

S
K
C
I
K

Hållbarhetsredovisning 2022



PEOPLE



PLANET



PRODUCT

Innehåll

Året i korthet	3
Om KICKS	4
Våra hållbarhetsmål	5
Risicanalys	6
Värdekedjan	8

KAPITEL 1: PEOPLE

KICKS medarbetare	10
Våra kunder	12
Mångfald & inkludering	13
Psykisk hälsa	15

KAPITEL 2: PLANET

Klimatet	17
Beauty Recycling	18
Förpackningar	20

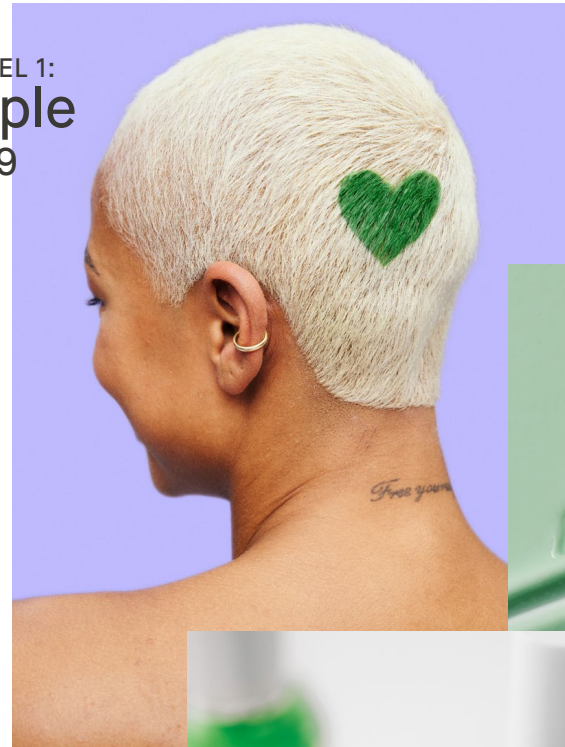
KAPITEL 3: PRODUCT

Leverantörskedjan	23
Här produceras våra inhouse brands	24
Våra inhouse brands	25
Conscious	27

BILAGOR

Restriktionslista för ingredienser	28
Leverantörslista	44
Revisorns yttrande	48

KAPITEL 1: People s. 9



KAPITEL 2: Planet s. 16

KAPITEL 3: Product s. 22



Året i korthet

För KICKS är socialt ansvarstagande och hållbarhet alltid högt upp på vår agenda, och det gångna året har inte varit ett undantag. Vi har fortsatt arbetet och ambitionerna att kontinuerligt stärka våra befintliga initiativ såväl som addera nya, och jag kan glädjande konstatera att dessa frågor inte bara engagerar brett inom vår organisation utan även att vi ser detsamma från våra kunder. I en tid med ett fruktansvärt krig i vårt närområde såväl som ekonomisk oro är detta extra värmande, för vår ansats är att vi tillsammans kan och vill göra mer.

Inom vårt mångfald- och inkluderingsarbete har vi under året börjat använda ett rekryteringsverktyg för ännu mer kompetensbaserad rekrytering utan omedvetna fördomar, genomfört en medarbetarundersökning för upplevd inkludering i hela organisationen och utvecklat en introduktionskurs inom mångfald och inkludering som rullas ut Q1 2023. Därutöver har vi även deltagit i Järvaveckan, firat Pride på alla marknader och uppdaterat vår bildpolicy med en checklista för representation utifrån etnisk tillhörighet, kön och ålder samt lagt till restriktioner för retuscher.

Vi har självklart fortsatt vårt arbete kring vår hjärtefråga psykisk hälsa, där vi fortsatt lyft frågan och stöttat nordiska organisationer som kämpar för ungas psykiska hälsa, genom årligt ekonomiskt bidrag och insamlingskampanj i våra butiker. I mars månad arrangerade vi även snabbt en insamlingskampanj i butik för att stötta UNHCR i samband med invasionen i Ukraina. Utöver summan som våra kunder bidrog med till UNHCR, skänkte vi som bolag 100 kr per anställd tillsammans med våra systerbolag i Axel Johnson-koncernen.

Under året som har gått har vi fått se allt fler negativa effekter av klimatförändringarna, och vi fortsätter därför att göra vad vi kan inom ramen för vår klimatstrategi. Vårt största fokus ligger på att minska utsläppen från tillverkningen av produkterna vi säljer, vilket också är den största utmaningen. Första steget handlar om att säkra kompetensen och medvetenheten hos våra leverantörer och producenter före oss i värdekedjan, så att

”Sedan start har våra butiker samlat in över 25 ton kosmetiskt avfall.”

vi i förlängningen både kan ställa krav på att minska utsläppen och även kroka arm med våra producenter i den omställningen.

Andra klimatinriktade initiativ har inkluderat att ytterligare se över emballage för att minska transport av luft. Vi har bland annat bytt ut majoriteten av våra träpallar till pappmedar, som går att stapla mer utrymmeseffektivt och som väger ungefär hälften så mycket som motsvarande träpall. Pappmedarna går också att återvinna, vilket var en utmaning med träpallarna som vi hade svårt att skapa ett cirkulärt system för.

Vidare har vi under året växlat upp vårt Beauty Recycling initiativ, där vi har startat en pilot för insamling av kosmetiskt avfall i fem norska respektive fem finska butiker utöver de svenska butiker som sedan start redan har samlat in över 25 ton kosmetiskt avfall. Vi har därutöver tagit fram en Beauty Recycling-möbel för våra butiker, vilket ger initiativet mer synlighet och även oss möjlighet att kunna kommunicera mer med kunden för att guida i hur man tar hand om sina uttjänta skönhetsprodukter på ett miljöriktigt sätt.

Utöver vårt nuvarande fokus vet vi också att det inom de närmsta åren kommer ett flertal nya EU-direktiv inom hållbarhetsområdet, vilka vi har börjat förbereda oss för. Ett sådant exempel är Corporate Sustainability Reporting Directive (CSRD). Även om den exakta utformningen av CSRD ännu inte är klar så ser vi positivt på att skärpta regler kopplat till vaga miljöpåståenden nu kommer. Det är ett viktigt steg mot ett mer transparent och jämförbart hållbarhetsarbete.

KICKS som bolag kommer envist att fortsätta sitt arbete kring socialt ansvarstagande och miljömässig hållbarhet, för vi kan och vill göra mer även framåt!



Freddy Sobin
VD



Om KICKS

Nordens ledande skönhetskedja

Som Nordens ledande skönhetskedja erbjuder KICKS en mix av externa varumärken och egna varumärken. Vårt kundlöfte är att inspirera våra kunder till att utforska sin egen skönhet.

Vår verksamhet

KICKS erbjuder ett helhetskoncept inom makeup, doft, hudvård och hårvård. Med välutbildade skönhetsexperter och en omnikanalslösning, där fysisk butik och e-handel är integrerat, erbjuder KICKS personliga och inspirerande skönhets tjänster och över 35 000 produkter från över 300 varumärken. I 90 av våra butiker i Norden erbjuder vi även vårt servicekoncept med skönhetsbehandlingar, Treat by KICKS. KICKS har ca 230 butiker i Sverige, Norge och Finland.

KICKS har Nordens största kundklubb inom skönhet med över tre miljoner medlemmar. Från januari 2022 till november 2022 ökade antalet nya medlemmar med 695 000, och siffran stiger för varje månad.

Förra året lanserades vårt online community KICKS Beauty Talks, som idag vuxit till en populär skönhetsdestination där våra 100 000 medlemmar bland annat kan dela sina favoritprodukter, beauty hacks och delta i tävlingar.

KICKS startades 1991 av KF, Kooperativa Förbundet. Från maj 2002 ingår KICKS i Axel Johnson AB som ägs av Antonia Ax:son Johnson med familj.

Styrning

Hållbarhetsansvaret delas av alla på KICKS. Det yttersta ansvaret har KICKS VD. Hållbarhet innebär att bedriva verksamheten enligt hög etisk standard, där risken för

korruption minimeras för att skydda människor och miljö, så att KICKS varumärke inte riskerar att få negativt anseende. Som ett vinstdrivande företag har vi ett ansvar att se till att ekonomisk lönsamhet skapas på ett hållbart sätt som värnar vår omgivning. Detta ansvar är delegerat till KICKS ekonomisk och finanschef, med stöd från ledningsgruppen. Övergripande ansvar för hållbarhetsfrågor är delegerat till hållbarhetschefen, medan ansvaret för social hållbarhet avseende personal är delegerat till KICKS HR-chef. Idag har KICKS en Head of PR & Sustainability och två hållbarhetsspecialister, organisatoriskt placerade på marknadsavdelningen.

Purpose

We exist to set beauty free.

Promise

We inspire people to explore their own beauty.

Core Values

We **engage** with our customers, each other and the world around us.

We **execute** with determination, precision, and passion.

We **excel** with the ambition to always beat yesterday.

Centrala policys

Vid varje nyanställning ges nya medarbetare ett introduktionspaket innehållandes centrala policys gällande nolltolerans mot diskriminering och kränkande särbehandling, arbetsvillkor, hållbarhet samt en uppförandekod,

kallad affärsetisk kod. Denna kod omfattar nolltolerans mot mutor och korruption och ska signeras av samtliga anställda.

För KICKS avtalspartners ställs krav på att samtliga ska förstå och signera KICKS uppförandekod för leverantörer, amfori BSCI Code of Conduct, som täcker in sociala, miljömässiga och affärsetiska aspekter. Efterlevnad av koden följs upp genom tredjepartsrevisioner för leverantörer i så kallade riskländer, enligt amfori BSCIs riskklassning.

- Affärsetisk kod
- amfori BSCI uppförandekod
- Arbetsmiljöpolicy
- Hållbarhetspolicy
- Mångfald- och jämställdhetspolicy
- Policy för mänskliga rättigheter

Om redovisningen

Redovisningen gäller Kicks Group AB, organisationsnummer 556432-9281. KICKS redovisar sitt hållbarhetsarbete utifrån de hållbarhetsaspekter som bedöms vara väsentliga med hänsyn till bolagets verksamhet och intressenternas förväntningar. Hållbarhetsredovisningen är inspirerad av GRI standards. Det är KICKS styrelse som har ansvaret för hållbarhetsrapporten och för att den är upprättad i enlighet med årsredovisningslagen. Det här är vår sjätte hållbarhetsredovisning, den gäller för verksamhetsåret 2022 och för samtliga delar av bolaget.

KICKS verksamhet

SVERIGE

130 butiker samt kicks.se
1605 medarbetare inom sälj, på lager och huvudkontoret

NORGE

68 butiker samt kicks.no
675 medarbetare inom sälj samt ett mindre kontor





FINLAND







31 butiker samt kicks.fi
285 medarbetare inom sälj

Våra hållbarhetsmål







KICKS hållbarhetsstrategi vilar på tre pelare:

- People
- Planet
- Product

People	Mål	Utfall	FN:s globala hållbarhetsmål
Andel medarbetare som har skrivit under den affärsetiska koden	100%	100%	
Andel medarbetare med internationell bakgrund	20%	32%	
Lika andel kvinnor och män bland medarbetare	40/60	96% kvinnor	
Representation av alla åldersgrupper bland medarbetare	10% -29 år 10% 30-39 år 10% 40-49 år 10% 50-59 år 10% 60+ år	56% 22% 12% 7% 3%	

Planet	Mål	Utfall	FN:s globala hållbarhetsmål
Andel butiker som samlar in kosmetiskt avfall i Sverige	30%	28%	 
Netto noll CO2e-utsläpp från egna verksamheten 2030 (ton)	0	615	
Minska CO2e utsläppen från leverantörsledet med 50% fram till 2030 (ton)	14 250	29 000*	
Andel materialåtervinningsbara förpackningar 2025	100%	-	
Andel förpackningar tillverkade av förnybar råvara eller återvunnet material 2030	100%	-	

* Baserat på siffror från 2021.

Product	Mål	Utfall	FN:s globala hållbarhetsmål
Andel av omsättning från Conscious sortiment	23%	27%	
Andel av leverantörer i riskländer som har godkänd granskningscykel	100%	100%	 
Andel hållbart producerad palmolja inhouse brands	90%	96%	  

