



Quickstart

AGENDA 2030

1 INGEN FATTIGDOM

2 INGEN HUNGER

3 GOD HÄLSA OCH VÄLBEFINNANDE

4 GOD UTBILDNING FÖR ALLA

5 JÄMSTÄLLDHET

6 RENT VATTEN OCH SANITET FÖR ALLA

7 HÅLLBAR ENERGI FÖR ALLA

8 ANSTÄNDIGA ARBETSVILLKOR OCH EKONOMISK TILLVÄXT

9 HÅLLBAR INDUSTRI, INNOVATIONER OCH INFRASTRUKTUR

10 MINSKAD OJÄMLIKHET

11 HÅLLBARA STÄDER OCH SAMHÄLLEN

12 HÅLLBAR KONSUMTION OCH PRODUKTION

13 BEKÄMPA KLIMAT-FÖRÄNDRINGARNA

14 HAV OCH MARINA RESURSER

15 EKOSYSTEM OCH BIOLOGISK MÅNGFALD

16 FREDLIGA OCH INKLUDERANDE SAMHÄLLEN

17 GENOMFÖRANDE OCH GLOBALT PARTNERSKAP

GLOBALA MÅLEN
för hållbar utveckling

Stärk ert hållbarhetsarbete med Agenda 2030

Vi hoppas att den här guiden ska hjälpa er att komma igång med Agenda 2030 och stärka ert hållbarhetsarbete. Världen står inför enorma utmaningar. För att möta dessa har världens länder enats kring de globala målen för hållbar utveckling, ett gemensamt ramverk som även kallas Agenda 2030. Det innehåller 17 mål och 169 delmål som innefattar de tre dimensionerna av hållbar utveckling: ekonomisk, social och miljömässig. Allt fler myndigheter, organisationer och företag använder Agenda 2030 för att sätta sitt eget hållbarhetsarbete i ett större sammanhang.

Miljö- och hållbarhetsarbete har länge varit en självklarhet för företag inom grafiska bransch. Det krävs av kunder och medarbetare i allt högre utsträckning, och är en förutsättning för att vara konkurrenskraftig. Grafiska företag arbetar aktivt med till exempel miljöcertifieringar, effektiviseringar,

återvinning och klimatkompensation. Detta arbete kan i många fall kopplas till Agenda 2030, exempelvis till Mål 12 – Hållbar konsumtion och produktion samt Mål 13 – Bekämpa klimatförändringarna. Genom att använda Agenda 2030 kan ni lättare möta kundkrav och kommunicera ert hållbarhetsarbete. Ert företag gör säkert redan många hållbara val, vissa kanske ni inte ens tänker på. Som medlem i Grafiska Företagen har ni till exempel kollektivavtal, vilket bidrar till Mål 8 – Anständiga arbetsvillkor och ekonomisk tillväxt.

De globala hållbarhetsmålen kan kännas stora och abstrakta. För att underlätta har vi identifierat vilka mål och delmål som är mest relevanta för den grafiska industrin. Vi tipsar också om konkreta verktyg som bidrar till att uppfylla målen. Använd den här guiden och ta ert hållbarhetsarbete till nästa nivå med hjälp av Agenda 2030!



FOTO JULIANA FÄLLDIN

EVA GLÜCKMAN
VD, GRAFISKA FÖRETAGEN
eva.gluckman@grafiska.se

INNEHÅLL:

Stärk ert hållbarhetsarbete med Agenda 2030	3
Grafiska Företagen hjälper dig att hitta rätt bland hållbarhetsmålen	4
Verktyg som underlättar Agenda 2030-arbetet	8
Så lyckas du med Agenda 2030	10



Grafiska Företagen hjälper dig att hitta rätt bland hållbarhetsmålen

De globala målen för hållbar utveckling (Agenda 2030) antogs av FN:s generalförsamling 2015. Målen ska bidra till en ekonomiskt, socialt och miljömässigt hållbar utveckling i hela världen och vara uppnådda till 2030. Agenda 2030 består av 17 mål och 169 delmål, Grafiska Företagen har identifierat vilka av dessa som är mest relevanta för medlemsföretagen.

