

Bærekraftsrapport 2023

2023



Vi
gjør
mer!

Innholdsfortegnelse

Side 4–5	Et stort ansvar
Side 6–7	Hvem vi er Hvordan vi opererer
Side 8	Bærekraftsarbeidet vårt
Side 10–11	FNs bærekraftsmål
Side 12–14	Mål og tiltak
Side 16–17	Et enormt løft
Side 18–19	Vår klimapåvirkning
Side 20–23	Materialer Avfall Energi Utslipp
Side 24–25	Sosialt Økonomisk
Side 26–29	Forberedelser for fremtiden
Side 30–31	Veien videre

...



Daglig leder Kristian gleder seg over å trekke bedriften i en mer bærekraftig retning.
Foto: Per-Erik Beck Bjørnback, Profil Grafisk.

Et stort ansvar

«Profil Grafisk skal gå foran i overgangen mot et mer bærekraftig næringsliv. Samfunnets felles utfordringer løser vi best sammen.»

Ingen kan gjøre alt, men alle kan gjøre noe. Profil Grafisk er et lite selskap i den store sammenhengen, men vi har et ansvar for å gjøre en innsats der vi kan. Og vi ønsker å gjøre vår del i kampen mot klimaendringene og i overgangen til et mer bærekraftig samfunn. I løpet av 2023 har vi i større grad strukturert bærekraftarbeidet i selskapet vårt og satt oss konkrete mål for årene fremover. Et viktig tiltak i så måte, er at vi i sommer har flyttet til flunkende nye lokaler på Reinsvoll. Her får vi et svært energieffektivt bygg, som i tillegg er tilpasset best mulige arbeidsforhold for våre ansatte og optimal produksjonsflyt, noe som forhåpentligvis vil bidra til nye muligheter og videre vekst for Profil Grafisk.

Vi søker hele tiden etter forbedring og utvikling, og denne bærekraftsrapporten er et resultat av det. Ved å profesjonalisere og i større grad måle bærekraftarbeidet vårt, vil vi kunne tilpasse oss økte krav fra samfunnet. Med den nye Åpenhetsloven stilles det større krav til sosialt ansvar og forbrukerne forventer at de varer og tjenester vi tilbyr understøtter deres egne bærekraftsmål. Dette må vi klare å følge opp, slik at

vi fortsatt kan være en solid og god totalleverandør av grafiske tjenester og profilering for våre kunder.

Vi er selv ikke underlagt lov om virksomheters åpenhet og arbeid med grunnleggende menneskerettigheter (Åpenhetsloven), men har likevel valgt å forholde oss til den. Dette fordi vi anser lovens formål som viktig og relevant, og vi ønsker

å sikre at de varer og tjenester vi benytter oss av ikke er eller har vært til skade for noen på veien. Vi ser og at det sikrer en seriøsitet og trygghet overfor våre kunder og andre samarbeidspartnere, at vi har kontroll på vår leverandørkjede.

Kristian Hamar

Kristian Hamar
Daglig leder



Hvem vi er

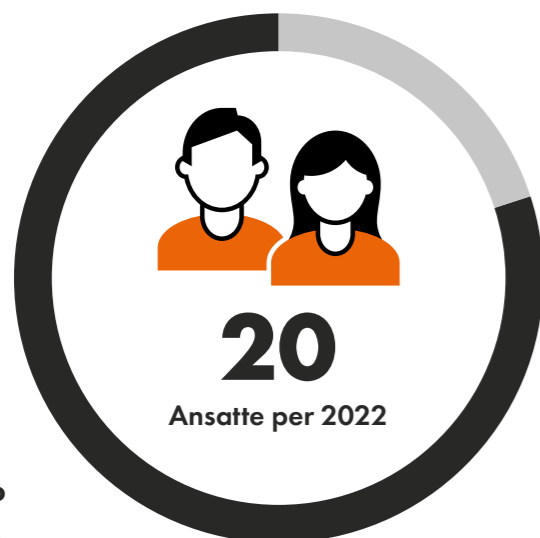
Profil Grafisk AS er en totalleverandør innen skilt, dekor, profileringsartikler og grafiske tjenester.