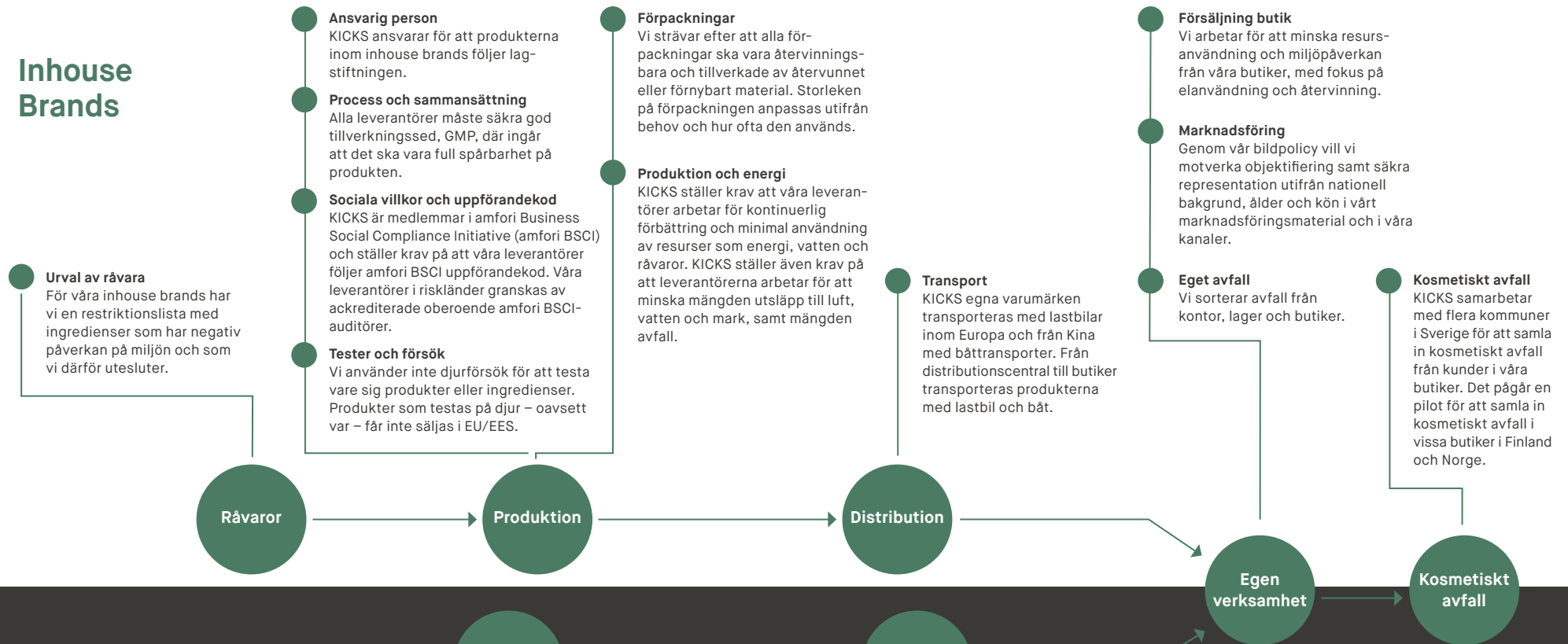
Risikanalyt

Risikområde	Risikbeskrivning	Riskreducerande åtgärder	
Antikorruption	Korruptionsförsök Påverkan av affärsrelationer	Nolltolerans mot mutor i affärsetiska koden som undertecknas av alla medarbetare årligen	
		Samtliga leverantörer måste följa amfori BSCIs uppförandekod	
		Visselblåsarsystem för anonym rapportering av misstänkta oegentligheter	
		Attestordning för betalning av fakturor	
Miljö och klimat	Hot mot biologisk mångfald	Förbud mot användning av hotade arter i produkter i leverantörsavtal	
		FSC-certifierat papper eller återvunnet material i inhouse brands pappersförpackningar	
		Återvunnet pappersmaterial i e-handelspaketen	
		Krav på palmolja som är certifierad enligt massbalans-principen i inhouse brands	
	Miljöskadliga kemikalier	Restriktionslista för ingredienser i inhouse brands	
		Krav kopplat till hantering av kemikalier i leverantörsavtal	
	Klimatförändringar	Klimatförändringar	Årlig uppföljning av energiförbrukning i egna lokaler
			Energi från förnyelsebara energikällor i egna lokaler
			Energikartläggning för stora företag (EKL)
			Uppföljning av utsläpp från produktion av inhouse brands och externa varumärken med hjälp av schabloner
			Krav på minskad energiförbrukning i leverantörsavtal
			Krav på minskade utsläpp i transportavtal
			Krav på minskade utsläpp från tjänstebilar och tjänsteresor
			Årlig uppföljning av energiförbrukning från uttransporter, tjänsteresor och tjänstebilar
	Överkonsumtion av vatten	Överkonsumtion av vatten	Kartläggning av vattenförbrukning i produktion av inhouse brands
			Krav på minskad vattenförbrukning i leverantörsavtal
	Felaktig hantering av kosmetiskt avfall	Felaktig hantering av kosmetiskt avfall	Insamling av kosmetiskt avfall i samarbete med ett flertal kommuner i Sverige samt pilot i Norge och Finland
			Information om återvinning till kunder
	Icke-återvinningsbara förpackningar	Icke-återvinningsbara förpackningar	Kartläggning av förpackningar inom inhouse brands
			Förpackningspolicy och mål för att säkerställa materialåtervinningsbarhet

Riskområde	Riskbeskrivning	Riskreducerande åtgärder
Mångfald och inkludering	Omedvetna fördomar vid rekrytering	Mångfald- och jämställdhetspolicy för att minska risk för diskriminering
	Exkluderande eller assimilerande arbetsmiljö	Verktyg för inkluderande rekrytering som maskerar kandidaters personuppgifter tills gallring är klar
	Bristande mångfald i marknadskommunikation	Medarbetarundersökning för att mäta upplevd inkludering i organisationen
	Objektifiering i marknadskommunikation	Introduktionskurs till mångfald och inkludering för alla medarbetare
		Bildpolicy för att motverka objektifiering och säkra representation i vår marknadskommunikation
Socialt ansvar & mänskliga rättigheter		Uppföljning av inkluderande content och samarbeten
		Krav och uppföljning genom amfori BSCIs uppförandekod
	Brott mot fackföreningsfrihet, säkerhet, diskriminering	Tredjepartsgranskning (BSCI, SEDEX with SMETA, SA8000)
	Avsaknad av anställningsavtal och skälig arbetstid och lön	Visselblåsarsystem för anonym rapportering av misstänkta oegentligheter
	Barn- eller tvångarbete	Screening av leverantörer för inhouse brands utifrån kvalitet och hållbarhet
	Arbetsmiljörisker, arbetsskador, stressrelaterade hälsorisker samt brister i jämställdhet bland medarbetare	Arbetsmiljöpolicy för god och säker arbetsmiljö
		Mångfald- och jämställdhetspolicy för att minska risk för diskriminering
		Visselblåsarfunktion som är lättillgänglig för alla medarbetare
	Arbetsmiljörisker och brister i arbetsförhållanden hos leverantörer	Medarbetarundersökning varannan månad med uppföljning och diskussion i respektive team
		Systematiskt arbetsmiljöarbete inom säkerhet, kränkande särbehandling samt arbetsmiljökommitté
		Förebyggande av psykisk ohälsa internt genom tillgång till motiverande samtal i appen BlueCall
		Krav och uppföljning genom amfori BSCI uppförandekod

Värdekedjan

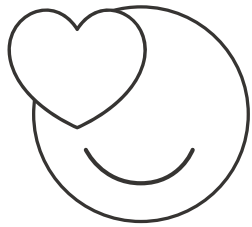
Inhouse Brands



Inköp av externa varumärken



KAPITEL 1:
People



**Medarbetare • Kunder • Mångfald
och inkludering • Psykisk hälsa**



KICKS medarbetare

Vår viktigaste tillgång

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

Målsättningen med KICKS arbetsmiljöarbete är att skapa en fysiskt, psykiskt och socialt sund och utvecklande arbetsplats för alla medarbetare, där risker för arbetsskador och arbetsrelaterad ohälsa förebyggs. Chefen på respektive enhet ansvarar för att säkra upp att våra rutiner följs och att det finns ett bra samarbete med de skyddsombud vi har. Vårt arbetsmiljöarbete tydliggörs i en arbetsmiljöpolicy och styrs av gällande arbetsmiljölagstiftning, regler och föreskrifter, samt förstärks med KICKS egna riktlinjer, rutiner och processer inom området. Det är viktigt för oss att skapa en arbetsmiljö där alla kan prestera. KICKS strävan är att hela tiden ligga i framkant, därmed har vårt systematiska arbetsmiljöarbete högsta prioritet både operativt och strategiskt. Arbetsmiljöarbetet skiljer sig åt mellan de olika arbetsplatserna. I exempelvis butik fokuserar vi mycket på säkerhet och trygghet, medan vi i vår e-handel fokuserar mer på ergonomi.

Lärande och kompetensutveckling är viktigt för att säkra nuvarande och framtida kompetensbehov på KICKS. Vårt

lärande är blandat, det vill säga en kombination av digitala kurser, webinarier, fysiska träffar och träning i olika arbetsmoment i vardagen. Genom vår digitala utbildningsportal *KICKS Academy*, och annan typ av träning, kan medarbetare och ledare ta del av läraaktiviteter för att utvecklas i sin roll. Vår digitala utbildningsportal är öppen 24/7 och erbjuder kurser, poddar och e-böcker inom en rad områden. I kursutbudet ingår bland annat KICKS Beauty-skola, utbildningar och inspiration från interna och externa varumärken, services i butik, ledarskapsprogram, rutiner och riktlinjer. Vi erbjuder också certifiering inom makeup, skincare och fragrance i samarbete med externa partners.

Vi har under året också tagit fram och rullat ut *KICKS ledstjärnor* som en del av arbetet med att stärka ledarskapet i organisationen. Ledstjärnorna är ett viktigt ramverk för cheferna. Vi har utöver det arbetat igenom ledarkompetenser genom workshops med cheferna vilket hjälper oss vidare i prioriteringen av insatser för att skapa trygga och robusta ledare.

Mål: Varje år ska 100% av medarbetarna skriva under KICKS affärsetiska kod



2022: 100%

Visselblåsning

	2022
Visselblåsaranmälningar	22
Korruptionsfall	0

KICKS har en visselblåsartjänst där medarbetare anonymt kan rapportera en farhåga om något som allvarligt kan påverka företaget eller en människas liv eller hälsa, och som inte är i linje med vårt företags värderingar och affärsetiska principer. Under 2022 inkom 22 visselblåsaranmälningar. Efter att de undersökts närmare klassades 1 fall som visselblåsning och övriga 21 som HR-ärenden.

Sjukfrånvaro 2022

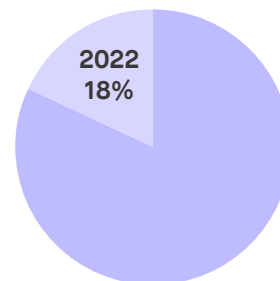
	2022
Sverige	6%
Norge	6%
Finland	6%

Genomförda utbildningar

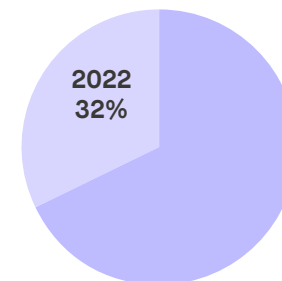
39 830



Mål: 20% av ledarna ska ha internationell bakgrund

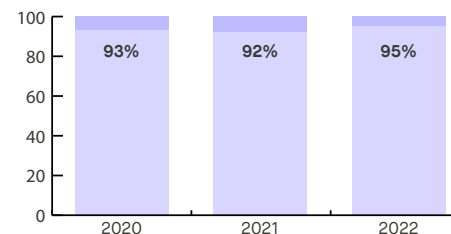


Mål: 20% av medarbetarna ska ha internationell bakgrund

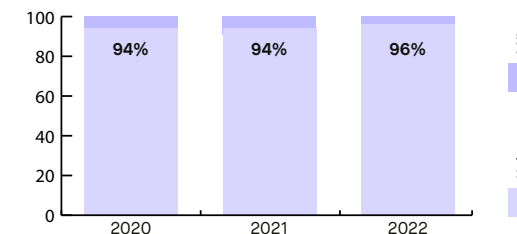


Siffrorna är baserade på KICKS Sverige då vi saknar uppföljning i Finland och Norge.

Mål: 40/60 fördelning mellan kvinnor och män bland ledare

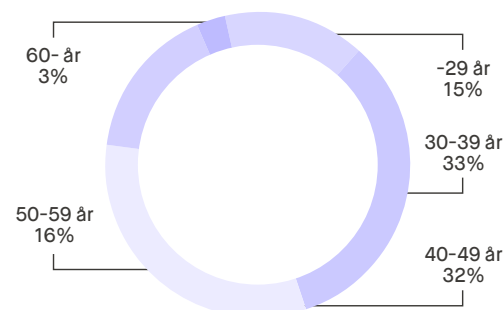


Mål: 40/60 fördelning mellan kvinnor och män bland medarbetare

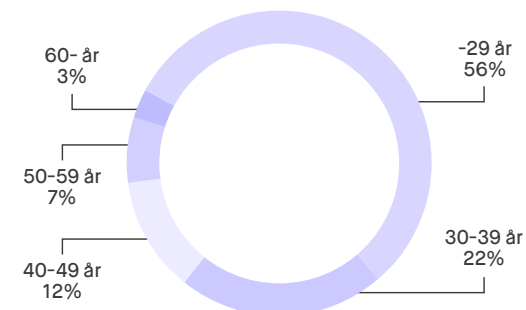


Vi arbetar ständigt med att nå en bättre balans mellan kvinnliga och manliga medarbetare, bland annat genom att kommunicera fördelarna med balans. Vidare skriver vi tydligt om vår ambition i policyn för rekrytering och arbetar medvetet med formuleringar i rekryteringsannonser för att attrahera fler män.

Mål: Åldersspridning - minst 10% i alla åldersgrupper bland ledare



Mål: Åldersspridning - minst 10% i alla åldersgrupper bland medarbetare



Våra kunder

Engagemang som syns – och växer

KICKS medlemmar och kunder visar tydlig närvaro och engagemang i våra kanaler, både på kicks.se och i KICKS sociala medier. För att komma ännu närmare våra kunder lanserades communityt KICKS Beauty Talks, som idag är en populär destination för alla med en passion för skönhet.

Vårt community KICKS Beauty Talks lanserades 2021 och är en digital samlingsplats för alla som är intresserade av skönhet. Medlemmarna på communityt kan dela skönhetsstips, hämta inspiration, guida varandra och dela sina personliga beautyrutiner. Där finns också diskussionsforum, medlemschat, tävlingar och utmaningar som skapar stort engagemang. Ju mer aktiv en medlem är, desto mer förmåner blir tillgängliga. Medlemmarna har dessutom möjlighet att bli Beauty Testers, vilket innebär att de får produkter hemskickade som de sedan skriver en ärlig recension om på KICKS Beauty Talks. Medlemmarna lyfter särskilt att de uppskattar communityts accepterande atmosfär, att ingen dömer och att alla har utrymme att uttrycka sig. I slutet av

”Vårt framgångsrika community bygger på att vi har så många medlemmar som är genuint engagerade och aktiva.”

- Claudia Holm, Team Manager
Project management E-com

2022 hade communityt 100 000 medlemmar, och med dagens ökningstakt beräknas vi nå målet om 110 000 medlemmar i juni 2023 långt tidigare. Antalet interaktioner i form av inlägg, kommentarer och likes var 50 000 fram till och med november i år. Mycket tack vare våra medlemmars fantastiska engagemang vann KICKS Beauty Talks pris för årets digitala satsning på Retail awards. Målsättningen framåt för oss på KICKS är att vi ska fortsätta driva engagemang och öka antalet medlemmar. Vi kommer också fortsätta att integrera KICKS Beauty Talks med kicks.se, till exempel genom att communityt nås via Mina sidor så att det blir möjligt att växla sömlöst mellan plattformarna.

Mångfald & inkludering

Satsning för framtiden

Vår mångfalds- och inkluderingsstrategi omfattar fem områden med aktiviteter och mål kopplat till varje område och täcker både in vad vi står för utåt och hur vi jobbar med mångfald och inkludering internt.

Mångfald är viktigt för att vi ska kunna förstå våra kunder och för att vi ska vara relevanta. Det är också viktigt för att vi ska kunna attrahera och rekrytera medarbetare från hela talangpoolen. Att vi samtidigt jobbar med inkludering, där vi tar vara på alla erfarenheter och perspektiv, och där alla får vara sig själva och må bra, är helt avgörande för att vi ska kunna nå vår fulla potential och dra nytta av fördelarna med mångfald. Under året har vi fortsatt att stärka vårt mångfald- och inkluderingsarbete utifrån vår långsiktiga strategi.

