

BrandFactory

HÅLLBARHETS- REDOVISNING

HUR VI GÖR
ÄR LIKA VIKTIGT SOM
VAD VI GÖR



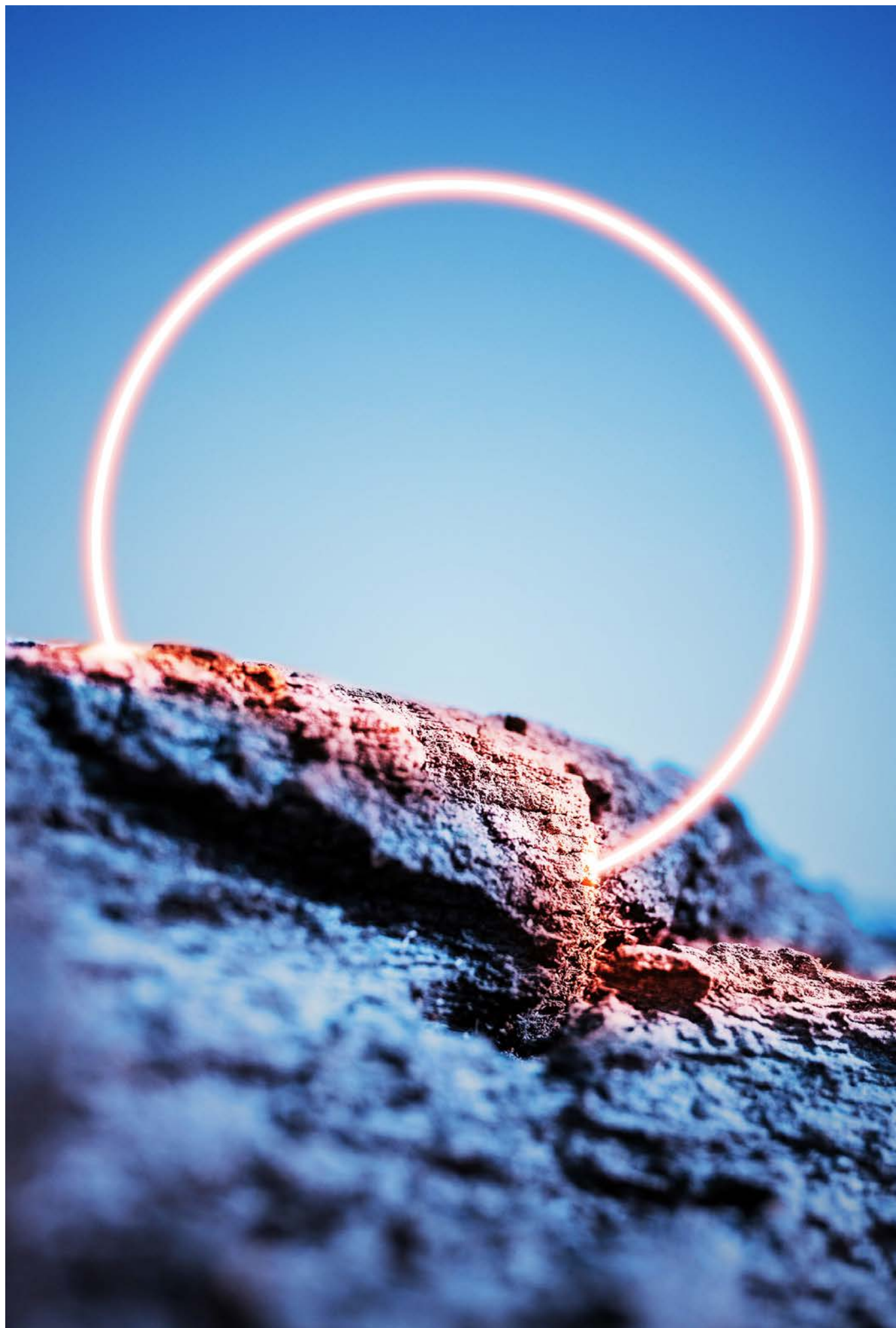


Produktion: BrandFactory, 2023
Produktionen har gett upphov till 5,3 kg CO2
 motsvarande 2,4 mil med bil

HÅLLBARHETSREDOVISNING

Baserad på data från 2022

Om BrandFactory	3
Koncernchefen har ordet	4
Certifieringar och medlemskap	6
Verksamhetspolicy	8
Intressenter	12
Fokusområden	14
Ekonomi	19
Social hållbarhet	20
Affärsområden	
Printhouse & Logistics	22
Signs & Graphics Sverige	26
Signs & Graphics Norge	30
Cirkulär målbild	34
Miljö	36



DIN PARTNER INOM VISUELL KOMMUNIKATION

På BrandFactory skapar och producerar vi analog och digital kommunikation för några av Nordens största och minsta varumärken.

Vi realiserar era idéer för att ge den bästa möjliga upplevelsen av ert varumärke, oavsett hur och var ni möter era kunder. Våra cirka 220 specialister i Sverige och Norge levererar och utvecklar dagligen visuell kommunikation i världsklass tillsammans med våra uppdragsgivare.

Vi har ett brett produkt- och tjänsteutbud som spänner över områden som kampanjproduktion, exteriör- och interiör skyltning, butikskommunikation, kontorsprofilering, fordonsdekor, trycksaker, foliering, digital signage, produktmärkning, dekalering och logistik. Vi tar hand om allt från koncept, produktion till leverans. Från koncept till verklighet.

Vårt hållbarhetsarbete ligger till grund för allt vi gör och omfattar långsiktiga och ambitiösa mål om garanterat hög kvalitet, socialt ansvarstagande, god affärsmoral och omtanke om vår miljö.

VÅR VISION

**Att forma framtidens
visuella kommunikation**

VÅR MISSION

**Att förenkla för varumärken att nå
framgång med visuell kommunikation
genom vår helhetslösning**

“Tack vare våra specialister och deras unika expertis bygger vi djupa och långa relationer till våra kunder. Vi levererar allt de behöver för att förstärka varumärkets kommunikation på fysisk plats, både med analoga produkter och digitala budskap över hela Norden.”

Jakob Söderbaum, Group CEO

ETT BOLAG I FRAMKANT

Vi startade det strukturerade hållbarhetsarbetet 2017 till följd av önskemål från våra kunder och självinsikt att vi ville göra något för kommande generationer. Kalla det hållbarhet eller CSG, det viktiga är inte exakt vad det kallas utan vad vi faktiskt gör.

Vi arbetar vidare mot vår “Vision 2024”, det vill säga att sikta på klimatneutralitet i det vi kan påverka direkt. I praktiken kommer den största direkta påverkan från energiförsörjningen. Vi är på mycket god väg att uppnå vår vision genom att inköpt energi kommer från förnybara källor. Nästa steg är att påverka på materialsidan. Vårt mål där är att till 2030 har halverat påverkan från inköpta varor och tjänster.

Att vi har en tydlig hållbarhetsagenda och väljer att lyfta fram den upplevs som positivt av våra kunder. Varje investering är ett tillfälle att minska vår miljöpåverkan. Det senaste initiativet i raden är att vi planerar att minska lokalytor och effektivisera vår maskinpark för att därigenom minska miljöpåverkan. Detta kommer att ge effekt redan under 2024.

I vår bransch ser vi att frågorna kring hållbarhet kommer högre och högre upp på agendan. Vi vill bidra till framtiden och gärna befinna oss i frontlinjen som ett av de mest hållbara företagen i branschen. Eftersom majoriteten av våra trycksaker tillverkade av papper kan Svanenmärkas skapar vi också en möjlighet för våra kunder att vara tydliga i sitt miljöbudskap.

BrandFactory omsätter drygt en halv miljard. Vi är primärt verksamma i Sverige och Norge men har hela Norden som marknad. Vi är organiserade i tre affärsområden, Printhouse & Logistics, Signs & Graphics i Sverige och Signs & Graphics i Norge. Inom varje affärsområde finns ett positivt och affärsinriktat gäng specialister som jobbar tillsammans för att tillfredsställa våra kunders behov i både stort och smått.

Vi fortsätter att arbeta långsiktigt tillsammans med alla våra duktiga medarbetare, våra framgångsrika kunder och leverantörer. Jag vill passa på att rikta ett stort tack för det förtroende ni ger oss! Vi vill att vårt starka varumärke – BrandFactory – förknippas med nöjda kunder, kvalitet och, inte minst, med ett långsiktigt hållbart agerande för kommande generationer.

Jakob Söderbaum, Group CEO
jakob.soderbaum@brandfactory.se



CERTIFIERINGAR OCH MEDLEMSKAP

Certifieringar

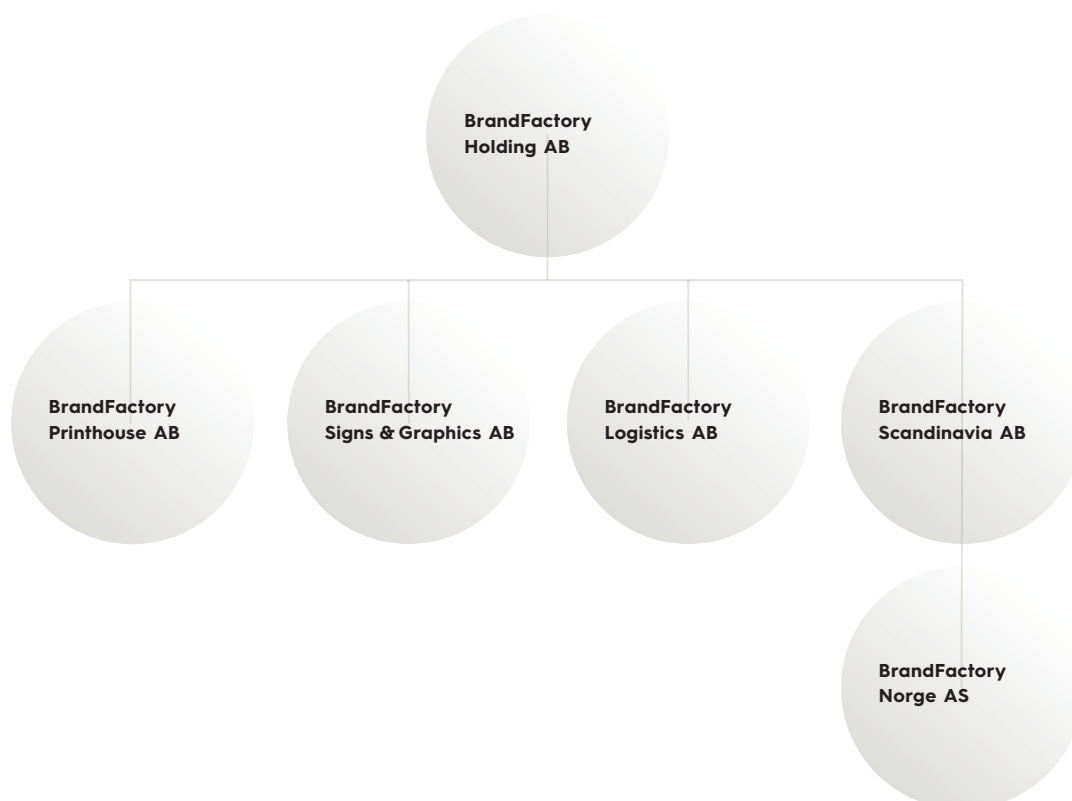
Samtliga svenska bolag i gruppen är certifierade enligt ISO 9001 och ISO 14001. I Norge är vi certifierade enligt Miljøfyrtårn®, en väletablerad lokal miljöstandard.

