



**PROFIL  
GRAFISK**

# Bærekraftsrapport 2025

# 2025



**Nordic  
Sustainability  
Reporting  
Standard**

**SUSTAINABLE  
DEVELOPMENT GOALS**

Vi  
gjør  
mer!

## Innholdsfortegnelse

Side 4–5	Året for omstilling
Side 6–7	Hvem vi er   Hvordan vi opererer
Side 8–9	Inspirasjon
Side 10–11	FNs bærekraftsmål
Side 12–14	Vår klimapåvirkning
Side 15–17	Avfall   Energi   Utslipp
Side 18–19	Sosialt   Økonomisk
Side 20–23	Mål og tiltak
Side 24–27	Forberedelser for fremtiden
Side 28–29	Bærekraftige valg

...



Vår nye daglige leder Ole Kristian Nyhus. Foto: Per-Erik Beck Bjørnback, Profil Grafisk.

# Året for omstilling

«Vi ser positivt på fremtiden og jobber videre for ytterligere bidrag mot en mer bærekraftig utvikling.»

Dette året har i stor grad vært preget av omstilling hos oss i Profil Grafisk. Etter vårt første hele driftsår i nytt bygg har vi hatt et tydelig mål om å utnytte ressursene våre bedre og styrke lønnsomheten, samtidig som bærekraft fortsatt skal være en del av måten vi utvikler oss på. Mulighetene er mange, men de krever at vi tar bevisste valg for å legge grunnlaget for videre vekst.

## Bedre lønnsomhet

Vi har arbeidet systematisk med å implementere et nytt ordre- og produksjonssystem, Haikom. Planleggingen har pågått lenge, og i januar 2025 ble systemet tatt i bruk i hele organisasjonen. Målet er å få mer kontroll, jobbe mer strukturert og ta beslutninger basert på data og innsikt. Dette er viktig for å stå sterkere i en tid med høyt kostnadsnivå, økte renter og mer uforutsigbar ordreinnngang.

## Flytte fokus

Vi har også sett behovet for å rette innsatsen vår tydeligere mot det som er kjernevirksomheten. Det betyr at vi må jobbe enda mer med det vi skaper størst verdier av. Dette har ført til justeringer i organisering, kapasitet

og kompetanse. Noen av beslutningene har vært krevende, men de har vært nødvendige for å sikre en mer robust drift og et bedre grunnlag for framtidig utvikling.

## En mer bærekraftig retning

Omstilling handler ikke bare om økonomi. Det handler også om å jobbe smartere, redusere unødvendig ressursbruk og ha et tydeligere forhold til egen påvirkning. Bærekraft skal ikke være noe vi legger til i etterkant, men en naturlig del av hvordan vi planlegger, prioriterer og gjennomfører arbeidet vårt, både på kort og lang sikt. Vurderingen av måloppnåelse viser at vi ligger på omtrent samme nivå som i fjor. Det er i seg selv tilfredsstillende,

tatt i betraktning de store endringene virksomheten har vært gjennom.

Jeg er stolt av den innsatsen alle ansatte har lagt ned det siste året. Det er inspirerende å se hvordan folk står i endring, tar ansvar og bidrar til utvikling.

Med tydeligere prioriteringer og mer fokusert arbeid ser vi lyst på det som ligger foran oss. Vi skal fortsette å kombinere vekst med ansvarlighet og ta steg som gjør oss enda bedre rustet for fremtiden.

Ole Kristian Nyhus  
Daglig leder



# Hvem vi er



Profil Grafisk AS er en totalleverandør innen skilt, dekor, profileringsartikler og grafiske tjenester.



## Profil Grafisk AS

Org.nr.:  
976 209 257



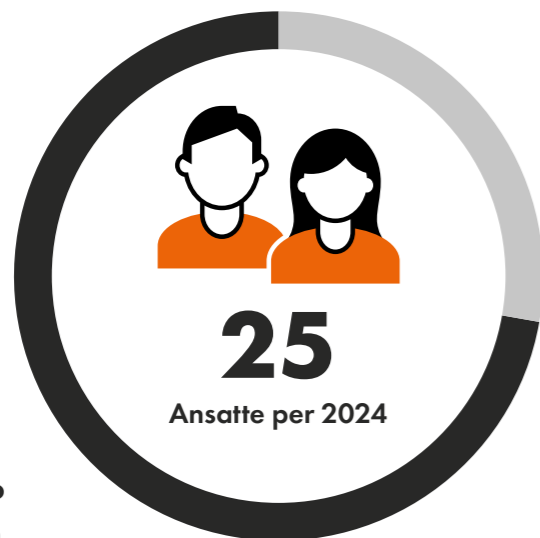
## Bøverbruvegen 17

Reinsvoll,  
Vestre Toten



## NACE-kode (tjenester)

74.102 Grafisk og visuell  
kommunikasjonsdesign



## Alder

18–34 **28%**

35–44 **28%**

45–54 **32%**

55+ **12%**



Vi holder til på Toten, men har kunder over hele landet, alt fra det offentlige til private små og store bedrifter, samt andre skiltmakere.