MÅL 3

God hälsa och välbefinnande

Delmål 3.4 och 3.9

För företagen är det viktigt att tillhandahålla goda arbetsvillkor och en säker arbetsmiljö som möjliggör en god hälsa hos de anställda, såväl fysiskt som psykiskt. Detta kan säkerställas genom att använda kollektivavtal och att följa svensk arbetsmiljölagstiftning. Aktiviteter som främjar medarbetarnas hälsa kan minska sjukfrånvaron och bidra till friskare anställda som mår bättre och är mer produktiva. Företagen behöver goda säkerhetsrutiner på grund av kemikaliehanteringen inom industrin. Genom att tillämpa försiktighetsprincipen kan skadliga kemikalier undvikas i stor utsträckning. Kemikalier som kan ha en negativ påverkan på människors hälsa bör minimeras. Företagen har ett ansvar för att säkerställa att de bidrar till giftfria produkter i egen produktion och i värdekedjan.



MÅL 4

God utbildning för alla

Delmål 4.4

Att bevara och främja det yrkesmässiga och tekniska kunskapsområdet som finns inom branschen är en förutsättning för att medlemsföretagen ska säkra sin kompetensförsörjning och stärka sin framtida konkurrenskraft. Samtidigt blir det allt viktigare att förhålla sig till den utveckling med ökad digitalisering som sker i omvärlden.



Thorbjörn Sagerström
vd för DS Smith
i Norden

– På DS Smith har vi genom ett samarbete med Ellen MacArthur Foundation satt ett stort antal hållbarhetsmål för vår verksamhet, vilka baseras på Agenda 2030. Målen har sedan brutits ner från koncernnivå till land och enhet. Exempel på några av våra koncernmål är att uppnå

noll vattenpåverkan senast 2030 (Agenda 2030 mål 6), använda 100% återvunnet eller spårbarhetscertifierat papper senast 2020 samt tillverka 100% återanvändbara eller återvinningsbara förpackningar senast år 2025. De två sistnämnda målen är i enlighet med mål 12 i Agenda 2030.



MÅL 5

Jämställdhet

Delmål 5.1

I en bransch som liksom många andra tillverkningsindustrier, till stor del varit mansdominerad, är det viktigt att värna jämställda möjligheter och lönesättningar. Medlemsföretagen har också möjlighet att formulera en tydlig värdegrund och interna riktlinjer som exempelvis nolltolerans mot sexistisk och rasistisk jargong. Företagen kan även påverka tryck av sexistisk och diskriminerande material genom att ta ställning för vad man vill stå bakom och inte.





MÅL 6
Rent vatten och sanitet för alla

Delmål 6.3
Beroende på företag och typ av produktion blir vattenfrågan mer eller mindre relevant. Generellt har företagen ett ansvar för att undersöka om den egna verksamheten ger upphov till föroreningar eller vattenintensiva produktionsätt samt om det förekommer i leverantörsled. Hänsyn behöver tas för att effektivisera vattenanvändningen och minimera material som kräver stor vattenförbrukning vid tillverkning.

MÅL 8
Anständiga arbetsvillkor och ekonomisk tillväxt

Delmål 8.4, 8.5 och 8.8
För att bidra till en hållbar ekonomisk tillväxt behöver företagen ta hänsyn till ekonomiska, sociala och miljömässiga faktorer. För att ytterligare uppnå mål 8 kan medlemsföretagen främja konkurrens på lika villkor och värna svenska arbetsmarknadsnormer, exempelvis genom kollektivavtal. Företagen kan se till att arbetsrättsliga villkor följs, både i den egna verksamheten samt genom att ställa sociala krav i leverantörsled. När det gäller de miljömässiga aspekterna behöver sambandet mellan tillväxt och miljöförstöring brytas. Genom att implementera cirkulära affärsmodeller kan tillväxt ske utan att ta nya resurser i anspråk, vilket kan leda till konkurrensfördelar och ökad kundnytta.



