med internationell marknad. Under dessa år ökar försäljningsintäkterna med 2 700%.

## 1960 - 1979

### VERKSAMHETEN UTVECKLAS

- Bonas produkter kopieras och snart finns många motsvarande deras på marknaden som pressar priser. Bona arbetar hårt med kostnadseffektiviseringar.
- Tillverkningsprocesser automatiseras och nytt administrativt datasystem införs. För att möta efterfrågan med snabba leveranser investerar Bona i lager.
- Under 60-talet ser Bona potentialen i nya teknologiska lösningar och med stort fokus på forskning och utveckling med fokus både på produkt och kvalitetskontroll. 1979 är Bona först ut på världsmarknaden med att lansera vattenbaserade lacker.

VD

WILHELM EDNER  
1919 - 1938

CARL GUSTAV EDNER  
1938 - 1983





Att på hundra år växa från att vara en liten kaffeaffär i Malmö till ett stort globalt företag ställer krav på att konsekvent och över tid arbeta för att skapa en gemensam kultur och värderingar. Med blicken i backspegeln kan vi se att det är just detta arbetet som varit en viktig del av Bonas framgångssaga och att anställda trivs på Bona. Det gedigna arbetet med ONE Bona, med dialoger runt om i världen med alla anställda har grundat oss för framtiden. För oss är det viktigt att vi är transparenta, att alla vet vilka mål vi arbetar mot och på vilket sätt man själv bidrar i det arbetet. Trots vår storlek känner vi varandra och jobbar nu än mer och samverkar i processer och projekt, över landsgränser och över expertis-gränser. Det är så vi tror att vi måste möta framtiden. Som ett enat Bona, där alla har samma värdegrund och mål, trots kulturella skillnader och många mil mellan oss."

Lena Jonasson, Senior Vice President HR

## 1980 - 1994

### BONA GÅR I BRÄSCHEN

- 1984 kliver Bona in på marknaden för UV-lacker som riktar sig mot en ny kundgrupp, industrialiserad parkettproduktion.
- 1987 startar Bona ett dotterföretag i USA.
- Bona fokuserar på produktutveckling inom vattenbaserade lacker och med en ny generation lacker drar försäljningen iväg i raketfart.

## 1995 - 2006

### ATT MÖTA UTMANINGAR

- Bona tar bort ett antal "sub-brands" från marknaden och satsar på Bonas egna varumärke. Bona försäkrar sig om att företagets värde och värderingar genomsyras i alla produkter företaget tillverkar och säljer.
- Ett omfattande arbete genomförs för att stärka Bonas samhörighet och kultur till ett. Övergripande riktlinjer tas fram. Bonas utbildningsprogram enas till en företagsövergripande, samma för alla marknader. Arbetet med att ena Bona har varit betydelsefullt för företagets fortsatta framgång.
- 2002 gör Bona inträde på retailmarknaden i USA, via järnhandeln, med Bona Wood Floor Cleaner.
- Lönsamheten minskar. Hårdnande konkurrens, logistiska utmaningar och för höga overhead-kostnader påverkar. En rad åtgärder för att rationalisera och effektivisera sätter igång.

## 2007 - 2019

### VISION FÖR FRAMTIDEN

- Finanskris och nedgång på byggmarknaden gör att Bona kämpar med lönsamhet och marknadsandelar. Under 2008 ser Bona en vändning och går nu in i en stark tillväxtfas och dubblar omsättningen på 11 år.
- 2007 tar Bona fram en strategi för framtiden, Bona Vision 2020. Den prioriterar strategiska vägval för Bonas framtiden.
- 2008 genomförs ONE Bona. En dialogturné mellan Bonas ledning och 528 anställda i sex fabriker på tre kontinenter, inom fem affärsområden och på 18 dotterbolag. Det är en omfattande satsning som enar Bona.
- 2010 har nu Bona ett komplett system med produkter, en totalösning för att vårda, underhålla och renovera trägolv för en längre livslängd.
- 2011, nu finns Bona hos de fem största detaljhandelskedjorna i USA. År 2016 är vi närvarande hos nio av tio av de största detaljhandelskedjorna. Sammanlagt sker nu 98% av Bonas hela försäljning utanför Sverige och USA-marknaden står för två tredjedelar av den.
- 2018 lanserar Bona ett nytt system för mjuka golv, Bona Resilient System. Hundra år av kunskap och expertis av att vårda och renovera trägolv förs nu över till nya marknader och nya golvmaterial.

BERTIL EDNER  
1983 - 1999

STEFAN JOHANSSON  
1999 - 2007

KERSTIN LINDELL  
2007 -



# EN HÅLLBAR AFFÄR

Bonas affärsidé är att ta fram det vackra i golv över hela golvet livslängd genom att erbjuda produkter och system för att installera, renovera och underhålla golv. Det är ett livscykelbaserat erbjudande och drivkraften för utveckling hos Bona är innovation och hållbarhet.

## EN LÅNGSIKTIGT HÅLLBAR AFFÄRSMODELL

### FORSKNING OCH UTVECKLING

Rygggraden och kärnan i Bona är forskning och utveckling som bedrivs i egen regi. Den speglar företagets värderingar och levererar miljöanpassade produkter med hög teknisk prestanda. Nya tekniker och råvaror övervakas noga för att säkerställa att lagstiftning efterföljs. Men Bona siktar högre än så. Strävan är att klara ännu högre krav än de lagstadgade så att Bonas produkter är hållbara också i morgon.

### RÅVAROR

Hos Bona pågår ett ständigt arbete för att utveckla nya lösningar med komponenter som inte är potentiellt farliga för hälsa, säkerhet eller miljö. Bona har sedan många år arbetat med att minska VOC halten (Volatile Organic Compounds) i färdiga produkter. Arbetet att minimera påverkan på miljön från våra produkter har kommit så långt att vi påbörjat ett nytt förbättringsarbete med fokus på våra råvaror.

### PRODUKTION OCH LAGER

Utifrån Bonas produktion och lagerhållning arbetar företaget kontinuerligt med utveckling utifrån hälsa, säkerhet och miljöpåverkan. Bona har uppsatta mål för energieffektivisering, omställning till förnybar energiproduktion, minskad vattenmängd i produktionen och minskat avfall.

### DISTRIBUTION OCH TRANSPORT

Bona har miljömål för transporter som gäller för hela koncernen världen över och arbetar på olika sätt för omställning till hållbara transporter för minskad klimatpåverkan och bättre ekonomi. Till exempel har en omläggning i transporterna från lastbil till tåg mellan Sverige och Tyskland minskat Bonas utsläpp av växthusgaser med 60%.