## Våre interesser

### Interne

Ansatte, eiere og styret

### Eksterne

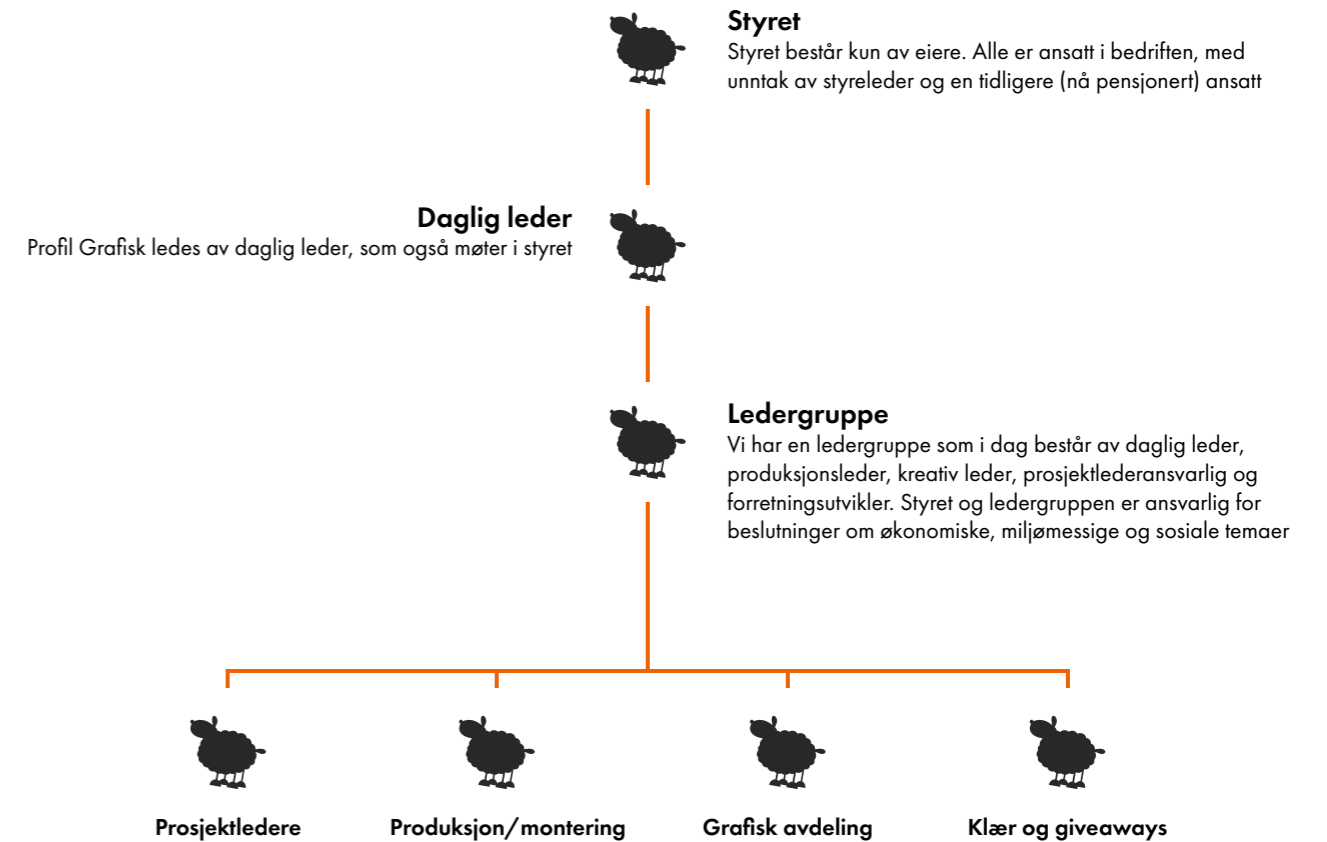
Kunder, leverandører, bank og finansielle samarbeidspartnere, bransje og nærmiljø/samfunn

## Våre største leverandører

- New Wave Norway AS
- Spandex AS
- Conor Scandinavia AS
- Lindbak IT AS
- Kobolt Printshop AS

# Hvordan vi opererer

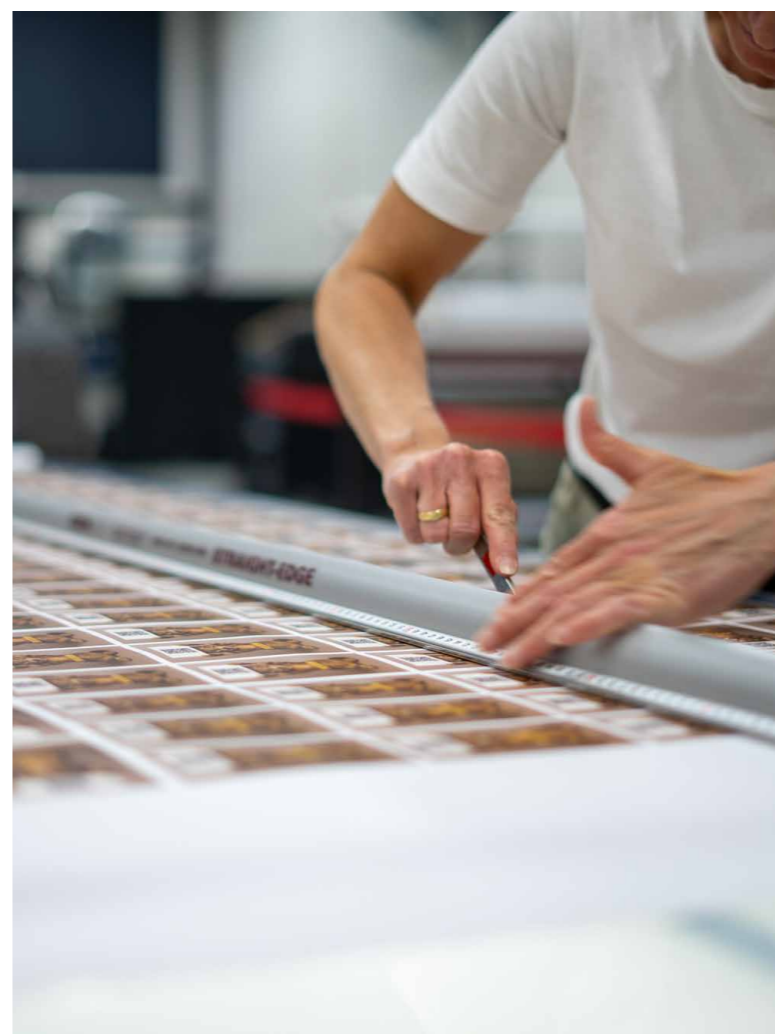
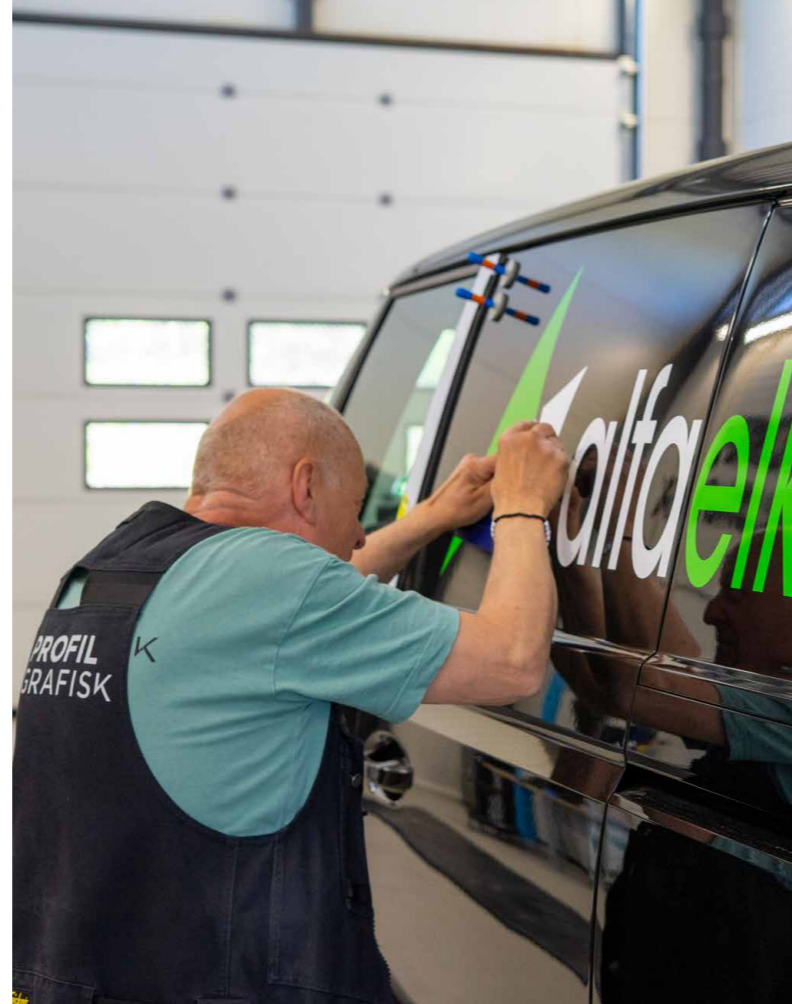
## Styringsstruktur



