

# Vattensmart produktion - en strategisk fråga för företagen?

Seminarium i Almedalen 2010  
Högskolan, Gotland den 7 juli 2010

Svenska företags verksamhet i utlandet och deras leverantörers produktion kan leda till ökad vattenbrist och förorening av lokala vattenresurser. Vilka krav ställs på företag för att värna om en ansvarfull vattenhantering i produktionsländerna och vilken prioritet har frågan hos svenska företag? Detta var två av de frågeställningar som diskuterades då SIWI och Näringslivets Miljöchefer (NMC) samarrangerade ett seminarium på Högskolan på Gotland den 7 juli 2010.

## Medverkande:

Christina Lindbäck, Ragnsells och Näringslivets Miljöchefer (NMC)

Renée Andersson, Indiska

Olle Blidholm, IKEA

Georg Andrén, SIDA

Viveka Risberg, Swedwatch

**Moderator:** Karin Lexén, Swedish Water House

## Christina Lindbäck

Det har hänt mycket de senaste åren ute i organisationen gällande medvetenheten av miljöfrågornas betydelse. Det är viktigt att vi är medvetna om konsekvenserna av verksamheten hela tiden så att vi alltid arbetar åt rätt håll. Christina tycker att sammantaget går samhället med små steg i rätt riktning.

Ett exempel på detta är avgångseleverna på Berghs School of Communications som i ett projekt nyligen öppnade för diskussion om reklamens inverkan på samhällets väg mot en hållbar utveckling, branschens ansvar för etik och upplysningen till kunder om hur greenwashing minskar trovärdigheten. De diskuterade sitt arbetes genomslag till den vanliga människans vardagsrum och vilket ansvar de har för vilka värderingar och bilder som sänds ut till så många människor. Hur ska hållbar reklam se ut?

En annan sak som har förändrats de senaste åren är leverantörsbedömningar. Det är mer allvar i dessa idag. Det görs revision av vissa av företagen, just för att det är så viktigt att bli associerad med seriösa aktörer. På samma sätt har vattenfrågan klättrat upp på dagordningen och fått en större betydelse än den har haft förut.

## Renée Andersson

Indiskas arbete med sina leverantörer började på 1990-talet då de blev kontaktade av föreningen Rena Kläder som arbetade med att få de svenska klädföretagen att förstå att även om inte handelsbolagen äger sina fabriker så finns ändå ett ansvar för produktionen. Ägarfamiljen till Indiska har alltid arbetat med dessa frågor men inte kallat det för CSR, utan sunt bondförnuft. Mänskliga rättigheter, miljö och ekonomi är delar som måste vara med i arbetet. Det är viktigt att man har ett system på plats i sitt eget företag innan man

kan kräva detta av sina leverantörer. Det är även viktigt att göra en omvärldsanalys för att ta reda på hur det ser ut ute i världen innan man sätter igång, så att man vet vad det är man ger sig in på.

Några risker som finns i produktionsländerna:

- Ej efterlevnad av lagar
- Brist på demokrati
- Brist på fackliga rättigheter
- Brist på miljöhänsyn
- Korruption
- Omständigheter som gör att det är svårkontrollerat. T.ex. finns miljöproblemen oftast inte hos de närmaste leverantörerna utan i ledet innan.

Indiskas väg till var de står idag:

1. Antog uppförandekod, vilken skickades ut till leverantörerna som skrev på.
2. Pilotprojekt om hur man kan arbeta för att kunna besöka dessa företag som man inte äger. Samarbete med SIWI bl.a. för att ta fram kunskap och forskning om hur man kan göra.
3. Leverantörsbesök efter tre år.
4. Fortsätter att ta steget vidare till att börja arbeta med underleverantörer.
5. STWI (Sweden Textile Water Initiative) bildades 4 maj 2010, ett initiativ av SIWI och Indiska som vände sig till Sveriges textilimportörer. 24 företag har hittills gått med. Initiativet utgår från FN:s konvention om mänskliga rättigheter, artikel nr 7, som handlar om tillgång till rent vatten. Syftet är att ta fram kunskaps- och samarbetsprojekt för att påverka regeringar och konsumenter. Scopet är att undersöka kedjan från tråd till hylla, och även att påverka konsumenter. Projektet varar under två år.

### **Olle Blidholm**

IKEA har 1220 leverantörer i 55 länder och de köper och säljer mest i Europa. När det gäller Hållbar utveckling tar IKEA ett helhetsgrepp. Från bomullsodlingen till att se hur de kan påverka sina kunder att leva så hållbart som möjligt. Vattenfrågan är en strategisk fråga för IKEA där de som stora inköpare på marknaden har stora möjligheter att påverka. En uppskattning av hur mycket vatten som gått åt till de olika delarna av värdekedjan visade att 0,2 % av vattenförbrukningen står deras egen verksamhet för, 8 % är leverantörernas, medan råmaterial och mat till varuhuset står för 86 % av den totala vattenförbrukningen.

