



Rapport 1: Skogen

Rapport 2: Förpackningsindustrin

Rapport 3: Industriellt träbyggande



Förpackningsindustrin, klimatet och fackligt arbete

en rapportserie i tre delar om skogsbruket, förpackningsindustrin
och industriellt träbyggande



GS – Sveriges grönaste fackförbund

Innehåll

En sammanfattning	4
Inledning och bakgrund – klimatutmaningen	5
Förpackningens ekologiska hållbarhet och dess roll inom vår mathållning	6
Minskad klimatpåverkan – en allt viktigare förpackningstrend	7
Den svenska förpackningsbranschen	8
Ett par branschanalyser med direkt eller indirekt bäring på förpackningsindustrin	9
Det globala facket UNI och GS roll i arbetet mot klimatförändringarna	10

Författare: Kristian Skånberg, Yngve Daoson, Karin Ewelönn & Julius Petzäll Mendonca

Projektledare: Yngve Daoson, Karin Ewelönn & Julius Petzäll Mendonca

Grafiskt arbete och tryck: JINAB

År: 2017

En sammanfattning

Klimatpåverkan från själva förpackningsindustrin är låg. Däremot leder de indirekta effekterna av förpackningsmaterials livscyklar till utsläpp, till exempel vid förpackningsmaterialframtagandet. Plast har oftast fossilt ursprung även om biobaserade plaster existerar. Trots att glas-, metall- och kartongpappstillverkning är energiintensiva verksamheter kan förpackningsindustrin vara behjälplig i att minska klimatutsläppen på olika sätt.

Nya effektiva och klimatsmarta förpackningar leder till mindre matsvinn. Det innebär att utsläppen kopplade till matproduktionens och matdistributionens alla led kan bli mindre eftersom mindre mat behöver produceras, förpackas och transporteras. Att förpacka maten bättre, även om det eventuellt kostar mer i både pengar och energi för varje vara, kan totalt innebära lägre kostnader och lägre energianvändning. Det är en vinst för klimatet.

Trots att det sammantaget efterfrågas allt fler mindre och praktiska förpackningar, vilket ökar förpackningsmängden, kan de ökade klimatutsläppen från de här trenderna vägas upp av minskat matsvinn.

Rätt utformning av förpackningar kan även minska utsläpp på andra håll i ekonomin. Transportsektorn har idag ett högt fossilberoende och gods går i stor utsträckning på väg. Det innebär att förpackningsbranschen indirekt kan göra sin största insats till klimatet genom att minska mängden transporter. Det är en minst lika viktig klimatsats som att minska varje förpacknings klimatfotavtryck.

Sammantaget behövs en agenda för:

- Kunskapsspridning av förpackningsindustrins roll i arbetet med minskade utsläpp.
- Forskning och stöd för utvecklandet av smarta förpackningar.
- Strategier för att öka användandet av hållbara förpackningar.



Inledning och bakgrund

– klimatutmaningen

Världens samlade marknad för förpackningar är ungefär lika stor som hela den svenska ekonomin, det vill säga omkring en procent av världsekonomin, vilket motsvarar i runda slängar 4 000 miljarder kronor per år. Än så länge är förpackningsmarknaden störst i den utvecklade världen där mest varor produceras, men framför allt konsumeras. Marknaden växer dock snabbast i de folkrika ekonomiskt framgångsrika utvecklingsländer, där allt mer av världens varuproduktion sker, och där framför allt en allt större ny medelklass får mer utvecklade konsumtionsvanor.

Det finns olika sätt att förpacka. Pappersförpackningar av olika slag är det vanligaste och utgör en tredjedel av den globala förpackningsmarknaden mätt i pengar. Hårdplast i olika former utgör en dryg fjärdedel av alla förpackningar och växer för närvarande snabbast. Glasförpackningar respektive mjukplast har en tiondel var av förpackningsmarknaden. Dryckesburkar utgör drygt fem procent och därutöver finns andra material av metall och det forskas hela tiden fram nya, och numera också allt mer förnybara, förpackningsmaterial. Svamp är ett sådant nytt förnybart förpackningsmaterial som kan komposteras efter användning.