Vi har också licenser för CGP (Certifierad Grafisk Produktion), Svanen och FSC®.

Medlemskap

- Arbetsgivarorganisationen Grafiska Företagen (Sverige)
- Fespa (Europeiska Screen och skyltorganisationen)
- DGI, Digital GraphicsGroup International
- SIS/TK 434 Grafisk Teknik
- Kriterieutveckling för Svanen

	ISO 9001 Cert 31746	CGP Cert nr 005	ISO 14001 Cert 1418113	Svanen 3041 0142	FSC® FSC® C006484
BrandFactory Sverige					
Stockholm, Farsta	•	•	•	•	•
Linköping	•		•		
Stockholm, Haninge	•		•		
BrandFactory Norge			Miljøfyrtårn®		
Oslo			•		



HÄR FINNS VI

Stockholm, Farsta

Huvudkontor
Försäljning
Produktion

Stockholm, Upplands Väsby

Försäljning
Montagehall

Stockholm, Haninge

Försäljning
Produktion
Lager och logistik

Linköping

Försäljning
Produktion
Lager och logistik

Göteborg

Försäljning

Norge, Oslo

Försäljning
Lager och logistik



Genomgående miljöanpassade produktionsprocesser, demokratiska värderingar i verksamheten samt hög kvalitet i servicen är några av de viktiga principer vi valt att ha med i vår verksamhetspolicy.

VÅR VERKSAMHETSPOLICY

Vår verksamhetspolicy omfattar vår kvalitetspolicy, etikpolicy och miljöpolicy och beskriver hur vi uppfyller de åtaganden vi har gentemot våra intressenter inom dessa områden.

Kvalitet

- Våra kunders förväntningar ska uppfyllas i varje kunduppdrag och balanseras väl med avseende på leveranstid, prestationskvalitet och kostnad.
- Genom att ständigt utveckla vårt breda tjänsteutbud kan vi överträffa våra kunders förväntningar och erbjuda tjänster som kan förenkla kundens egna processer.
- I våra processer strävar vi efter att så tidigt som möjligt identifiera risker och vidta åtgärder för att våra kunder ska känna trygghet i att anförtro oss sina uppdrag.

Etik

- Våra åtaganden ska präglas av en hög affärsmoral och vi ska iaktta god affärssed. Det innebär att vi bara åtar oss uppdrag som vi vet att vi kan genomföra och aldrig utnyttjar känslig information från kunder eller affärspartners för personlig vinning.

- All verksamhet skall bygga på demokratiska värderingar, öppenhet, jämställdhet och strävan efter hög kvalitet.
- Koncernbolag, affärspartners och leverantörer ska agera inom ramarna för de internationella och nationella lagar, regelverk och standarder som rör vår verksamhet.

Miljö

- Vi ska säkerställa en miljöanpassad produktionsprocess till exempel genom att välja de minst miljöbelastande kemikalierna, färgerna och materialen där två likvärdiga alternativ finns. Kemikalier och komponenter kontrolleras mot REACH och RoHS.
- Våra produkter och tjänster granskas regelbundet ur ett hållbarhetsperspektiv, från leverantörskedjan till återvinningssmöjligheterna. Vi vill ge minsta möjliga påverkan på biologisk mångfald, markanvändning och avskogning.
- Vi strävar efter en effektiv organisation som minskar förbrukning av vatten och energi samt våra avfallsvolymer
- Vi har som mål att minska våra koldioxidutsläpp och övervakar våra utsläpp och de faktorer som påverkar dem.
- Inköpt el ska komma från förnybara källor.
- Varje medarbetare ska arbeta för att ständigt utveckla och förbättra våra processer genom optimering av arbetsmetoder, utrustningar, kompetens samt val av råvaror.





Stöd till lokala föreningar genom Samla Sverige

När vår personal dricker kalla drycker till lunch samlar vi ihop returburkar och flaskor. Genom Samla tillfaller panten i år ishockeylaget FOC Farsta Flickor för att ge dem möjlighet att växa i sin idrott.





BrandFactorys bilpolicy

Sedan 2022 har vi en ny bilpolicy som innebär att fordon som ingår direkt i vår verksamhet som **montagebilar och truckar**, är helt eldrivna.

Våra tjänstebilar är el- eller laddhybrider vartefter de byts ut.

Det innebär att våra tjänsteresor från leasade fordon minskar successivt.

VÄSENTLIGHETSANALYS OCH INTRESSENTER

För att möta en hållbar morgondag behöver man välja ett antal områden att fokusera på, för att steg för steg bli bättre inom dessa. Vårt hållbarhetsarbete grundar sig på slutsatser från en riskanalys och en inventering av vad som tidigare gjorts i de olika sammanslagna bolagen.

Väsentlighetsanalys

Vi ser vår påverkan från två håll. Dels sådant vi i vår verksamhet själva kan styra över. Dels saker i omvärlden som kan ha inverkan på våra egna processer. Grunden för vår väsentlighetsanalys är faktorer som är typiska för branschen. Utöver dessa har vi identifierat andra riskområden som är relevanta för oss. Med definierade processer som i olika grad påverkar eller påverkas av hållbarhetsaspekter minskar vi vår påverkan på omvärlden.

Intressentanalys

Intressentanalysen genomfördes 2018. Då fick kunder, medarbetare, ägare och leverantörer möjlighet att påverka vilka riskområden vi bör jobba tydligare med.

Efter en utvärdering av intressentanalysen identifierade vi ett antal områden som framstod som särskilt angelägna bland de tillfrågade.

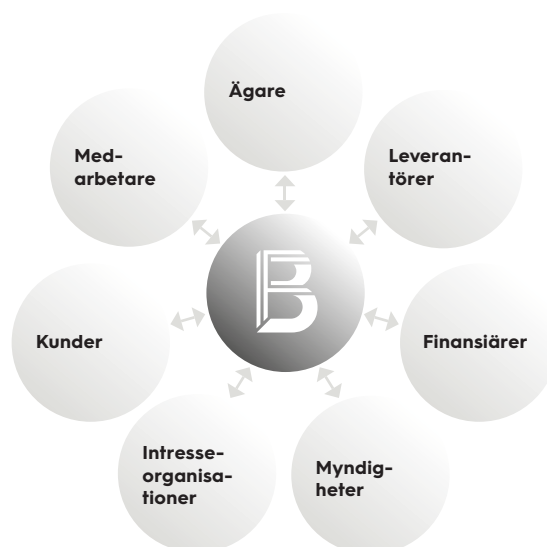
Därefter gjordes en samlad bedömning av dessa områden. Vi tog även hänsyn till ledningsgruppens synpunkter och allmänna branschrelaterade områden.

Dessutom har vi stor hjälp av många av våra kunder som ofta är mycket tydliga i sina hållbarhetskrav. Det hjälper oss att ligga i framkant på i stort sett samtliga hållbarhetsområden.

Affärskritiska risker i ett hållbarhetsperspektiv

Med detta som grund har vi även identifierat några affärskritiska hållbarhetsrisker:

- Uppfylla och överträffa kundkrav genom dialog med kunder samt omvärldsbevakning
- Förebygga hållbarhetsrisker i leverantörsledet
- Möjlighet att rekrytera personal – ett problem vi delar med hela den grafiska industrin
- Ekonomiska risker på grund av ineffektivt utnyttjande av våra resurser
- Ekonomiska risker på grund av ej påverkbara faktorer, till exempel kriget i Ukraina eller skenande elpriser.



Vi kan inte på egen hand nå våra hållbarhetsmål, utan det krävs att vi samarbetar och för en nära dialog med våra intressenter. Vi ser alla, från leverantörer, kunder, ägare och medarbetare till myndigheter och omvärld, som våra intressenter. Det är bara tillsammans som vi kan skapa förändring på bred front genom att gemensamt hitta nya hållbara lösningar.



VÅRA FOKUSOMRÅDEN

I vårt strategiska arbete har vi tre utvalda affärsrelaterade fokusområden: Människor och hälsa, Hållbara tjänster samt Kvalitet och miljö. Genom hållbara tjänster och produkter ska BrandFactory vara en av de ledande aktörerna inom den grafiska industrin i arbetet för ett hållbart samhälle.

Människor och hälsa

Våra medarbetare förväntar sig att vi ska vara en trygg och stabil arbetsplats, där människor kan känna att de utför något meningsfullt, behandlas med respekt och har möjlighet till personlig utveckling. Vi ska även erbjuda en säker arbetsmiljö och goda arbetsvillkor.

Två av våra fokusområden är jämställdhet och mångfald. I vår verksamhet ska alla känna sig värdefulla och respekterade och vi ska vara en arbetsplats där alla kan växa och utvecklas.