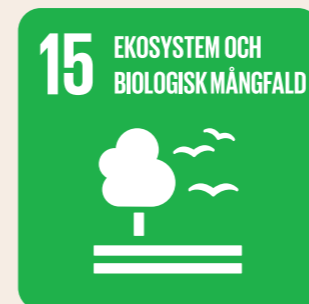
MÅL 13
Bekämpa klimatförändringarna

Delmål 13.3
Företagen har ett ansvar för att främja klimatanpassning hos sina egna medarbetare och begränsa klimatpåverkan från verksamheten genom energieffektiviseringar, hållbara och återvinningsbara material, fossilfria transporter samt fossilfri produktion. Företagen behöver se sin roll i denna utmaning och minska klimatavtrycken där det är möjligt, både i den egna produktionen och genom kravställan vid inköp av produkter och insatsvaror. Detta är särskilt relevant för företag som är beroende av skogsråvara, där det är viktigt att identifiera vilka klimatrisker företaget har samt bygga upp motståndskraft kopplat till företagets tillgångar och leveranskedja. Inom industrin är logistiken nödvändig för att frakta varor via båt-, väg- och järnvägstransporter, till och från verksamheten. Här finns det också möjligheter att som företag göra medvetna val och väga in klimatnytta.



MÅL 15
Ekosystem och biologisk mångfald

Delmål 15.1, 15.2 och 15.5
Medlemsföretagen har ett ansvar för att säkerställa att de råvaror som nyttjas inom verksamheten kommer från hållbar utvinning. Detta gäller både papper och kartong men även andra råvaror såsom plast, metall och textil där aspekter som rör biologisk mångfald och bevarande av ekosystem behöver vägas in. Medlemsföretagen kan ta sitt ansvar exempelvis genom att ställa krav på sina leverantörer eller vid inköp av certifierad råvara. En annan åtgärd som bidrar till bevarande av biologisk mångfald är att använda sig av återvunnen råvara i större utsträckning.



MÅL 17
Genomförande och globalt partnerskap

Delmål 17.17
Medlemsföretagen har möjlighet att samverka med andra aktörer för att hitta hållbara lösningar och effektiva partnerskap. Det kan röra sig om samarbete på global eller lokal nivå mellan företag, offentlig sektor, akademi och civilsamhälle. Genom samarbete och delning av idéer kan resurser tillgängliggöras, vilket i sin tur kan bidra till en hållbar utveckling.



MÅL 16
Fredliga och inkluderande samhällen

Delmål 16.5 och 16.10
Mål 16 är av betydelse för att skapa sunda relationer med sina leverantörer, kunder och anställda – fria från mutor och annan korruption. Detta är nödvändigt för företagets rykte samt för att förebygga finansiella risker och skandaler. Här kan verktyg

som policys gällande antikorruption samt rutiner för uppföljning och hantering av sådana frågor vara av stor vikt. Medlemsföretagen har möjlighet att påverka vilken information som sprids genom att föra en dialog med sina kunder om vilket innehåll som trycks. När det kommer till att efterfölja internationella konventioner kan medlemsföretagen ställa krav i leverantörsrelationer via exempelvis en uppförandekod.



MÅL 12
Hållbar konsumtion och produktion

Delmål 12.3, 12.4, 12.5 och 12.8
För företagen, som till stor del är beroende av pappersråvara och andra naturresurser, är det viktigt att säkerställa ett hållbart nyttjande av resurser under hela produktens livscykel. Genom att applicera ett helhetstänk som innefattar hela värde-

kedjan inklusive design, produktion, användning och återvinningsbarhet finns det stora möjligheter att minska sin miljöpåverkan och samtidigt bidra till produkter som kan skapa mervärden för konsumenterna. För förpackningsbranschen finns det även en möjlighet att utveckla produkter som kan bidra till minskat matsvinn samt kommunicera dessa frågor på förpackningar eller i annan kommunikation. Tryckerierna har möjlighet att påverka sina kunder att göra hållbara materialval.