Hälften av det som gömmer sig i förpackningar är mat. Ytterligare 20 procent är dryck. Hälso- och produkter och smink har tillsammans tio procent. Allt annat förpackat står för de resterande 20 procenten av förpackningsmarknaden. Förpackningar blir som mest värdefulla när de skyddar något dyrbart som kan förfaras. Mat och dryck och hygienartiklar kan bli obrukbara om de inte förpackas och förvaras rätt. Smink är många gånger dyrt och säljer vanligen en känsla som kan förhöjas av rätt typ av förpackning, vilket gör att den branschen har råd att satsa på exklusiva förpackningar. Detsamma gäller läkemedelsbranschen, där förpackningen ska hindra felmedicinering och på bästa sätt hjälpa patienten. Förpackningar som bara ska underlätta en transport har inte samma värde.

Det är många omvärldsfaktorer som pressar förpackningsmarknaden för närvarande. Råvarupriserna på förpackningsmaterialen är i och för sig inte lika höga som för några år sedan, men heller inte alls så billiga som de ofta var när de olika förpackningarna uppfanns. Många ekonomier växer inte lika fort längre, och några växer inte alls, vilket gör att både producenter som köper förpackningar, och konsumenterna som köper de förpackade varorna är mer sparsamma ekonomiskt. Det gör att det finns ett ännu större tryck än vanligt både gällande att hitta sätt att sänka

kostnader och att locka över kunder till det egna varumärket med nya säljande förpackningar. Dessutom har klimat-, miljö- och resursdebatten gjort att det ställs rättmätiga krav på alla sorts förpackningar utifrån vad förpackningar kan kosta samhället och kommande generationer, inte bara den köpande kunden. Alla hållbarhetsdimensionerna som finns i den politiska debatten – den ekonomiska, den sociala och den ekologiska – har nu nått förpackningsindustrin och det gör att vissa frågor ställs mer på sin spets:

- vilket material är förpackningen gjord av och skulle det gå att byta till något med lägre miljöpåverkan, kostnader och/eller komplikationer för oss människor?
- hur mycket material har gått åt och går det att minska mängden material i varje förpackning på något sätt utan att förlora i funktion?
- har, eller kan, förpackningsmaterialet återcirkulera(t)s på något sätt? Det vill säga, kan förpackningen återanvändas eller materialet i den återvinnas och i sista hand bli energi? Viktigt är i sådant fall att inte nyttan med det äts upp av annan miljöpåverkan, kostnader eller minskad funktionalitet
- går det att underlätta transporterandet eller hanterandet av varan med en annan sorts förpackning? Det kan gälla vikt, form, ytskikt eller andra aspekter av betydelse för miljöpåverkan, kostnader eller inblandad personals och konsumenters arbetsmiljö och välbefinnande
- går det att minska svinnet av det som ska förpackas genom någon tilläggsfunktion i själva förpackningen och vad har det för miljöpåverkan och kostnader? Kan det innebära andra komplikationer för producent och/eller konsument?
- går det att öka kundnyttan, både för den som ska förpacka varan och den som ska använda varan utan att det i sin tur ökar miljöpåverkan eller kostnaderna för mycket?
- går det att öka säkerheten gällande förpackningen och varan i den för att hindra sabotage eller stöld eller missbruk i de fall varan kan vara skadlig vid felanvändning?

Både varuproducenter som vill ha bra förpackningar till sina varor och konsumenter som ibland väljer vara utifrån förpackning har i ökande utsträckning börjat ställa alla dessa ovan nämnda frågor.

Förpackningens ekologiska hållbarhet och dess roll inom vår mathållning

Olika studier av WRAP, ett engelskt forskningsinstitut, har fördjupat sig i förpackningsbranschens olika hållbarhetsaspekter. Deras studier visar till exempel att tre procent av de brittiska hushållens sammanlagda klimatpåverkan kommer från förpackningarna runt de varor och den mat konsumenterna köper. För producenterna tros andelen i genomsnitt vara mindre, men det skiljer sig från bransch till bransch. Ett brittiskt hushåll köper i genomsnitt tio förpackningar om dagen och dessa varor väger i snitt ett kilo styck. För varje kilo vara utgör förpackningen i genomsnitt 30 gram, och förpackningens vikt har minskat över tid. Förpackningsindustrin har lärt sig att använda mindre material och lättare material för samma eller bättre funktion. Det tas fram mer och mer avfallsstatistik för Sverige och EUs nya politik för cirkulär ekonomi kan komma att öka både ambitionskraven gällande avfall och den statistik som ska hjälpa alla länder och aktörer att nå EUs högt uppsatta klimatmål.