### KUNDER

Bonas kunder, konsumenter, professionella hantverkare och parkettproducenter kan alltid känna sig trygga och säkra när de använder Bonas produkter och system. Hälsa, säkerhet och miljö genomsyrar i alla led och i alla produkter som Bona erbjuder.

## Råvaror

Forskning och utveckling

Framtagna i egen regi

Inköpta av underleverantörer

## Produktion och lager

Produkter för rengöring  
och underhåll

Produkter för ytbehandli



# MED ANSVAR FÖR HELA VÄRDEKEDJAN

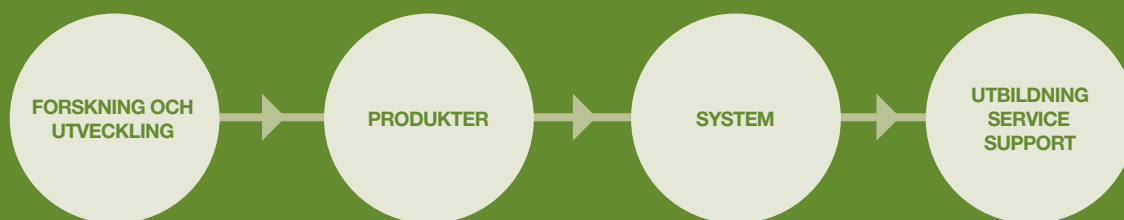
Bona är ett familjeägt företag med ambition och mål att arbeta långsiktigt och hållbart. Det ger goda förutsättningar att skapa resultat som är hållbara, både för Bona och för miljön.

Bonas ägare gjorde tidigt ett modigt val att äga hela värdekedjan. När andra valde att diversifiera och sälja av, valde vi istället att behålla produktion samt forskning och utveckling i egen regi. Det gör att vi kan investera i innovation från grunden och ta ansvar för kvalitet och innehåll, i hela kedjan.

Utbildning, service och support är en viktig och integrerad del av Bonas verksamhet. Bona Certified Contractor Program (BCCP) är en certifierande utbildning för professionella hantverkare och Bona tar nu steget att digitalisera dessa utbildningar. Genom att erbjuda en god service och support så att Bonas produkter används på ett korrekt sätt skapar vi kundnöjdhet samt trygghet och effektivitet för den professionella hantverkaren. Att göra rätt från början innebär att vi sparar både resurser och tid för användare, Bona och samhället i stort.

## VÄRDEKEDJA

Bona skapar värde genom ett ansvarsfullt företagande i hela värdekedjan.



## Distribution och transport

## Kunder

Konsumenter

Professionella hantverkare

Industri, Parkettproducenter

# BONA OCH HÅLLBARHET

Bona har en lång historia av att aktivt arbeta med hållbarhet och minska företagets klimatpåverkan. Säkerhet, hälsa och miljö har alltid högsta prioritet på Bona och hållbara innovationer driver Bona framåt. Genom åren har Bona varit banbrytande och pionjärer inom vår bransch – vi var de första att lansera vattenbaserade lacker på 70-talet och tog fram innovationer för dammfri slipning på 2000-talet.

Bonas bidrag till en hållbar samhällsutveckling tar avstamp i att vi är en global samhällsaktör. Därmed är det naturligt att koppla verksamhetens mål till FN:s 17 globala hållbarhetsmål för att beskriva vårt bidrag utifrån ett större sammanhang.

FN:s globala mål syftar till att skapa en långsiktig hållbar utveckling och inkluderar ekonomiska, miljömässiga och sociala aspekter. Målen ska stödja genomförandet av Agenda 2030, att avskaffa extrem fattigdom, minska ojämlikheter och orättvisor, att främja fred och rättvisa och att lösa klimatkrisen.

De globala hållbarhetsmål som har relevans för, och där Bona kan göra skillnad är främst:



## **MÅL 8 ANSTÄNDIGA ARBETSVILLKOR OCH EKONOMISK TILLVÄXT**

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



## **MÅL 9 HÅLLBAR INDUSTRI, INNOVATIONER OCH INFRASTRUKTUR**

Bygga motståndskraftig infrastruktur, verka för en inkluderande och hållbar industrialisering samt främja innovation.



## **MÅL 12 HÅLLBAR KONSUMTION OCH PRODUKTION**

Säkerställa hållbara konsumtions- och produktionsmönster.

### **Förändringar av val med koppling till FN:s globala mål**

År 2017 var det första året som Bona tog fram en hållbarhetsrapport. I den rapporten valde Bona att redovisa mål och delmål under fyra av FN:s globala hållbarhetsmål. För 2017 redovisade Bona under Mål 3 Hälsa och välbefinnande, Mål 8 Anständiga arbetsvillkor och ekonomisk tillväxt, Mål 11 Hållbara städer och samhällen samt Mål 12 Hållbar konsumtion och produktion. För Hållbarhetsrapport 2018 har Bona valt att förändra dessa mål och istället redovisa under tre mål, två enligt tidigare och ett nytt kompletterande. Mål 3 och 11 tas bort, då de inte anses vara relevanta för Bona med möjlighet att bidra till att nå dessa mål. Nytt för året är Mål 9. Förändringarna har skett utifrån 2017 års väsentlighetsmatris och utifrån en intern process med nyckelpersoner på Bona. Detta för att fokusera Bonas hållbarhetsarbete utifrån väsentlighetsprincipen, där hänsyn tas till både ett internt och externt perspektiv.



# SÅ HÄR TAR VI ANSVAR

Ett hållbart förhållningssätt är kärnan och grunden hos Bona. Det genomsyrar vår affärsidé och sätter sin prägel på de beslut vi fattar och i produkterna vi utvecklar. Det är också karakteristiskt för hur vi förhåller oss till vår omvärld, våra kunder och alla som är anställda på Bona.

Genom att ta ansvar för att skapa och upprätthålla en sund ekonomisk verksamhet som knyter samman med våra tre hållbarhetsmål kan vi göra skillnad. I varje beslut strävar vi efter att se dem ur ett ekonomiskt, miljömässigt och socialt perspektiv, så att beslutet blir långsiktigt hållbart.

Säkerhet, hälsa och miljö har högsta prioritet i allt vi gör på Bona, i vårt dagliga arbete och i våra produkter och tjänster. Att utvecklas mot det långsiktigt hållbara är ett konstant pågående arbete och är också nyckeln till företagets framtida framgång. Vi strävar efter att vara transparenta i vårt hållbarhetsarbete. Vi tror att det förhållningssättet skapar trovärdighet, öppnar upp för dialog och granskning som gör att vi utvecklas och kan förändra än mer.