## Våre kjerneverdier



Våre hovedformål er å levere produkter og tjenester med en kvalitet og service som minst tilfredsstillende våre kunders krav og forventninger. Vi ønsker å skape langtløvede og bærekraftige produkter og varige kundeforhold. Nøkkelen til dette er fornøyde ansatte som hele tiden trives på jobb, og som føler seg delaktig i virksomhetens utvikling.



# FNs bærekraftsmål

FNs bærekraftsmål er verdens felles arbeidsplan for å utrydde fattigdom, bekjempe ulikhet og stoppe klimaendringene innen 2030. Følgende av FNs bærekraftsmål er prioriterte hos Profil Grafisk:



## FNs BÆREKRAFTSMÅL



### Mål 4: God utdanning

“ Sikre inkluderende, rettferdig og god utdanning og fremme muligheter for livslang læring for alle

Her er vi spesielt opptatt av de delmålene som handler om yrkesfag, inkludert det å jobbe for mer likestilling i yrkesfaglig utdanning. Profil Grafisk er en lærebedrift og har hatt lærling i profileringsdesign 7 av de siste 10 årene. 1 av 2 har vært jente. På denne måten bidrar vi til å dekke egne og bransjens behov for arbeidskraft og gir unge mennesker mulighet til å lære et praktisk yrke gjennom faktisk utøvelse av faget.



### Mål 7: Ren energi til alle

“ Sikre tilgang til pålitelig, bærekraftig og moderne energi til en overkommelig pris for alle

Vi flyttet i løpet av 2023 inn i nytt bygg med energiklasse A. I tillegg har vi et langsiktig mål om å montere solceller som vil kunne stå for omlag halvparten av eget energiforbruk.



### Mål 8: Anstendig arbeid og økonomisk vekst

“ Fremme varig, inkluderende og bærekraftig økonomisk vekst, full sysselsetting og anstendig arbeid for alle

Med energieffektivt bygg og nye store produksjonslokaler, ønsker vi å sikre ytterligere vekst og trygge arbeidsplasser for både nåværende og fremtidige ansatte hos Profil Grafisk.



### Mål 12: Ansvarlig forbruk og produksjon

“ Sikre bærekraftige forbruks- og produksjonsmønstre

Et mål for 2024 var å øke sorteringsgraden vår og finne nye løsninger for gjenbruk og ombruk. Dette har vi klart, men har som mål å øke videre hvert år framover. Vi fortsetter å kommunisere vår bærekraft og arbeidet vi gjør, og ønsker gjennom det å påvirke både kunder, leverandører og konkurrenter til å gjøre det samme. Vi applauderer fjorårets nye krav om at bærekraft og miljø skal telle minst 30% i offentlige anbud og ønsker å være ledende på det punktet fremover.



### Mål 13: Stoppe klimaendringene

“ Handle umiddelbart for å bekjempe klimaendringene og konsekvensene av dem

Vi ønsker å være i forkant og bidra i overgangen til et mer bærekraftig samfunn, og søker samtidig å benytte de mulighetene som kommer i den forbindelse. Vi jobber aktivt for å kommunisere bærekraftig tankesett til våre interessenter, både internt og eksternt og håper å påvirke så mange som mulig.



### Mål 17: Samarbeid for å nå målene

“ Styrke virkemidlene som trengs for å gjennomføre arbeidet, og fornye globale partnerskap for bærekraftig utvikling

Vi ønsker å samarbeide med alle våre interessenter for å bidra til bærekraftig utvikling. Gjennom vårt medlemskap i Skiltgruppen vil vi også kunne ha innflytelse på andre bedrifter i samme bransje.





Foto: Marius Amundsen, Profil Grafisk

# Vår klimapåvirkning

Vi sikter mot å ta vårt ansvar i overgangen mot et grønnere og mer bærekraftig samfunn. Det vil si at vi må prioritere vår innsats mot de områdene hvor vi kan bidra mest, og der hvor vår klimapåvirkning er størst. Vi har tatt i bruk LUMA – Miljøfyrtårn sitt bærekraftsverktøy for å hjelpe oss å styre vesentlighetene vi har identifisert som mest aktuelle for oss, og tilhørende mål og tiltak som beskrevet på sidene 20–23.