Hållbara tjänster

Våra kunder utmanar oss ständigt och förväntar sig att vi tar vårt samhällsansvar. Det ligger i vårt intresse att främja och föreslå hållbara material, lösningar och fraktoalternativ för att kunna erbjuda hållbara kommunikationslösningar. Det är av största vikt att vi ständigt arbetar aktivt framåt tillsammans med våra intressenter. Vi följer branschutvecklingen och bistår med vår kompetens så att våra kunder kan känna sig trygga i att vi erbjuder den

bästa lösningen. Vi ser det som en självklarhet att ständigt arbeta proaktivt med affärsutveckling för att utveckla vår egen verksamhet. Våra egna fokusområden följer några av FN:s hållbarhetsmål enligt Agenda 2030. Dessa presenteras här som prioriterade och mycket viktiga områden.

Kvalitet och miljö

Tryckt media står för knappt 20 % av total media i Sverige. Det är en marknad som minskar samtidigt som fördelarna är många. En miljömässig fördel är att mycket av materialet går att återanvända och återbruka.

Som stort företag inom en industriell bransch handskas vi ständigt med en mängd råmaterial, utsläpp och avfall. Verksamheten kräver många underleverantörer och omfattande logistik vilket tar stora energiresurser.

I vårt arbete har vi tillsammans med våra största leverantörer stort fokus på att minska vår miljöpåverkan. Vi är beroende av ett gott samarbete för att minska vårt klimatavtryck och använda en större andel återvinningsbara eller återvunna material.

Våra medarbetare har kunskap om hur de ska utföra sitt arbete på ett hållbart sätt. Det inkluderar både hur vi genomför våra uppdrag och hur vi delar med oss av vår kunskap om hållbara materialalternativ till våra kunder.

BrandFactorys hållbarhetsarbete utgår från vår strategi för en hållbar tillväxt och är en viktig del av företagets verksamhetsstyrning. Vår drivkraft ligger i att arbeta för en minskad miljöpåverkan och verka för de globala målen i Agenda 2030.

Områden i särskilt fokus

Prioriterade

Hållbarhet kräver anständiga arbetsförhållanden och ekonomisk stabilitet. Det gäller både vår egen verksamhet och de vi samarbetar med.



Mycket viktiga

Långsiktighet förutsätter en hållbar omvärld. Stort fokus ligger därför på att verka för jämställdhet, hållbar energi och ett väl fungerande ekosystem.



Viktiga

Vi följer upp vår påverkan inom ett antal andra områden som är viktiga ur ett hållbarhetsperspektiv.



AGENDA 2030

– Så arbetar vi med några av de globala målen

FN:s globala mål slår fast den mest ambitiösa agendan någonsin för världens länder. Alla aktörer i samhället har ett ansvar för att målen ska uppnås till år 2030. För att nå de globala målen krävs ekonomisk tillväxt som samtidigt värnar om social och miljömässig hållbarhet. Oavsett hur stort eller litet ett företag är och oavsett bransch kan alla företag bidra till de globala målen. I grunden handlar det om att bedriva sin verksamhet på ett ansvarsfullt och hållbart sätt som tar hänsyn till sociala, miljömässiga och ekonomiska faktorer i alla led. Här är några exempel på hur vi på BrandFactory kan bidra till en bättre värld med hjälp av de globala målen.



3. En god hälsa och välbefinnande

För oss på BrandFactory är det viktigt att erbjuda goda arbetsvillkor och en säker arbetsmiljö för att våra anställda ska må bra både fysiskt och psykiskt. Kollektivavtal och att följa arbetsmiljölagstiftningen är en självklarhet för oss. I de fall då arbetsmiljön kan medföra risker, är det vårt ansvar att se till att det finns goda säkerhetsrutiner. Genom att tillämpa försiktighetsprincipen kan skadliga kemikalier undvikas.



4. En god utbildning för alla

BrandFactory har en tradition av att stötta utbildningssatsningar som bidrar till ökad kompetens i branschen, framför allt genom att ta emot studiebesök och liknande. Vi är övertygade om att det hjälper både vår egen verksamhet och vår bransch att visa studenter hur verksamheten kan se ut.



5. Jämställdhet

Vi verkar i en bransch som traditionellt är väldigt mansdominerad. Det gör att det tar tid att uppnå full jämställdhet i verksamheten. Vi arbetar dock hela tiden med att värna om jämställda möjligheter och lönesättningar, i varje rekrytering och

andra verksamhetsförändringar. Dessutom är nolltolerans mot sexistisk och rasistisk jargong inom den egna verksamheten inskrivet i vår medarbetarhandbok och värdegrund.



8. Anständiga arbetsvillkor och ekonomisk tillväxt

När vi växer inom vår befintliga verksamhet eller utökar den med nya tjänster tar vi hänsyn till att det sker på ett hållbart sätt. Genom att implementera cirkulära affärsmodeller når vi tillväxt utan att ta nya resurser i anspråk vilket kan leda till ökade konkurrensfördelar och ökad kundnytta.

Vi har en verksamhet som bygger på kollektivavtal och schyssta arbetsvillkor. För oss är det självklart att arbetsrättsliga villkor följs både i den egna verksamheten och i leverantörsledet.



12. Hållbar konsumtion och produktion

Den största råvaran hos BrandFactory är pappersråvara men vi utnyttjar även råvaror som utvunnits ur andra naturresurser. Det är viktigt att säkerställa en hållbar användning av dessa resurser genom hela produktens livscykel. Vi applicerar ett helhetstänk som omfattar hela värdekedjan, från design, produktion och användning till återvinningsbarhet. Det ger oss en möjlighet att minska vår miljöpåverkan och samtidigt bidra till produkter som kan skapa mervärde för konsumenterna.

Genom ett nära samarbete med våra kunder och leverantörer kan vi verka för hållbara materialval. Vi underlättar också för våra kunder genom att erbjuda miljömärkning med Svanen eller FSC.



13. Bekämpa klimatförändringarna

Vi analyserar vår verksamhet för att identifiera vilka områden vi kan påverka

för att minska våra varors och tjänsters klimatavtryck. Förutom vår direkta påverkan tittar vi även på möjligheter till bland annat energieffektiviseringar. Tillsammans med våra kunder och leverantörer söker vi också efter hållbara och återvinningsbara material. Vi ser ständigt över våra möjligheter att effektivisera och samordna transporter.



15. Ekosystem och biologisk mångfald

Vi har ett ansvar för att säkerställa att de råvaror som används inom verksamheten härrör från hållbar utvinning. Det gäller både papper och kartong men även andra råvaror, till exempel plast, metall och textil där aspekter som rör biologisk mångfald och bevarande av ekosystem behöver vägas in. Vi erbjuder våra kunder hållbara val och är Svanen- och FSC-certifierade.



16. Fredliga och inkluderande samhällen

För oss är mål 16 av betydelse då leverantörer, kunder och anställda ska ha relationer till varandra som är fria från mutor eller annan korruption. Därför har vi en uppförandekod som omfattar korruptionsbekämpning och rutiner för uppföljning och hantering om sådant skulle förekomma. I vår uppförandekod för leverantörer finns dessutom krav på redovisning om det förekommer risker för konfliktmetaller.



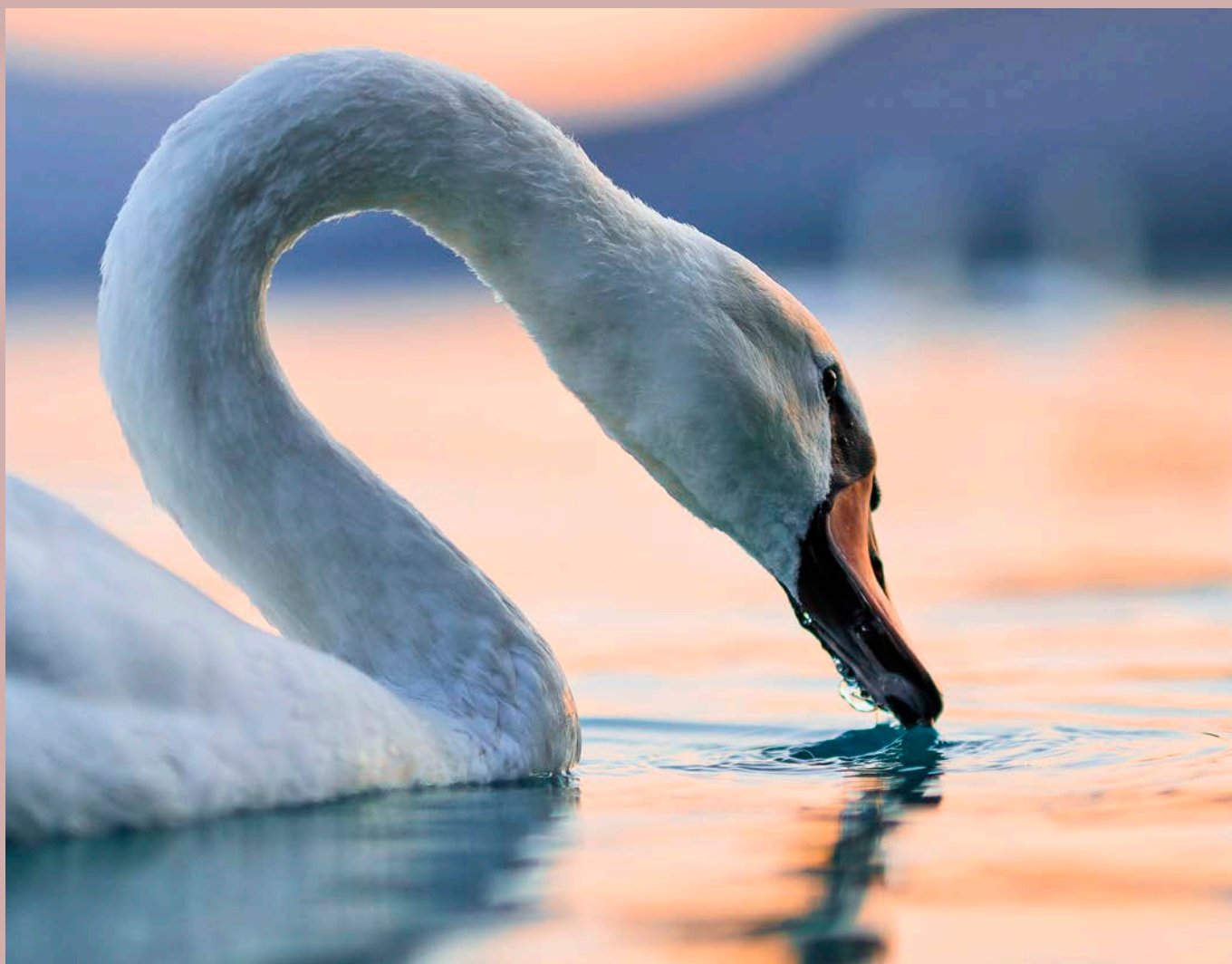
17. Genomförande och globalt partnerskap

Vi har en lång historia av samverkan med såväl lokala som globala organisationer. Genom samarbete och utbyte av idéer kan resurser göras tillgängliga, som i sin tur kan bidra till en hållbar utveckling.