Ett exempel på hur IKEA arbetar med vattenfrågan i sin egen verksamhet är att de tittar på hur de kan samla in regnvatten på sina egna byggnader och använda till spolning på toaletter. Men en ännu större påverkan har det arbete deras designers gör när de utvecklar produkter som det krävs mindre vatten att tillverka. Vad det gäller kvalitet på vatten har IKEA skaffat sig kompetens att säkerställa fungerande vattenreningsutrustning hos sina leverantörer. De har även börjat titta lite på vattenkvantitet och hur vatten kan återanvändas i processen. När de väljer nya leverantörer väljer de inte anläggningar i områden där vattenstress råder.

Eftersom bomullsodlingen är en så stor fråga när det gäller vattenförbrukning har IKEA anställt en person speciellt för att förbättra detta område. IKEA köper ca 200 000 ton bomull

per år, vilket motsvarar 1 % av världsproduktionen, och genom detta har de stora möjligheter att påverka. IKEA är med i Better Cotton Initiative, ett fältprojekt med 60 000 bönder involverade som syftar till en bättre och vattensnålare produktion av bomull. De nya arbetsmetoderna har minskat vattenförbrukningen med 50 % och kemikalieanvändningen med 50 %. De leder även till att bönderna tjänar mer pengar på sin bomull. Ett krav är att bomullen inte ska kosta mer eftersom den är billigare att producera, till skillnad från organisk bomull som är dyrare. Eftersom bomullsbönderna tjänar på dessa produktionsmetoder har de spridit sig som ringar på vatten så att även bönder som inte är med i projektet också har börjat arbeta på samma sätt.

### **Viveka Risberg**

Swedwatch är en organisation med syfte att bevaka svenska aktörers aktiviteter utomlands. De skriver rapporter om företag som tar ansvar eller inte tar ansvar. Nyligen har de tittat på garverier, där svenska skoföretag har köpt läder till sina skor, men det visade sig att de aldrig hade varit där och sett själva hur tillverkningen går till. Synen på hur långt företagens ansvar sträcker sig skilde sig mycket mellan företagen som var med i garverierutredningen. Swedwatch grundar sitt arbete på internationella riktlinjer och standarder.

Vivekas reflektion på IKEAs och Indiskas arbete är att det är bra, men det går för långsamt. Konsumtionen ökar enormt och svenskens vattenfotavtryck är idag ca 5500 liter vatten per dag, när man räknar med de utsläpp som konsumtionen leder till. Hälften av detta ligger i produktionsländerna, som Bangladesh, Indien och Kina. Det finns ett ansvar hos konsumenterna på vad de köper. För upplysning till konsumenterna har företag ett ansvar via reklam etc.

Viveka hoppas att det nya vatteninitiativet som Renée pratade om blir ett ömsesidigt partnerskap tillsammans med länderna i syd. I dessa länder finns ofta en dålig vattenhantering och brist på bra policier och på detta har företag stor möjlighet att påverka. Det är viktigt att företagen lever som de lär, till exempel genom att få med inköpsavdelningen på samma spår för att undvika olika budskap från olika delar av organisationen.

### **Georg Andrén**

Sveriges bistånd är över 30 miljarder kronor per år som delas ut via riksdagsbeslut. Hälften av detta går via Sida. Biståndet är den enda budgetpost som det inte förhandlas om. Syftet med biståndet är att skapa förutsättningar för fattiga människor att själva förbättra sina levnadsvillkor. Sidas uppgift är att förstå processerna och att hitta aktörerna.

Vattenfrågan har länge varit central för svensk biståndspolitik. Den hanteras multilateralt, vilket är traditionellt och bra men inte tillräckligt. Nu måste biståndet närma sig näringslivet. Under våren har det utvecklats ett Business for Development-program. Syftet är att det statliga biståndet ska kunna samverka med näringslivet för att uppnå gemensamma mål. Det näringslivet upplever som problem är Sidas kärnverksamhet. Detta innebär att Sida kan ge förutsättningar för företagen, som har större möjligheter att nå ut. Sida finansierar tillsammans med WWF ett projekt som kallas Innovation Against Poverty för att hjälpa produkter att gå från prototyper till att bli kommersiella. Sida kan även hjälpa till med olika typer av garantiinstrument och ett Private Public Partnership Program. Målet är att gå in på områden där det även finns privata initiativ och där de olika insatserna kan samverka.

## Frågor

*En fråga till företagen: Varför reviderar ni er själva? Finns det inte professionella externa revisorer som bör göra det istället?*

*Indiska:* Jo, Det finns många aktörer, KPMG, SGS, är några exempel, men Indiska väljer att göra revisionerna själva för att deras arbetssätt är att skapa långa relationer med leverantörerna så att de får djupare förståelse, och har större möjlighet att påverka leverantörerna att utvecklas. I de frågor det behövs tar de in experthjälp.

*Ska man kontrollera sig själv?*

*IKEA:* Vi har många som jobbar med bara detta som sitter ute på de lokala kontoren. De har kunskap om landet, kulturen etc. En del av revisionerna görs av oberoende revisorer, men arbetet som de egna revisorerna gör ger en mer långsiktig relation.