## NÅGRA EXEMPEL PÅ HUR BONA TAR ANSVAR

### RESPEKT FÖR MÄNNISKOR

Bona har största prioritet på säkerhet och hälsa för Bonas anställda och för dem som använder Bonas produkter och system. Säkerhet och hälsa är integrerat i hela värdekedjan; forskning och utveckling, produkter, system och utbildning, service och support.

- Globala referensgrupper för att säkerställa att produkter och tjänster uppfyller högsta krav.
- Certifiering med GREENGUARD GOLD på rengöringsprodukter i Bona Floor Cleaning System samt på samtliga grundlack och topplacker för professionella hantverkare.
- Utbildningsverksamhet i egen regi för professionella hantverkare för långsiktig kunskap.

Respekt för  
människor

Minska  
påverkan  
på miljö

Hållbar  
tillväxt  
genom  
innovation

### MINSKA PÅVERKAN PÅ MILJÖ

Bona har största prioritet på att minska negativ påverkan på miljö, med omsorg för både utomhus- och inomhusmiljö.

- Bonas produktion i Sverige, Tyskland och USA certifierad enligt ISO 14001. I Malmö också certifierad enligt ISO 9001 och är under uppbyggnad i Tyskland och USA.
- Bona tar ansvar, med en bakåtintegrerad värdekedja som ger kunskap och kontroll och utifrån ett livscykelperspektiv på produkter, system, service och support.

### HÅLLBAR TILLVÄXT GENOM INNOVATION

Hållbara innovationer är kärnan och motorn hos Bona. Med nya innovationer utvecklar vi hela tiden våra produkter och kan på så sätt förbättra vår påverkan på miljö och omvärld.

- Vi skapar innovationer i framkant. I våra produkter, i våra projekt och samarbeten och i vår arbetsvardag. Vi gör det med forskning och utveckling i egen regi och i symbios med produktion. Vi gör det också i samarbete med framstående universitet och i innovationsprocesser tillsammans med andra då vi delar vår kunskap.

# BONA OCH HÅLLBARHET UR ETT STÖRRE GLOBALT PERSPEKTIV

Globalisering, digitalisering och fokus på hållbar livsstil är övergripande globala trender som påverkar samhället. Vi har identifierat några viktiga områden som påverkar Bona och våra långsiktiga strategier för ett hållbart företag.

## GLOBALISERING 2.0

Globalisering, när människor och länder binds samman och får en alltmer gemensam ekonomi, kultur och politik. Minskade kostnader för transport, en snabb digital utveckling ger en ökad rörlighet av människor, varor, tjänster, kapital och information över nationsgränser. Nya nätverk och gemenskaper skapas oberoende av geografi, språk och kultur. Det skapar även kopplingar till platser bortom det geografiska närområdet och snabbar på inspirationen och introduktionen av globala trender och fenomen.

För organisationer krävs globala strategier för lokala marknader. En ny medelklass växer fram med digitala köpmönster. Organisationer behöver ha förmåga till en snabb förändringstakt, arbeta cross-country och med tvärfunktionella samarbeten.

## DIGITALISERING

Både informationsteknologin och digitaliseringen är ett paradigmskifte som har förändrat samhället och människors förhållningssätt i grunden. Både utifrån hur varor och tjänster designas, produceras och distribueras, men även hur vi interagerar i tid och rum.

Handel har sedan en tid tillbaka varit en bransch i snabb förändring. Teknikmogna konsumenter som i snabbt tempo rör sig mot en allt mer mobil och social shopping där "crowden" är shoppingupplevelsen och som får en allt större betydelse för köpbeslutet. Detaljhandeln gör allt för att hinna med i det snabba tempot och fylla på med digitalt innehåll i upplevelsen. Alla kommer att vara ständigt uppkopplade och enskilda individer befinner sig i ett konstant köptillstånd. Online och offline smälter samman och blir en omnichannel. Denna shoppingmiljö påverkar alla delar av handeln, från affärsmodell, till prissättning, logistik, lager och kundrelationer.

## HÅLLBAR LIVSSTIL

Många av de stora miljöproblem som finns idag är en konsekvens av våra konsumtions- och produktionsmönster. Överutnyttjande av jordens resurser driver fenomen såsom global uppvärmning, minskad biologisk mångfald, ökad brist på rent vatten runt om i världen samt jordförstörelse. Ökad efterfrågan och ökad knapphet av resurser ger konflikter och prisuppgångar. Organisationer och ledare behöver ha långsiktigt hållbara och etiska perspektiv och investera i hållbara beslut och alternativ.



# RESILIENT SYSTEM GER GOLVET NYTT LIV



Under 2018 lanserade Bona ett nytt system för mjuka golv, Bona Resilient System. Det nya systemet är resultatet av ett långsiktigt utvecklingsarbete som gör det möjligt att rengöra, vårda och renovera slitna och skadade gummi, PVC, PU- vinyl och linoleumgolv. Gamla golv som får ett nytt liv, bevaras och förnyas istället för att ersättas med nya golv.

Lars Högwall, Director of New Business Development and Global Business Manager Resilient säger att det nya systemet är banbrytande och innebär ett trendbrott inom golvbranschen. Den befintliga marknaden av halvhårda golv omfattar många hundratals miljoner kvadratmeter som vi nu kan förlänga livet på och bevara och vårda för framtiden.

- Med Bona Resilient System vill vi skapa ett hållbart mervärde för golvägaren. Vi behöver inte längre byta ut och ersätta ett golv bara för att det är slitet eller i dåligt skick. Vi vill förlänga livet på det befintliga golvet och verka för att vårda och underhålla det vi redan har investerat i. Det sparar både på jordens resurser och golvägarens plånbok, säger Lars Högwall.

Det finns många kvadratmetrar halvhårda golv i offentliga och kommersiella miljöer. Exempelvis i vårdmiljöer, skolor, idrottshallar, kontor, hotell och på andra stora ytor så som flygplatser och kongressmiljöer. Golv med olika utmaningar med hög belastning, stort slitage och hygieniska krav.

- Det fina med Bona Resilient System är att det går att använda i väldigt många typer av miljöer. Utmaningen framåt handlar om kunskap, beteende och vanor. Idag har vi en tradition i samhället där det är vanligt att lägga in ett nytt golv istället för att överväga möjligheten att renovera den befintliga golvytan. Det kommer att kräva uthållighet och lite nya grepp från oss på Bona att påverka så det blir ett naturligt val för golvägaren att ta hand om golvet på ett än mer hållbart sätt, menar Lars.