Light Pollution

Samhällskrafter driver på en förändring till en mer hållbar skyltning där "Light Pollution" blivit ett begrepp. Att skyltning inte skall använda sig av ett dåligt eller överdrivet ljus i utomhusmiljön. Tiden för stora vita ljuslådor är förbi och skyltningens utförande skall också ske på ett ansvarstagande sätt. Det är inte svårt att se att detta över tid kommer få allt större genomslag i utformningen av exteriöra skyltlösningar. Att synas störst och mest är sannolikt inte det kommersiellt gångbara framöver.



Miljömärkta trycksaker – en trygghet i hållbarhetskommunikationen

Vi vill hjälpa våra kunder med en positiv miljökommunikation och ett av de bästa sätten är genom att miljömärka deras trycksaker. Merparten av det som trycks på papper eller kartong hos oss kan miljömärkas med Svanen. Vår produktion är oberoende granskad och våra husmaterial uppfyller de tuffa Svanenkraven. Svanen är ett av de mest välkända varumärkena i Sverige och har hög trovärdighet i varumärkesundersökningar.

HÅLLBAR EKONOMISTYRNING

BrandFactory har som ett vinstdrivande företag ett ansvar att jobba med långsiktig ekonomisk lönsamhet med fokus på miljöaspekter, sociala aspekter och företagets styrning och kontroll. Det senaste året har utvecklats positivt med lönsamhet för våra olika affärsområden.

Under 2022 utvecklades våra affärsområden positivt och vi levererade goda resultat som en effekt av tidigare genomförda tuffare åtstramningar och kostnadsbesparingar. Vi rustar oss för en omvärld i ständig förändring och tuffare konjunktur. Genom att följa rådande lagstiftning och omvärldsbevakning försöker BrandFactory möta nya förväntningar och krav från intressenter och omvärld.

Under året jobbar vi vidare med att bättre kunna följa upp och utvärdera vår verksamhet, vilket bland annat sker genom en harmonisering och utveckling av systemmiljön och förbättring av interna processer samt genom en högre grad av fokusering kring ekonomistyrning. Vi kommer att utveckla våra processer och rutiner inom finansfunktionen för att få bästa möjliga kunskap om verksamheten. För oss är hållbara affärer att skapa affärsmöjligheter och hantera risker genom ett strategiskt och systematiskt arbete.

Vi ska bedriva vår verksamhet på ett sunt sätt, välja leverantörer baserat på deras meriter och aldrig acceptera konkurrensbegränsande samarbetsformer. I upphandlingsprocesser säkerställer vi att alla potentiella leverantörer behandlas likvärdigt.

Gunilla Larsson, Group CFO
gunilla.larsson@brandfactory.se



“Vi arbetar helt enkelt för att bli bättre på det vi gör varje dag. Lite effektivare, lite smidigare och lite miljövänligare.

Gunilla Larsson, Group CFO



SOCIAL HÅLLBARHET OCH MÄNNISKAN I FOKUS

Vår tid präglas av ständig innovation och förändring därför arbetar vi utifrån en strategi där engagemang, kompetensutveckling, arbetsmiljö, ledarskap och mångfald spelar en betydande roll. Allt handlar om våra medarbetare. Det är de som har erfarenhet av företagets strukturer, system, produkter och tjänster. Ett företag är bara lika bra som sina medarbetare.

För oss på BrandFactory är det viktigt att skapa en inkluderande och rättvis arbetsplats där alla har tillgång till samma möjligheter och ingen diskrimineras.

Vi arbetar för en säker och hälsosam arbetsmiljö för alla anställda och strävar efter att ge våra medarbetare möjlighet att utvecklas inom sitt yrke och inom företaget.

Den grafiska branschen är mansdominerad och därför är det extra viktigt för oss att attrahera fler kvinnor för att öka jämställdheten. Vi ser också att ett tydligt hållbarhetsarbete underlättar i våra rekryteringar. Jämlikhet, rättvisa och delaktighet är viktiga nyckelord hos oss.

“Jag ser i grunden positivt på de lärdomar vi fått under de senaste åren. Det har visat sig att vi är mycket mer flexibla och omställningsbara än vi trodde, vilket har utvecklat oss och öppnat för nya möjligheter.”

Marie Procheus, Group COO

Människan i fokus

- Motiverande och tydligt ledarskap
- Stärka tillit genom transparent kommunikation
- Jämställdhet och mångfald
- Personlig utveckling
- Aktivt motverka onödig stress och minska sjukfrånvaron
- Friskvårdsbidrag och hälsofrämjande aktiviteter
- Stärka företagskulturen utifrån våra kärnvärden: enkelhet, passion, kreativitet och affärsmässighet

Våra kärnvärden levandegörs av våra kompetenta medarbetare. De ger oss en gemensam grund att verka utifrån i vårt dagliga arbete.

En hållbar arbetsplats

För oss som företag är det viktigt med en grundläggande trygghet för alla anställda. En sådan trygghet är att ha kollektivavtal. Den tryggheten, tillsammans med en verksamhet som vilar på en god värdegrund är viktig för oss som arbetsgivare.

Att våra medarbetare mår bra är vår främsta prioritet för att kunna bedriva vår verksamhet. Vi strävar efter en hållbar verksamhet där alla ska känna sig värdefulla och bli bemötta med respekt.

Vi värnar om mänskliga rättigheter, till exempel

- Fackföreningsfrihet
- Åsiktsfrihet
- Förbud mot ras- och könsdiskriminering
- Säkra anställningsförhållanden
- Rätt till vila och semester i sin yrkesroll

De senaste åren har också förutsättningarna förändrats. Vi måste förhålla oss till att oväntade kriser som påverkar



Ett löpstarkt BrandFactory-gång som trivs tillsammans en härlig augustikväll.

hela samhället kommer att dyka upp i framtiden och det ställer delvis nya krav på våra medarbetare. Som organisation arbetar vi ständigt med att öka vår förmåga till anpassning och förändring. Det förutsätter att vi fördelar kompetens och befogenheter på flera medarbetare för att bli mer flexibla. Jag ser väldigt positivt på de lärdomar vi fått under de senaste åren. Det har visat sig att vi är mycket mer flexibla och omställningsbara än vi trodde, vilket har utvecklat oss och öppnat för nya möjligheter.

Marie Procheus, Group COO

marie.procheus@brandfactory.se

MEDELANTAL ANSTÄLLDA

Sverige	187
Norge	28
Totalt	215

FÖRDELNING ANSTÄLLDA

	MÅN	KVINNOR
Sverige	66 %	34 %
Norge	65 %	35 %

MARKNADENS UTVECKLING OCH VÅR FRAMTIDSINRIKTNING

Printhouse & Logistics är Nordens tryck- och logistikpartner. Våra affärsområden är storformat, kampanjproduktion och logistik, offset, digitaltryck, finanstryck och grafisk byrå.

Vi befinner oss i en tid med ekonomiska utmaningar, där marknaden är avvaktande och präglas av höga räntor och ökande inflationstryck. Dessa faktorer utgör en komplex verklighet för företag över hela världen. För oss är detta inte en tid att stagnera, utan snarare en möjlighet att förändra och anpassa sig för att möta de nya utmaningarna. För att ta oss förbi de ekonomiska hinder som står framför oss har vi beslutat att satsa på att effektivisera vår organisation och stärka vår strategi. Genom att identifiera möjligheter till en ökad produktivitet kommer vi att stå rustade för att möta 2024 och framåt med en ökad förmåga att hantera de ekonomiska variationerna som kan uppstå.

Denna period av utmaningar kommer att testa vår förmåga att anpassa oss och utvecklas. Med ett starkt fokus på effektivitet och hållbarhet kommer vi att gå starkare ur detta och kan fortsätta vår resa mot en mer hållbar och ansvarsfull framtid inom vår bransch.

Materialinnovation och partnerskap

Vi har som målsättning att kontinuerligt utforska och integrera hållbara material i vår produktion. Genom nära samarbete med leverantörer och kunder har vi framgångsrikt främjat övergången till PVC-fria alternativ. Vårt engagemang för att utveckla och förbättra tekniken inom detta område fortsätter, och vi tror att hållbara material är nyckeln till en mer ansvarsfull tryckeribransch.

Generationer framåt

Vi förstår att våra handlingar idag påverkar kommande generationer. Därför har vi inte bara förbundit oss att minska vår miljöpåverkan, utan även att investera i utbildning och miljömedvetenhet inom vår organisation. Vi vill vara en inspiration för framtida företag inom tryckeribranschen och en kraft för att forma en hållbar framtid för alla.

Miljövänlig visuell kommunikation

Visuell kommunikation via tryck har genomgått betydande förändringar för att minska sin miljöpåverkan de senaste åren. Genom att använda förnybara och återvunna material, miljövänliga färger och genom att optimera produktens livscykel fortsätter vi att minska vår branschs totala ekologiska fotavtryck. Vi arbetar också för att kontinuerligt informera våra kunder om de hållbara alternativ som är tillgängliga.

Certifieringar och standarder

För att säkerställa vår efterlevnad av de högsta miljö- och hållbarhetsstandarderna innehar vi certifikat som FSC®, ISO 9001, ISO 14001 och Svanen. Dessa certifikat är ett kvitto på vår strävan efter att upprätthålla högsta kvalitet och hållbarhet i alla våra processer.

Som ett av de ledande företagen inom branschen i Sverige är vi stolta över att stödja och främja hållbarhet, och vi är fast beslutna att fortsätta vår resa mot en mer ansvarsfull och miljövänlig verksamhet. Vår vision är att vårt engagemang för hållbarhet kommer att prägla inte bara vårt eget företag utan även branschen som helhet, med positiva effekter på vår planet och dess invånare.