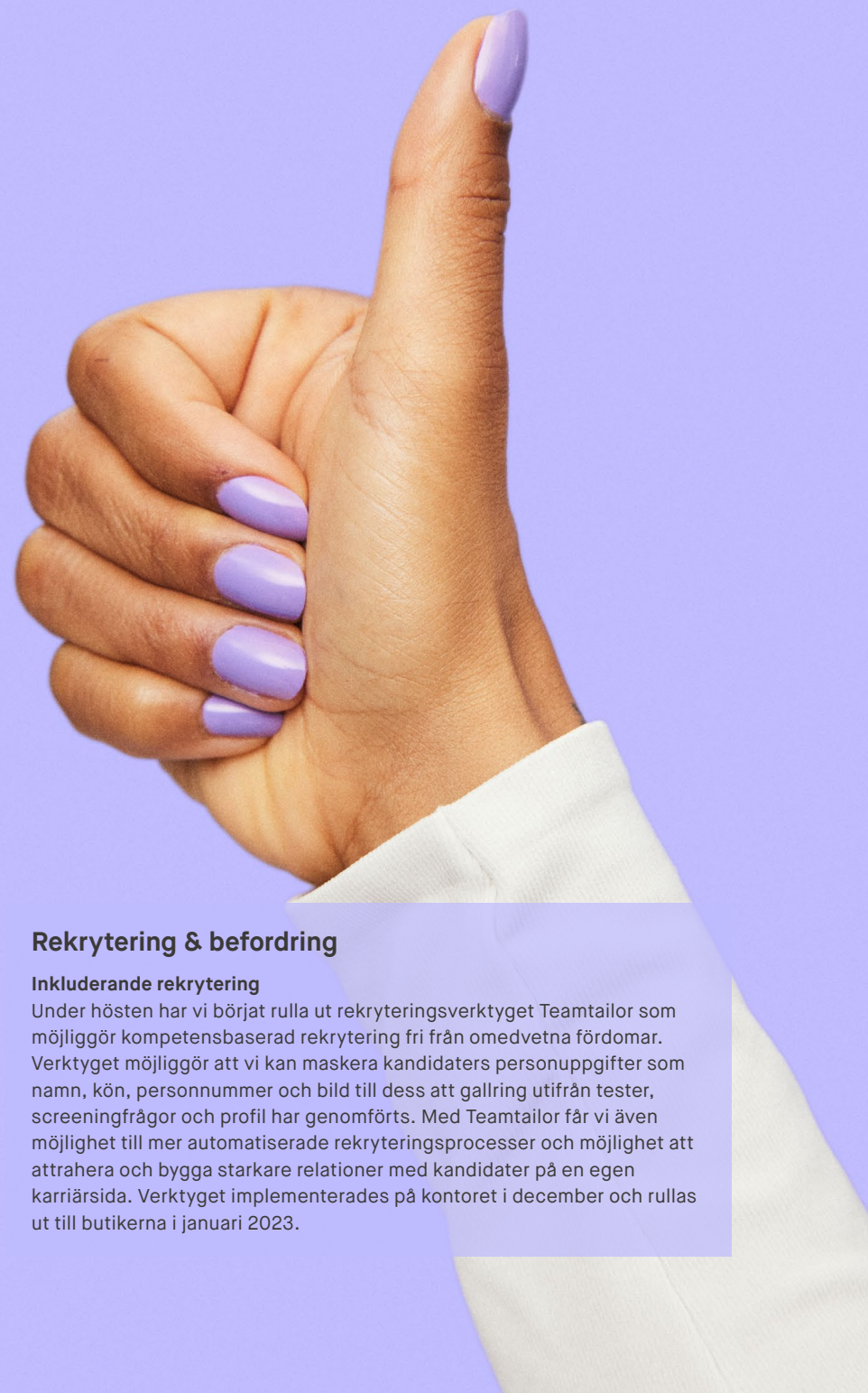
Värdegrund

Inkluderingsmätning

Tillsammans med övriga bolag inom Axel Johnson-koncernen har vi under året genomfört en medarbetarundersökning för att mäta upplevd inkludering i organisationen. Inkluderingsmätningen är en del i det löpande arbetsmiljöarbetet och syftet med undersökningen är att säkra välmående och psykologisk trygghet hos alla som arbetar på KICKS. Överlag visade inkluderingsmätningen på ett fint resultat, men vi kunde också se att det finns områden som vi behöver jobba mer på framåt, till exempel kopplat till feedbackkultur. Planen är att genomföra en ny inkluderingsmätning i april 2023 för att följa upp. Den långsiktiga koncerngemensamma målsättningen är att ha högst upplevd inkludering i branschen, men eftersom inkluderingsmätningen är ny för 2022 saknas fortfarande ett riktmärke.

Introduktionskurs i mångfald & inkludering

Vi har under året arbetat med en introduktionskurs till mångfald och inkludering som framåt kommer att ingå i onboardingprogrammet för alla nyanställda. Syftet är att skapa bästa förutsättningarna för att alla medarbetare har respekt för varandra. I kursen ingår en digital introduktionsdel med teori, till exempel om vad mångfald och inkludering är, varvat med exempel från vardagsituationer på jobbet. I tillägg består kursen av fyra work shops som löper under året och har olika teman. Planen är att lansera kursen under första kvartalet 2023.



Rekrytering & befordring

Inkluderande rekrytering

Under hösten har vi börjat rulla ut rekryteringsverktyget Teamtailor som möjliggör kompetensbaserad rekrytering fri från omedvetna fördomar. Verktyget möjliggör att vi kan maskera kandidaters personuppgifter som namn, kön, personnummer och bild till dess att gallring utifrån tester, screeningfrågor och profil har genomförts. Med Teamtailor får vi även möjlighet till mer automatiserade rekryteringsprocesser och möjlighet att attrahera och bygga starkare relationer med kandidater på en egen karriärsida. Verktyget implementerades på kontoret i december och rullas ut till butikerna i januari 2023.

Samhällsengagemang

KICKS på Järvaveckan

KICKS deltog aktivt i Järvaveckan, en politikervecka som har fokus på frågor inom mångfald, inkludering och social hållbarhet. KICKS hade representanter från bolaget på plats för att presentera företaget och attrahera potentiella nya medarbetare.

Vi firar Pride

På KICKS firar vi Pride för att alla människors lika värde och rättigheter är en självklarhet. I år sponsrade vi Stockholm Pride. Vi lyfte även firandet av Pride i våra i butiker, i KICKS Magazine och i inspirerande content som skapats av olika microinfluencers från vårt nätverk och som publicerades i vårt community KICKS Beauty Talks och i våra sociala kanaler.

Affärsutveckling

Vår målsättning är att kunna erbjuda ett brett skönhets-sortiment som tillgodoser en rad olika behov och preferenser, det inkluderar även bred tillgänglighet av produkter för alla hudtyper och hudtoner. Online har vi ett brett utbud där många av våra varumärken erbjuder över 40 nyanser av foundations till exempel. På grund av utrymmesbrist kan vi inte erbjuda samma bredd i alla våra butiker. Många kunder vill testa produkten innan de köper den, framförallt om det gäller basmakeup som foundations. Det pågår ett arbete med att undersöka hur vi kan öka tillgängligheten på testers i våra butiker.

Under året har vi lanserat ett antal digitala verktyg för att kunna ge våra kunder experthjälp och problemlösning även online. Med hjälp av dessa verktyg blir det enkelt att hitta rätt produkter som är personligt anpassade utifrån behov och preferenser.

Marknadskommunikation

Inkluderande content

Vårt mål är att KICKS content ska spegla Sveriges demografi, vara inkluderande och att alla ska kunna känna igen sig. KICKS målgrupp är bred och vi behöver spegla målgruppen för att alla våra kunder ska kunna identifiera sig och för att vi ska fortsätta vara relevanta. Vi följer löpande upp på hur vi uppfattas av våra kunder genom brand tracking, där vi ställer frågan om KICKS uppfattas som välkomnande och har något för alla. Under året har vi växlat upp vårt arbete med att skapa inkluderande content, bland annat genom att skapa tutorials för texturerat hår samt lyfta de muslimska högtiderna Ramadan och Eid.

Uppdaterad bildpolicy

Sedan några år tillbaka har vi en bildpolicy för att motverka objektifiering samt för att säkra representation i vår marknadsföringskommunikation. Under året har vi uppdaterat bildpolicyen och lagt till restriktioner för retuschering, både för bilder som vi själva producerar och bilder vi får från externa varumärken. Beslutet togs efter att en ny lag om märkning av retuscherade bilder trätt i kraft i Norge tidigare i år, något vi välkomnar. Med bakgrund i den nya lagstiftningen togs beslut om att inte tillåta retusch av några bilder även på KICKS andra marknader i Sverige och Finland från och med 2023.



Psykisk hälsa

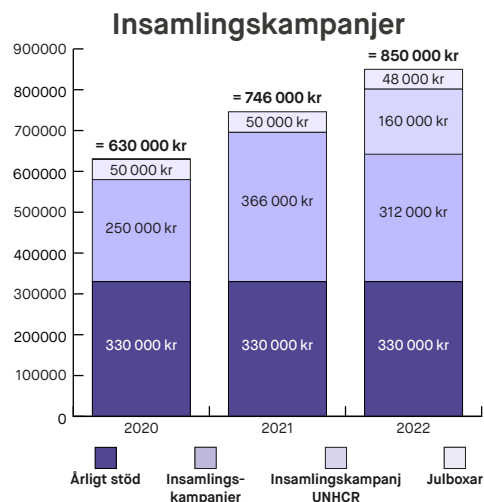
Vår hjärtefråga

Vi jobbar långsiktigt för bättre psykisk hälsa bland både kunder och medarbetare. Genom att lyfta frågan kring psykisk ohälsa vill vi bidra till att avdramatisera ämnet så att fler vågar lyssna och vågar prata om det.

KICKS stöttar och samarbetar med organisationer som jobbar med psykisk hälsa som en del av vårt långsiktiga arbete att öka kunskapen om och förebygga psykisk ohälsa. I Sverige samarbetar vi med Tjejjonen, som är Sveriges största stödorganisation för alla som identifierar sig som tjejer. I Norge samarbetar vi med Mental Helse Ungdom, som arbetar för att öka öppenheten om psykisk ohälsa samt tillgängligheten av omsorg och i Finland samarbetar vi med MIELI, som driver Sekasin chat för att inga unga ska lämnas ensamma med jobbiga och svåra tankar. Varje år ger KICKS stödorganisationerna ett ekonomiskt bidrag, så att de kan hjälpa fler. Förutom det årliga bidraget genomför vi två insamlingskampanjer per år i våra butiker, där våra kunder erbjuds möjligheten att jämna upp summan i kassan till förmån för respektive organisation i varje land. På grund av att kriget i Ukraina just brutit riktades insamlingen under våren om till att stötta UNHCR och deras arbete för att skydda människor på flykt.

Höstens insamlingskampanj genomfördes som vanligt för att stötta Mental Helse Ungdom, MIELI och Tjejjonen. Totalt sett har vi under året ökat det insamlade beloppet, vilket främst var drivet av ett ökat engagemang från våra butiker. För första gången var höstens insamlingskampanj en

säljtävling och inför insamlingskampanjen togs utbildningsmaterial med mer information om organisationerna vi stöttar genom initiativet fram.



TJEJJONEN

**MENTAL
HELSE
UNGDOM**

mieli

Sverige för
UNHCR
FN:s flyktingorgan

Influencersamarbeten

För att lyfta frågan kring psykisk ohälsa har vi under året genomfört influencersamarbeten i Finland, Norge och Sverige. Profilerna vi samarbetat med har delat med sig av sina bästa tips för att stötta sina nära och kära när de mår dåligt.



"Jag har själv god erfarenhet av att få stöd och stötta andra när man går igenom en tuff period i sitt liv. Och jag vet hur viktigt det är att folk vågar prata – visa att de bryr sig och är redo att hjälpa dig att bära några av tegelstenarna i den stora ryggsäcken som heter LIFE ett tag, tills du är stark nog att bära hela lasset igen."
- Malin

"Vissa dagar kan det kännas som en prestation att bara gå upp ur sängen eller att äta. Jag brukar få energi av att röra på mig eller göra något kreativt utan press, som att färglägga i en målarbok."

- Evelina



"När man mår dåligt så är man oftast medveten om det. Jag tror att det jobbigaste man får höra när man mår dåligt är att det blir bättre. De stunderna som hjälpt mig är när någon bara funnits där. Där man bara kan hänga, slappna av utan att sätta alla sina problem under ett mikroskop. Helt enkelt att de runt om en bara finns till."

- Peg

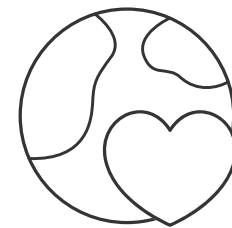
Samtalsstöd för medarbetare

Psykisk hälsa är också något vi jobbar med inom bolaget, bland annat genom ett samarbete med BlueCall. KICKS strävar efter att vara en arbetsgivare som skapar förutsättningar för, och ger stöd som främjar fysiskt och psykiskt välmående. Vårt mål är att skapa en god och trivsamt arbetsmiljö med en öppen företagskultur, där det ska kännas okej att prata om hur man mår.

Bluecall är en digital plattform med anonyma terapeutiska samtal, digitala träningar, aktiviteter och artiklar som syftar till att förebygga psykisk ohälsa. Våra medarbetare erbjuds kostnadsfritt motiverande samtal med kvalitetssäkrade samtalsterapeuter för att hitta en bra balans i tillvaron både på och utanför jobbet. För oss är BlueCall ett bra verktyg där våra anställda får möjlighet till såväl mental träning som tillgång till motiverande samtal. Det är enkelt att använda appen och eftersom samtalen sker anonymt kan det ge en extra trygghet för användaren. Förhoppningen är att vårt samarbete med BlueCall ska leda till ett ökat välbefinnande hos våra medarbetare samtidigt som vi stärker motståndskraften mot psykisk ohälsa. Med BlueCall kan vi ge våra medarbetare som är behov av stöd ett bra verktyg för att hantera utmaningar i vardagen. Under året har 90 medarbetare använt tjänsten.



KAPITEL 2:
Planet



Klimat • Beauty Recycling
• Förpackningar

Klimatet

Nästa steg för minskade utsläpp

Vi har satt utmanande och långsiktiga mål för KICKS klimatarbete. För att nå våra mål har vi under året påbörjat ett flertal olika initiativ, där ett viktigt fokus är att öka kompetensen och medvetenheten i leverantörsledet.

Det övergripande målet för KICKS klimatarbete är att minska våra utsläpp av växthusgaser i en strategi som är anpassad till Parisavtalets 1.5°C-mål. Det första och viktigaste delmålet är att halvera våra utsläpp i produktionsledet till 2030. I tillägg ska vi vara klimatneutrala i de utsläpp som vi själva råder över i den egna verksamheten senast 2030, det vill säga utsläpp från transporter från våra lager till butik och kund, våra tjänsteresor och tjänstebilar samt energiförbrukningen i våra lokaler.

Under året har vi gjort en första analys av våra totala utsläpp under 2021. Resultaten visar att produkterna vi säljer står för ca 98% av de totala utsläppen, vilket är något mer än vi tidigare uppskattat. Av detta är fördelningen av utsläppen ungefär 50/50 mellan makeup och hud- och hårvård, medan bidraget från accessoarer är nästan försumbart.