## Vesentlige områder

### 1: Arbeidsforhold hos leverandører

Varehandelen er ofte preget av komplekse leverandørkjeder med mange ledd på tvers av landegrenser og kulturer. Dette medfører risiko, og vi har et ansvar for å kartlegge og redusere denne risikoen. Vi som produserer, forhandler og/eller importerer produkter må påse at disse ikke blir produsert under arbeidsforhold som bryter med bærekraftig forretningspraksis.

### 2: Emballasje

Emballasje og fyllmaterialer krever både energi og transport, og skaper mye avfall etter bruk. Derfor er ombrukbar emballasje viktig for en mer bærekraftig forretningsmodell. Vi som produserer og importerer emballasje og emballerte produkter, skal jobbe for å redusere avfall og rapportere på dette. I Norge stilles det også krav til emballasjens sammensetning, samt muligheten for ombruk og gjenvinning, jf. avfallsforskriften og emballasjeforordningen.

### 3: Trivsel på arbeidsplassen

Det er viktig siden arbeidsplasser som preges av dårlige organisatoriske og psykososiale forhold øker sjansen for at ansatte utvikler helse- og motivasjonsproblemer. I praksis handler det om organisering av hverdagen, arbeidsoppgaver, jobbegasjement og sosiale relasjoner.

### 4: Avfall og svinn fra produksjonen

Ved å utnytte ressursene bedre og effektivisere produksjonen kan vi redusere svinn, restråstoff og avfall. Dette påvirker miljøet på flere måter, for eksempel gjennom redusert energibruk til transport, klimagassutslipp fra forbrenning og arealbruk til deponier.

### 5: Klimagassutslipp og energibruk

Produksjonsprosesser og oppvarming krever mye energi og utgjør en stor del av vår totale miljøpåvirkning. Bruk av maskiner og kjøretøy i driften bidrar til direkte klimagassutslipp.

...

### 6: Arbeidsforhold i produksjonen

Denne vesentligheten dekker fysiske, ergonomiske og kjemiske arbeidsforhold i produksjonen. En arbeidsplass med gode arbeidsforhold er viktig for å unngå helseplager, sykdom og belastningsskader for de ansatte.

### 7: Transport

Utslipp av klimagasser fra transport har en betydelig påvirkning på klimaet og transportsektoren står for cirka 15 prosent av de globale utslippene. Både transport av råvarer til produksjon og ferdige produkter, men også avfall, bidrar til klimagassutslipp.

### 8: Klima- og miljøavtrykk i innkjøp

Råvarer og innsatsfaktorer som brukes i produksjon av varer påvirker klima og miljø både i form av direkte klimagassutslipp og ressursbruk gjennom utvinning, produksjon og transport. Prosessene krever store mengder energi og kan også føre til avskoging, tap av biologisk mangfold og vannforurensning.

### 9: Kvalitetsledelse og styring

Overordnet styring og god kvalitetsledelse er avgjørende for blant annet å redusere feil og avvik, kundetilfredshet og økonomisk bærekraft.



# Vår klimapåvirkning (forts.)

## Klimagassutslipp

Vi rapporterer vårt klimaregnskap i Mijløyrtårn sine systemer, som følger GHG-protokollen – det mest brukte og anerkjente internasjonale klimaregnskapsverktøyet. Utslipp av klimagasser blir her kategorisert i tre grupper eller "Scopes". I denne rapporten vil vi rapportere på Scope 1, 2 og i enkelte av kategoriene i Scope 3.

**Scope 1** dekker alle direkte utslipp fra aktivitetene i en organisasjon eller aktivitetene de kontrollerer. For eksempel forbrenning av drivstoff, firmabiler, oljefyring og andre flyktige utslipp.

**Scope 2** dekker indirekte utslipp fra elektrisitet kjøpt og brukt av organisasjonen. Disse forekommer fysisk på anlegget der elektrisiteten blir produsert, for eksempel kjøpt elektrisitet, varme og damp. Ifølge GHG-protokollen skal elektrisitetsbruk i klimaregnskapet beregnes på to måter: Lokasjonsbasert og markedsbasert metode, der det anbefales å forholde seg hovedsakelig til den lokasjonsbaserte metoden. Den beregner utslipp basert på hvordan strømmen brukt i Norge har blitt produsert. Markedsbasert metode beregner utslipp basert på hvorvidt virksomheten har kjøpt opprinnelsesgarantier for å sikre fornybar strøm. Det brukes en høyere utslippsfaktor for strøm uten opprinnelsesgarantier.

**Scope 3** dekker alle indirekte utslipp. Scope 3-utslipp er en konsekvens av organisasjonens aktiviteter, men stammer fra kilder som ikke er eid eller kontrollert av organisasjonen selv. For eksempel forretningsreiser med fly eller tog og produksjon av innkjøpte varer og tjenester. Det er som regel her det største klimafotavtrykket ligger.



## Metode for innhenting av data

Informasjon er basert på årsrapport fra vår renovatør, Ragn Sells.

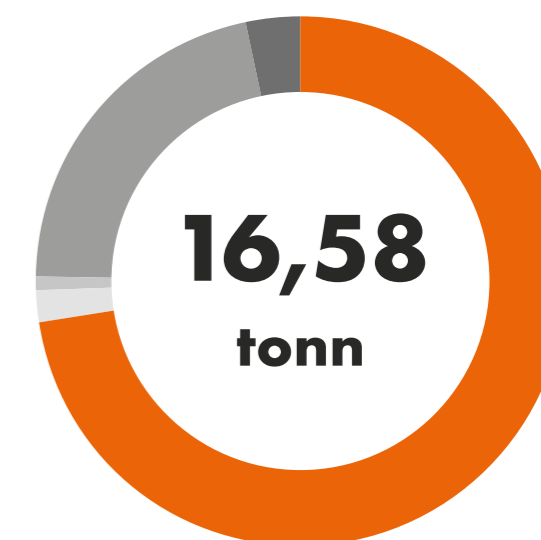
## Begrunnelse for valg av kategorier

Kategorier som rapportert fra vår renovatør, Ragn Sells.