Den allra största skillnaden för samhällsekonomin, och inte minst för den person som äger produkten, gör förpackningar när de hindrar att en vara förfaras. I utvecklingsländer där klimatet är tuffare för livsmedelshållbarhet och det saknas teknologi för till exempel kylning, kan så mycket som 50 procent av jordbrukets producerade livsmedel gå till spillo och aldrig nå slutkonsument. Det sker trots att det i dessa länder nästan aldrig slängs livsmedel på grund av skönhetsfläckar eller för att ett bäst-före-datum har gått ut för ett fortfarande funktionellt livsmedel. I mer utvecklade länder är matsvinnet inte riktigt lika stort, men där kan det även i senare delar av konsumtionskedjan, det vill säga i butik och framför allt hemma hos konsumenten, slängas en hel del livsmedel. I vissa brittiska hushåll som undersökts sägs innehållet i var tredje matkasse som bärs hem och som konsumenten betalat för sluta i soporna för att de av olika skäl inte äts upp.

Sett ur ett energilivscykelperspektiv står jordbrukaren för hälften av energianvändningen som maten vi äter genererar. Matförvaringen respektive tillagningen i hemmet står för en tredjedel var av den kvarvarande halvan, det vill säga runt 15 procent var. Förpackningsmaterialet och förpackningen för att transportera varorna, till exempel inplastade och staplade på en lastpall, står tillsammans för tio procent där själva varuförpackningen utgör den större delen. Transporter står för fem procent och transporten till butik tar dubbelt så mycket energi i anspråk som transporten hem från butiken till hushållet. Butikens energianvändning står för de sista knappa fem procenten. Många av energiflödena kopplade till matproduktionens och matdistributionens alla led faller bort om matsvinnet minskas – för då behöver mindre mat produceras, förpackas och transporteras. Det kan alltså vara väl värt för många aktörer i matvarukedjan att förpacka maten bättre även om det kostar mer i både pengar och energi för varje vara, eftersom den totala effekten innebär lägre totala kostnader och lägre total energianvändning. Alla aktörer har dock

inte alltid samma utgångspunkt för vad som lönar sig eller inte sett till helhetskalkylen. Samtidigt vill ingen aktör bli sittande med en vara som inte är vidare säljbar. Ibland hade en bättre förpackning kunnat göra skillnad och också varit den samhällsekonomiskt mest effektiva lösningen.

Det finns flera olika förpackningstrender som samverkar och motverkar en varas totala miljölivscykelprestanda. Det efterfrågas allt mer förpackningar som lättare kan öppnas och återförslutas, som kan stå upp och som kan tas med på äventyr, oavsett om det är en utflykt i det fria eller ett arbetslunchmöte. Att vi blir fler ensamhushåll, lever längre, äter mer i farten och att det äts färre familjemåltider där många samlas runt matbordet förstärker den här typen av trender. I vissa fall ställer det högre förpackningsmaterialkrav, samtidigt kan varan transporteras och förvaras enklare och framför allt svinnet minskas om det som maten förvaras i är lätt att återförsluta. Det efterfrågas alltså sammantaget allt fler mindre förpackningar och inte minst praktiska förpackningar till hämtmat att äta ur, vilket ökar förpackningsmängden. Å andra sidan kan de ökade klimatutsläppen från dessa trender vägas upp av minskat matsvinn.

Forskningen idag inom förpackningsindustrin riktas mot minimering av volym, ökad livslängd för varan och ökad spårbarhet. Forskningsframsteg gör det möjligt att bygga in ökad funktionalitet och aktiv information i förpackningar, som till exempel att en förpackning ändrar färg när varan närmar sig bästföredatum. Ännu smartare förpackningar kan själva avgöra varans beskaffenhet och varna för när den börjar riskera att bli dålig. Forskningen hjälper också förpackningsindustrin att ta fram material som i högre grad är förnybara, recirkulerbara och bionedbrytbara, helst alla tre i ett.

Tittar man i ett brittiskt hushålls soptunnor, och vad de lagt i återvinningen, så rör det sig om ett drygt ton saker under loppet av ett år. I Storbritannien är en fjärdedel matavfall och en femtedel förpackningar, varav nu närmare 90 procent kan återvinnas. Den sista tiondelen har ofta brännvärde och hamnar därför i en avfallsförbränningsugn. Sverige anses i de flesta kommuner ha bättre ordnad avfallshantering än EU i genomsnitt och i ett svenskt tvåpersonshushåll slängs ungefär 150 kilo matavfall om året (drygt 80 kilo per person och år med vissa stordriftsfördelar) enligt Naturvårdsverkets senaste rön.