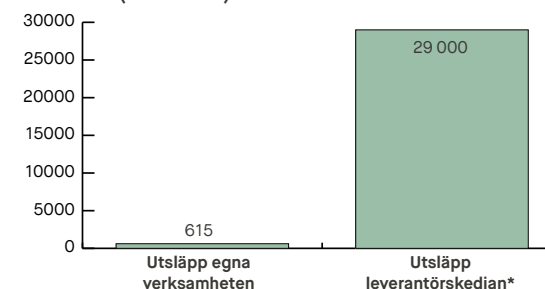
För att kunna minska utsläppen i leverantörsledet behöver vi först säkra kompetensen och medvetenheten hos våra producenter, så att vi i förlängningen både kan ställa krav på att minska utsläppen och även kroka arm med våra producenter i den omställningen. Därför har vi tillsammans med andra bolag inom Axel Johnson-koncernen i samarbete med Axfoundation och AskKauko tagit fram ett Climate Education Tool, som hjälper

producenter att höja kompetensen i klimatfrågan samt kartlägga och formulera mål kopplat till sina utsläpp.

För att minska våra direkta utsläpp strävar vi bland annat efter att minska transport av luft, och därmed utsläppen av växthusgaser, genom att optimera storleken på emballage utifrån produktens storlek och form. I tillägg ställer vi krav på våra transportörer att minska sina utsläpp.

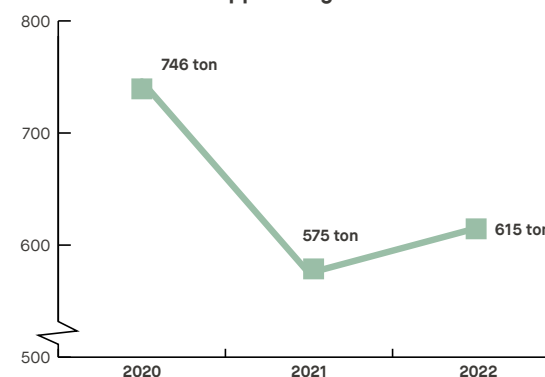
Tillsammans med andra bolag inom Axel Johnson-koncernen har vi ingått ett avtal om att bygga en solcellspark med en årlig produktion på dryga 30 GWh. Genom denna park har vi tecknat ett elköpsavtal, ett Power Purchase Agreement, där vi åtar oss att köpa elen som produceras på en solcellsanläggning, för att på så vis möjliggöra produktion av förnybar energi. Vidare bygger KICKS just nu en ny distributionscentral som ska stå klar i början av 2024 och där ställer vi krav på användning av förnyelsebara bränslen för alla in- och uttransporter. Den nya distributionscentralen kommer även att ha solceller på taket. En del av utsläppen kan vi minska genom klimatkompenserande aktiviteter, och enligt målet vi har satt upp har vi möjlighet att kompensera max 15% av dessa utsläpp jämfört med baslinjen 2016, vilket motsvarar 74 ton CO₂e.

Mål: Minska utsläppen från leverantörskedjan med 50% till 2030 (ton CO₂e)



* Baserat på 2021 års siffror. Utsläpp från leverantörskedjan är baserat på inköpsdata och externt publicerade emissionsfaktorer som täcker råvaror, produktion och förpackningar.

Mål: Netto noll utsläpp från egna verksamheten 2030 (CO₂e)



I utsläpp från egna verksamheten ingår energiförbrukning i lokaler, transporter ut från lagret, tjänsteresor och tjänstebilar. Det saknas data om elförbrukning för butikslokaler som ligger i gallerior, därför kan de direkta utsläppen från egna verksamheten vara något större, men det kommer inte att ha någon signifikant påverkan på slutresultatet. Tjänsteresor med flyg har ökat från 7 ton CO₂e 2021 till 42 ton 2022. Utsläpp från transporter i Norge och Finland är uppskattade siffror eftersom underlaget inte var klart vid rapportskrivandet.

Beauty Recycling

Återtag av farligt avfall

Många vet inte att kosmetiskt avfall som nagellack, hår- och brynfärg, parfym, hårspray med mera innehåller ämnen som inte ska hällas ut i toaletten eller slängas i den vanliga soppsåsen utan lämnas in för återvinning. Vi guidar våra kunder att ta hand om sitt kosmetiska avfall på rätt sätt.

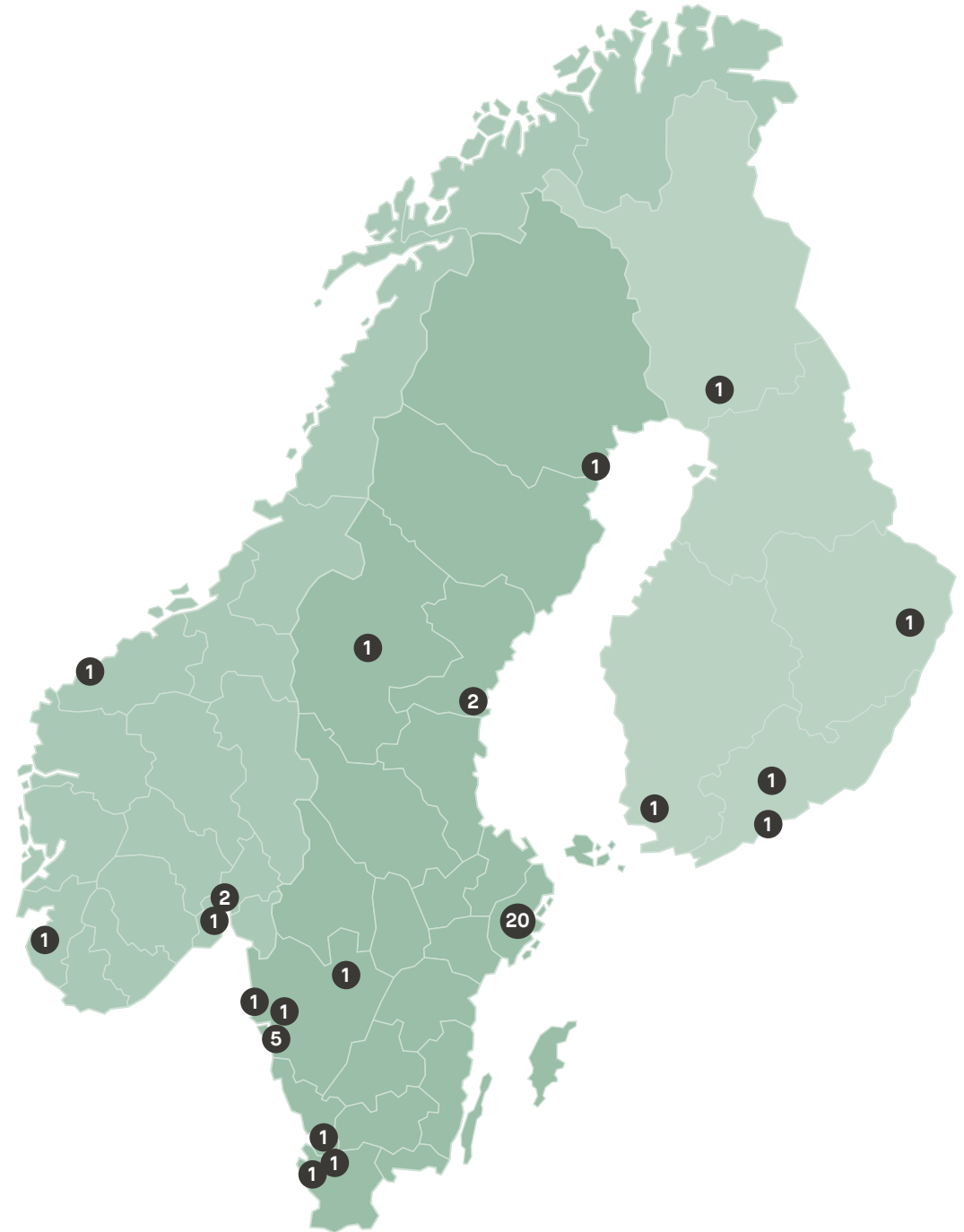
Självklart vill vi att våra kunder ska använda upp de produkter de köper men ibland händer det att man vill bli av med en produkt, trots att den inte är slut. Skönhetsprodukter som till exempel nagellack och parfym innehåller miljöfarliga ämnen som inte ska hällas ut i avloppet eller slängas i vanliga soppsåsen.

Tidigare har det bara varit möjligt att lämna in sin gamla kosmetika till miljöstationer eller återvinningscentraler, som oftast ligger lite avsides. KICKS vill bidra till att minimera miljöavtrycket från skönhetsprodukter och göra det enklare att lämna ifrån sig gamla produkter. Sedan 2017 har man kunnat lämna in sitt kosmetiska avfall, oavsett märke, i många svenska KICKS butiker.

I Sverige är det kommunerna som har monopol på att samla in konsumenters kosmetiska avfall. KICKS får därför inte samla in kosmetiskt avfall själva, utan behöver samarbeta med kommunerna för att fungera som en samlingsplats, där kommunen hämtar och behandlar avfallet. I Sverige tar våra butiker emot all typ av kosmetiskt avfall, det vill säga inte enbart det kosmetiska avfallet som räknas som farligt avfall.

Kosmetiskt avfall som vi samlar in går till en särskild förbränning för farligt avfall och blir till värmeenergi. Med andra ord sker ingen förpackningsåtervinning, utan miljövinsten är att farligt avfall inte hamnar i vanliga flödet för hushållsavfall.

I Finland och Norge ser reglerna lite annorlunda ut. I slutet av 2021 påbörjades en utredning om möjligheterna att starta upp insamling av kosmetiskt avfall även i Norge och Finland. Utredningen blev klar under våren 2022 och innefattade bland annat genomgång av lagstiftning i respektive land samt intervjuer med intressenter. Samtliga av de avfallsentreprenörer som ingick i utredningen, brandförsvaret, branschorganisationer och andra organisationer vars nyckelpersoner intervjuades var positivt inställda till insamling av kosmetiskt avfall i butik. En väsentlig skillnad med insamling av kosmetiskt avfall i Norge respektive Finland är att KICKS behöver betala för transport och behandling av insamlat kosmetiskt avfall i butikerna, till skillnad från i Sverige där kommunerna står för den kostnaden.



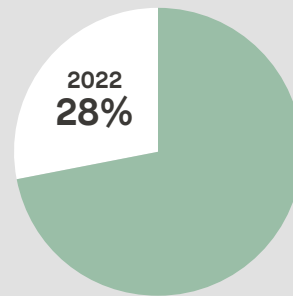
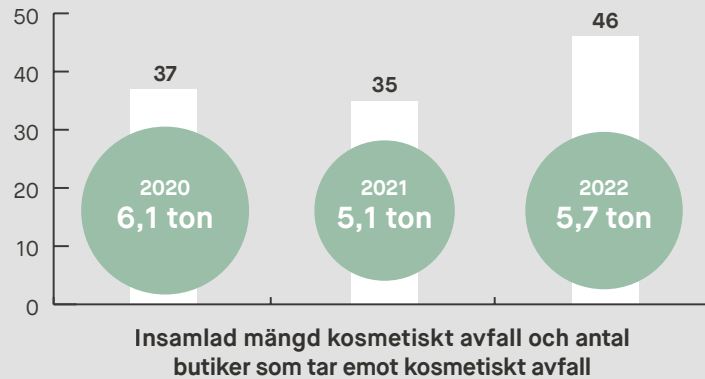
Vi är väldigt glada över att vi i november kunde starta upp en pilot för att samla in nagellack och parfyer i fem butiker i Finland och fem butiker i Norge. Även nagellacksborttagning, hårspray och andra produkter med farosymboler ska hanteras som farligt avfall. Dock togs beslut om att inte hantera den typen av kosmetiskt avfall i pilotprojektet, bland annat på grund av brandskyddsregler. Kunderna uppmanas istället att lämna detta på en miljöstation eller återvinningscentral som hanterar farligt avfall. Piloten kommer att utvärderas under andra kvartalet 2023. Om piloten faller väl ut så är planen att sprida initiativet till fler butiker.

En annan nyhet är att vi under året gjort det ännu lättare för kunderna att lämna in sitt kosmetiska avfall i butik, detta

genom att 23 utvalda butiker i Sverige, fyra i Norge och fem i Finland fått en insamlingsmöbel placerad ute i butiken där kunderna själv kan sortera sitt kosmetiska avfall. Tidigare har kunderna lämnat sitt kosmetiska avfall till KICKS personal, som tagit hand om avfallet och lämnat det i en behållare inne på lagret. Med den nya insamlingsmöbeln vill vi göra det både synligare och enklare för kund och medarbetare i butik. Det är inte alla butiker som har fått en möbel, vilket helt enkelt beror på ytan i butiken varit för liten. De butiker som inte har fått möbeln fortsätter ta emot kunders kosmetiska avfall i kassan.

Sedan starten 2017 har KICKS, med hjälp av våra kunder, samlat in över 25 ton kosmetiskt avfall.

Antal butiker



Mål: Minst 30% av butikerna i Sverige tar emot kosmetiskt avfall

Vi nådde inte riktigt målet att 30% av butikerna i Sverige ska erbjuda insamling av kosmetiskt avfall. Under året har vi startat upp Beauty Recycling i två nya kommuner och butiker. Beauty Recycling startades upp i totalt tio butiker i Norge och Finland i november, men ingen av de butikerna hade någon hämtning under 2022.



Förpackningar

Fler initiativ för ökad cirkuläritet

Vi fortsätter att se över förpackningar och emballage för att minska transport av luft. Under året har vi även startat fler initiativ för att bli mer resurseffektiva.

Emballage

Kunders beställningar från e-handeln i Norge och Finland sampackas på vårt centrala lager i en mycket stor kartong innan den fraktas ut. Tidigare har kartongen ställts på en träpall, så att kartongen kan lyftas med pallastare eller gaffeltruck. Under året som gått har vi bytt ut en stor andel träpallar och ersatt dem med självhäftande pappmedar. En stor fördel med pappmedarna är att de går att återvinna. När fraktkartongen är tom kan den slängas tillsammans med pappmedarna i komprimatorn för att bli nya kartonger. En utmaning med de träpallar som användes tidigare var att det var svårt att skapa ett cirkulärt system, där tomma pallar skickades tillbaka för att användas på nytt. Dessutom har träråvara stigit mycket i pris, vilket gjort att träpallarna blivit väsentligt dyrare.

”Vi utmanar hela tiden oss själva och våra leverantörer att tänka i nya banor hur vi kan jobba smart med bland annat återvunna material och minimering av plaster.”

En annan stor fördel med pappmedarna är att de går att stapla mer utrymmeseffektivt, vilket i sin tur leder till minskade transporter. Volymen för en stuv med träpallar är ungefär hälften så stor som en stuv med pappmedar och vikten på pappmedarna är mindre än hälften av vikten på en träpall.

e-handelspaket

För att minska vårt avtryck från e-handelns emballage använder vi ofärgade kartonger gjorda av återvunnet material. Även pappret som skyddar produkterna är gjorda av ofärgat återvunnet papper. På insidan av e-handelspaketet finns en kort guide kring Beauty Recycling och hur produkter och kartong ska

- Annette Johansson,
Procurement Buyer

återvinnas. Under året fick KICKS pris av Axel Johnson i kategorin årets hållbarhetsinitiativ för e-handelspaketet i återvunnet papper som lanserades under 2021.