Förnybar energiproduktion och solceller

Vår strävan efter hållbarhet sträcker sig även till vår energianvändning. Vi är stolta över att medvetet välja förnybara energikällor för driften av vår verksamhet. Genom att använda förnybar elproduktionskällor som sol-, vind- och vattenkraft tar vi aktivt ansvar för att minska vårt koldioxidavtryck och beroendet av icke förnybara energikällor. Genom dessa åtgärder stärker vi vår övergripande hållbarhetsstrategi och ser till att våra handlingar är i harmoni med vår övertygelse om att ansvarsfull företagsverksamhet och miljöhänsyn är grundläggande för vår framtid.

”Hållbarhet är mer än bara ett ideal för oss. Det är en affärsmässig prioritet och en central del av vår strategi.”

Ola Sandgren, Affärsområdeschef
BrandFactory Printhouse & Logistics

Lokal produktion, nära leverantörer och minskade transporter

Vi har alltid strävat efter att minimera vår påverkan på miljön genom att göra medvetna val i hela vår verksamhetskedja. Ett val som vi är stolta över är vår inriktning på lokal produktion och nära samarbete med leverantörer i vårt närområde. Därmed minskar inte bara vårt klimatavtryck på grund av transporter. Utan vi stöder också lokala ekonomier och gemenskaper. Genom att arbeta nära våra leverantörer i varje steg av produktionskedjan kan vi säkerställa att material och resurser används effektivt och uppfyller våra höga hållbarhetskrav. Det möjliggör också en ökad transparens och en snabbare reaktion på förändringar som kan påverka vår hållbarhetssträvan.

Hållbarhet som affärsmässig prioritet

Hållbarhet är mer än bara ett ideal för oss; det är en affärsmässig prioritet och en central del av vår strategi. Vi inser att det inte bara gynnar planeten utan också vår verksamhet och våra kunder. Genom att driva en mer hållbar verksamhet kan vi skapa långsiktigt värde, öka vår konkurrenskraft och stärka vårt rykte som en ansvarsfull partner.

Ola Sandgren, Affärsområdeschef
BrandFactory Printhouse & Logistics
ola.sandgren@brandfactory.se





Ny printer för stora skivmaterial

En ny planprinter från INCA-AGFA, ger oss möjlighet att öka volymen på digitaltryck i större format. Med en högre tryckhastighet och automatiserad i och avläggning har vi nu stor kapacitet för tryck från större affischer till stora skivmaterial med en hanterbar energiförbrukning och kontrollerad kemikalieåtgång.



Konverteringen till PVC-fri vinyl

Ett av våra större verksamhetsområden är dekor och fordonsdekor. Appliceringen av vinyl på alla tänkbara ytor för att skydda ytan eller skapa en visuellt attraktiv produkt har varit en del av BrandFactorys erbjudande från start. Inte minst logistikbranschens fordon har i flera decennier tydliggjort sin närvaro i trafikmiljön genom helfoliering av fordonen. Denna vinyl har begränsad miljöpåverkan så länge man hanterar den rätt. Återvinning på rätt sätt är helt centralt och här jobbar BrandFactory tillsammans med Tekniska verken samt med Stena. Men även här tar vi nu ytterligare steg för steg tillsammans med våra leverantörer mot PVC-fria vinyl. Fram tills för något år sedan fanns det inte fullgoda PVC-fria alternativ, men det gör det idag inom en rad områden. BrandFactory har gjort ett aktivt val i att vår "hus-vinyl" för printad fordonsdekor är PVC-fri. Vi pushar också våra leverantörer att snabbt driva vidare utvecklingen inom andra områden så att hela sortimentet skall gå att tillgå med PVC-fria alternativ.

SIGNS & GRAPHICS

BrandFactory Signs & Graphics hjälper kunder att visualisera sina varumärken på fysisk plats. Vare sig det är skyltar för en omprofilering av en butikskedja, fordonsdekor, Digital Signage, branding av kontor eller showrooms. Om konceptet ännu inte är framtaget så kan vår konceptavdelning ta fram er nya profil, koncept eller digitala lösning.

En majoritet av våra levererade produkter kommer från egen grafisk produktion. Här har miljö- såväl som hållbarhetsfokus varit på tapeten länge.

Branschföreningar, tredjepartscertifikat och miljömärkningar har tillsammans med kundkrav samverkat och tack vare vår ambition att vara ledande på området har vi drivit arbetet framåt under många år.

Blickar man tillbaka lite kan man säga att kunderna tidigare förväntade sig att vi som leverantör skulle "leva upp till förväntningar och krav" men det fokuset har förändrats under de senaste två eller tre åren. Miljö- och hållbarhetsfrågorna blir allt viktigare och det är något vi kan dra fördel av i konkurrensen om kunder.

Hållbarhet – centralt i kunddialogen

Intresset och kraven kring miljö, hållbarhet och ett cirkulärt förhållningssätt är centrala delar i mötet med våra kunder. Det handlar idag om så mycket mer än kunders krav och förväntningar. Det finns en gemensam förväntan från alla intressenter att verksamheten skall bedrivas med respekt för våra gemensamma resurser. Hur vi som bolag agerar,



förhåller oss till vår omvärld och tar hand om varandra är helt centralt, inte minst i striden om kompetent arbetskraft.

Lagstiftning i fokus

Signs & Graphics har skyltar och ljusskyltar som ett av våra huvudområden och där sker just nu viktig lagstiftning på området.

För ett antal år sedan skedde en stor miljörelaterad förändring när tusentals ljuslådor belysta med lysrör konverterades eller byttes ut till LED-belysning. Energivinsten (och med det miljövinsten) bekostade hela arbetsinsatsen, så det var ett lätt beslut att fatta. Lysrören innebar också andra miljöutmaningar och återvinningen av dem blev en stor fråga.

De senaste åren har arbetet fortsatt främst med fokus på energisidan och på återvinning av förbrukade skyltar. EU har beslutat att fasa ut belysning med kvicksilver. Användningen av vissa farliga ämnen i elektrisk och elektronisk utrustning ska ersättas och begränsas. Förutom att de gamla lysrören innehåller kvicksilver, är de inte heller lika energieffektiva som LED-lysrör och andra LED-alternativ. Utfasningen startar 2023 och beräknas pågå i cirka fem år.

Den senaste tiden syns ett tydligt ökat intresse för ljusskyltars sammansättning. Hur stor andel av skylten består av återvunnen aluminium? Är det återvunnen plast i drivdonen? Hur mycket el drar skylten per kvadratmeter? Hur stor andel av den totala skylten består av återvunnet material? Garantin är på 3 år, men hur lång är den förväntade livslängden? Frågor ställs med ett helt annat engagemang och kraven på hållbarhet i hela leveranskedjan är uttalade.

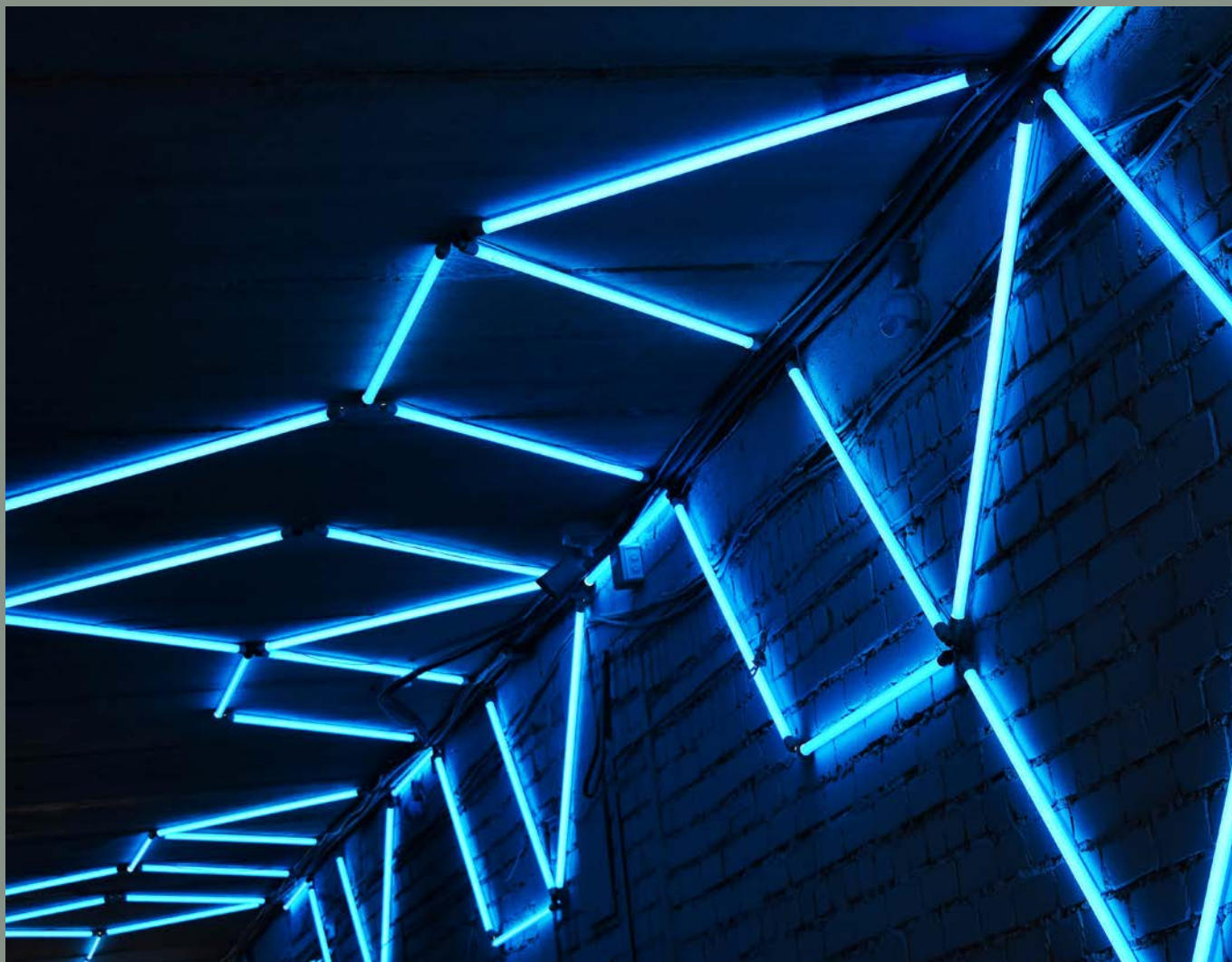
BrandFactory står väl rustat för att besvara denna typ av frågor och de finns även med i det frågebatteri som ingår i våra leverantörsbedömningar. Svaren är förstås olika för respektive skyltmodell, men ambitionsnivån är hög.