Bonas ambition är att ta en tydligare roll i att medvetandegöra och påverka genom att förmedla kunskap och expertis. Bland annat genom att samarbeta med offentliga aktörer, som exempelvis bygg- och fastighetsbranschen.

- Vi ser nu att marknaden och samhällsaktörer har fått en djupare insikt och är redo att ta steget till ett mer hållbart livscykelperspektiv. Här kan vi också bidra genom att vara en kunskapsledande partner med en mer central roll i värdekedjan. Att gå från att vara producent till samarbetspartner. Det är så vi tror att vi kan göra skillnad, avslutar Lars.

## BONAS ANSVAR FÖR MILJÖ

Bonas ansvar för miljön sträcker sig genom hela värdekedjan. Från val av råvaror, produktionssäkerhet och transport till arbets- och inomhusmiljö. Som producent- och kemiföretag ser vi det som särskilt viktigt att hela tiden arbeta med att minimera vår negativa påverkan på miljön. Vi vill också vara en positiv kraft i att driva förändring genom att utveckla nya, hållbara, produkter och sträva efter att ställa krav utöver de högt ställda lagkraven.

För oss är inte hållbarhet något som står för sig själv utan något som måste genomsyra kultur, processer och system. Vårt ansvar för miljön är en integrerad del i våra koncernövergripande riktlinjer och säkerställer att hela koncernen arbetar utifrån samma utgångspunkt. Bonas SHE-policy (Safety, Health, Environment) beskriver hur säkerhet, hälsa och miljöaspekter alltid ska utvärderas genom riskanalyser och konsekvensbedömningar innan beslut fattas om investeringar eller andra förändringar. Det miljömässiga perspektivet ingår även i vår policy för Forskning och Utveckling, där hälso- och miljöaspekter går hand i hand med att utveckla kvalitet. Policyn innehåller även riktlinjer för vår innovationsprocess, där hållbarhet är en central del.

### I BONAS ARBETE MED FoU OCH PRODUKTUTVECKLING BEAKTAR VI ALLTID:

- Innehållet i våra kemiska produkter
- Arbetsmiljö inomhus för dem som använder produkterna
- Utsläpp som över tid kan påverka invånarna
- Utsläpp till miljön som kan påverka vårt klimat
- Livscykeln för produkterna och möjligheten att bevara naturresurser

## VÅRA MÅL OCH RESULTAT

Vårt ansvar för miljö tar avstamp i vår affärsmodell. När golv renoveras och vårdas istället för att bytas ut kan vi minska onödig användning av jordens resurser. Under 2018 producerade Bona lacker och oljor som täcker behandling av 41 063 228 kvadratmeter trägolv. Det motsvarar en årlig besparing av 168 200 ekträd med en genomsnittlig ålder av 125 år. De behöver inte användas för att göra nya golv. Bonas nya system för mjuka golv kommer innebära ännu större besparingar av ändliga resurser.

Vi vill inte växa på bekostnad av miljön. Därför arbetar vi med kontinuerliga förbättringar och investeringar för att minska vår användning av resurser. Bona har som mål att minska vårt avfall med 10% och vår energianvändning med 5% från 2015 års nivåer till 2020. Under 2018 minskade vi vår energianvändning med 5% jämfört med föregående år. Det ger en total reduktion på 4% från 2015 års nivå. Därmed är vi glädjande nära att nå vårt mål. Under året minskade vi vårt avfall med hela 19% jämfört med föregående år. Dessvärre gör resultatet från tidigare år att vi totalt sett har ökat vårt avfall med 2% från 2015 års nivåer. 2018 års starka reduktion visar vägen i vårt fortsatta arbete med att nå vårt mål för att minska vårt avfall.

Vi tror att framtiden tillhör produkter som kombinerar låg hälsorisk och låg miljöpåverkan med ekonomiska fördelar. Därför har vi som mål att 50% av vår bruttomarginal ska komma från nya produkter eller produkter som har fått betydande uppdateringar. Och vi är på rätt väg. Under 2018 bidrog nya innovativa, produkter till 53,7% av vår bruttomarginal.

Vi har lett marknaden genom vårt banbrytande skifte till vattenbaserade lacker redan från slutet av 70-talet. Ambitionen från Bonas ägare att driva miljöinriktat arbete kom långt före legala krav på området. Stor del av konkurrensen på marknaden kommer fortfarande från lösningsbaserade lacker. För varje kund som idag använder lösningsbaserade produkter innebär ett byte till Bonas vattenbaserade produkter en god gärning för miljön. I vår ambition att vara i framkant och prestera över rådande lagkrav har vi nu nått en så låg nivå med att minimera VOC halten, flyktiga organiska föreningar som påverkar både hälsa och miljö, att vi behöver finna nya mål för att ytterligare bli bättre. Därför arbetar vi numera även utifrån konceptet Greener Chemistry med fokus på grönare råmaterial. Det innebär att vi bedömer alla våra råvaror och kategoriserar dem som antingen gröna eller röda. Målsättningen är att öka mängden gröna råvaror i alla våra produktionsenheter.

Vi arbetar konsekvent med att minska vår påverkan på miljön när det gäller transporter. År 2010 tog vi beslut om att lägga över vårt största varuflöde i koncernen, mellan Malmö och vårt centrallager i Limburg, Tyskland, till tågtrafik. Det är ett beslut som innebär att vi med samma kostnader, men med en dags längre transporttid, drastiskt minskat våra transporters miljöpåverkan. Över 90% av dessa transporter går nu via tåg. Vi ser kontinuerligt över möjligheterna att göra liknande omställningar på våra andra marknader men begränsas av rådande förutsättningar i infrastrukturen. I USA försöker förbättra såväl transportkostnader som miljöpåverkan genom mer effektiva transporter. Vi strävar efter att höja genomsnittsvikten per sändning. Högre vikt och ökad samordning ger färre sändningar. I USA kommer vi att identifiera och mäta vårt utgångsläge för att sedan sätta mål för förbättring.



# HÅLLBARA INNOVATIONER, I SYMBIOS OCH I SAMVERKAN



För Bona går hållbarhet och kvalitetsprodukter hand i hand. Bona har sedan 1970-talet kontinuerligt arbetat för att lansera bättre produkter med mindre miljöpåverkan. Banbrytande innovationer med vattenbaserade lacker på 70-talet och dammfri golvslipning på 2000-talet. Innovation hos Bona handlar alltid om att skapa långsiktigt hållbara produkter som är bra både för miljön och som skapar god livs- och arbetsmiljö för personal, användare och kunder.

Bona har både produktion och forskning och utveckling i egen regi. En symbios som skapar kontroll och ger unika möjligheter att utveckla i den egna värdekedjan.