## Avfall

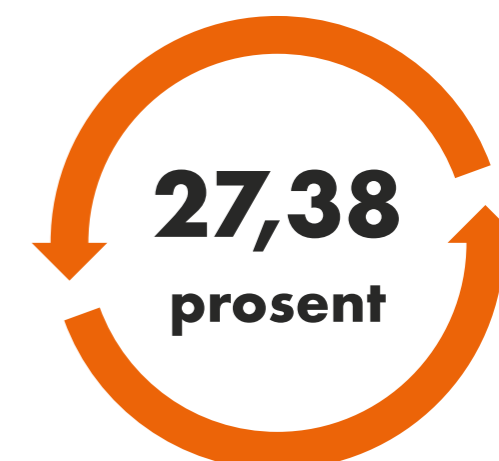
### Total vekt av avfall

- Restavfall til sorteringsanlegg (12,04 tonn)
- Matavfall/våtorganisk avfall (0,33 tonn)
- Blandede metaller (0,15 tonn)
- Papir, papp og kartong (3,54 tonn)
- Blandet plastemballasje (0,52 tonn)



### Kildesorteringsgrad

Andel av avfall sortert til gjenvinning og gjenbruk, altså søppel som ikke er restavfall.



## Vår målsetting

- Øke sorteringsgraden
- Øke antall sorteringskategorier





## Energi

### Metode for innhenting av data

Omregningsfaktorer hentet fra Miljøfyrtårn (Miljødirektoratet). Elektrisitet (F/IF): Andel fornybar elektrisitet (95,4%) hentet fra statistikk for Norge fra NVE – nasjonalt gjennomsnitt.

### Usikkerhet med data/kommentar

Beregning er basert på gjennomsnittstall for Norge og vil ha noe usikkerhet på grunn av det.



## Utslipp

### Metode for innhenting av data

Hentet fra vår innrapportering til Miljøfyrtårn og deres omregningsfaktorer. Varebil er eneste utslippskilde i Scope 1.

### Usikkerhet med data/kommentar

Vi har kjøpt 100% opprinnelsesgaranti, derfor settes Scope 2 til 0 kg/CO<sub>2</sub>e i markedsbasert metode. Scope 3 er ikke fullstendig, men vi mener det er relevant å ta med kategoriene vi har oversikt over.

## Vårt energiforbruk



Ikke-fornybare energikilder	<b>5 422,57 kWh</b>
Fornybare energikilder	<b>112 459,43 kWh</b>
<b>Totalt energi- forbruk i 2024</b>	<b>117 882,00 kWh</b>

95,4% av vår energi kommer fra fornybare kilder.

## Vårt klimagassutslipp

<b>SCOPE 1</b>		4 698 kg/CO <sub>2</sub> e
<b>SCOPE 2</b>	Lokasjonsbasert metode	1 769 kg/CO <sub>2</sub> e
<b>SCOPE 2</b>	Markedsbasert metode	0 kg/CO <sub>2</sub> e
<b>SCOPE 3</b>		5 344 kg/CO <sub>2</sub> e

- Kategori 1 – Avfall = 451 kg/CO<sub>2</sub>e
- Kategori 2 – Produksjonsutslipp fra diesel og elektrisitet = 3 224 kg/CO<sub>2</sub>e
- Kategori 3 – Tjenestereiser, kjøregodtgjørelse og togreiser = 1 669 kg/CO<sub>2</sub>e

**Totale utslipp (lokasjonsbasert metode) = 11 811 kg/CO<sub>2</sub>e**



### Vår målsetting

- Beholde/reducere dagens energiforbruk per kvm, til tross for målsetting om økt aktivitet



### Vår målsetting

- Redusere de totale klimagassene årlig
- Øke andel nullutslippstransport



# Sosialt

SOSIALT			
	Kvinner	Menn	Annet
Antall heltidsekvivalente ansatte per kjønn	7 (1 lærling)	18	-
Beskriv tiltak som er tatt for å bedre likestilling. Beskriv også alderssammensetningen av arbeidsstyrken og tiltak for å utvide aldersbredden	De ansatte fordeler seg aldersmessig fra 22 til 63 år og gjennomsnittsalderen er 42 år. Vi har fortsatt en god overvekt av menn, men har kvinnelig lærling. Profil Grafisk har hatt lærling for profileringsdesing i 7 av de siste 10 årene.		
Beskriv andre tiltak for å øke mangfoldet i arbeidsstyrken, for eksempel inkludering av minoriteter eller sårbare grupper	Vi har ikke vedtatt noen strategi på området, men jobber aktivt og strekker oss langt for å tilrettelegge der det er behov. Alle er like mye verdt hos Profil Grafisk, uavhengig av kjønn, bakgrunn, helseutfordringer eller annet. Våre arbeidsmiljøkartlegginger viser at de aller fleste ansatte mener det er godt fokus på både mangfold og inkludering hos Profil Grafisk.		
Beskriv hvordan du vurderer verdikjeden din for å minimere risiko for sosiale problemer hos leverandører og kunder.	Vi har de senere årene valgt å rapportere på Åpenhetsloven, selv om vi ikke er underlagt den. I forbindelse med det har vi gjort en grundig gjennomgang av våre leverandører i forhold til menneskerettigheter og arbeidsforhold. Dette følges opp årlig. I tillegg har vi utarbeidet en Code of Conduct for våre leverandører, der de blant annet må signere på at de driver etisk forsvarlig.		
Forhold mellom grunnlønn og godtgjørelse for kvinner og menn for hver kategori arbeidstakere. (Lønn kvinner/lønn menn)	Ledere*	Ikke aktuelt	
	Mellomledere*	Ikke aktuelt	
	Ansatte	0,99	
Prosent sykefravær i rapporteringsperioden	Totalt sykefravær	Overordnede mål sykefravær	
		5,8	0% arbeidsrelatert fravær
Antall ansatte som har deltatt på HMS-kurs siste tre år	Daglig leder er påmeldt HMS-kurs i 2025.		
Attraktive vilkår rundt velferdspolisjoner, foreldrepermisjoner, mv.	Nybakte fedre/medmødre får 2 uker fri med lønn etter fødsel. 1 tillegg gis én årlig tannlegetime og én årlig legetime fri med lønn. Ellers følger vi arbeidsmiljøloven.		
Antall timer med ansatteopplæring og videreutdanning for rapporteringsperioden	Her har vi foreløpig ikke rutiner for rapportering.		