Läs även gärna om vårt initiativ för hållbar fordonsdekor på sidan 29.

Olof Björn, Affärsområdeschef Signs & Graphics Sverige
olof.bjorn@brandfactory.se

”Frågor från kunder om hållbarhet ställs med ett helt annat engagemang och kraven på hållbarhet i hela leveranskedjan är uttalade.”

Olof Björn, Affärsområdeschef Signs & Graphics Sverige



Belysning med kvicksilver fasas ut under 2023

Lysrör är en vanlig ljuskälla som bland annat används i skyltar. Beslut har tagits i EU att fasa ut belysning med kvicksilver. Under 2023 fasas lysrör och kompaktlysror ut från marknaden och ersätts av LED-alternativ som är effektivare och har lika bra eller bättre funktion.

Förutom att de gamla lysrören innehåller kvicksilver, är de inte heller lika energieffektiva som LED-lysror och andra LED-alternativ. Om man byter till LED-belysning kan man sänka elanvändningen. Med bra belysning som håller länge minskar kostnaden för underhåll i framtiden. Utfasningen startar 2023 och beräknas pågå i cirka fem år.

BrandFactory hjälper gärna till med denna hållbara omställning.



Fordonsdekor med lack

BrandFactory har en marknadsledande lösning för fordonsdekor. Efter print förser vi dekoren med en skyddande lack, en så kallad Liquid Laminate. Fördelarna med denna teknologi är flera jämfört med en traditionell teknik där man använder laminat.

Den lackerade produkten:

- har ett **bättre UV-skydd** vilket innebär att trycket bleks mindre.
- är **mattnare i sitt utförande** och har därför en bättre betraktningvinkel. Stor fördel när fordonet befinner sig i trafik.
- är helt **miljöanpassad** då lacken är vattenbaserad.
- **väger nästan hälften** jämfört med traditionell teknik. Metoden leder till att vi gör av med mindre mängd folie samt att dekoren adderar mindre vikt till fordonet = lägre utsläpp och miljövinster.

Har man behov av ett ökat skydd mot mekanisk nötning på hela eller delar av fordonet kan den printade folien försees med Anti-klotterlaminat, stenskottsfolie eller annan folie för att öka tåligheten.

Viktigt är också att den lackerade produkten **inte får tvättas med tvättmedel som innehåller alkohol.**

BrandFactory har särskilt framtagna tvättinstruktioner för fordonsdekor.

Ett räkneexempel

Den trycka folien till en normalstor lastbil väger cirka 4,5 kg. Försees den med ett laminat väger laminatet också 4,5 kg. Det blir en total vikt på 9 kg. Om vi istället lackar den trycka folien väger lacken cirka 0,5 kg. Det vill säga en total vikt på 5 kg. Vinsten blir alltså 4 kg. 4 kg mindre att åka runt med i hela fordonets livslängd. Hållbarhet handlar mycket om många bäckar små, och detta är ett bra exempel.

TRADITIONELL TEKNIK

$$4,5 \text{ kg} + 4,5 \text{ kg} = 9 \text{ kg}$$

SKYDDANDE LACK

$$4,5 \text{ kg} + 0,5 \text{ kg} = 5 \text{ kg}$$

4 kg lägre vikt

BRANDFACTORY NORGE – VÅRT MILJØFYRTORN

BrandFactory i Norge har en historia som går tillbaka till 2004. Vårt fokus är att skapa synlighet och igenkänning för varumärken där människor vistas. Vi arbetar med att synliggöra och bygga starka varumärken.

Vi erbjuder ett brett utbud av tjänster såsom koncept-utveckling och design, konstruktion, produktion, logistik och montering. Våra huvudprodukter är skyltar (analog och digitala) och dekor (bilar, kontor, fasader etc). Vi skräddarsyr lösningar som är anpassade efter den enskilda kundens behov. Våra leveranser till kunder kan ses på allt från bilar, tåg, båtar, bussar, lastbilar, traktorer etc till fasta installationer som kontor, fasader, köpcentrum, och butiker.

Våra medarbetare i Norge och vårt stora rikstäckande montörsnätverk har lång erfarenhet inom branschen. Vi ingår i en koncern som består av flera produktionsanläggningar i Sverige. Detta säkerställer en mycket god kvalitet i våra leveranser.

Vi fokuserar på hållbarhet och bra lösningar, på både kort och lång sikt. Vi arbetar kontinuerligt med att förbättra vårt klimatavtryck och letar efter bra hållbara lösningar tillsammans med våra leverantörer och kunder. Det har blivit och kommer att bli en större del av kunddialogen. Inom vår verksamhet fordonsdekor har vi under många år erbjudit helfoliering av fordon. Denna produkt har en begränsad miljöpåverkan om den hanteras på rätt sätt. Som Miljøfyrtårn har vi tydliga regler för hantering av avfall från denna verksamhet. Tillsammans med våra leverantörer och vår fabrik i Linköping har vi utvecklat detta vidare, där vi till stor del använder vår "husfolie" som är PVC-fritt. Vi rekommenderar även våra kunder att använda folie med lack istället för laminat då detta är en

mer hållbar lösning. Inom skyltdelen av verksamheten har stora steg tagits då vi gått över från traditionella lysrör till LED-belysning. Korrekt återvinning, retur och hantering av gammal belysning är också ett viktigt område för oss.

Vi arbetar aktivt med svinn och maximalt utnyttjande av de produkter vi använder i våra leveranser. Det har vi också, som leverantör, avtalat med några kunder. Generellt sett strävar vi efter en lång livslängd på våra produkter eftersom detta totalt sett kommer att resultera i ett mindre "miljøfotavtryck".

Vi uppmuntrar våra anställda och kunder att använda elfordon och har fyra laddningsplatser tillgängliga i våra lokaler. Till och med 2023 har vi bytt ut fossildrivna truckar med eltruckar och har nu två eltruckar på vårt internlager. 66 % av vår egen bilpark är elektrifierad.

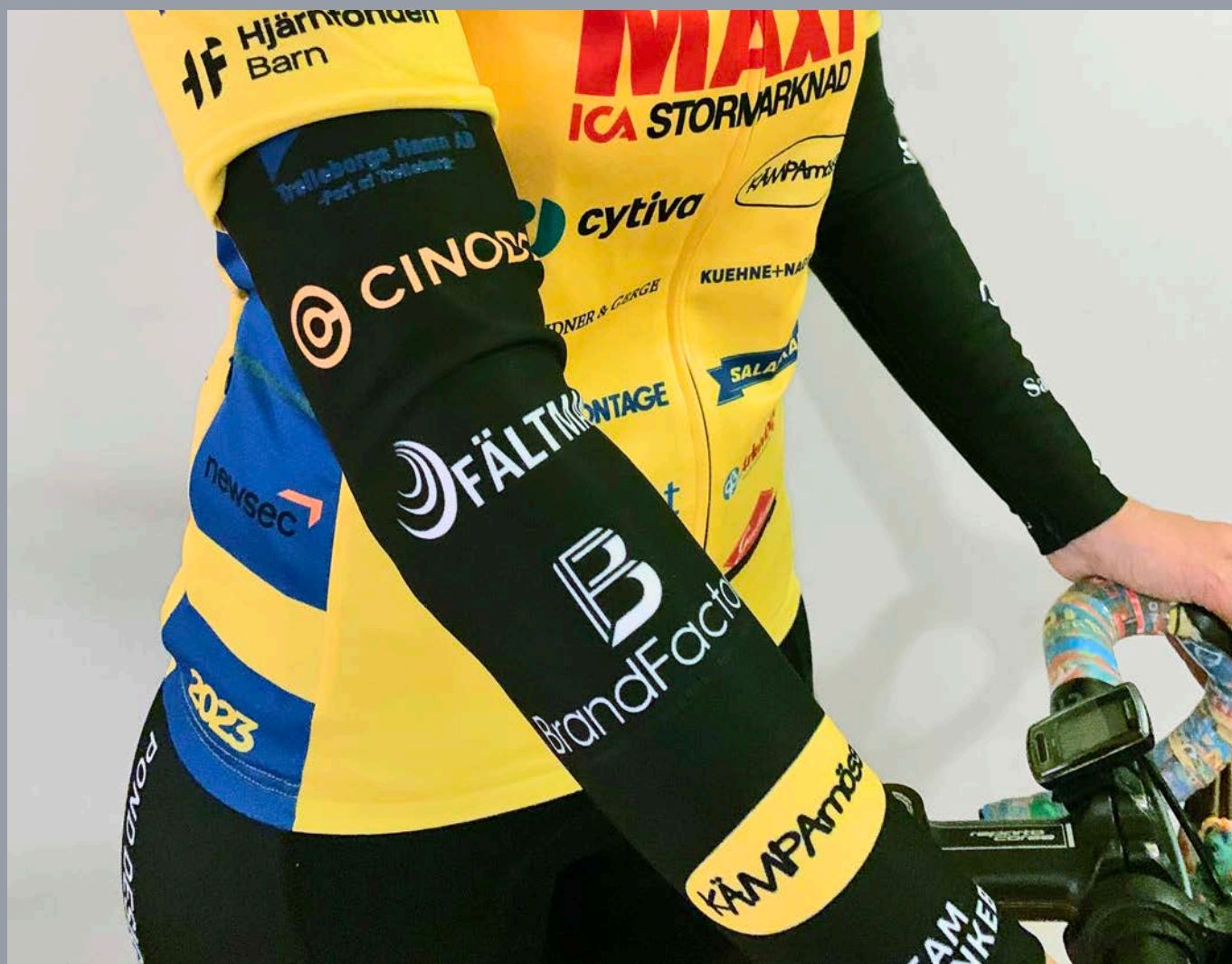
Vi är stolta över att vara en Miljøfyrtårn. Vi har en långsiktig ambition att bli en ledande aktör inom hållbarhetsarbetet i branschen.

Fredrik Sahlin, VD BrandFactory Signs & Graphics Norge
fredrik.sahlin@brandfactory.no

"I Norge har vi valt att certifiera verksamheten enligt Miljøfyrtårn, en välkänd norsk certifiering med hållbarhet i fokus."