- Vår värdekedja är bakåtintegrerad hela vägen till skapandet av basbeståndsdelarna, säger Nicola Renberg, docent och Manager Innovative Partnership. Vi väljer själv råvaror, utvecklar och formulerar dem till färdiga produkter. Det ger oss kunskap och kontroll över innehållet i våra produkter, ner till minsta beståndsdel.

- Vår fundamentala kunskap innebär också att vi väldigt tydligt vet vad vi behöver och vill ha när vi gör inköp från underleverantörer, menar Nicola. Finns inte den specifika beståndsdelens samarbetar vi för att utveckla den. Genom att vara tydliga kravställare kan vi driva utvecklingen i en hållbar riktning utan att för den skull ge avkall på kvalitet och prestanda. Ibland är det en utmaning, men vi ger aldrig upp våra krav, säger Nicola.

För att driva innovationsprocesser globalt inom koncernen har Bona skapat en global processororienterad organisation, Bona Innovation Group, där man samarbetar, delar kunskap och prioriterar agendan för kommande innovationer inom Bona. Glenn Svensson är Global Project Manager och leder innovationsprojekt från tanke till färdig produkt.

- Våra produkter är hållbara på riktigt först när de används och våra kunder är nöjda. Därför

måste innovation alltid kombinera hållbarhet, kvalitet och marknadens behov. Genom att ha en bakåtintegrerad värdekedja kan vi utgå från en råvara eller en egenskap i produkten som vi vill ändra på och laborera fram en lösning med bibehållen eller bättre kvalitet, säger Glenn.

Bona har tidigt insett vikten av att dela kunskap och samarbeta med omvärldens aktörer, akademien och andra näringar för att skapa nytänkande hållbara produkter. Att vi bedriver egen forskning och utveckling på avancerad nivå innebär att vi har möjlighet att delta i vetenskapliga samarbeten. Bona samverkar i flera projekt med forskare på framstående universitet och andra aktörer från näringslivet. Bona tillför expertis och spetskunskap i kombination med kännedom och förståelse för utmaningar på marknaden och i samhället. Nicola förklarar hur externa samarbeten bidrar till innovation och utveckling av nya, hållbara, lösningar för Bonas produkter.

- På Bona har vi en mentalitet och värderingar som driver hållbar innovation. Att samarbeta i forskningsprojekt med universitet ger oss en plattform för att skapa innovationer över gränser och discipliner, till exempel att ta fram nya råvaror av biprodukter från jordbruk och skogsindustrin och projekt för att ta fram hållbar plast. Innovationer som innebär att vi inte tär på jordens resurser. Samarbeten och forskningsprojekt ger oss också insyn och inspiration från andra företag och branscher som bidrar med nya perspektiv på vårt utvecklingsarbete, menar Nicola.



### BONA INNOVATION HALL OF FAME

Hos Bona är entreprenörskap och innovationer en del av företagets historia och kultur, som därmed engagerar och involverar alla. Sedan år 2011 har Bona årligen en intern tävling då man lyfter årets viktigaste och mest nyskapande innovationerna i företaget. Medarbetare röstar på sin personliga favorit i en nomineringsprocess och tävlingen avgörs av Bona Innovation Group.

#### Bona Net

Innovation av slippapper som ger förbättrad och effektivare slipning med mindre damm.

#### Bona Spraymopp

Innovationer som innebär uppgraderingar av Bonas spraymoppsystem som förbättrar och förenklar användning av spraymopparna.

#### Bona R880

Innovation av konstruktionslim utan mjukgörare, lösningsmedel och vatten. Limmet är ett mjukt, starkt och elastiskt konstruktionslim baserat på silan som har en hög styrka och vidhäftningsegenskaper.

#### Bona Mega ONE

Innovation av vattenbaserad 1-komponentslack för trägolv som torkar snabbt, är lätt att slipa och ger ett vackert utseende.

### SÅ HÄR SAMVERKAR BONA MED ANDRA

## STEPS

Bona deltar i forskningsprojektet STEPS, Sustainable Plastic and Transportation Pathways, på Lunds Universitet. Projektet, som finansieras via Stiftelsen för miljöstrategisk forskning (Mistra), syftar till att utveckla plast från biobaserade råvaror. Visionen för STEPS är att skapa ett samhälle där plast framställs, används och återvinns på ett hållbart sätt genom att dela kunskap mellan akademi, samhälle och näringsliv. Under 2018 har projektet bland annat levererat en komponent från socker som har potential att göra plasten i till exempel dryckesflaskor mindre oljeberoende och även genererat spännande resultat som öppnar vägar för att göra plast från sågspån.

## BONAS ANSVAR FÖR SOCIALA FÖRHÅLLANDEN, PERSONAL OCH MÄNSKLIGA RÄTTIGHETER

Bona är ett globalt företag som förstår vikten av att vara ett ansvarsfullt företag, både i medvind och vid motgång, på alla marknader. Vi tror att hållbara resultat skapas genom att vårda och utveckla långsiktiga relationer. Såväl till medarbetare som till våra kunder, samarbetspartners och till vårt samhälle.

Vi är stolta över vår affärsmodell, våra produkter och system och på vilket sätt de bidrar till en hållbar framtid. Bonas resa och framgångssaga beror på alla medarbetare hos Bona. För Bona är ett av de viktigaste ansvarsområde att se till att alla är trygga säkra och mår bra. Människor som dagligen och med stort engagemang på olika sätt tar ansvar och driver Bonas hållbara utveckling in i framtiden. Nyfikna medarbetare som vill utvecklas med Bona. Genom att dela kunskap och genom att vara öppen för och se fördelar med kulturella skillnader.

Bonas koncernövergripande Code of Conduct utgår från FNs Global Compacts tio principer, Internationella arbetsorganisationens kärnkonventioner samt OECDs riktlinjer för multinationella företag. Bona Group Code of Conduct reglerar spelreglerna hur Bona ska förhålla sig med varandra internt och mot sin omvärld. I den beskriver Bona sina kärnvärden, riktlinjer för arbetsplats och arbetsmiljö, hur verksamheten ska genomföras och skötas. Den beskriver också hur kontakter och kommunikation med intressenter och omvärld ska hanteras samt om företagets ansvar utifrån ett större samhällsperspektiv. Bona Group Code of Conduct ses över och regleras årligen. Alla nya medarbetare på Bona tar under introduktionen av företaget del av företagets Code of Conduct och skriver under att de har förstått innehåll och innebörd. Bona Group Code of Conduct och underliggande policyer finns tillgängliga på företagets intranät, My Digital Workplace.