Minskad klimatpåverkan – en allt viktigare förpackningstrend

Enligt konsultfirman EY vill allt fler producenter använda förpackningar i sitt varumärkesarbete. Det kan innebära att konsumenter framöver kommer att omges av allt mer säljande förpackningar. Den här typen av trend gör dessvärre sällan förpackningarna varken billigare eller miljövänligare. En motverkande trend är företags inkluderande av hållbarhetsaspekter i sitt varumärkesarbete och image-skapande för att visa att företaget tar sitt klimatarbete på allvar. Allt fler företag vill att de förpackningar som omger deras varor ska vara klimatsmarta.

De kommande åren kommer förpackningsindustrin liksom alla andra branscher att försöka bidra till att minska samhällets klimatpåverkan på en rad olika sätt. Det kom-

mer dels att handla om de sedvanliga sätten, det vill säga att minska förpackningens materialåtgång, energianvändning, användning av jungfruliga råvaror, eller att minska hålrummen i förpackningarna, eller mellan förpackningar för att optimera transporter och stapling av varor. Allt mer handlar förpackningsutveckling dock om high-tech-applikationer som ökar hållbarhet, informerar kunden om mognadsgrad, hjälper till med rätt dosering, hygienskyddar varan och/eller konsumenten osv. Ofta är det mer än tio gånger så mycket material- och energianvändning inblandat i varuproduktionen som i förpackandet av varan. Det gör att en bra förpackning som till exempel gör att var tionde vara inte längre går till spillo har betalat sig själv ur ett systemperspektiv.



Den svenska förpackningsbranschen

Den svenska förpackningsindustrin är inte en egen bransch utan består av undersektorer till en rad andra branscher. Branschorganet Packbridge, som har runt 100 förpackningsföretag som medlemmar, brukar låta konsultfirman Independent Intelligence göra en årlig förpackningsbranschsammanställning. Enligt den står förpackningsbranschen för cirka en procent av Sveriges ekonomi, vilket innebär att branschen har ett årligt produktionsvärde på ungefär 75 miljarder kronor och ett förädlingsvärde som är ungefär hälften så stort. Mindre än en halv procent av den svenska arbetskraften sysselsätts direkt inom förpackningsindustrin, som har ungefär 20 000 medarbetare. I hela varukedjan som ofta börjar i skogen, går vidare till sågverken för att sedan gå via pappersmassa och kartong, är det dock många fler som berörs. Förpackningar består allt som oftast av - eller innehåller - träråvara, vanligtvis i form av någon slags kartong men också i metall, plast och andra specialmaterial som behövs av framför allt hygieniskäl. I användarledet berörs alla svenska verksamheter, näringsliv, offentlig sektor och hushåll av vad förpackningsindustrin gör. Rätt använda sparar förpackningar mycket resurser som annars hade kunnat gå till spillo, men eftersom hygieniska mat- och sjukvårdsprodukter är oerhört viktiga för vår hälsa, (be)sparar rätt använda förpackningar också arbetstimmar, vårdkostnader och de välfärdsförluster (lidande) som till exempel magsjuka och ännu värre åkommor vi kan utsättas för om vi inte använder för ändamålet lämpliga förpackningar på ett korrekt sätt.

Tillväxten i den svenska förpackningsbranschen följer ungefär hela industrins utveckling, och det är framför allt de större företagen som växer mest även procentuellt. De tio största bolagen i branschen står för 60 procent av den totala omsättningen. De 90 bolag som kommer efter rent storleksmässigt har sammanlagt knappt hälften så hög omsättning som de tio största har tillsammans. Det finns också många mindre förpackningsbolag, men deras tillväxttakt är låg. Trä- och plastförpackningsföretag har inte samma tendens av att vinnaren tar allt, utan där är marknadsandelarna mer utspridda. Gällande glas- och metallförpackningsföretagen har det däremot skett en konsolidering varvid det bara finns ett fåtal företag kvar. Även i kartongförpackningssegmentet är det några få stora aktörer som har nästan hela marknaden. Sysselsättningen i förpackningsbranschen har legat relativt stabilt det senaste decenniet och en ökad efterfrågan på förpackningar samt pensionsavgångar innebär att det behövs fler medarbetare framöver i förpackningsbranschen.