Erik Lindroth
hållbarhetsdirektör på Tetra Pak

– Hållbarhet är en del av vår företagsstrategi. Vår syn på hållbarhet omfattar hela värdekedjan och sträcker sig även utanför vår egen verksamhet. Vi har åtagit oss att stödja och arbeta för att uppnå De globala målen för hållbar utveckling (Agenda 2030).

Vi fokuserar på de mål som ligger närmast vår verksamhet, eftersom det är där vi kan påverka mest. Vi arbetar för att uppnå en hållbar framtid för vår planet och långsiktiga framgångar för våra kunder och bidrar därmed direkt till mål 6, 7, 9, 12, 13, 15 och 17.

Verktyg som underlättar Agenda 2030-arbetet



Validering: Grafisk Grund MÅL 4 – GOD UTBILDNING FÖR ALLA

Valideringsverktyget Grafisk Grund är utvecklat i samarbete mellan arbetsgivare, fack och medarbetare. Det testar de baskunskaper som en person med grafiskt arbete bör ha vilket underlättar rekryteringar, omställningar och kompetensutveckling i företaget. Verktyget kan också användas för att säkerställa kvaliteten på grafiska utbildningar.

Vid intresse för validering med Grafisk Grund, kontakta testledare Roger Kristiansson, roger.kristiansson@malmo.se eller Allan Ståhlbrand, allan.stahlbrand@edu.boras.se. Läs mer på grafiska.se.

Ta kontroll över kompetensen – en vägledning till framtida rekryteringar

MÅL 4 – GOD UTBILDNING FÖR ALLA

Ta kontroll över kompetensen är en handledning om vad grafiska företag kan göra för att öka utbildningsutbudet och se till att befintliga utbildningar bättre motsvarar behoven. Den innehåller också information om utbildningssystemet, goda exempel och tips på hur du kan påverka. Läs mer på grafiska.se.



DISKRIMINERING OCH LIKABEHANDLING

EN HANDLEDNING

Handledning om diskriminering och likabehandling

MÅL 5 – JÄMSTÄLLDHET

Industrirådet, där Grafiska Företagen ingår, har tagit fram en handledning om diskriminering och likabehandling. Handledningen går igenom lagar och regler på området. Den innehåller också information om situationer där diskriminering kan uppstå, rättsfall samt goda exempel på likabehandling i företag. Läs mer på grafiska.se.

Certifierad grafisk produktion

MÅL 12 – HÅLLBAR KONSUMTION OCH PRODUKTION

Certifierad grafisk produktion (CGP) baseras på den internationella tryckstandarden ISO 12647-2 samt flera andra kringliggande ISO-standarder. Genom att arbeta efter dessa standarder kan tryckeriet garantera en effektiv produktion samt ett fint tryckresultat till sina kunder. CGP är i första hand en kvalitetsstandard men den bidrar också till minskat pappersspill tack vare att inställningstiden och antal provex som måste tryckas minskar kraftigt.

För att certifiera sig enligt CGP krävs medlemskap i Grafiska Företagen och Sveriges Grafiska Medieförening (SGM). För mer information, mejla kaj.flick@grafiska.se. Läs mer på grafiska.se.



Arbetsgivarguide på grafiska.se

MÅL 8 – ANSTÄNDIGA ARBETS- VILLKOR OCH EKONOMISK TILLVÄXT

Det ska vara lätt att göra rätt. I arbetsgivarguiden erbjuder Grafiska Företagen alla medlemmar service i frågor som rör förhållandet till de anställda och deras fackliga organisationer. Det kan gälla såväl tillämpning av den arbetsrättsliga lagstiftningen och tolkning av kollektivavtal som individuella frågor om till exempel anställningsavtal eller lönesättning. Läs mer på grafiska.se.



Pappersguiden

MÅL 12 – HÅLLBAR KONSUMTION OCH PRODUKTION

Pappersguiden är framtagen av Papperskretsen för att hjälpa dig som trycker, designar eller köper in pappersprodukter att göra smartare design- och materialval. Rekommendationerna gäller trycksaker som samlas in via återvinningsstationer eller i fastigheter. Pappersguiden går igenom de val som påverkar trycksakens återvinningsbarhet; tryckfärg, lack, bläck, lim, folie, bindning och omslag. Läs mer på grafiska.se.