Bona är en ansvarstagande och engagerad aktör på de marknader och samhällen företaget verkar. Genom att driva Bona på ett seriöst och ekonomiskt stabilt sätt ser vi att vårt största bidrag är de lokala jobbtillfällen vi skapar och skatteintäkter vi bidrar med. Men vi vill även bidra till insatser som gör en positiv skillnad för de samhällen vi verkar i när vi har möjlighet. Vi uppmuntrar alla våra medarbetare att delta och engagera sig i samhällsprojekt.



## VÅRA MÅL OCH RESULTAT

Respekt för mänskliga rättigheter startar hos oss. Att få lika lön för lika arbete och möjlighet att förhandla sin lön är områden där Bona som arbetsgivare kan ha en direkt påverkan och vara del i att påverka andra. Vi har som målsättning att alla våra medarbetare ska ha ett årligt utvecklings- och lönesamtal. 2018 hade 95% av Bonas medarbetare ett sådant samtal. En tydlig arbetsbeskrivning bidrar till en tydligare transparens i lönesättning och möjligheter för utveckling och därför har vi även som mål att alla medarbetare ska ha en rollbeskrivning. Denna arbetsbeskrivning diskuteras och revideras utifrån behov vid varje utvecklings- och lönesamtal. 2018 har 94% en sådan.

Bona ska vara en trygg och säker arbetsplats. Målsättning är att alltid ha noll olyckor i organisationen. Under 2018 har åtta olyckor rapporterats varav fyra var olyckor i samband med bilkörning i USA. Många av våra medarbetare arbetar i en miljö i närhet till kemikalier vilket i sig innebär en ökad risk. Säkerhet och hälsa är därför alltid i fokus när vi utvecklar nya produkter och vi har under lång tid arbetat med att minimera risker genom att ha ett slutet produktionssystem.

Att dela kunskap är en viktig del i Bonas affärsmodell. Under 2018 skapade Bona 1 150 utbildnings- tillfällen för hantverkare i USA. Utbildningsverksamheten sker globalt på Bonas alla marknader. Ett mål för 2019 är att ta fram siffror som visar summan av antal utbildningstillfällen i hela Bona.

Högsta prioritet för oss är alltid att våra produkter ska vara trygga och säkra att använda. Vi har som mål att kvalitetsbristkostnader inte ska överstiga 0,5% av totala omsättningen. För 2018 blev utfallet 0,5% och vi håller oss därmed inom vår målsättning. Reklamationskostnader innebär kostnader för att åtgärda gjorda fel och brister och i vår mätning inkluderar detta flygfrakter, nedskrivningar av lagervärde och reklamationer i relation till omsättningen.

## SÅ HÄR SAMVERKAR BONA MED ANDRA

### HAND IN HAND INDIA

Hand in Hand är en utvecklingsorganisation som bekämpar fattigdom. Organisationen erbjuder handfast hjälp genom att investera i människors förmågor genom hjälp till självhjälp. Det gör det möjligt för människor att på egen hand ta sig ur fattigdom mot förbättrad livskvalitet, hälsa och ökade demokratiska rättigheter.

Bona har sedan år 2016 stöttat två-års projektet Hand in Hand Village Upliftment Program i Konerypatti Agraharam Panchayat, Indien. Det är en by i södra Indien som har cirka 4 150 invånare som är starkt beroende av jordbruket som är utmanande och inte ger så stor avkastning. Projektet har arbetat mot fem fokusområden; Utbildning och företagande, Alla barn i skolan, Förbättrad hälsa, Miljöfrågor, Demokrati och IT. Projektet avslutades under 2018 och visar på goda resultat. Sammantaget har 78 barn gått i skolan, 216 kvinnor har deltagit i självhjälpsgrupper och fått hjälp med mikrofinansiering, kunskap om företagsutveckling. Sammanlagt har 1 702 personer deltagit i ett utbildningsprogram i syfte att motverka barnarbete.

Bona är en stolt sponsor som med glädje tar del av de framgångssagor som rapporteras där Hand in Hand skapat långsiktiga förändringar som förbättrar livet för människorna som bor i byn.

# BANBRYTANDE LANSERING AV DIGITALT UTBILDNINGSPROGRAM



En av 2018 års viktigaste händelser för Bona var lanseringen av en digital utbildningsplattform, Bona Training. Redan år 2005 startade Bona utbildningar med certifiering för professionella hantverkare och de är idag en viktig del i Bonas värdekedja som bidrar till att Bona är ett premiumvarumärke på marknaden. De digitala eLearning-kurserna banar nu väg för nya möjligheter, med skräddarsydda och flexibla utbildningar anpassade utifrån geografiska och kulturella behov och skillnader.

- God kunskap om Bonas produkter och system och hur de används enligt best practice är viktigt för att slutresultatet ska bli det bästa, säger Todd Schutte, Director of eLearning. Att anordna fysiska utbildningar på flera ställen i världen är en omfattande och kostsam verksamhet som innebär att utbildningarna hittills inte kunnat genomföras i den omfattning och med den kontinuitet som är önskvärd. För att ta det till nästa nivå behöver vi kunna erbjuda omedelbar, repeterbar träning utifrån kundens behov, menar Todd.

Fördelarna med Bona Training-plattformen är många och kommer att bidra till att korta inlärningskurvan både hos hantverkarna men också hos kunder och samarbetspartners. Plattformens stora fördelar är att den erbjuder flexibilitet, tillgänglighet och anpassningsmöjligheter kombinerat med resurseffektivitet i att upprätthålla en uppdaterad kursdatabas. Hantverkarna kan genomföra kurser när det passar, hur ofta och många gånger de vill och ställa in till exempel språk utifrån önskemål. Med ett digitalt system blir det också möjligt att enklare dela kunskap med andra och se till att alla får samma, konsekventa, information och budskap, till exempel vid ett kundmöte.

- Jag ser också att det finns fler fördelar med vår digitala utbildningsplattform som handlar om att ta ett socialt ansvar säger Todd. Våra eLearning-kurser ger våra kunder möjlighet att utbilda hela sitt team på ett överkomligt och tidseffektivt sätt, utan onödigt resande och förlorad arbetstid. Det innebär att vi minskar både vårt och våra hantverkares påverkan på miljön genom minskat resande. Vi delar kunskap på ett tillgängligt sätt och ger en kvalitetsstämpel genom våra certifieringar. Det ger en validering på kunskapen och är en värdefull trovärdighetsgarant mot våra hantverkares kunder.

De nya eLearning-kurserna är ett gott exempel på organisk innovation inom företaget. Bonas kultur av entreprenörskap och satsningar på det långsiktigt hållbara, i kombination med tajming av digital och teknisk mognad, har gjort satsningen möjlig och lyckosam.