Förpackningsbranschens största kund är dagligvaruhandeln och främst livsmedelssektorn där dryckesförpackningar ingår. Andra stora kunder är läkemedel och kosmetika eftersom förpackningar där kan göra stor skillnad, dels medicinskt hygieniskt och dels varumärkes- och marknadsföringsmässigt. De här branscherna betalar mycket per förpackning men kräver också ständig produktutveckling och kontinuerligt nytänkande förpackningsmässigt för att kunna behålla sina stamkunder och gärna locka till sig nya. Den medvetenheten finns även bland dyrare livsmedelsvaror, kanske allra mest utpräglat inom drycker där flaskor förknippas med varumärken. Därutöver behöver allting som transporteras förpackas, vilket innebär stora volymer förpackningsmaterial med låg styckintjäningsförmåga.

Världens största förpackningsföretag – Tetra Pak – är svenskt och de har tillverkning över hela världen. Samtidigt är några av de största förpackningsaktörerna i Sverige internationella företag. SCA är ett annat stort svenskt förpackningsföretag på den internationella arenan och bolaget finns representerat i hela varukedjan från skog, till massa, till olika sorters papp, och till sist i form av förpackningsdotterbolagen.

Försäljningens fördelning av förpackningar i Sverige på olika förpackningskategorier:

- de kartongbaserade förpackningsföretagen på den svenska marknaden står för 40 procent av försäljningsvolymen. Bland dem är Tetra Pak dominerande.
- ett fåtal kartongpappsproducenter står för 25 procent
- plastförpackningar står för 15 procent, men har låg lönsamhet
- träförpackningar står för fem procent
- metall inklusive folie står för under fem procent
- glas står för bara en procent, men har hög lönsamhet
- det finns märkningsföretag som gör etiketter och trycker, vilket får sägas vara den ursprungliga grafiska (förpacknings)sektorn

Slås all sorts kartong- och träförpackning ihop står fiberbaserat förpackningsmaterial för över två tredjedelar av den svenska marknaden. En stor del av förpackningsindustrin är, förutom lastpallar, vanlig wellpapp, skumplast och omsvepningsplast, grafisk så tillvida att de flesta förpackningar har färg, budskap, struktur och andra varumärkeskännetecken för att kunden vill ha det så och betalar för det.

Ett par branschanalyser med direkt eller indirekt bäring på förpackningsindustrin

Klimatpåverkan från själva förpackningsindustrin är låg. Däremot är de indirekta effekterna som förpackningarna står för inte obetydliga eftersom de flesta förpackningsmaterial under livscyklar leder till utsläpp, till exempel vid framtagandet av förpackningsmaterial. Plast har oftast fossil ursprung även om biobaserade plaster existerar. Glas-, metall- liksom kartongpappstillverkning är energiintensiva verksamheter. Dock kan förpackningsindustrin vara behjälplig i att minska klimatutsläppen på flera olika sätt.

Den minsta potentialen för förpackningsbranschen att bidra till utsläppsminskningar är att se över *de egna utsläppen från befintlig verksamhet*. Att så sker är viktigt av trovärdighetsskäl. Alla verksamheter som torgför vad de gör för klimatet måste säkerställa att den egna verksamheten lever som den lär. Dessutom behövs alla utsläppsminskningar om vi ska få ned utsläppen med uppemot 95 procent till år 2050 enligt EUs högtidsavtal som lades fram redan innan klimatförhandlingsmötet i Paris 2015. Sedan dess har ambitionsgraden höjts, vilket gör att Sverige kan komma att försöka få ned sina utsläpp till nära noll redan någon gång under åren 2030-40. Genom att miljöcertifiera den egna verksamheten kan alla bolag kartlägga sina utsläpp och systematiskt börja minska dem. Förpackningsindustrins kunder som själva genomgår sådana certifieringar och vill kunna marknadsföra sina varor som klimatbra kommer dessutom att kräva av sina förpackningsleverantörer att de är så klimatsmarta som möjligt.