Butik

Under året har vi tagit fram en ny nonwoven påse till butikerna för att ersätta den största papperskassen. Materialet i nonwoven-påsen är syntetiskt, men fördelen med den är att den är både praktisk och slitstark så att den kan användas igen många gånger, till skillnad från den stora papperskassen som har ett begränsat användningsområde och dessutom är betydligt mindre slitstark. Efterfrågan på nonwoven-påsen i butikerna har ökat succesivt under året. Försäljningen av mellanstorleken på papperskassar har minskat under året, men ökat för den minsta storleken på papperskassar. Ökningen beror på en ökad försäljning genom click express, där kundordern packas direkt i butik, eftersom varje order packas i en papperskasse.

Från och med i år är alla presentkort som säljs via e-handeln digitala, till skillnad från tidigare då ett presentkort i papper skickades ut till kunden. Det pågår även ett arbete med en kravställning för digitala kvitton så att vi kan ersätta papperskvitton.

Produktförpackningar

Majoriteten av förpackningarna från våra inhouse brands är gjorda av plast. Plast är ett väldigt bra material ur många synvinklar, det är slitstarkt, formbart och lätt, men nackdelen är att det oftast tillverkas av fossil olja. För att minska vårt avtryck strävar vi efter att alla våra förpackningar ska vara materialåtervinningsbara till 2025 och tillverkade av återvunnet material till 2030. Till vår hjälp har vi en förpackningspolicy som vägleder oss redan i designfasen. För att följa upp på andelen materialåtervinningsbara förpackningar och förpackningar gjorda av återvunnet material har vi tidigare använt Plastic Progress Tool, ett verktyg utvecklat av Axfoundation i samarbete med bolagen inom Axel Johnson-koncernen. Tyvärr har verktyget inte fungerat som förväntat och under året togs därför beslut om att leta andra lösningar med högre grad av automatik.

Mål: 100% av plastförpackningarna till inhouse brands ska vara materialåtervinningsbara 2025

2021	70%
2022	- *

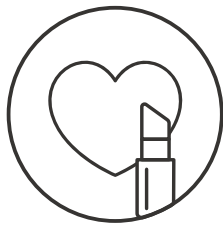
Mål: 100% av plastförpackningarna till inhouse brands ska vara tillverkade av förnybar råvara eller återvunnet material 2030

2021	0%
2022	- *

* Metod för uppföljning revideras, därför saknas data för 2022.



KAPITEL 3:
Product



**Leverantörskedjan • Inhouse
brands • Conscious**



Leverantörskedjan

Strävan efter rättvis produktion

Likt många andra aktörer inom skönhetsbranschen äger KICKS inga egna fabriker, utan arbetar istället med utvalda producenter som tillverkar våra inhouse brands. Den största delen av KICKS egen produktion sker inom EU. I Italien tillverkas all makeup och i Kina tillverkas accessoarer som hår- och makeup-borstar.

Vi ställer krav på att de fabriker som tillverkar våra produkter tar hänsyn till både människor och miljö. På så sätt bedriver vi ett systematiskt arbete och samarbetar med aktörer i dessa frågor för att ständigt bli bättre. Att våra produkter produceras hos leverantörer och i fabriker med skäliga arbetsvillkor är viktigt och ett område som vi arbetar löpande med att säkerställa. Ett steg i att säkerställa detta är att våra leverantörer i riskländer revideras enligt en av oss godkänd social standard.

Krav

Vid utvärdering av nya leverantörer ser vi både om leverantören kan erbjuda rätt produkt och pris, men också om leverantören bedriver sin verksamhet på ett hållbart sätt. För att bli leverantör till KICKS måste producenten uppfylla våra krav som omfattar både lagstadgade krav på produkten och produktionsprocessen samt specifika krav avseende funktion, kvalitet och hållbarhet.

Alla leverantörer måste vid avtalssignering acceptera våra hållbarhetskrav och uppförandekod för leverantörer, amfori BSCIs Code of Conduct, som baseras på FN Global Compact's tio principer. Kraven inom denna kod harmoniserar bland annat med International Labour Organization's (ILO) kärnkonventioner, kemikalieförordningen REACH och försiktighetsprincipen som vi tillämpar i vårt arbete och begär att leverantörer förhåller sig till. Kraven gäller för alla

steg i produktionsprocessen och leverantören är ansvarig att informera underleverantör om våra krav och se till att de efterlevs.

Granskning

Utöver att godkänna vår uppförandekod kräver vi att alla leverantörer i riskländer, enligt amfori BSCIs riskklassning, som tillverkar KICKS egna produkter ska vara kontrollerade genom en revision på plats och godkända utifrån en social standard. KICKS godkänner flera erkända sociala standarder för fabriksrevisioner: amfori BSCI, SEDEX SMETA och SA8000. Inspektionerna genomförs av ackrediterade oberoende auditörer.

Genom medlemskapet i amfori BSCI arbetar vi för att mänskliga rättigheter följs och förbättrar sociala villkor i fabriker som producerar våra produkter. När fabriker revideras undersöks om leverantörerna lever upp till amfori BSCIs uppförande kod, det vill säga erbjuder skäliga arbetsvillkor, har säkra produktionsprocesser utan otillåtna ämnen, om vatten, energi och andra resurser används på ett effektivt sätt och om fabriker har processer som säkrar att skadliga ämnen inte släpps ut i naturen. Om avvikelser identifieras vid fabriksrevisioner inleds en åtgärdsplan för vilken leverantören måste visa på hur avvikelserna ska åtgärdas och inom vilken tidsplan. Som en sista utväg, i de fall då åtgärderna inte anses

vara tillräckliga och förändringsvilja inte visas, avslutas samarbetet med leverantören. Kraven gäller för alla steg i produktionsprocessen. Leverantören är ansvarig att informera underleverantör om våra krav och se till att de efterlevs.

Mål: 100% av leverantörerna av KICKS inhouse brands i riskländer har godkänd granskningscykel

100%

Inga fall av kränkning mot mänskliga rättigheter har rapporterats under året. Alla fabriker i riskländer har granskats och har en godkänd granskningscykel.

Listan över våra leverantörer finns längst bak i hållbarhetsrapporten

Här produceras våra inhouse brands



Sverige:

Hud- och hårvårdsprodukter tillverkas främst i Sverige.

Italien:

Här tillverkas all makeup.

Kina:

I Kina tillverkas accessoarer som hår- och makeupborstar.

Våra inhouse brands

Hårda krav på ingredienser

KICKS Inhouse Brands arbetar med en restriktionslista för att säkerställa att alla produkter från KICKS egna varumärken inte innehåller ingredienser som är skadliga för miljö eller hälsa. Det är grundläggande att alla kosmetiska produkter uppfyller kosmetikaförordningen. De krav som finns i restriktionslistan är hårdare än lagkraven och satta utifrån försiktighetsprincipen. Catarina Åberg, Regulatory Manager på Inhouse Brands, berättar hur vi jobbar med restriktionslistan.



Vad innebär det att det finns en restriktionslista?

- Kosmetiska produkter som sätts på marknaden inom EU/ EES regleras genom kosmetikaförordningen. I förordningen ställs krav på produktion, distribution, dokumentation och spårbarhet samt vilka ingredienser som får användas med eller utan begränsning. Alla produkter måste vara säkra för människors hälsa under normal eller rimligen förutsebar användning. Det innebär att de måste säkerhetsutvärderas av tredje part med toxikologisk utbildning, som går igenom råvaru- och produkt-dokumentation samt testresultat på produkten för att säkerställa att produkten är säker att använda.

Utöver kosmetikaförordningen ställer vi på KICKS specifika krav på ingrediensnivå för våra egna varumärken. Kraven på vår egen restriktionslista är hårdare än kosmetikaförordningen och inriktade på problematiska ingredienser som exempelvis kan vara allergiframkallande eller som har egenskaper som kan ha negativ inverkan på miljön. Ett exempel är att vi förbjuder polyfluorerade ämnen, så kallade PFAS, som är extremt svårnedbrytbara i naturen. PFAS kan ibland användas i kosmetik för sina vattenfrånstötande egenskaper så att makeup håller länge under dagen och för att få en fin finish.

Vilka är de viktigaste punkterna på restriktionslistan och hur jobbar ni med dem?

- Förutom att vi inte tillåter vissa ingredienser har vi ett generellt krav på renhet. Vissa ingredienser kan innehålla

skadliga spårämnen eller kontamineringar och vi vill säkra att våra produkter inte får för höga halter av dessa. Det kan också handla om förbjudna ämnen som regleras i lagstiftningen, till exempel formaldehyd som är starkt allergiframkallande. Vi ställer också krav på certifierad palmolja. Palmolja är en vanlig råvara i ett stort antal kosmetika ingredienser och genom att ställa krav på certifierad palmolja kan vi bidra till att bevara biologisk mångfald och säkra att värdefull regnskog inte huggs ned. Vi ställer även krav på förpackningen, eftersom den står för en stor del av en skönhetsprodukts totala miljöavtryck.

Varför är palmolja en problematisk ingrediens och varför behövs den i produkter?

- Palmolja är en fantastisk råvara som används för att framställa en lång rad vanliga ingredienser i skönhetsprodukter, bland annat för att

palmoljan saknar doft och smak samt har mjukgörande egenskaper. Dessutom är oljepalmen den absolut mest effektiva oljegrödan när det gäller markanvändning. Den använder en fjärdedel av den mark som krävs för kokospalmen för att producera samma mängd olja. Problematiken kring palmolja handlar om att odlingen är dåligt reglerad och att den storskaliga odlingen har medfört en omfattande miljöpåverkan på grund av att regnskog har huggits ned.

Hur ser era förpackningskrav ut?

- Det är ganska komplexa krav som ställs på förpackningar. Förutom att de måste vara kompatibla med formuleringen så

att det inte sker några interaktioner mellan förpackningen och formuleringen, behöver den även vara anpassad efter produktens viskositet och hålla över tid. Vi ställer även miljömässiga krav på förpackningen, som att vi utesluter mörka färger på plastförpackningar och att förpackningen består av monomaterial så att den går att återvinna. Vi strävar även efter att öka mängden återvunnet material i förpackningarna.

Hur ser ni till att leverantörer uppfyller kraven inom hållbarhet?

- Vi genomför tredjepartsgranskningar genom amfori BSCI på alla producenter i riskländer. Utöver det pågår ett arbete med att utveckla en metod för utvärdering av producenter, både som en del i hur vi väljer leverantörer och för att följa upp kraven på kvalitet och hållbarhet. Första steget är att göra en screening av befintliga leverantörer.

Hur håller ni er uppdaterade om de bästa hållbara alternativen?

- Löpande omvärldsbevakning håller oss uppdaterade om nya innovationer på råvarusidan och nyheter kopplade till förpackningar. När det gäller ingredienser följer vi utvecklingen för så kallad green chemistry, som handlar om att minimera avfallsmängden och energikonsumtionen samt att kemikalier designas för bionedbrytbarhet och låg toxicitet. Ett annat spännande område inom råvaruutveckling är upcycling av ingredienser. Upcycling innebär att man tar tillvara på restflöden från råvaror som används inom exempelvis livsmedelsindustrin. Några exempel är mjukgöraren betaine, som tas tillvara från restflödet i process av sockerbetor, eller den aktiva hudvårdsingrediensen xylitol, som tillverkas av en restprodukt från träindustrin.

”Kraven på vår egen restriktionslista är hårdare än kosmetikaförordningen”

KICKS har nio inhouse brands:

BeautyAct
BY KICKS

KICKS BEAUTY

SKIN TREAT
ACTIVE BOTANICAL BEAUTY

continu

BUDGIE

FLAER

ATELIER
ROUGE

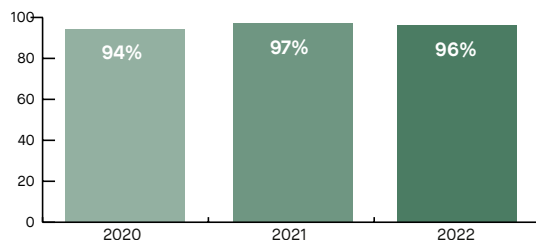
MON | SUN

sunny
stories

Hållbar palmolja

KICKS är med i initiativet Swedish Initiative for Sustainable Palm Oil (SISPO), ett branschövergripande initiativ som syftar till en övergång mot en mer hållbart producerad, certifierad och spårbar palmolja i bland annat skönhetsprodukter. Genom att ställa krav på certifierad palmolja kan vi bidra till att bevara biologisk mångfald och säkra att värdefull regnskog inte huggs ned.

Mål: Minst 90% certifierad palmolja enligt massbalansprincipen i inhouse brands:



Massbalansprincipen är en viktig metod för att starta en storskalig övergång till hållbart producerad palmolja. Massbalans innebär inte nödvändigtvis att just våra produkter innehåller råvara från palmolja som är hållbart producerad – men våra leverantörer betalar för en motsvarande mängd hållbart producerad palmolja. På så vis kopplas en ökad efterfrågan till ökad produktion, vilket driver utvecklingen framåt.

Restriktionslistan finns längst bak i hållbarhetsrapporten.



Conscious

Vårt kurerade produktsortiment

Vi på KICKS tycker att det ska vara lätt att hitta produkter som är så bra som möjligt för både kunden och vår omvärld. Därför finns våra kategorier Fair trading, Minimal waste, Locally produced, Natural, Eco och Vegan formula.

Fram till idag har vi använt paraplynamnet Conscious för ett kurerat produktsortiment med olika kategorier. Med bakgrund i EU:s nya förslag till Corporate Sustainability Reporting Directive (CSRD), med bland annat skärpta regler kopplat till vaga miljöpåståenden, har vi under året påbörjat en ompaketering av Conscious-sortimentet för att förtydliga.

Vi välkomnar EU:s CSRD och de skärpta rapporteringskrav som följer. Det är ett viktigt steg mot ett mer transparent och jämförbart hållbarhetsarbete och ett viktigt steg i att minska greenwashing. Samtidigt efterfrågar kunder mer guidning i att göra mer hållbara val, därför kommer vi att behålla våra kategorier.

Fair trading – certifierat rättvisemärkta produkter

Det finns skönhetsprodukter som innehåller specifika ingredienser och råvaror som är certifierat rättvisemärkta av tredjepart. En certifierad rättvisemärkning är en garant för arbets- och levnadsvillkor för de som odlar och producerar varorna, till exempel rättvisa löner och bidrag till samhällsprojekt som rent dricksvatten och bättre lokal sjukvård.