\*Kun ett kjønn i hver kategori

# Økonomisk

Hvordan sikres en bærekraftig økonomisk fremtid for selskapet?

Profil Grafisk har alltid hatt langsiktige mål, og har vokst jevnt og trutt. Vi har stort sett hatt positive driftsresultater siden 2002 og det meste har blitt ført tilbake til selskapet. Dette medførte at vi i 2023 kunne flytte inn i våre egne, flunkende nye lokaler. Dette anser vi som en stor sikkerhet for selskapets økonomi på lang sikt, men vil og gi oss flere muligheter for å utnytte ressursene bedre og gi økonomisk trygghet til våre ansatte og eiere.

Beskriv forsyningskjeden for å sikre maksimal materialbruk, avfall, energiforbruk, etc.

Vi gjør en årlig gjennomgang av våre leverandører, og gjør en vurdering av de ulike miljøprofilen. Vi har nedfelt i vår innkjøpsrutine at vi skal så langt det lar seg gjøre benytte de leverandører som scorer best på dette området. Vi leter også kontinuerlig etter nye bærekraftige produkter og råmaterialer. Vi ønsker å gi kundene våre de rette produktene, og er avhengig av utvikling slik at holdbarheten på bærekraftige produkter er tilfredsstillende. Vi tilrettelegger for gjenbruk og ombruk av både utvalgte produkter og emballasje.

På hvilke områder kan bedriften spare penger?

De nye lokalene er tilpasset vår drift, og vi vil over tid kunne hente ut enda større effekter av økt kapasitet og produktivitet. Vi håper også kunne spare noe på energieffektiviteten i de nye lokalene, samt at god lagerkapasitet gir rom for større bestillinger av materialer og råvarer. Første halvår 2025 opplevde vi midlertidige likviditetsutfordringer grunnet utsettelse av større ordre, og måtte permittere enkelte ansatte. Flere av disse har funnet ny arbeidsgiver og vi har omorganisert og effektivisert organisasjonen vår noe i etterkant. Dette har gitt økonomiske besparelser og vi ser at vi nå ligger på et mer realistisk nivå av antall ansatte i forhold til dagens drift.

Hvordan sikrer bedriften tilstrekkelig likviditet og stabile økonomiske forhold?

Vi har i 2025 leid inn ekstern kompetanse på salg og salgsledelse. Vi har laget nye rutiner for alle som jobber med salg og prosjektledelse, og har ukentlige faste møter med fokus på målinger, rutiner og oppfølging av den enkelte. Vi har også siden nyttår implementert et nytt ordre- og produksjonssystem, som gir helt andre muligheter for planlegging og kontroll av hele vår virksomhet – både i form av økonomi og produksjonsplanlegging.

Hva gjøres for å redusere risiko for korrupsjon og bestikkelse?

Vi har interne innkjøpsrutiner som skal forhindre mislighold. Vi har ikke identifisert særlig risiko for korrupsjon i bransjen.

# Mål og tiltak

Vi har utviklet vårt kvalitetssystem de siste årene, og deler nå målsetninger og policyer opp i områdene HMS, miljø og kvalitet. Fra og med høsten 2025 bruker vi Luma, Miljøfyrtårns bærekraftsverktøy til å følge opp mål og tiltak i det daglige arbeidet.

2024 og starten på 2025 har vært en periode der vi har hatt mye fokus på likviditet og det å styrke det vi allerede er gode på. Det ble nødvendig med permitteringer våren 2025 og vi har blitt litt færre ansatte i bedriften i etterkant. Det har i hele denne perioden vært lite utviklende tiltak og en del av målene vi hadde satt oss viser kun liten eller ingen fremgang.

Fremover ønsker vi i større grad å involvere de ansatte i å finne gode og riktige tiltak for å nå målene som er satt og har planlagt en innsats på det området utover høsten.

\* 1–9 bak målene henviser til de ulike vesentlighetene vi styrer etter i Luma (se side 12–13 i BK-rapporten).



## HMS

### Policy

---

Hos Profil Grafisk skal det være et trivelig og sikkert arbeidsmiljø for alle ansatte. Mennesket er den viktigste ressursen i arbeidslivet og god helse er viktig. Derfor vil vi gjennom god ledelse, involvering og et godt gjennomarbeidet HMS-system, forebygge ulykker og helseskader og skape trivsel på arbeidsplassen. Arbeidsforholdene skal være i henhold til gjeldene lover og forskrifter.

### Hovedmål

---

Profil Grafisk ønsker å være en helsefremmende arbeidsplass, med trygghet, trivsel og gode muligheter for faglig og personlig utvikling for de ansatte.

### Evaluering 2024

---

Vi har i løpet av 2024 utviklet vår arbeidsmiljøundersøkelse. Denne gir en god indikasjon på hvordan de ansatte opplever det å jobbe hos Profil Grafisk. I veldig stor grad opplevde vi gode resultater i de ulike kategoriene. 84% svarte i oktober 2024 at de var helt eller delvis enige i at de har et godt arbeidsmiljø. På de områdene vi opplevde de svakeste resultatene, har vi satt i gang tiltak for å bedre situasjonen.