Den näst största potentialen ligger i att se över utsläppen från *hela livscykeln* hos de förpackningar som tillverkas – går det att göra av annat material, av mindre material, av lättare material, av material som går att återanvända fler gånger, av material som går att återvinna så många gånger som möjligt, och av material som när det till sist inte finns något annat alternativ än att slänga det kan ge restenergi och så låg miljöpåverkan som möjligt. Det finns tusen och åter tusen kombinationer av olika material att räkna på eftersom olika leverantörer av samma insatsvara – plast, metall, glas, kartong osv. – kan ha olika utsläpp på grund av vilken teknik de har använt och vilken energikälla som drivit processerna. Det beror ofta på vilket land verksamheten bedrivits i. Det är således många gånger svårt att säga vad som är absolut bäst men det är enkelt att med tumregler avgöra vad som är bättre än något annat givet de val företagen ställs inför. Att utifrån frågorna som presenterades i början av den här rapporten se över de förpackningar som tillverkas, eller användes, är en bra start för att successivt kunna minska miljöpåverkan.

Det går att grovt räkna på branschgenomsnitt och peka på några skillnader mellan material och länder där förpackningarna eller deras insatsvaror tillverkats. De svenska klimatutsläppen som kan sägas härröra från svenska förpackningar bör överslagsmässigt ligga på runt en procent av de totala svenska utsläppen utifrån förädlingsvärdet

i branschen, och tar i beaktande att de processer som ligger bakom förpackningarna är mer energiintensiva än genomsnittet i ekonomin, men att de till största delen härstämmer från skogsfiber. Svenska förpackningar har tack vare en nästan koldioxidfri svensk elektricitet, och vid en internationell jämförelse bra utsläppsprestanda på svensk industri, dessutom bland de lägsta utsläppen i världen.

Förpackningsbranschens egna direkta, och indirekta utsläpp är dessutom i ungefär i samma storleksordning som de utsläpp som kan undvikas i andra branscher om rätt förpackningar används. Det innebär att det finns potential att minska svinnet och därmed produktionen i framför allt jordbrukssektorn. Med ett minskat svinn i alla led minskar också behovet av att nyttja transportsektorns tjänster. Kan bättre förpackningar bidra till att utsläppen från de två sektorerna minskar är mycket vunnet då de har både stora utsläpp och utsläpp som på kort sikt är bland de svåraste att minska på annat sätt. På lång sikt kan vi transportera mer gods på räls och få en fossilfri fordonsflotta, men fram till dess är det med hjälp av lättare, bättre stapelbara, mindre skrymmande och mer hållbara förpackningar som det totala transportbehovet¹ kan minska. På dessa områden kan förpackningsbranschen bidra och de sammanlagda vinsterna kan till och med överstiga förpackningsbranschens egna livscykelutsläpp.

Transportskadade varor innebär en kostnad för alla inblandade nedströms som ska hantera det som gått sönder. Om bättre förpackningar minskade dessa skador och en eller ett par procent av svensk varuproduktion inte längre behövdes skulle de rörliga utsläppen kopplat till varuproduktionsvolymen minska med en eller ett par procent. Det motsvarar 200-500 000 ton växthusgaser. Potentiellt är de möjliga vinsterna av hållbarare förpackningar antagligen ännu större än så, men det finns ingen statistik på hur stor del av svensk varuproduktion som aldrig kommer till slutlig användning för att den gått sönder någonstans på vägen till slutkonsumenten.

Mindre skrymmande och mer packningsoptimerande förpackningar gör att mer gods ryms i varje transport, vilket leder till färre transporter. Bättre förpackningar som minskar godstransportbehovet i samhället med fem procent skulle avlägsna uppemot en halv miljon ton koldioxidutsläpp.

Bättre förpackningar, det vill säga förpackningar av rätt material, rätt form och som framför allt uppfyller alla krav på hygien och annan hållbarhet kan sannolikt spara samhället minst lika stora utsläpp som branschen själv står för. I takt med att hela samhället klimatanpassas mer och mer lär förpackningarnas egna direktutsläpp minska, men även de utsläppsbesparingar som allt bättre förpackningar kan bidra till minskar när andra branschers utsläpp går ned.

¹ Tonkilometer.

Klimatvinsterna av bättre förpackningar, direkt eller indirekt, för med sig andra samhällsvinster. Flera av de 15 övriga svenska miljömålen blir lättare att nå – som till exempel luftutsläpp och övergödning. Även miljömålet om en god bebyggd miljö underlättas om godstransporterna och avfallsmängderna kan minskas. Folkhälsomålen blir också lättare att nå med lägre miljöpåverkande utsläpp. Dessutom kan bättre, mer hygieniska och bättre avpassade mat- och läkemedelsförpackningar göra det lättare att göra rätt och svårare att göra fel. Det bidrar till några av de andra folkhälsomålen som rör (över)medicinering samt hur och vad vi äter. FN:s nya hållbarhetsmål började appliceras efter 2016 och förhoppningsvis kommer det leda till en diskussion om hur smartare och hållbarare förpackningar kan bidra till att nå målen.