Minimal waste – förpackningar med återvunnet material & refill

Själva förpackningen bidrar till en stor och betydande andel av skönhetsprodukters totala klimatavtryck. Genom att lyfta varumärken och produkter som erbjuder smarta förpackningar gjorda av återvunnet material samt refillösningar vill vi bidra till att sätta ljus på frågan och minska på avfallet. För att en produkt ska få hamna i kategorin Minimal waste krävs det att produktbeskrivningen anger att produkten är en refill alternativt att förpackningen innehåller återvunnet material så att det ska vara transparent och enkelt att kontrollera för kunden.

Locally produced – tillverkat i Norden

Lokalproducerade produkter minskar avstånden för frakt och produktens klimatavtryck. Vi kan idag erbjuda cirka 1500 lokalproducerade produkter inom samtliga produktkategorier hudvård, hårvård, makeup och parfym. Det nordiska produktionslandet behöver anges i produkttexten för att produkten ska platsa i sortimentet.

Natural – enbart naturliga ingredienser

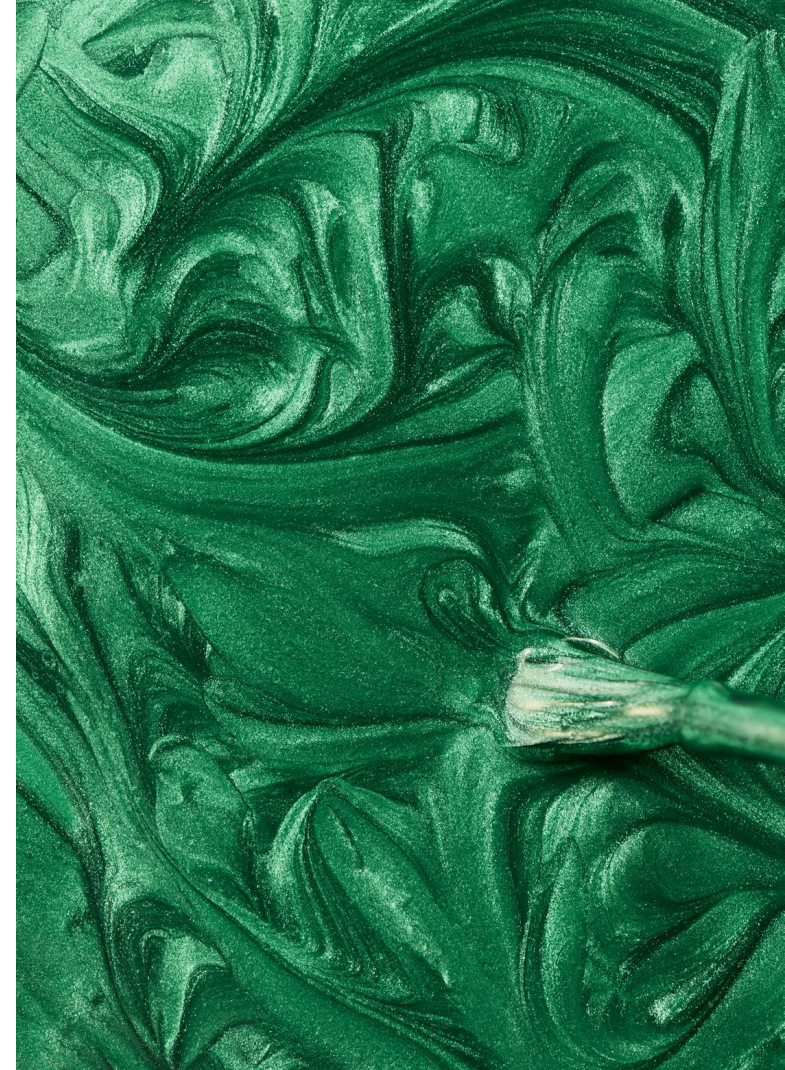
Vi har valt att göra det så enkelt som möjligt för kunden och enbart inkludera produkter vars samtliga ingredienser kommer från naturen i den här kategorin, vare sig de är odlade eller vilda. Det förekommer flera olika drivkrafter bakom valet av naturliga skönhetsprodukter. Om vi fokuserar på miljöfördelen så handlar det om att basingredienserna, som produkten består av mest, kommer från naturen, som växtojlor, till skillnad från syntetiskt framställda basingredienser som väldigt ofta härstammar från petroleum.

Eco – ekologiska ingredienser

Ekologiska ingredienser produceras utan syntetiska gödningsmedel eller bekämpningsmedel, vilket är positivt för att bevara biologisk mångfald. Kraven på ekologiskt innehåll är samma som för den globalt harmoniserade standarden för skönhetsprodukter, COSMOS, men certifiering av produkten är inte ett krav. Det krävs dock att produktbeskrivningen anger att produkten innehåller ekologiska ingredienser.

Vegan formula – inga animaliska ingredienser

Bivax, silkesprotein och ullfett är animaliska ingredienser som är vanligt förekommande i skönhetsprodukter, men i denna



kategori finns bara produkter som är helt fria från ingredienser med animaliskt ursprung.

På våra sajter kicks.se, kicks.no och kicks.fi går det att filtrera fram produkter utifrån kategorierna ovan. Där kan våra kunder även läsa mer om exakt vilka krav som ställs på respektive kategori i direkt anslutning till produktsidan.

Vårt mål för 2022 var att Conscious sortimentet skulle stå för 23% av den totala försäljningen, vilket vi överträffade genom att nå 27%.

Restriktionslista för ingredienser

Restriktionerna nedan gäller egna varumärken utöver relevant EU-lagstiftning, såsom kosmetikförordningen och REACH-förordningen.

Definitions

Criteria	Requirement
Concentration Limit:	The substance must not be present in the product at concentrations above this limit.
Not Detected:	The substance must not be present in the finished product at concentrations above the analytical reporting limit.
Usage Ban:	The substance must not be used in production and it must not be added to the product. Impurities at low concentrations of these substances may be accepted only if technical unavoidable due to e.g. raw materials, formation in the manufacturing process, storage of packaging.

Abbreviations

Criteria	Requirement
FU	Colony forming units
CMR	Carcinogenic, Mutagenic, or toxic for Reproduction
IFRA	International Fragrance Association
PPM	Parts per Million, also expressed as mg/kg
REACH	Registration, Evaluation, Authorization and restriction of Chemicals
RSPO	Roundtable on Sustainable Palm Oil
SCCNFP	Scientific Committee on Cosmetic and Non-Food-Products intended for Consumers
SVHC	Substances of Very High Concern



Requirements – All Cosmetic Product Formulations

General	Requirement
EU Cosmetic Regulation, (EC) No 1223/2009 on cosmetic products.	All products must comply with the regulation.
Fragrance	Compliance with the latest IFRA standards
Fragrance Allergens	Fragrance Allergens must be below the limit of declaration in face products: 0.001 % in leave-on products and 0.01 % in rinse-off products-
Microbiological	
Quality For products specifically intended to be used in the eye area, on mucous membranes, or for products with non-woven material integrated with the formulation, for example wet wipes:	
Total viable count for aerobic mesophilic microorganisms (ISO 21149)	< 100 CFU/g or CFU/ml
Pseudomonas aeruginosa (ISO 22717)	Not detected
Staphylococcus aureus (ISO 22718)	Not detected
Candida albicans (ISO 18416)	Not detected
For other products than those specified above:	
Total viable count for aerobic Mesophilic microorganisms (ISO 21149)	< 1000 CFU/g or CFU/ml
Staphylococcus aureus (ISO 22718)	Not detected
Candida albicans (ISO 18416)	Not detected
Pseudomonas aeruginosa (ISO 22717)	Not detected

Purity Criteria

Substance	Requirement
Cocamidopropyl Betaine (CAPB)	Dimethylaminopropylamine (DMAPA) <10 ppm in bulk raw material.
Ethoxylated Ingredients	1,4 dioxane <10 ppm in all raw materials (i.e. PEG).
Purity of ingredient	Ingredients used shall be of cosmetic or food grade quality. For exceptions contact Axbeautyhouse for approval.
Mineral Oil and Waxes	Must be of food or pharma grade. COLIPA 14 is acceptable.
Nitrosamine combination risk, i.e. amine and nitrite in same product	Must not be in the same product. Applies both to raw material and finished product.
Talc	US CTFA (method J 4-1) or USP (Procedure 2 - X-ray diffraction method) to show absence of asbestos. Shall be of food or pharma quality and comply with UK CTPA monograph/purity or similar to show cosmetic purity.

Impurities

Restricted Substance	CAS no	Limit/Requirement
Antimony (Sb) Total Amount	7440-36-0	In products containing polyester ingredient In all other products
		Polyester ingredient ≤260 ppm + formula w/o polyester ingredient <10 ppm <10 ppm
Arsenic (As) Total Amount	7440-38-2	3 ppm
Cadmium (Cd) Total Amount	7440-43-9	5 ppm
Chromium (Cr) Total Amount	7440-47-3	10 ppm
Chromium VI (Cr6+)	18540-29-9	Not detected
Cobalt (Co) Total Amount	7440-48-4	10 ppm
Lead (Pb) Total Amount	7439-92-1	10 ppm
Mercury (Hg) Total Amount	7439-97-6	1 ppm
Nickel (Ni) Total Amount	7440-02-0	10 ppm

Ingredient Restrictions

Restricted Substance	CAS no	Limit/Requirement
Alpha-hydroxy Acids (AHAs)	several	Follow the SCCNFP opinion on Alpha-hydroxy acids - Glycolic acid may be used safely at a level of up to 4% and a pH ≥ 3.8 - Lactic acid up to a maximum level of 2.5% and a pH ≥ 5.0 It is recommended that there should be appropriate warnings to the consumer of: - Avoiding contact with the eyes - Avoiding or affording protecting from UV whilst using products containing AHA because of the suggestion of susceptibility to increased damage from UV
Arachis hypogaea (peanut) oil/extract	8002-03-7	Usage Ban
Benzethonium chloride	121-54-0	Usage Ban
Benzophenone-1	131-56-6	Usage Ban
Benzophenone-3	131-57-7	Usage Ban
3-Benzylidene Camphor	15087-24-8	Usage Ban
Butylated Hydroxyanisole (BHA)	25013-16-5	Usage Ban
Butylated hydroxytoluene (BHT)	128-37-0	Finished Products: Usage Ban
Butylparaben	94-26-8	Usage Ban
Bromochlorophene	15435-29-7	Usage Ban
2-Bromo-2-Nitropropane-1,3-Diol	52-51-7	Usage Ban
5-Bromo-5-Nitro-1,3-Dioxane	30007-47-7	Usage Ban
Chlorhexadine digluconate	18472-51-0	Usage Ban
Chlorhexadine dihydrochloride	3697-42-5	Usage Ban
Chlorhexidine and its salts	55-56-1	Usage Ban

Ingredient Restrictions

Restricted Substance	CAS no	Limit/Requirement
Chloroacetamide	79-07-2	Usage Ban
Chlorobutanol	57-15-8	Usage Ban
Chlorophene	120-32-1	Usage Ban
Chloroxyleneol	88-04-0/ 1321-23-9	Usage Ban
Chlorphenesin	104-29-0	Usage Ban
Climbazole	38083-17-9	Usage Ban
Cetrimonium chloride (CTAC)	112-02-7	For hair and face products - follow requirements in Annex III in 1223/2009. For use as preservative - Usage ban
Cetrimonium bromide (CTAB)	57-09-0	Usage Ban
Cyclomethicone	69430-24-6/ 556-67-2/ 541-02-6/ 540-97-6	Usage ban
Cyclohexasiloxane (D6)	540-97-6	Usage ban
Cyclopentasiloxane (D5)	541-02-6	0,1 %
Dibromohexamidine Isethionate	93856-83-8	Usage ban
Dichlorobenzyl Alcohol	1777-82-8	Usage ban
Diiodomethyltolylsulfone	20018-09-1	Usage ban
Formaldehyde releasing compounds (e.g. Diazolidinyl Urea, Imidazolidinyl urea, Quaternium-15, Methenamine, DMDM Hydantoin, Benzylhemiformal, Sodium Hydroxymethylglycinate)	Various	Usage ban
Formaldehyde	50-00-0	Usage ban
Hexamidine Diisethionate	659-40-5	Usage ban
Hexetidine	141-94-6	Usage ban
Homosalate	118-56-9	Usage ban
Iodopropynyl Butylcarbamate	55406-53-6	Usage ban
Laurylpyridinium Chloride	104-74-5	Usage ban
4-Methylbenzylidene Camphor	38102-62-4, 36861-47-9	Usage ban
Methylchloroisothiazolinone (MCI)	26172-55-4	Usage ban
Methylisothiazolinone (MI)	2682-20-4	Usage ban
Nanomaterials for which Article 16 of EU Cosmetic Regulation 1223/2009 apply	Various	Usage ban. Article 16 does not apply to nanomaterials used as colorants, UV-filters or preservatives regulated under article 14, unless expressly specified.
Octocrylene	6197-30-4	Usage ban
Per- and Polyfluorinated Substances (PFAS), Including but not limited to:	Various	Usage Ban

Ingredient Restrictions

Restricted Substance	CAS no	Limit/Requirement
Per- and Polyfluorinated Substances (PFAS), Including but not limited to:	Various	Usage Ban
Acrylates/methoxy PEG-23 methacrylate/ perfluorooctyl ethyl acrylate copolymer	N/A	Usage Ban
Acrylates/perfluorohexylethyl methacrylate copolymer	1557087-30-5	Usage Ban
Acrylates/trifluoropropylmethacrylate/polytrimethyl siloxymethacrylate copolymer	N/A	Usage Ban
Ammonium C6-16 perfluoroalkylethyl phosphate	65530-70-3, 65530-72-5, 65530-71-4	Usage Ban
Ammonium C9-10 perfluoroalkylsulfonate	N/A	Usage Ban
Ammonium perfluorohexyl ethylphosphates	N/A	Usage Ban
Ammonium perfluorooctane sulfonate/ammonium heptadecafluorooctanesulfonate	29081-56-9	Usage Ban
Amp-C8-18 perfluoroalkylethyl phosphate	N/A	Usage Ban
Behenyl methacrylate/perfluorooctylethyl methacrylate copolymer	N/A	Usage Ban
Butyl acrylate/C6-14 perfluoroalkylethyl acrylate/ mercaptopropyl dimethicone copolymer	N/A	Usage Ban
C20-28 alkyl perfluorodecylethoxy dimethicone	N/A	Usage Ban
C4-14 perfluoroalkylethoxy dimethicone	N/A	Usage Ban
C4-18 perfluoroalkylethyl thiohydroxypropyltrimonium chloride	70983-60-7	Usage Ban
C6-12 perfluoroalkylethanol	N/A	Usage Ban
C6-14 perfluoroalkylethyl acrylate/hema copolymer	N/A	Usage Ban
DEA-perfluorohexyl ethylphosphates	N/A	Usage Ban
Decafluoropentane	138495-42-8	Usage Ban
Diethanolamine perfluorooctane sulfonate	70225-14-8	Usage Ban
Diethylaminoethyl methacrylate/hema/perfluorohexylethyl methacrylate crosspolymer	N/A	Usage Ban
Diocylododecyl fluoroheptyl citrate	N/A	Usage Ban
Ethyl perfluorobutyl ether	163702-05-4	Usage Ban
Ethyl perfluoroisobutyl ether	163702-06-5	Usage Ban
Hexafluoropropylene/tetrafluoro ethylene copolymer	N/A	Usage Ban