- Vi har börjat i liten skala och växlar nu upp för en global expansion, säger Todd. Vi har både intern kompetens och teknik för att snabbt och utan större kostnader kunna göra skapa nya utbildnings- och demonstrationsvideos anpassade utifrån varje marknads behov. Detta gör oss helt unika och marknadsledande inom området, avslutar Todd

De första fyra kurserna lanserades på BonaTraining.com i slutet av september 2018, och nya delar adderas kontinuerligt. Sammanlagt kommer den att bestå av 21 olika kurser som komprimerar vår fyra dagars utbildning, "Bona Sand and Finish" till två heldagar.

För närvarande finns det 2 700 aktiva konton på BonaTraining.com. Antalet unika, log-in per månad ökar i takt med att allt fler utbildningar lanseras.

## Unika inloggningar per månad

Sept	42	+110%
Oct	51	+21%
Nov	63	+24%
Dec	93	+48%
Jan	149	+60%



**SÅ HÄR SAMVERKAR BONA MED ANDRA**

## **BONA SKOGEN**

I Hjortseryd, beläget i sydvästra Kronoberg, finns Bona skogen. Ett återbeskogad område med gamla kulturträd såsom fågelbär, oxel, lind, lönn, ek och hassel. Bona skogen återskapar nu en gammal skogstyp som var vanligt förekommande i landskapet. Att satsa på en Bona-skog tar oss tillbaka till våra rötter. Till vem vi är och vad vi står för.





# VÄRDESKAPANDE RELATIONER



Att skapa långsiktiga relationer med kunder och omvärld är grundläggande och självklart för Bona och Bonas medarbetare. Det rådande synsättet är att man tillsammans skapar värde. En av Bonas stora kundgrupper är så kallade professionals. Det är hantverkare och entreprenörer som driver verksamhet för golvvård och renovering.

Christian Löher är Sales Manager för Centraleuropa och har varit en del av Bona och arbetat med att bygga upp kundrelationer i mer än 23 år.

- Vi vill bygga starka band till dem som använder Bonas produkter på professionell basis. På alla Bonas marknader arbetar säljteamen med att kontinuerligt besöka våra kunder. Vi har ett stort fokus på att dela kunskap om våra produkter och system. För oss är inte säljprocessen en kortsiktig insats utan ett långsiktigt arbete där vi arbetar för att skapa goda relationer med dem som är viktigast för oss, nämligen våra kunder, menar Christian.

- Att tänka hållbarhet i våra säljprocesser handlar om att se till att våra kunder vet vad de får när de köper Bona. Vi positionerar oss på kvalitet. Det innebär att vi måste kunna påvisa vilket långsiktigt värde Bonas system av produkter, support och utbildning skapar, säger Christian.

Bonas innovativa produkter och system kommer bäst till sin rätt när de används på ett korrekt sätt. Kontinuerlig utbildning för ny kunskap och support är nyckeln till framgång.

- Med kunskap och support ger vi förutsättningar och trygghet åt våra professionella hantverkare. Att de använder Bonas produkter på ett korrekt, resurseffektivt och säkert sätt som ger god kvalitet i utförda uppdrag. Vi tar ansvar och skapar goda förutsättningar för dem att växa som företagare, säger Christian. Vi vet nämligen hur viktigt det är att konsekvent leverera med hög kvalitet. Det handlar om att skapa trovärdighet över tid, avslutar Christian.



# BONA OCH AFFÄRSETIK

Att arbeta utifrån affärsetiska principer är en grundförutsättning för att driva vår verksamhet ansvarsfullt. Det är utifrån den grunden vi kan fortsätta att få förtroende från våra partners, kunder men också medarbetare och vår omvärld.

Bona har nolltolerans mot all form av korruption och vi ställer krav både på vår egen organisation och även på våra samarbetspartners. Korruption är ett globalt problem och vi måste vara proaktiva i vårt ställningstagande för att minska risken för att vår verksamhet utsätts för oegentligheter. Vi agerar på många olika marknader och ser att den största risken finns inom vissa marknader utanför Europa, där korruption och bestickning av tradition är vanligare. Vår Leverantörspolicy beskriver vår förväntan på våra leverantörer och hur vi prioriterar samarbetspartners utifrån etik och hållbarhetsmässiga aspekter. Genom att vara tydlig med vår position och förväntan på våra partners och leverantörer kan vi bidra till ett demokratiskt och rättvist samhälle där affärer kan göras på lika villkor.

För oss startar affärsetik i vår kultur och värderingar. Det handlar om att agera utifrån integritet och medvetenhet, och att ha strukturer för att enkelt kunna rapportera oegentligheter. Bona Group Code of Conduct och policy för gåvor sätter riktlinjer för vad som är godtagbart beteende för att hjälpa och guida medarbetare i beslut.

För att alla medarbetare ska kunna ta ansvar för att Bonas ställningstagande kring korruption efterföljs i hela verksamheten finns en extern visselblåsarfunktion. Ärenden som inkommer via systemet garanterar medarbetares anonymitet och följs upp av en etablerad rutin för intern utredning. Systemet kan även användas för att rapportera in andra allvarliga incidenter av intressekonflikter eller allvarliga oegentligheter angående Bonas vitala intressen eller individers liv och hälsa.

## VÅRA MÅL OCH RESULTAT

Korruption är ett brett begrepp som kan innebära en risk för att det finns olika tolkningar av dess innebörd. För att säkerställa att alla medarbetare delar samma bild av vad som förväntas har Bona som målsättning att alla ska genomgå en utbildning i antikorruption vart tredje år. Utbildningen kommer i framtiden att faciliteras av Bonas nya globala intranät, My Digital Workplace, som gör det enkelt att följa upp och mäta deltagandet i utbildningen. Att införa ett globalt intranät förbättrar också tillgängligheten för alla medarbetare att söka information och hitta riktlinjer och styrdokument på ett och samma ställe. Under 2018 genomförde Bona en utbildning för samtliga medarbetare i hur man använder och hittar på det nya intranätet.

Under 2018 registrerades inga ärenden i den externa visselblåsarfunktionen.

# ÖVERSIKT

Bonas hållbarhetsrapport är upprättad separat från Bonas årsredovisning. Syfte med denna rapport är att uppfylla kraven på hållbarhetsrapportering enligt Årsredovisningslagen.

I översikten sammanfattas Bonas mest väsentliga hållbarhetsupplysningar inom de fyra områdena miljö, sociala förhållanden, personal, respekt för mänskliga rättigheter och motverkande av korruption. Bona har valt att klustra de sociala aspekterna och redovisa dem tillsammans.