*Swedwatch:* Vi håller med om att det egna arbetet bygger upp interna system som kan koppla ihop de miljömässiga prestationerna etc. med affärerna. Det bästa vore egentligen om man kunde komma bort från kontroller och fokusera mer på att hitta lösningar.

*Indiska:* Det är inte kontrollerna som ger förändring. Indiska försöker lyssna på var leverantören befinner sig, där den kulturella förståelsen är minst lika viktiga. Hur tänker de i dessa frågor? Det är först då man kan trigga till förändring. Man måste ha en respektfull dialog för att kunna förmedla förståelsen för att ett ansvarsfullt företagande för med sig lojala arbetare och möjligheter att tjäna pengar.

*Kan kläder och textilier vattendeklareras i framtiden och hur långt i framtiden är det?*

*Indiska:* Ja, det tror jag kommer. Svårt att säga när, men kanske om 10 år? det är mycket mer komplext att mäta vattenförbrukning än att mäta koldioxid.

*SIWI:* Det pågår en arbetsgrupp just nu inom SIS som arbetar med vattenfotavtryck. Men komplexiteten finns i att det beror så mycket på var bomullen odlas och varifrån vattnet tas, så det är svårt att få fram en standardisering.

*IKEA:* Kanske är det inte produktdeklarering som är lösningen eftersom det är så komplext att göra. Till exempel så byts leverantörer ofta.

*Indiska:* Vattenproblematiken handlar ju inte heller bara om förbrukningen, utan även vilken typ av rening du har, dvs. vilket skick du lämnar tillbaks vattnet i.

*NMC:* Vi måste höja kunskapsläget. Alla behöver hjälpas åt för att lösa vattenfrågan.  
*Vad har ni företag för önsknings om SIDA:s fortsatta arbete?*

*IKEA och Indiska:* Metodhjälp till speciella frågor, till exempel problematiken med sluge, avfallet från reningsverken, och fortsatt stöd till initiativ som finns.

*Swedwatch:* Vi har pratat mycket om vad företagen gör här, men vi får inte ha en övertro

på näringslivet. De problem som finns har näringslivet orsakat, det finns målkonflikter som det är bra att det finns en vakhund som bevakar.

*SIDA:* Företagens arbete är inte filantropi utan deras kärnverksamhet. Det faktum att de är där ute möjliggör att ha ett samtal med länderna så att de bidrar till SIDA:s mål. SIDA hjälper samarbetsländerna att bygga system, men måste bli bättre på att ta hjälp av närvarande svenska företag om vilka problem de ser i brist på system och korruption. SIDA kommer att fortsätta stöda kunskapsplattformar, det är en del av SIDA:s kärnverksamhet. En uppmaning till företagen är att se till att kunskapen och kapaciteten fortsätter att byggas inte bara i den egna organisationen utan även hos leverantörerna, så att de finns kvar där om de byter leverantör.

*IKEA:* Det som saknas i biståndet idag är t.ex. att det inte räcker att bara bygga en reningsanläggning, det måste även finnas resurser att uppehålla och uppdatera denna.

*Indiska:* SIDA måste förenkla ansökningsförfarandena och vara lite mer flexibla, det måste näringslivet vara för att överleva, och det måste myndigheterna också bli.

*SIDA:* Det rättsliga ramverket måste följa med och det har SIDA inte kontroll över. Det finns rättsliga begränsningar i det regelverk som styr SIDA:s arbete som det är regeringen som styr över. SIDA har uppmärksammat regeringen på detta vid ett flertal tillfällen.

*Finns projekt liknande textilindustriprojektet i andra länder som man kan lära sig av?*

*Indiska:* Enligt min vetskap finns inget annat initiativ. Nordiska moderåden har startat ett som heter NICE, men det är ingen organisation utan bara en idé. Mig veterligt är vårt projekt det enda i världen. Det enda liknande som finns är ca 60 företag i världen som är med i något som heter Brand Ethix Working Group.

*Är hög tillväxt hållbart?*

*MMC:* Tillväxttakten är inte hållbar om den är direkt kopplad till resursuttaget, denna koppling måste brytas. Ett exempel på ett sådant projekt kan vara ett klädbibliotek, där man kan låna sin festblåsa. Det finns även andra nya initiativ som ploppar upp, med nya affärsidéer. Ett företag till exempel skänker halva sin vinst till projekt. Problemet är att det är utanför nuvarande ramverk. Reglerna måste förbättras så att vi kan tjäna pengar på rätt saker.

*Hur ska konsumenten kunna utöva sin makt om ingen märkning finns?*

*IKEA:* Det handlar om kommunikation, att prata mer med sina kunder. IKEA arbetar för Default Sustainability, genom att göra hela sitt sortiment hållbart ska företaget göra valet åt kunderna och även hjälpa kunderna att leva hållbart hemma. IKEA har genom sin storlek stor genomslagskraft och använder denna till att t.ex. upplysa sina kunder om matavfall etc.