Fredrik Sahlin, VD BrandFactory Signs & Graphics Norge





Stolt silversponsor till Team Rynkeby och Barncancerfonden

Sponsorskapet är vårt bidrag till arbetet med att utrota barncancer. Totalt har projektet i Sverige donerat 295 miljoner kronor till svårt sjuka barn, där merparten har gått till Barncancerfonden. Där sponsorskap är ett sätt att bidra. Förutom fokuset på den egna träningen inför att cykla till Paris, ägnar de 2 500 i Team Rynkeby, massor av tid för att leta bidragsgivare till Barncancerfonden.

Huvudparten av pengarna går till att finansiera forskning inom barncancer. Barncancer är fortsatt den sjukdom som tar flest barns liv i åldrarna 1-14 år och det är allt för många barn som får allvarliga biverkningar av behandlingen.

Fotograf





MED CIRKULÄRA TANKESÄTT SOM MÅLBILD

Den affärsmodell som tidigare har legat till grund för nästan alla branscher är en linjär modell. Det betyder att de produkter som tillverkas först används och sedan slängs. Att förändra sina flöden och gå från en linjär till en cirkulär affärsmodell är inget som görs i en handvändning. Det kräver både kunskap och innovation för att skapa nya sätt att göra affärer på och inte minst en förändrad kultur.

Vi på BrandFactory har en bit kvar innan vi når fram till en cirkulär ekonomi. Vi ser ständigt över nya möjligheter att förlänga livslängden för hela eller delar av våra produkter och tjänster. Målet är att ett cirkulärt tänk ska genomsyra hela vår verksamhet. Det här är inget vi kan göra på egen hand. Vi behöver samarbeta med leverantörer och kunder. Det är tillsammans, ett steg i taget, som vi kan bli cirkulära. Därför ser vi det som vårt ansvar att hjälpa våra kunder att tänka cirkulärt och välja produkter som håller länge eller kan återanvändas.

I andra ändan behöver vi tillsammans med våra kunder öka efterfrågan på återvunna material för att skapa efterfrågan på återvinning. Det innebär till en början ofta högre materialpriser på till exempel återvunnen polyester men kan på sikt skapa nya normer.

Exempel på produkter som håller länge eller kan återanvändas

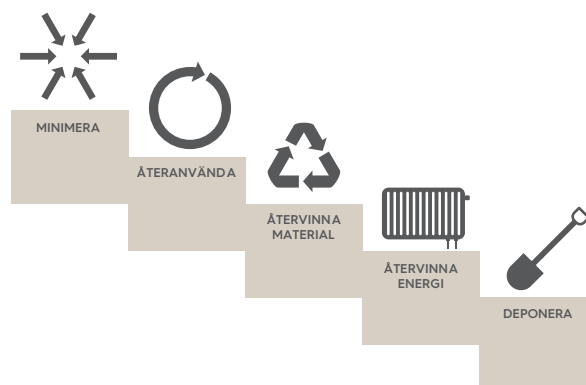
- **Ramar för textil** – standardiserade ramar med budskap som byts ut ger en hög kvalitet till ett konkurrenskraftigt pris.
- **Portabla mässmontrar** – går att använda gång på gång och slitna delar kan bytas ut.
- **Servicetjänster Skylt** – vår affärsidé bygger på att vårda kundens varumärke över tid, inte på att sälja skyltar styckevis. Våra skyltar levereras med högkvalitativa lysdioder som har lång hållbarhet för att minimera miljöpåverkan vid uttryckningar. Vi levererar skyltar med utbytbara delar – det innebär till exempel att fronten på en skylt kan folieras om.
- **Byte av ljuskällor** – att skyltar har utbytbara delar har också ofta lett till att vi kunnat byta ut ljuskällan utan att skyltens stomme bytts ut, ofta från äldre armatur till LED-belysning.
- **Återanvändning av makulatur vid intag i maskiner** – minskar pappersförbrukning vid intag.

Att vi behöver hushålla med jordens resurser för att klara klimatutmaningarna är vi nog alla överens om. Ett viktigt bidrag för att lyckas med det är att tänka cirkulärt. Det innebär att vi återanvänder och återvinner så mycket som möjligt, om och om igen och tar hand om alla resurser på ett smartare sätt.

Minska avfall med hjälp av avfallstrappan

Ett verktyg för att tänka cirkulärt är den så kallade avfallstrappan. Den fungerar som en hjälp att minimera avfall. Vi försöker på olika sätt minska vår klimatpåverkan, bland annat genom följande åtgärder:

- **Minimera avfall:** smartare inköp, effektivare processer och mindre spill.
- **Återanvändning:** pallar returneras och återanvänds, intagsmakulatur från produktion används som inställningsark. Utbytbara delar i våra skyltar återanvänds, trälådor till skyltar återanvänds i möjligaste mån.
- **Återvinning:** 80 % av vårt avfall kan återvinnas som pappersfibrer, metall eller träflis. Vi och våra kunder har också ett stort ansvar i att öka efterfrågan på återvunna fibrer genom att försöka välja material baserat på innehåll av återvunnen andel.



- **Utvinning av energi:** avfall som vi inte kan återvinna är till största delen högkvalitativt, energirikt och brännbart avfall.
- **Deponi:** avfall som går till deponi är en försumbar del av vårt avfall. I huvudsak är det restavfall från ombyggnader eller städning.

SÅ KOMMUNICERAR VI HÅLLBARHET

Styrning

Vision och verksamhetspolicy

Medarbetare

- Uppförandekod
- Medarbetarhandbok
- Arbetsmiljöpolicy
- Bilpolicy
- Jämställdhetspolicy
- IT-säkerhetspolicy

Leverantörer

- Code of Conduct för leverantörer
- Långsiktiga relationer
- Anpassad leverantörsuppföljning

Kunder

- Hållbarhetsredovisning
- Närvaro på hållbarhetsplattformar som Supplierassurance och EcoVadis
- Produktion av miljömärkta trycksaker med Svanen och FSC®

MED FOKUS PÅ EN BÄTTRE MILJÖ

Det har alltid varit naturligt för oss att ta ansvar för miljöfrågor. Vi var tidiga i branschen med olika miljöcertifieringar och har utmärkt oss för våra miljöåtgärder. Det är viktigt för oss att miljösäkra vår verksamhet eftersom vi har en stor andel av egen produktion.

Vi har identifierat flera områden där vår verksamhet kan påverka miljön. Med utgångspunkt från dessa har vi fastställt ett antal mål och rutiner som styr vårt miljöarbete. Varje process har miljörutiner baserade på bland annat dess miljöpåverkan. Miljöledningsarbetet följs upp lokalt vid respektive dotterbolag enligt våra fastställda rutiner baserade på kundkrav, lagkrav och kraven i ISO 14001.

Den direkta klimatpåverkan från vår verksamhet kommer främst från energiförbrukning för produktion och uppvärmning. Den största indirekta miljöpåverkan från vår produktion kommer från insatsmaterial (t ex papper, skivmaterial och rullmaterial), bläck, lack och kemi. Till detta kommer miljöpåverkan från avfallshantering samt transporter.

Kraven på material i vår produktion är ofta kundstyrda. För att kunna tillgodose alla unika krav som kan ställas av våra kunder behöver vi ha stor kunskap om olika material. Därför är vi beroende av en nära och tät dialog med våra materialleverantörer.

För vår största råmaterialkategori, papper och kartong, har vi säkerställt klimatdata från leverantörer som gör att vi kan beräkna slutprodukts klimatpåverkan. Vi följer kontinuerligt upp andelen av återvunnet avfall, kemikaliehantering, användandet av konfliktmetaller, koldioxidutsläpp och energiförbrukning.

Miljömärkningar

Miljömärkningar är ett utmärkt sätt att värna om bland annat produkters påverkan på den biologiska mångfalden. Vi är certifierade med FSC® och Svanen. Det innebär att merparten av våra pappersbaserade produkter är möjliga att miljömärka med Svanen eller FSC®. Genom att smycka trycksakerna med miljömärkena gör man det också synligt.



Klimat

I vår produktion kommer koldioxidutsläppen främst från energiförbrukningen. Totalt förbrukade vi 2820 MWh el (ursprungsmärkt från förnybara källor), en fortsatt minskning mot föregående år. Energiförbrukningen ger oss en total koldioxidpåverkan från den egna verksamheten motsvarande 78 ton koldioxid.

Specifika risker inom grafisk produktion

Grafisk industri har under lång tid varit i fokus när det gäller hållbarhetsfrågor, inte minst på miljöområdet.

De största miljöriskerna generellt för vår typ av verksamhet är hantering av lösningsmedel samt riskerna för utsläpp runt produktionsanläggningar. Medelrisker är arbetsmiljöfrågor, utsläpp till luft och vatten samt avfallshantering. De underleverantörer vi samarbetar med är till största delen grossister eller handelsbolag som agerar i en närmiljö. Tillverkning eller sammansättning sker i välskötta certifierade fabriker i Västeuropa med relativt låg risk för korruption eller bristfälliga arbetsförhållanden.

Våra största hållbarhetsrisker kommer från olika typer av miljöpåverkan. Det finns därför ett antal områden där vi länge följt upp och förbättrat våra processer.

Exempel på områden är:

- Klimatpåverkan genom energiförbrukning
- Användande av kemiska produkter
- Påverkan från tryckmaterial och papper
- Avfallshantering

Energikartläggning

2018 genomfördes BrandFactory en energikartläggning. Kartläggningen resulterade i ett antal konkreta åtgärdsförslag för vår verksamhet. Dessa förslag och ett antal andra åtgärder har bidragit till att Den årliga energiförbrukningen har minskat med 1 715 mWh sedan 2019. De största åtgärderna har varit att vi flyttat ihop verksamheter 2019 och 2020 och succesivt ersatt utrustning mot mer energieffektiv. Vårt arbete med att energieffektivisera fortsätter genom att vi förnyar vår maskinpark och samordnar verksamheter.

Pär Dahlstedt, Hållbarhetschef

par.dahlstedt@brandfactory.se

”Jag märker att intresset för miljö och hållbarhet är stort hos både kollegor och kunder.”