### Delmål 2025:

---

- Ingen alvorlige arbeidsrelaterte skader eller ulykker (6)
- Ingen arbeidsrelaterte sykefravær (3, 6)
- Minst 80% helt eller delvis enig i påstanden "Jeg har et godt arbeidsmiljø" (3, 6)

### Tiltak 2025:

---

- Arbeidsmiljøundersøkelsen skal gjennomføres to ganger i året
- Alle ansatte skal ha tilstrekkelig innføring i vårt HMS-system, samt gjennomføre relevant kursing og opplæring i henhold til stilling og arbeidsinstruks. Ledergruppa er ansvarlig for at nødvendig opplæring er gitt før en ansatt utfører en ny arbeidsoppgave alene
- Styrke kulturen internt for registrering av HMS-avvik





## Miljø

### Policy

---

Vi gjør mer! Profil Grafisk prioriterer samfunnsansvar og miljø gjennom bevisst bruk av materialer og drifts- og energieffektive produksjonsmetoder. Vi skal gjøre mer enn det som forventes av oss, for å bidra i overgangen mot et mer miljøvennlig samfunn.

### Hovedmål

---

Profil Grafisk skal gradvis redusere vår påvirkning på miljøet, gjennom måling og kontroll, relevante tiltak og kontinuerlig forbedring.

### Evaluering 2024

---

Sorteringsgraden har økt fra 19,1% i 2023 til 27,4% i 2024. Selv om dette er en betydelig økning, har vi fortsatt mye å gå på. Dette er hovedsakelig grunnet mer pappavfall, da en betydelig større andel av vår produksjon i 2024 har vært med pappemballasje. Mengde restavfall er konstant og total avfallsmengde har økt.

Når det gjelder energiforbruk har det holdt seg relativt konstant fra 2023 til 2024 (76 kwh/m<sup>2</sup>). Vårt nye bygg er svært energieffektivt, og vårt mål fremover er å beholde dagens nivå selv med forventet omsetningsøkning.

### Delmål 2025:

---

- Vi skal øke sorteringsgraden av avfallet (4, 2)
- Vi øke antall sorteringskategorier avfall vi leverer (4)
- Vi søker å beholde dagens nivå på strømforbruk (Kpi: kwh/m<sup>2</sup>) (5)
- Vi skal redusere klimagassutslippene årlig (5, 8)
- 100% av store leverandører skal signere vår Code of Conduct før vi kjøper fra dem (1, 8)
- Øke andel nullutslippstransport (7)
- Øke andel emballasje av resirkulerte materialer (2, 4)

### Tiltak 2025:

---

- Utfordre og kravstille produsenter og leverandører på mer bærekraftige produkter og emballasje
- Alle nye leverandører skal sendes vår Code of Conduct før vi kjøper fra dem
- Bytte til mer bærekraftige råvarer der det ikke går på kompromiss med kvalitet/levetid
- Fjerne plastprodukter i emballeringsmetodene
- Planlegge eksterne oppdrag med tanken om «færrest turer kjørt»
- Legge større bestillinger hos leverandører for å begrense transport
- Styrke arbeidet og bevisstgjøringen internt både i forhold til avfallshåndtering, energieffektivisering og klimagassutslipp
- Gjenbruke paller til sortering for å redusere trevirkeavfall



## Kvalitet

### Policy

---

Profil Grafisk skal til enhver tid oppfattes som en kvalitetsbedrift, både eksternt og internt. For å oppnå dette må vi ha et bevisst forhold til hvordan vi både oppnår, vedlikeholder og videreutvikler den ønskede kvaliteten i alle ledd. Det er ledelsens ansvar å sørge for at Profil Grafisk sitt kvalitetssystem oppfyller de krav og forventninger som stilles til oss som leverandør, samt at alle har tilstrekkelig kjennskap til dette.

### Hovedmål

---

Profil Grafisk skal være den foretrukne leverandør av skilt, dekor, grafiske tjenester og profileringsartikler i Innlandet.

### Evaluering 2024

---

Vi omsatte for rett i underkant av 40 millioner i 2024, opp rundt 2,5 millioner fra 2023. Vi har også laget en kundeundersøkelse, som blir gjennomført for første gang i 2025. Vi har i løpet av 2024 utviklet rutiner og et forbedret system for klager og avvik. Det er etablert en avviksgruppe, ledet av produksjonsleder, som følger opp alle produksjonsavvik. I tillegg er det etablert ukentlige salgsmøter for de som jobber med salg- og kundeoppfølging der eventuelle klager og reklamasjoner følges opp.

### Delmål 2025:

---

- Vi skal omsette for 50 millioner innen 2027 (9)
- Kundetilfredshet, NPS-score over 50 (9)
- Redusere antall reklamasjoner og feil (9)

### Tiltak 2025:

---

- Styrke arbeidet med registrering og oppfølging av klager og avvik
- Vi skal ta i bruk nytt ordre- og produksjonssystem (Haikom)
- Vi skal fortsette å prioritere salgsarbeid og forretningsutvikling





Foto: Marius Amundsen, Profil Grafisk.

# Forberedelser for fremtiden

## Klimarisiko

Klimaendringer påvirker oss på ulike måter. Noen vil være mer sårbare for flom eller tørke, mens andre vil oppleve forstyrrelser i sine globale verdikjeder. Det nordiske klimaet vil bli varmere, våtere og villere. Samtidig har klimaendringene resultert i ny klimapolitikk, både på nasjonalt og på EU-nivå, som vil redusere klimagassutslipp og tilpasse samfunnet til klimaendringene. Slike reguleringer vil også kunne utgjøre en risiko. Klimaendringene vil også påvirke oss og det må vi være forberedt på.

## Hvordan vi anslår klimarisiko

Vi har gjort en analyse av vår egen virksomhet og forsøkt å forutse hvordan vi vil bli påvirket av klimaendringer på kort og lang sikt. I prosessen har vi identifisert hvilke klimarisikoer som vil ha størst påvirkning på våre aktiviteter. Disse funnene vil vi ta med oss inn i arbeidet med å prioritere temaer og tiltak.

## Klimamuligheter

Klimaendringer bringer også med seg en rekke muligheter. Ettersom samfunnet tilpasser seg endringene, vil nye klimavennlige behov vil dukke opp. Det være seg i energi, infrastruktur, produkter og tjenester. Vi har også gjort en analyse av egen virksomhet og sett på hvilke muligheter som vil finnes for vår organisasjon på kort og lang sikt.