ClimateCalc

MÅL 12 – HÅLLBAR KONSUMTION OCH PRODUKTION, MÅL 13 – BEKÄMPA KLIMATFÖRÄNDRINGARNA

ClimateCalc är en certifiering och ett verktyg för att beräkna företagets koldioxidavtryck, både för hela verksamheten och enskilda trycksaker. Med det här verktyget kan du exempelvis tipsa kunder om papperskvaliteter som ger ett lågt koldioxidavtryck och erbjuda klimatkompensation. Dessutom är det möjligt att skapa en benchmark mellan företagets egen energitåg och klimatpåverkan jämfört med andra företag. Bakom verktyget står Intergraf (den europeiska paraplyorganisation där Grafiska Företagen ingår).

Som medlem i Grafiska Företagen får du rabatt på årsavgiften till ClimateCalc. För ytterligare information eller frågor, mejla kaj.flick@grafiska.se. Läs mer på grafiska.se.



Uppförandekod

MÅL 16 – FREDLIGA OCH INKLUDERANDE SAMHÄLLEN

En uppförandekod, så kallad code of conduct, är ett bra verktyg i arbetet med att göra produktionen mer hållbar. Grafiska Företagen håller på att färdigställa en standardiserad uppförandekod som är anpassad för medlemsföretagen. Den är tänkt att användas som en checklista gentemot leverantörer för att säkerställa att de följer ett antal kriterier som bidrar till en hållbar utveckling. Läs mer på grafiska.se.



Lotta Amsén är hållbarhetskonsult på Trossa, som har hjälpt Grafiska Företagen att göra en kartläggning enligt de Globala målen för hållbar utveckling. Här berättar hon hur företag kan bidra till Agenda 2030 och vilka fördelar det ger.

Så lyckas du med Agenda 2030

Hur kommer man igång med Agenda 2030?

– Tolka målen och delmålen utifrån er egen verksamhet och påverkan på omvärlden. Ställ er frågor som: vad är ert grundläggande ansvar, hur kan ni bidra genom er specifika verksamhet och kunskap? Vilka är de största riskerna och möjligheterna? Här ger Grafiska Företagens kartläggning väldigt god hjälp på vägen.

Vad är viktigt att tänka på?

– Det går inte att göra allting på en gång. Bestäm en rimlig ambitionsnivå, prioritera bland frågorna och ta det stegvis. Tänk på att det finns målkonflikter där det gäller att hitta en balans mellan att maximera sitt positiva bidrag utan att det blir på bekost-

nad av de andra målen. Samverkan med olika intressenter är en nödvändighet och ger goda förutsättningar för affärsutveckling framåt så kroka arm med era affärspartners, branschorganisationer, leverantörer, etc.

Kan Agenda 2030 bidra till ökad konkurrenskraft och nya affärsmöjligheter?

– De globala målen är en gemensam färdplan mot en hållbar framtid. Agendan kan med fördel användas som en plattform för hållbar verksamhetsutveckling. Den pekar ut var man bör satsa för att fortsatt vara relevant ur ett kund-, medarbetar- och investerarperspektiv. Även offentliga aktörer ställer allt högre sociala och miljömässiga

hållbarhetskrav på hela leverantörskedjan. Företag som arbetar systematiskt med agendan och implementerar den i sin verksamhet har goda möjligheter att uppfylla dessa krav.

Hur kan man använda Agenda 2030 i sin kommunikation?

– De globala målen har blivit ett gemensamt, globalt språk som allt fler använder. Det är lätt att göra sig förstådd då ikonerna är både välkända och kommunikativa. De globala målen är på så vis ett effektivt sätt att engagera både medarbetare, kunder och affärspartners. För att vara trovärdig gäller det dock att backa upp sin kommunikation med konkreta åtgärder och resultat.

**Läs mer om Agenda 2030
och grafiska industrins
utmaningar för en hållbar
utveckling på grafiska.se**



grafiska.se

grafiska
FÖRETAGEN