Ingredient Restrictions

Restricted Substance	CAS no	Limit/Requirement
Hydrofluorocarbon	134A 811-97-2	Usage Ban
Hydrofluorocarbon 227EA	431-89-0	Usage Ban
Isododecyl/perfluorononyl ethyl dimer dilinoleate/citrate	N/A	Usage Ban
Isopropyl titanium triisostearate/perfluorooctyl triethoxysilane crosspolymer	N/A	Usage Ban
Lithium perfluorooctane sulfonate / lithium hepta-decafluorooctanesulfonate	29457-72-5	Usage Ban
Methyl perfluorobutyl ether	163702-07-6	Usage Ban
Methyl perfluoroisobutyl ether	163702-08-7	Usage Ban
PEG-10 acrylate/perfluorohexylethyl acrylate copolymer	N/A	Usage Ban
PEG-10 Nonafluorohexyl Dimethicone Copolymer	N/A	Usage Ban
PEG-12 Dimethicone/Bis-isobutyl PPG-20 Crosspolymer	N/A	Usage Ban
Perfluoro Dimethylethylpentane	502858-18-2	Usage Ban
Perfluoro T-Butylcyclohexane	84808-64-0	Usage Ban
Perfluoroalkylsilyl Mica	N/A	Usage Ban
Perfluorobutylcyclohexane	374-60-7	Usage Ban
Perfluorocaprylyl bromide	423-55-2	Usage Ban
Perfluorocaprylyl triethoxysilylethyl methicone	N/A	Usage Ban
Perfluorocyclohexylmethanol	28788-68-3	Usage Ban
Perfluorodecalin	306-94-5	Usage Ban
Perfluorodimethylcyclohexane	335-27-3	Usage Ban
Perfluoroheptane	335-57-9	Usage Ban
Perfluorohexane	355-42-0	Usage Ban
Perfluorohexyl Ethylphosphonic Acid	252237-40-4	Usage Ban
Perfluorohexylethyl Dimethylbutyl Ether	210896-25-6	Usage Ban
Perfluoroisohexane	355-04-4	Usage Ban
Perfluoromethylcyclohexane	355-02-2	Usage Ban
Perfluoromethylcyclopentane	1805-22-7	Usage Ban
Perfluoromethyldecalin	51294-16-7	Usage Ban
Perfluorononyl Dimethicone	N/A	Usage Ban
Perfluorononyl Dimethicone/ Methicone/ Amodimethicone Crosspolymer	N/A	Usage Ban

Ingredient Restrictions

Restricted Substance	CAS no	Limit/Requirement
Perfluorononyl Octyldodecyl Glycol Grapeseedate	N/A	Usage Ban
Perfluorononyl Octyldodecyl Glycol Meadowfoamate	N/A	Usage Ban
Perfluorononylethyl Carboxy PEG-7 Dimethicone Phosphate	N/A	Usage Ban
Perfluorononylethyl carboxydecyl behenyl dimethicone	N/A	Usage Ban
Perfluorononylethyl carboxydecyl hexacosyl dimethicone	N/A	Usage Ban
Perfluorononylethyl carboxydecyl lauryl dimethicone	N/A	Usage Ban
Perfluorononylethyl carboxydecyl lauryl/behenyl dimethicone	N/A	Usage Ban
Perfluorononylethyl carboxydecyl PEG-10 dimethicone	N/A	Usage Ban
Perfluorononylethyl carboxydecyl PEG-8 dimethicone	N/A	Usage Ban
Perfluorononylethyl dimethicone/methicone copolymer	N/A	Usage Ban
Perfluorononylethyl PEG-8 dimethicone	N/A	Usage Ban
Perfluorononylethyl PEG-8 phenylisopropyl dimethicone	N/A	Usage Ban
Perfluorononylethyl stearyl dimethicone	N/A	Usage Ban
Perfluorooctanesulfonic acid / heptadecafluorooctanesulfonic acid	1763-23-1	Usage Ban
Perfluorooctyl triethoxysilane	51851-37-7	Usage Ban
Perfluorooctylethyl triethoxysilane	101947-16-4	Usage Ban
Perfluorooctylethyl trimethoxysilane	83048-65-1	Usage Ban
Perfluorooctylethyl trisiloxane	163921-85-5	Usage Ban
Perfluorooctylethyl/diphenyl dimethicone copolymer	N/A	Usage Ban
Perfluoroperhydrobenzyl tetralin	116265-66-8	Usage Ban
Perfluoroperhydrofluorene	307-08-4	Usage Ban
Perfluoroperhydrophenanthrene	306-91-2	Usage Ban
Perfluorotetralin	2342-07-06	Usage Ban
Polyacrylate-37	N/A	Usage Ban

Ingredient Restrictions

Restricted Substance	CAS no	Limit/Requirement
Polyperfluoroethoxymethoxy difluoroethyl PEG diisostearate	N/A	Usage Ban
Polyperfluoroethoxymethoxy difluoroethyl PEG ether	162492-15-1, 88645-29-8	Usage Ban
Polyperfluoroethoxymethoxy difluoroethyl PEG ether diisostearate	N/A	Usage Ban
Polyperfluoroethoxymethoxy difluoroethyl PEG phosphate	N/A	Usage Ban
Polyperfluoroethoxymethoxy difluorohydroxyethyl ether	N/A	Usage Ban
Polyperfluoroethoxymethoxy difluoromethyl distearamide/ tribehenin PEG-20 esters	220207-10-3	Usage Ban
Polyperfluoroethoxymethoxy difluoromethyl ether	161075-02-1	Usage Ban
Polyperfluoroethoxymethoxy PEG-2 phosphate	162567-74-0	Usage Ban
Polyperfluoroisopropyl ether	N/A	Usage Ban
Polyperfluoromethylisopropyl ether	69991-67-9	Usage Ban
Polyperfluoroperhydrophenanthrene	159182-00-0	Usage Ban
Polytetrafluoroethylene acetoxypopyl betaine	123171-68-6	Usage Ban
Polysilicone-7	146632-08-8	Usage Ban
Polysilicone-10	N/A	Usage Ban
Polyurethane-26	328389-90-8	Usage Ban
Polyurethane-27	328389-91-9	Usage Ban
Polyacrylate-37	N/A	Usage Ban
Potassium perfluorohexyl ethylphosphate	1224952-82-2	Usage Ban
Potassium perfluorooctanesulfonate / potassium heptadecafluorooctane-1- sulfonate	2795-39-3	Usage Ban
PTFE	9002-84-0	Usage Ban
Sodium perfluorohexyl ethylphosphonate	1189052-95-6	Usage Ban
Stearyl methacrylate/perfluorooctylethyl methacrylate copolymer	N/A	Usage Ban
TEA-C8-18 perfluoroalkylethyl phosphate	N/A	Usage Ban
TEA-perfluorohexyl ethylphosphates	N/A	Usage Ban
Tetrafluoropropene	29118-24-9	Usage Ban
Trifluoromethyl C1-4 alkyl dimethicone	N/A	Usage Ban

Ingredient Restrictions

Restricted Substance	CAS no	Limit/Requirement
Palm Kernel Oil, Palm Oil and its derivates	Various	Meet RSPO labeling criteria for Mass Balance or similar. For exceptions, contact Axbeautyhouse for approval
Phenyl Mercuric Acetate	62-38-4	Usage ban
Phenyl Mercuric Borate	102-98-7	Usage ban
Phthalates except diethyl phthalate (DEP, CAS number 84-66-2) Various, e.g.: Phthalates including, but not limited to:		
Di-isononyl phthalate (DINP)	28553-12-0	Usage ban
Diethylhexyl phthalate (DEHP)	117-81-7	Usage ban
Di-n-octyl phthalate (DNOP)	117-84-0	Usage ban
Di-iso-decyl phthalate (DIDP)	26761-40-0	Usage ban
Butylbenzyl phthalate (BBP)	85-68-7	Usage ban
Dibutyl phthalate (DBP)	84-74-2	Usage ban
Plastic Mircobeads (Any solid plastic particle that is less than 5 mm in size)		
In rinse-off products, scrubs and peel products	N/A	Usage ban
Polyaminopropyl Biguanide (PHMB)	32289-58-0, 27083-27-8	Usage ban
Propylparaben	94-13-3	Usage ban
Quaternium-14	27479-28-3	Usage ban
Quaternium-8	N/A	Usage ban
Silver Chloride	7783-90-6	Usage ban
Thimerosal/Thiomersal	54-64-8	Usage ban
Tosylamide/Formaldehyde Resin	25035-71-6	Usage ban
Triclosan	3380-34-5	Usage ban

Packaging Components

General	Requirement
Packaging Material shall be recyclable and/or made of recycled or renewable material. This includes but is not limited to paper, cardboard, plastic, metal and wood.	
Directive (EC) No 94/62/EC	All packaging material must comply with the directive.
REACH (EC) No 1907/2006	The packaging is considered an article.
SVHC Check the ECHA website for the updated Candidate List of substances of very high concern	Concentration limit 0,1 % (1000 ppm)
DIN 6120 / ISO 114 69 or EC 97/129	Units of packaging needs to be marked with correct recycling symbol.
Paper, pasteboard, cardboard	May not be bleached with chlorine or hypochlorite.
Primary container/package for cosmetic products	Package shall not release any substance to, and/or react with the content, i.e. package must be inert. Package with Food Contact declaration is acceptable.

Restricted Substance	CAS	Requirement
Metals, Total Amount:		
Cadmium (Cd)	7440-43-9	Sum ≤ 100 ppm
Chromium VI (Cr6+)	18540-29-9	Sum ≤ 100 ppm
Lead (Pb)	7439-92-1	Sum ≤ 100 ppm
Mercury (Hg)	7439-97-6	Sum ≤ 100 ppm
Expanded Polystyrene		Usage Ban
Polyvinylchloride (PVC)	9002-86-2	Usage Ban
Polyvinylidenchloride	9002-85-1	Usage Ban
Polychloroprene	9010-98-4	Usage Ban

Candles & Interior Perfume Oil

General	Requirement
Regulation (EC) No 1272/2008, CLP	CLP must be followed. Substances which requires the signal word "Danger" are prohibited. Substances which are environmental hazardous should be avoided. Content of classified substances should be limited as far as possible, with the aim to be below generic concentration limit or even better below elicitation limit when possible.
Fragrance in scented candles	Fragrance Oils must fulfill compliance with the latest IFRA standards.
Palm Kernel Oil, Palm Oil and its derivates	Meet RSPO labeling criteria for Mass Balance or similar.
REACH, (EC) No 1907/2006	Chemical composition must comply to the regulation including its Annexes.
Safety Data Sheet (SDS) Structure and contents as specified in REACH Art 31	All products must have a SDS as defined in REACH article 31.
SVHC Check the ECHA website for the updated Candidate list of substances of very high concern	Concentration limit 0,1 % (1000 ppm).
Product Safety Directive	All candles must comply with General Product Safety Directive 2001/95/EC.

Restricted substances in the finished product

Restricted Substance	CAS	Requirement
Azo dyes & Pigments		
4-aminodiphenyl	92-67-1	20 ppm per listed dye
Benzidine	92-87-5	20 ppm per listed dye
4-Chloro-o-toluidine	95-69-2	20 ppm per listed dye
2-Naphthylamine	91-59-8	20 ppm per listed dye
o-Aminoazotoluene	97-56-3	20 ppm per listed dye
2-Amino-4-nitrotoluene	99-55-8	20 ppm per listed dye
2,4-Diaminoanisole	615-05-4	20 ppm per listed dye
4,4'-Diaminodiphenylmethane	101-77-9	20 ppm per listed dye
3,3'-Dichlorobenzidine	91-94-1	20 ppm per listed dye
3,3'-Dimethoxybenzidine (o-Dianisidine)	119-90-4	20 ppm per listed dye
3,3'-Dimethylbenzidine (o-Tolidine)	119-93-7	20 ppm per listed dye
3,3'-Dimethyl-4,4'-diaminodiphenylmethane	838-88-0	20 ppm per listed dye
p-Chloroaniline	106-47-8	20 ppm per listed dye
p-Cresidine	120-71-8	20 ppm per listed dye
4,4'-Methylene-bis-(2-chloroaniline)	101-14-4	20 ppm per listed dye
4,4'-Oxydianiline	101-80-4	20 ppm per listed dye
4,4'-Thiodianiline	139-65-1	20 ppm per listed dye
2,4-Toluenediamine	95-80-7	20 ppm per listed dye
o-Toluidine	95-53-4	20 ppm per listed dye
2,4,5-Trimethylaniline	137-17-7	20 ppm per listed dye
o-Anisidine	90-04-0	20 ppm per listed dye
p-Aminoazobenzene	60-09-3	20 ppm per listed dye
2,4-Xylidine	95-68-1	20 ppm per listed dye
2,6-Xylidine	87-62-7	20 ppm per listed dye
Benzo(a)pyrene	50-32-8	1 ppm
Ethylbenzene	100-41-4	20 ppm

Restricted substances in the finished product

Restricted Substance	CAS	Requirement
Polycyclic aromatic hydrocarbons (PAHs), Including but not limited to		
Acenaphthene	83-32-9	10 ppm
Acenaphthylene	208-96-8	10 ppm
Anthracene	120-12-7	10 ppm
Benzo(a)anthracene	56-55-3	10 ppm
Benzo(a)pyrene	50-32-8	10 ppm
Benzo(b)fluoranthene	205-99-2	10 ppm
Benzo(g,h,i)perylene	191-24-2	10 ppm
Benzo(e)pyrene	192-97-2	10 ppm
Benzo(j)fluoranthene	205-82-3	10 ppm
Benzo(k)fluoranthene	207-08-9	10 ppm
Chrysene	218-01-9	10 ppm
Dibenzo(a,h)anthracene	53-70-3	10 ppm
Fluoranthene	206-44-0	10 ppm
Fluorene	86-73-7	10 ppm
Indeno(1,2,3-c,d)pyrene	193-39-5	10 ppm
Naphthalene	91-20-3	10 ppm
Phenanthrene	85-01-8	10 ppm
Pyrene	129-00-0	10 ppm
Toluene	108-88-3	5 ppm
Total xylenes	1330-20-7	20 ppm

Beeswax

Chemical substance	Criteria Limit value	Requirement Test method
Acid number	17-24	DAB 10
Ester number	70-80	DAB 10
Ratio number	3.3-4.3	DAB 10
Saponification number	87-104	DAB 10
Dripping point	61-65 °C	DAB 10
Total hydrocarbons	18%	DGF M-V 6