I tabellene på de neste sidene finnes en oversikt over de klimarisikoene og -mulighetene som er anslått å ha størst betydning for våre aktiviteter. De er ikke oppgitt i prioritert rekkefølge. Våre vurderinger er basert på egenvurdering og bør ses på som en statusrapport som vil kunne endre seg i takt med verden for øvrig.



## Klimarisiko

KLIMARISIKO				
NSRS indeks	Prioritetsnivåer basert på relevans og virkning – kunnskap målt i gjennomsnitt			
		Kortsiktig perspektiv	Langsiktig perspektiv	Kunnskapsnivå (fra 1 (lavest) til 10 (høyest))
Overgang	Økt prising av klimagassutslipp	Lav	Lav	4,5
	Forbedrede utslippsrapporteringsforpliktelser	Lav	Lav	6,5
	Mandat om og regulering av eksisterende produkter og tjenester	Lav	Lav	4,5
	Erstatning av eksisterende produkter og tjenester med alternativer med lavere utslipp	Lav	Lav	5,5
	Kostnader for overgang til teknologi for lavere utslipp	Lav	Medium	5,0
	Endring av kundedferd	Høy	Høy	7,0
	Usikkerhet i markedssignaler	Medium	Medium	6,0
	Økte råvarekostnader	Medium	Høy	7,5
	Endringer i forbrukernes preferanser	Høy	Høy	7,0
	Stigmatisering av sektoren	Medium	Medium	7,0
Fysisk	Økt alvorlighetsgrad av ekstreme værforhold som sykkloner og flom	Lav	Lav	4,0
	Endringer i nedbørmønstre og ekstrem variasjon i værmønstre	Lav	Lav	3,0
	Stigende gjennomsnittstemperaturer	Lav	Lav	3,0
	Stigende havnivå	Lav	Lav	3,0

## Klimamuligheter

KLIMAMULIGHETER				
NSRS indeks	Prioritetsnivåer basert på relevans og virkning – kunnskap målt i gjennomsnitt			
		Kortsiktig perspektiv	Langsiktig perspektiv	Kunnskapsnivå (fra 1 (lavest) til 10 (høyest))
Ressurseeffektivitet	Redusert prising av klimagassutslipp	Lav	Lav	7,5
	Bruk av mer effektive transportformer	Lav	Lav	7,5
	Bruk av mer effektive produksjons- og distribusjonsprosesser	Medium	Høy	7,0
	Bruk av resirkulering	lav	Lav	6,0
	Flytting til mer effektive bygninger	Medium	Medium	8,0
	Redusert vannbruk og forbruk	Lav	Lav	5,0
Energikilde	Bruk av energikilder med lavere utslipp	Medium	Medium	7,0
	Bruk av insentiver fra myndigheter	Lav	Lav	5,0
	Bruk av ny teknologi	Medium	Medium	7,5
	Deltagelse i karbonmarkedet	Lav	Lav	5,0
	Skift mot desentralisert energiproduksjon	Lav	Lav	4,0
Produkter og tjenester	Utvikling og/eller utvidelse av lavutslippsvarer og -tjenester	Medium	Medium	4,0
	Utvikling av klimatilpasning og forsikringsrisikoløsninger	Lav	Lav	3,0
	Utvikling av nye produkter eller tjenester gjennom Forskning og Utvikling og innovasjon	Lav	Lav	4,0
	Evne til å diversifisere forretningsaktiviteter	Medium	Medium	7,0
	Endring i forbrukernes preferanser	Medium	Høy	7,0
Marked	Tilgang til nye markeder	Medium	Medium	7,0
	Bruk av insentiver fra myndigheter	Medium	Medium	5,0
	Tilgang til nye eiendeler og steder som trenger forsikringsdekning	Lav	Lav	3,0
Motstandsdyktighet	Deltakelse i programmer for fornybar energi og anvendelse av energieffektiviseringstiltak	Lav	Lav	3,0
	Ressurserstatning/diversifisering	Lav	Lav	4,0



# Bærekraftige valg



Helfoliert elektrisk lastebil for Norengros Johs Olsen.  
Foto: Profil Grafisk.

## Helfoliering av elektriske lastebiler

Over 2000 elektriske lastebiler kjører i dag på norske veier og Norengros Johs Olsen var tidlig ute med å satse på grønnere transport. Her er en av bilene deres, som vi har profilert med heldekkende folie.

## Profilering med lang levetid

Profil Grafisk har levert profileringsmateriell til Akevittfestivalen i over 10 år. Mange av produktene er laget for gjenbruk, for eksempel ved at de kan oppdateres med ny informasjon uten at man slipper å bytte ut hele produktet. Kostnadseffektivt, fleksibelt og miljøvennlig!



Profileringsmateriell for Akevittfestivalen i Gjøvik.  
Foto: Profil Grafisk

## Arbeidet mot en mer sirkulær forretningsmodell

Vårt mål er at en større del av vår aktivitet skal bli sirkulær. Vi jobber aktivt mot våre leverandører for at det skal utvikles en større grad av gjenvinnbare produkter uten at det går på bekostning av kvalitet og pris. Vi tar i mot brukte kassetter til roll ups og gjenbraker papper til utsendinger der det er mulig. Vi jobber også med alternativer til plast som fyll og beskyttelse i emballasje.

«Dette er vår tredje bærekraftsrapport og vi har gjort oss mange verdifulle erfaringer disse årene. Vi fortsetter å lære og tilpasse oss, med fornyet engasjement for å heve våre ambisjoner. Vår reise mot en bærekraftig fremtid har bare begynt, og vi er fast bestemt på å gjøre en reell forskjell.»

Ole Kristian Nohus  
Daglig leder

Vi tar gjerne imot tilbakemeldinger, innspill eller ideer du måtte ha:



olekristian@profilgrafisk.no



+47 940 02 003



**Nordic  
Sustainability  
Reporting  
Standard**

Denne rapporten er tilpasset Global Reporting Initiative (GR), direktivet om ikke-finansiell rapportering (NFRD) og Task-Force on Climate Related Disclosures (TCFD). Dette betyr ikke at rapporten er i tråd med disse rammene. Les mer på [www.nsr.no](http://www.nsr.no).





Foto: Marius Amundsen, Profil Grafisk.