Alla Bonas riktlinjer revideras årligen och uppdateras efter behov.

## MILJÖ

Mål	Resultat 2018	Huvudsakliga risker	Hantering av risker
Minska avfall med 10% samt minska energianvändning med 5% till 2020 i relation till 2015 års nivåer.	Energianvändning minskade med 5% jämfört med föregående år, vilket innebär en total reduktion med 4% från 2015 års nivåer. Avfall minskade med 19% jämfört med föregående år, vilket innebär en total ökning med 2% från 2015 års nivåer.	Överanvändning av jordens resurser.  Farliga kemikalier i produkter.  Olycka kopplat till anläggning.	Safety, Health and Environment (SHE) policy som beskriver hur säkerhet, hälsa och miljömässig hållbarhet alltid ska prioriteras i alla Bonas processer.  Forsknings- och utvecklingspolicy med riktlinjer för prioritering av hållbarhets och livscykelaspekter vid utveckling av nya produkter och råmaterial.
Bidra till hållbar konsumtion och produktion.	Användning av Bonas produkter innebär att 168 200 ekträd med en ålder av 125 år, inte behöver användas till nya golv. Det motsvarar 30 600 000 kvadratmeter trägolv som ej behöver rivas ut och slängas.	Utsläpp av fossila bränslen vid transport.	Bona Group Code of Conduct som beskriver förväntat beteende för alla anställda med hänsyn till miljömässiga aspekter.  Slutet produktionssystem och specifika krishanteringsplaner för varje produktionsenhet. Riskutvärderingar årligen.
Över 50% av Bonas bruttomarginal ska komma från nya produkter.	53,7% av bruttomarginalen utgjordes av produkter som är mindre än fem år gamla.		Produktmärkning och SDS-blad (Safety Data Sheet).
Mer än 90% av Bonas råvaror ska vara kategori grön enligt Bonas system för Green Chemistry.	Målet med 90% uppfylls av enheten i Malmö.  Förnyelse av mätmetod behövs.		I USA medlemskap i Smartway, prioriterar effektivare transporter då det är möjligt.
Kontinuerlig utvärdering av effektivt hållbara transportmöjligheter.	Över 90% via tåg i största transportflödet. För USA används SmartWay och målsättning att effektivisera transporter med högre antal kilo per transport har påbörjats.		

## SOCIALA FÖRHÅLLANDEN, PERSONAL OCH MÄNSKLIGA RÄTTIGHETER

Mål	Resultat 2018	Huvudsakliga risker	Hantering av risker
Kvalitetsbristkostnad ska inte överstiga 0,5% av omsättningen.	Kvalitetsbristkostnader utgjorde 0,5% av omsättningen.	Felaktig användning av produkter.	Safety, Health and Environment policy som beskriver hur säkerhet, hälsa och miljömässig hållbarhet alltid ska prioriteras i alla Bonas processer.
Kontinuerligt skapa fler utbildningstillfällen för Bona användare.	1 150 utbildningstillfällen genomfördes i USA. För 2019 ska statistik inhämtas för resterande marknader.	Skador vid produktionsprocessen eller i andra led i värdekedja.	Extensivt utbildningsmaterial online via Bona Training plattform samt 22 utbildningscenter i 17 länder med kontinuerlig utbildning i samband med säljmöten.
Noll arbetsrelaterade olyckor.	8 rapporterade olyckor varav 4 i samband med bilkörning i USA.	Ojämlig lönesättning och möjlighet till utveckling i sin arbetsroll.	
Alla medarbetare ska ha ett årligt lönesamtal samt rollbeskrivning.	95% av alla medarbetare har haft ett årligt lönesamtal. 94% har en rollbeskrivning.	Diskriminering eller trakasserier på arbetsplatsen.	Extern visselblåsningsfunktion för rapportering av allvarliga händelser. Alla inrapporterade ärenden hanteras enligt fastställd process.
Noll konfliktrelaterade incidenter.	Inga inrapporterade incidenter.		Bona Group Code of Conduct som beskriver förväntat beteende mellan alla medarbetare och Bonas nolltolerans för trakasserier eller diskriminering.  Bonas Group HR-policy med riktlinjer för rekrytering, lönesamtal, jobbeskrivning och introduktionsprocess.  Utbildning i säker körning i USA i syfte att minska antal körrelaterade olyckor.

## AFFÄRSETIK

Mål	Resultat 2018	Huvudsakliga risker	Hantering av risker
Alla medarbetare ska vart tredje år genomgå utbildning inom affärsetik och antikorruption.	Mål inte uppfyllt men samtliga nyanställda har fått utbildning under denna 3-års period.  Inga registrerade ärenden via visselblåsarfunktion.	Ikke affärsetiskt beteende eller mottagande av någon typ av muta eller incident av korruption.	Extern visselblåsningsfunktion för rapportering av allvarliga händelser. Alla inrapporterade ärenden hanteras enligt fastställd process.  Bona Group Code of Conducts med riktlinjer för affärsetiskt beteende i verksamhetsstyrning och intressentrelationer.
Kontinuerligt utvärdera Bonas leverantörer.	Alla Bonas befintliga leverantörer är utvärderade. Dokumentation finns som lagras i Framework.  Bonas leverantörer utvärderas vart tredje år.		Leverantörspolicy



**MALMÖ 2019-03-13**

**Bertil Edner**  
Styrelsens ordförande

**Britt-Marie Forsberg**  
Styrelseledamot

**Kerstin Lindell**  
Verkställande direktör

## **REVISORNS YTTRANDE AVSEENDE DEN LAGSTADGADE HÅLLBARHETSRAPPORTEN**

Till bolagsstämman i Bona AB, org.nr 556017-6488

### **Uppdrag och ansvarsfördelning**

Det är styrelsen som har ansvaret för hållbarhetsrapporten för år 2018 och för att den är upprättad i enlighet med årsredovisningslagen.

### **Granskningens inriktning och omfattning**

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

### **Uttalande**

En hållbarhetsrapport har upprättats.

Malmö den 13 mars 2019  
Ernst & Young AB

**Johan Thuresson**  
Auktoriserad revisor

**Bona®**

Bona AB är ett familjeägt företag grundat 1919. Huvudkontoret ligger i Malmö, Sverige och runt om i världen representeras Bona av dotterbolag och distributörer i mer än 90 länder. Vi levererar produkter för installation, underhåll och renovering av golv.

Bona AB  
Murmansgatan 130  
212 25 Malmö

Box 210 74  
200 21 Malmö

Telefon: 040-38 55 00  
E-post: [bona@bona.com](mailto:bona@bona.com)