Colourants

Chemical substance	Criteria Limit value	Requirement Test method
Migration of certain elements		
Aluminium (Al)	70 000 ppm	EN 71-3
Antimony (Sb)	560 ppm	EN 71-3
Arsenic (As)	47 ppm	EN 71-3
Barium (Ba)	18 750 ppm	EN 71-3
Boron (B)	15 000 ppm	EN 71-3
Cadmium (Cd)	17 ppm	EN 71-3
Chromium (Cr) (III)	460 ppm	EN 71-3
Chromium (Cr) (VI)	0,2 ppm	EN 71-3
Cobalt (Co)	130 ppm	EN 71-3
Copper (Cu)	7 700 ppm	EN 71-3
Lead (Pb)	160 ppm	EN 71-3
Manganese (Mn)	15 000 ppm	EN 71-3
Mercury (Hg)	94 ppm	EN 71-3
Nickel (Ni)	930 ppm	EN 71-3
Selenium (Se)	460 ppm	EN 71-3
Strontium (Sr)	56 000 ppm	EN 71-3
Tin (Sn)	180 000 ppm	EN 71-3
Organic tin	12 ppm	EN 71-3
Zinc (Zn)	46 000 ppm	EN 71-3
Substances or mixtures which fulfill any of the following hazard classes and categories set out in Annex I to regulation (EC) No 1272/2008:	Usage Ban	Various
Phthalates	500 ppm per phthalate, sum of all phthalates 1000 ppm	EN 14372

Fats and oils (vegetable and animal)

Chemical substance	Criteria Limit value	Requirement Test method
Metals		
Arsenic (As)	0.1 ppm	EN 13805 (Pressure digestion) and EN 15763 (ICP-MS)
Cadmium (Cd)	0.1 ppm	EN 13805 (Pressure digestion) and EN 15763 (ICP-MS)
Copper (Cu)	0.1 ppm	EN 13805 (Pressure digestion) and EN 15763 (ICP-MS)
Iron (Fe)	1 ppm	EN 13805 (Pressure digestion) and EN 15763 (ICP-MS)
Lead (Pb)	0.1 ppm	EN 13805 (Pressure digestion) and EN 15763 (ICP-MS)
Mercury (Hg)	0.1 ppm	EN 13805 (Pressure digestion) and EN 15763 (ICP-MS)
Nickel (Ni)	2 ppm	EN 13805 (Pressure digestion) and EN 15763 (ICP-MS)
Free fatty acids (FFA)	2.0 %	Peroxide number 10 DGF C-VI 6a DGF C-V 2
Lovibond tint index (FF 5¼*)	3.5 red	DGF C-IV 4b
Ash content	0.1 %	DGF C-III 10
Water content	0.15 %	DGF C-III 13a or 13b
Odour	No distinctly noticeable atypical	Odour (only odour is assessed) DGF C-II (Assessed at a temperature 10-15 °C above the melting point)

Paraffin

Chemical substance	Criteria Limit value	Requirement Test method	
Ash content	0.1 %	EN ISO 6245	
Saybolt colour index	Minimum +24	ASTM D 156	
Odour	Odour limit 0	ASTM D 1833	
Polycyclic aromatic hydrocarbons (PAHs)	Ultraviolet Light Absorption	CFR 178.886 European Pharmacopeia Monograph 1034	
	Wavelength/ nm		Maximum ultraviolet absorbance per cm path length
	280-289		0,15
	290-299		0,12
	300-359		0,08
	360-400		0,02
Sulfur content	20 ppm	EN ISO 20884	

Stearin

Chemical substance	Criteria Limit value	Requirement Test method
Acid number	195 to 215	DGF C-V2 24
Ester number	2	DGF C-V 4
Iodine number	1	DGF C-V 11d
Ash content	0.1 %	DGF C-III 10
Congealing point/titre	52-61 °C	DGF C-IV 3c
Lovibond tint index (FF 5¼*)	5.0 yellow 1.0 red	DGF C-IV 4b
Non-saponifiable matter	1 %	DGF C-III 1a-1b
Peroxide number	10	DGF C-VI 6a







Wick

Chemical substance	Criteria Limit value	Requirement Test method
Metals – total content		
Lead (Pb)	100 ppm	EN ISO 17072-2
Pesticides	Not detected	US EPA 8081A US EPA 8151A US EPA 8141A US EPA 8270C

Detergents

General	Requirement
Fragrance oils	All fragrance oils must fulfil International Fragrance Association (IFRA) standard.
Regulation (EC) No 1907/2006 of the European Parliament and the council, concerning the Registration, Evaluation, Authorisation and Restriction of Chemicals (REACH)	Chemical Composition of all detergents must comply with the regulation and all its annexes.
Regulation (EC) No 648/2004 of the European Parliament and of the council concerning Detergents and Cleaning Products	The regulation must be followed for all detergents.
Regulation (EC) No 1272/2008, CLP, concerns the classification, labelling and packaging of chemical substances and mixtures.	All products must comply with the regulation.
Phosphorus and phosphorus compounds CAS: Various	0%, except a trace quantity of 0.5 percent phosphorus (expressed as elemental phosphorus) that is incidental to manufacturing except a trace quantity of 0.1 % incidental to that is incidental to manufacturing. "A trace quantity means an incidental amount of a chemical which is not part of the cleaning product formulation, is present only as a consequence of manufacturing and does not exceed 0.5% of the content of the product by weight."
Nitrilotriacetic acid, NTA CAS: 139-13-9	0%, "A trace quantity means an incidental amount of a chemical which is not part of the cleaning product formulation, present only as a consequence of manufacturing."

Restrictions According to CLP regulation

All below classifications resulting in the below pictograms are restricted.	
 Acute toxicity	The chemical composition must be formulated as to avoid all restricted classifications.
 Serious health hazard	
 Explosive	
 Oxidising	
 Corrosive	
 Hazardous to the environment	The chemical composition must be formulated as to avoid all restricted classifications. Detergent products classified Eye Dam. 1 are exempt from this restriction.

Leverantörslista

China

Factory name	Address	Product range
Terry Packaging Products Shenzhen Company Limited	3F, Block C, Jin Kai Jin Industrial Park, Shui Tian, Shi Yan Town, Bao An District., Shenzhen 518108, China	Packaging
Ningbo Eureka Commodity Co., Ltd (Chungfat)	No.58 Xingzhong Road, Qijiashan, Beilun District, Qijiashan, Beilun District,Ningbo, Zhejiang - China.	Tools & Accessories
Zhongshan Shangyang Precision Industries Co., Ltd	No.28, Xingtang Road, Baishihuan Village, Sanxiang Town, Zhongshan, Guangdong - China	Tools & Accessories
Newplus Enterprise Co. Ltd	AREA ONE, FLOOR 4TH, BUILDING 642, DASAN VILLAGE, DASAN COMMUNITY, GUANLAN STREET, LONGHUA NEW DISTRICT , Shenzhen	Tools & Accessories
Zhuoer Gifts Industrial co.,Ltd	Liu Jia Song Zhuoer Industrial Park, Da Huai Town, Enping City	Tools & Accessories
Shenzhen Qianzibaimei (QZBM(HUIZHOU) Co., Ltd)	Baida Street No.2, 3-4 Floor, Xikeng Community, Henggang Street, Longgang Area., Shenzhen, Guangdong - China	Tools & Accessories
Dongguan Jinzhou Accessories Ltd (R&L)	3rd floor, No.6 building, No.4 street, BoFeng Road, QiLing Village, ZhangMuTou Town, Dongguan 523578, Guangdong - China	Tools & Accessories
Zhejiang Yifanmengshan Idustry Co., Ltd (Homedollar)	F 2-6 building 6, Meipoxia, Community, Huayuan, Village, Nanma Town, Dongyang, Jinhua, Zhejiang Province	Tools & Accessories
Rootsmen (CH) Company	No.28, First Alley, Shabu Village, Duanzhou Road, Zhaoqing 526060, Guangdong - China.	Tools & Accessories
Ningbo Beilun Junyang Brushes Co., Ltd	No. 28, Jing 12 Road, Xiaogang, Beilun, Ningbo, Zhejiang - China.	Tools & Accessories
Shenyang Guanpin Woodenware Co., Ltd (GIM-HWA)	No. 489, Liutiaohe Village, Magang Town, Shenbei New District, Shenyang 110124, Liaoning - China	Tools & Accessories
Junhe Industry & Trade Co (Ray Int)	11, 15, 16#, Metal knife cut industrial park, Zhuhai (Yangjiangwanxiang),, Yangjiang 529900, Guangdong - China.	Tools & Accessories
Yangdong M-STEEL Hardware Manufacture Co.,Ltd	Second floor of No.15 Building, Zhuhai (Yangjiang) Wanxiang Metal Knife Cut Industrial Park Yangjiang, China	Tools & Accessories
Ningbo Riway Daily Commodity Co.,Ltd	Room 2809, Building A, Hebang Mansion, 933 Tiantong North Rd, Ningbo, China	Tools & Accessories
Cang Zhou Zhen Di Brush Making Co., Ltd.	"Wang Wei Tun Industrial Area, Ma Chang Town, Qing Xian, Cang Zhou City, Hebei, China 061 001"	Tools & Accessories
Yangjiang Jinhengda Cosmetic Tools Co (Ray Int)	No.1, Zhenxing South Road, Chengbei Industrial Area, Chuangye North Road, Yangjiang, Guangdong, China	Tools & Accessories
JUNHE INDUSTRY & TRADE Co (Ray Int)	11, 15, 16#, Metal knife cut industrial park, Zhuhai (Yangjiangwanxiang),, Yangjiang 529900, Guangdong - China	Tools & Accessories
ZHONGSHAN SHANGYANG TECHNOLOGY (SY-beauty)	No.28, Xingtang Road, Baishihuan Village, Sanxiang Town, Zhongshan, Guangdong - China	Tools & Accessories
QZBM(HUIZHOU) CO., LTD	Floor 1, Building A, Yinshan Industrial Area, Liangjing Town, Huiyang District, Huizhou, Guangdong - China	Tools & Accessories
Cang Zhou Zhen Di Brush Making Co., Ltd.	Wang Wei Tun Industrial Area, Ma Chang Town, Qing Xian, Cang Zhou City, Hebei, China 061 001	Tools & Accessories

Germany

Factory name	Address	Product range
A.W. Faber-Castell Cosmetics GmbH	Nürnberger Strasse 2, 90546 Stein, Germany	Make up
Schwan Cosmetics Germany GmbH & Co. KG	Schwan Cosmetics Germany GmbH & Co. KG, Schwanweg 1, 90562 Heroldsberg, Germany	Make up

Greece

Factory name	Address	Product range
Smile Vosmandros D.S.A	Industrial area of Thessaloniki, DA12A, OT38, 57022 Thessaloniki, 57022 SINDOS, Thessaloniki 57022, Central Macedonia - Greece	Tools & Accessories

Italy

Factory name	Address	Product range
B. Kolormakeup & Skincare S.p.A. SB Benefit Corporation	Via Canonica, 79/A 24047 Treviglio (BG)	Make up
Tutti Trucchi Cosmetici	Tutti Trucchi Cosmetici srl Società Unipersonale (Via Pradoni, 43 -26010 Sergnano (CR), Italy)	Make up
Intercos Europe	Via Guglielmo Marconi, 84, 20864 - Agrate Brianza (MB)	Make up
Chromavis	Via Edwin P. Hubble, 2 26010 Offanengo (CR)	Make up
Locatelli Hair Pins S.R.L	Via Della Resistenza 45 28803 Premosello Chiovenda (Vb) Italy	Tools & Accessories

Netherlands

Factory name	Address	Product range
Supplier does not want to make the information public		Tools & Accessories

Poland

Factory name	Address	Product range
Chromavis Service Sp. Z.O.O.	Robotnicza 1, 06-400 Ciechanów, Poland	Make up
Cetes	ul. Bohaterów Warszawy 2, 02-495 Warsaw, Poland	Make up

South Korea

Factory name	Address	Product range
Beauty Promotions Inc	#495 GyuHyun BLDG, GyuHyeon-Dong, GyeYang-Gu, Inchoen, Korea, 21016	Skin Care
Ecis Cosmetic Co.Ltd	179 GONGDAN 1-DAERO	Skin care
Greenglow	V224 30F, 323, Incheon tower-daero, Yeonsu-gu, Incheon, South Korea	Skin Care
E.Cis Cosmetic Co.,Ltd	179, Gongdan 1-daero, Siheung-si, Gyeonggi-do, Republic of Korea	Skin Care
Bonne Co., Ltd.	31 Gunjacheon, Gunjacheon-ro 237beon 237beon-gil, Siheung Siheung-si, Gyeonggi Gyeonggi-do, Korea.	Skin Care
Imine Co.,Ltd	40-37, Gajangsaneopseobuk-ro, Osan-si, Gyeonggi-do, Republic of Korea	Skin Care
Shinwoo Union Co., Ltd	95, GoongDong, KuroGu, Seoul 152882, Korea (South Korea)	Tools & Accessories
Best Solution Co., Ltd.	S-2203, Songdo Techno Park IT Center	Tools & Accessories

Sweden

Factory name	Address	Product range
Candles Scandinavia	CV-gatan 38B 703 82 Örebro	Candles
Nordic Beauty House AB	Andesitgatan 12 Helsingborg, Sweden	Hair Care
Paragon Nordic AB	Fabriksvägen 2, Vallentuna	Hair Care & Skin Care
SALAB Stockholms Analytiska Lab AB	Britt-Louise Sundells Gata 15, 134 50 Gustavsberg	Skin Care
Svenska Krämfabriken AB	Tunavägen 277B, SE-781 73 Borlänge	Skin Care

Turkey

Factory name	Address	Product range
CMC Consumer Medical Care GmbH	Karaduvar Mah. Serbest Bölge (Free Zone), 6. Cadde Dis Kapi No:25 Akdeniz - Mersin, Mersin 33029 Icel - Turkey	Tools & Accessories

Switzerland

Factory name	Country	Address	Product range
FLAWA	Switzerland	FLAWA Consumer GmbH, Badstrasse 43, CH-9230 Flawil Switzerland	Accessories

Turkey

Factory name	Country	Address	Product range
CMC Consumer Medical Care GmbH	Turkey	Karaduvar Mah. Serbest Bölge (Free Zone), 6. Cadde Dis Kapi No:25 Akdeniz - Mersin, Mersin 33029 Icel - Turkey	Accessories

Revisorns yttrande avseende den lagstadgade hållbarhetsrapporten

Till bolagsstämman i KICKS Group AB, org.nr 556432-9281

Uppdrag och ansvarsfördelning

Det är styrelsen som har ansvaret för hållbarhetsrapporten för år 2022 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.

Stockholm den dag som framgår av vår elektroniska signatur
PricewaterhouseCoopers AB

Gabriella Hermansson
Auktoriserad revisor



KICKS

Hållbarhetsredovisning
2022