Det globala facket UNI och GS roll i arbetet mot klimatförändringarna

GS-facket har ett engagemang i den grafiska internationella UNI. UNI organiserar medlemmar inom den grafiska branschen globalt och arbetar under temat Union Alliance. Detta är ett sätt att organisera det fackliga arbetet som tar sikte på att få till starkare fack och globala ramavtal. UNI samlar alla verktyg såsom European Work Council (EWC), federationerna, nationella förbund. Detta för att alla ska gå framåt tillsammans och på så sätt skapa styrka. UNI i Europa har ett viktigt arbete att göra då EU är nettoexportör av grafiska material. Framåt ser det fortsatt ut som att förpackningstillverkningen fortsätter öka trots minskad efterfrågan i EU. EU återanvänder därtill 72 procent av papperet och kan därmed titulera sig världsbäst.

Mot bakgrund av ovanstående är UNI medvetna om vilken roll deras medlemmar spelar för klimatet. De organiserar arbetstagare inom förpackningsindustrin och har alla förutsättningar att driva klimatfrågan internationellt ihop med sina federationer. På sin senaste kongress i Kapstad den 2014 tog UNI ett beslut om hur man skall arbeta för minskad klimatpåverkan under temat "Fackföreningsrörelsen trappar upp kampen mot klimatförändringar." Det innebär att UNI och i förlängningen medlemsförbunden (som t.ex. GS) åtar sig att jobba med att:

- **mobilisera fackförbund och organisera arbetstagarna** i "gröna" jobb för att säkra anständigt arbete och facklig tillväxt
- **ta större hänsyn** till forskning som uppmanar till lämpa ekonomiska modeller som tar hänsyn till fysiska och miljömässiga begränsningar

- **driva en kampanj och förespråka** starkare statlig inblandning och offentligt ägande och reglering av sektorn för förnybar energi. UNIs medlemsförbund måste engagera arbetsgivarna och företag att ställa om produktionsprocesser och affärsmetoder mot en miljövänlig och hållbar väg
- **driva kampanjer för skyldighet** för företag att redovisa sina strategier för att minska koldioxidutsläppen i deras årsredovisningar och att regeringarna arbetar med omfattande program för att skapa gröna jobb som inte får leda till några jobbförluster. UNI Global Union kommer att anta och delta i One Million Climate Jobs, en kampanj mot klimatförändringar som ska skapa 1 miljon nya jobb genom omställning
- **medlemsförbunden ska arbeta för att stärka och utrusta arbetsmiljökommittéer** med kapacitet att identifiera och svara på frågor gällande klimatförändringar på arbetsplatserna.
- **utveckla politiska riktlinjer** och anslå personalresurser för att driva kampanjer och samordna arbetet med klimatförändringar

Utöver detta jobbar GS också nationellt med kunskaps-spridning bland politiker och beslutsfattare om förpackningsbranschens roll i klimatarbetet. Ju mer strategiskt vi jobbar med smarta förpackningslösningar och ett återvinningsbart förpackningsmaterial, desto större blir klimatvinsterna. Det är också positivt för GS-fackets medlemmar att förbundet driver detta som en näringspolitisk fråga för att säkra jobben för våra medlemmar framöver.

GS fackets medlemmar bidrar till en mer hållbar värld, varje dag

GS medlemmar arbetar i skogsbruket,- förpacknings- och i träindustrin. I den här rapportserien vill vi visa hur dessa branscher är en nyckel i arbetet för att minska koldioxidutsläppen. Syftet är också att försöka ge en bild om varför GS driver näringspolitiska frågor. Rapporterna kan med fördel användas som både informationsmaterial och diskussionsunderlag.

Det som samtliga rapporter tydligt visar är att GS medlemmar har all anledning att vara stolta över att varje dag göra skillnad för klimatet. De branscher som vi organiserar medlemmar i har en ljus framtid och allt fler intresserar sig för det vi gör. GS är inte bara Sveriges grönaste förbund, vi är ett framtidsförbund.



www.gsfacket.se