Pär Dahlstedt, Hållbarhetschef

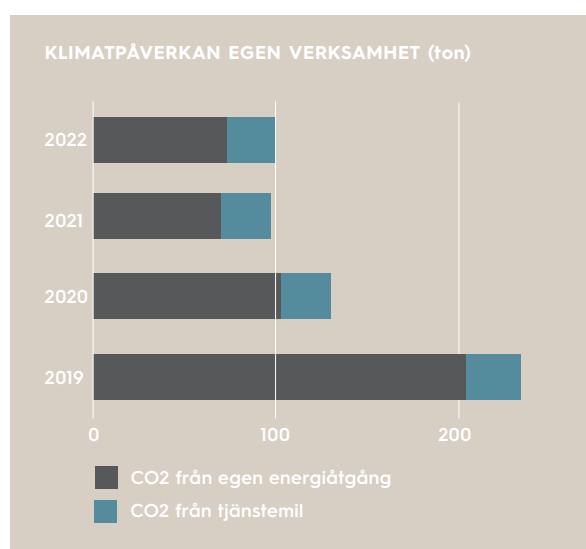
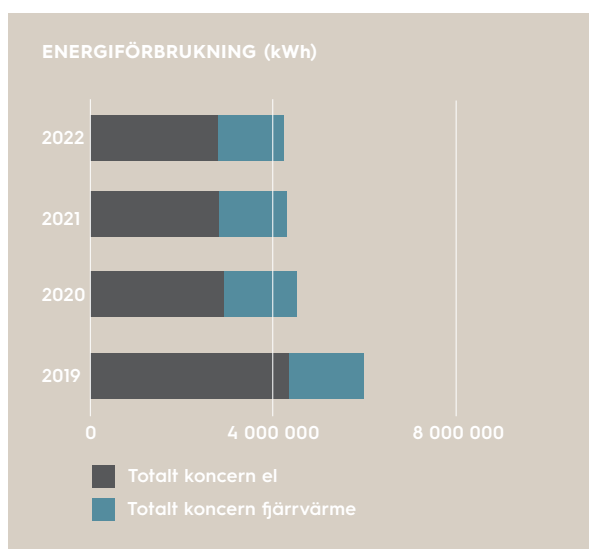
ENERGIFÖRBRUKNING (kWh)

	2022	2021	2020	2019
Totalt verksamheter	4 283 793	4 355 532	4 521 739	5 998 572
Varav				
Elenergi	2 819 842	2 966 655	3 083 835	4 489 664
Fjärrvärme	1 463 951	1 388 877	1 437 904	1 508 908

KLIMATPÅVERKAN EGEN VERKSAMHET (ton) (Scope 1 och 2)

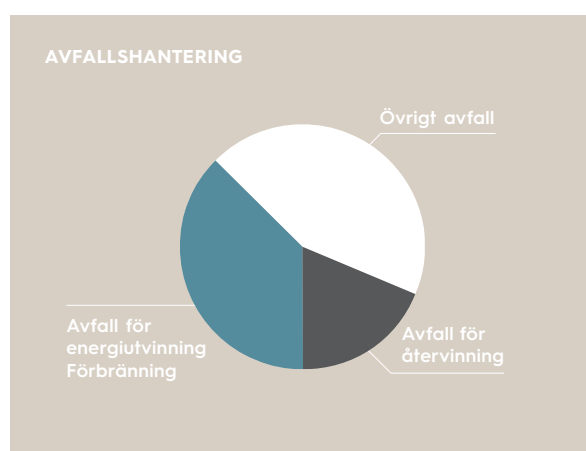
	2022	2021	2020	2019
CO2 från inköpt el	78	70	108	214
CO2 från tjänstemil	22	26	26	30

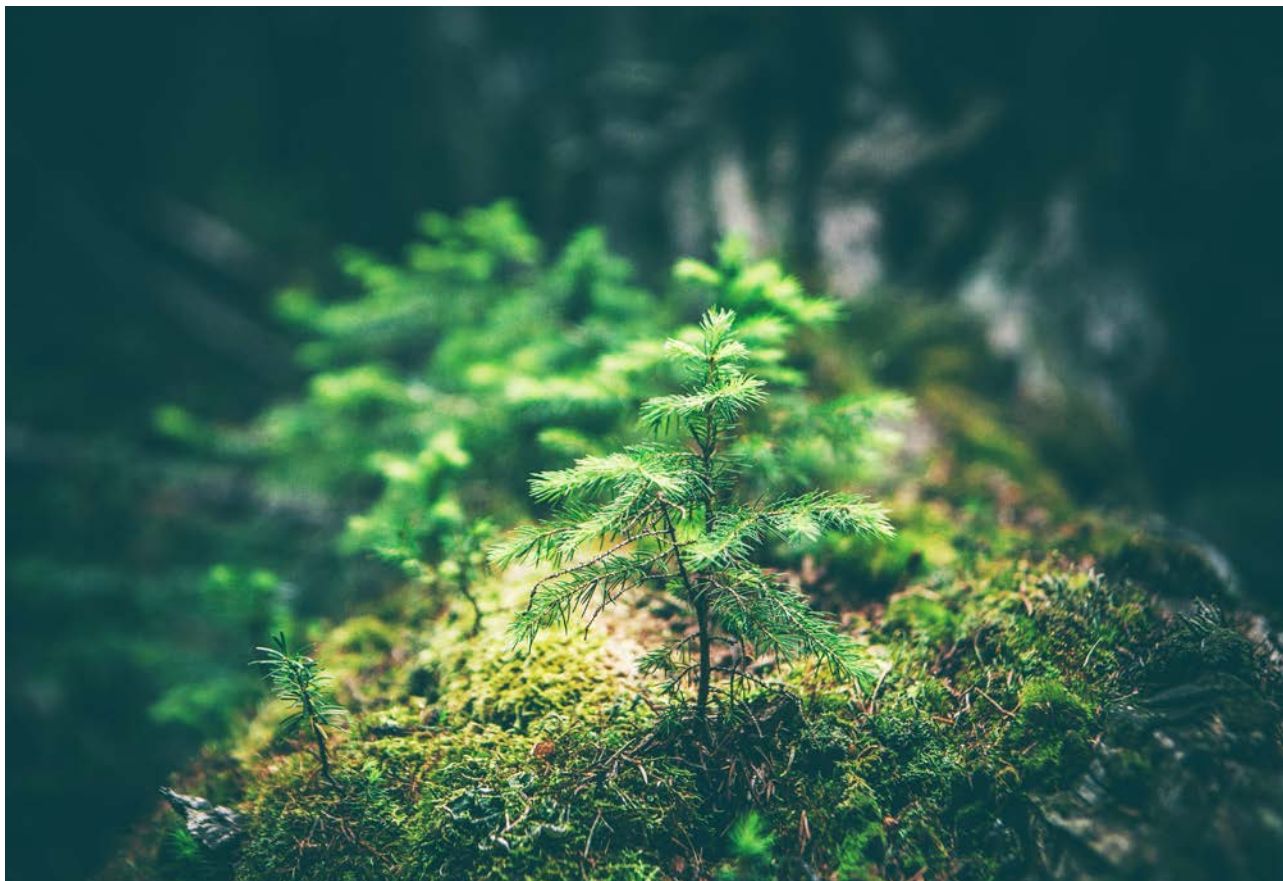
Klimatavtrycket har minskat tack vare en länge minskad energiförbrukning och färre körda tjänstemil med bil.

**AVFALLSVOLYMER (ton)**

	2022	2021	2020	2019
Ej farligt avfall	902	1 049	1 188	1 752
För återvinning	654	730	764	1 407
Förbränning	248	318	424	345
Farligt avfall	18	17	23	60
Förbränning	6	6	2	43
För återvinning	7	3	17	16
Deponi	5	7	7	1
Totalt	970	1 065	1 222	1 812

Vi följer upp avfallshanteringen genom rapporter från våra samarbetspartners på området. Merparten av vårt avfall är spill från pappersskärning och inställningsmaterial för produktion som går till återvinning. En utmaning för oss är att behålla den höga andelen material som kan återvinnas på en marknad där efterfrågan på pappersprodukter minskar och produkter av andra material ökar.





VÅR RESA MOT HÅLLBAR UTVECKLING

Från dåtid till framtid

1990

Nuvarande BrandFactory har sitt ursprung i ett antal grafiska företag som verkade var för sig. Fokus ligger på kvalitet och enstaka profilerade miljöfrågor till exempel returfibrer, vegetabiliska oljor och utsläpp. Svanen introduceras för trycksaker. Några bolag ISO 9001-certifieras och får Svanenlicens under slutet av 90-talet.

2000

Det är nu ISO 14000 får genomslag. Printley (föregångaren till BrandFactory) och Ineko certifieras enligt denna standard 2002. Klimatfrågan hamnar på agendan även för företag.

2010

Begreppen CSR och hållbarhet lyfts upp och breddas till att även omfatta social hållbarhet och ansvar för leverantörskedjor. Vi börjar formulera hur vi kan svara upp mot begreppen. 2012 börjar vi samla in data från verksamheten som gör att vi kan bemöta de djupare miljöfrågeställningar vi får från våra kunder. Ineko och BrandFactory går samman 2017 och bildar en stor koncern med över 500 anställda. Vi märker att kunderna ställer högre krav på vår verksamhet och förbereder oss för att börja hållbarhetsredovisa. Vår första rapport ser dagens ljus i juni 2018.

2020

Coronapandemin håller världen i sitt grepp, även oss. Vi genomför en rekonstruktion av bolaget. En utmanande tid som ställer krav på hållbart och långsiktigt företagsansvar. Nya visioner och mål sätts för 2020-talet.

2024

Vårt klimatavtryck är kompenserat till noll inom de klimatområden vi kan påverka direkt (Scope 1). Vi beräknar vår påverkan från externa inköp av material, transporter och avfallshantering i samråd med våra leverantörer. Planen framåt handlar om hur vi kan halvera klimatavtrycket från dessa områden fram till 2030.

2030

Vi har ett innovativt och marknadsstyrt samarbete med externa intressenter i syfte att driva en hållbar grafisk utveckling. Vi har eliminerat våra direkta koldioxidutsläpp från verksamheten och halverat utsläppen från underleverantörer. Merparten av våra affärer är cirkulära. Våra råmaterial för stora format utgörs av till 50 % återvunnet material eller återvinns.