Profil Grafisk AS
Org.nr.: 976 209 257

Bøverbruvegen 17
Reinsvoll, Vestre Toten

NACE-kode (tjenester)
74.102 Grafisk og visuell kommunikasjonsdesign



Alder

18-34 **25%**

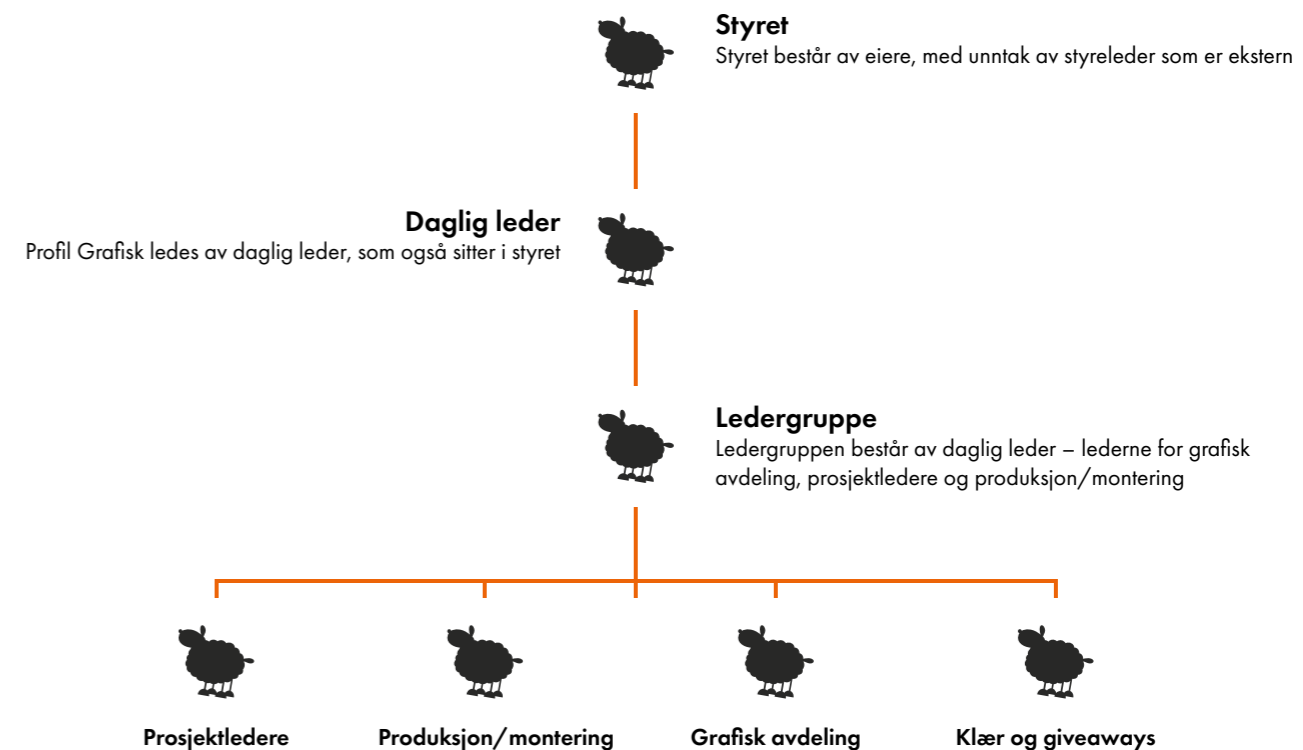
35-54 **35%**

45-54 **20%**

55+ **20%**

Hvordan vi opererer

Styringsstruktur



Våre interessenter

Interne

Ansatte, eiere, ledergruppe og styret

Eksterne

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

Hovedleverandører

- New Wave Norway AS
- Spandex AS
- Volume Design OÜ
- Vink Norway AS
- LINEA House of Printing

Våre kjerneverdier



Produkter og tjenester

Vi skal levere produkter og tjenester av høy kvalitet, med høy grad av service.



Holdbar

Vårt mål er å skape langlevende produkter og varige kundeforhold.



Fornøyde ansatte

Vi ønsker fornøyde ansatte som hele tiden utvikles og trives på jobb, for å sikre at de er hos oss gjennom store deler av arbeidslivet.



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

Bærekraftsarbeidet vårt

Vi har lenge hatt en tanke og et ønske om å prioritere bærekraft i Profil Grafisk, og har gjort enkelte tiltak de senere årene, som for eksempel å bli sertifisert Miljøfyrtårn. Tiltakene har likevel stort sett vært uten en større plan eller med et konkret mål i sikte. Dette ønsket vi å gjøre noe med.

Proessen

I desember i 2022 hadde ledergruppa første samling og workshop med rådgiver i bærekraft og samfunnsansvar hos Frisikt Rådgivning, Kjersti Beck Bjørnback. Resultatet av denne workshopen ble en oversikt over hvilke av FNs bærekraftsmål vi ønsker å ha ekstra fokus på. I tillegg gjorde vi en vurdering av hvilke områder innenfor de tre bærekraftssektorer, klima, sosiale forhold og økonomiske forhold som er viktigst for Profil Grafisk, og som vi har størst påvirkningsmulighet på. Dette dannet utgangspunktet for en plan for bærekraftsarbeidet det neste drøye halvåret. Som et ledd i vesentlighetsanalysen vi utførte internt, tok vi også kontakt med noen av våre største kunder. Dette var selskaper som vi vet har, eller vil få, lovkrav på seg knyttet til bærekraft. Vi ba om svar på i hvilken grad dette eventuelt ville påvirke oss som leverandør. Vi ønsket å vite om det var noe vi måtte prioritere foran andre ting. Et signal fra disse



Daglig leder Kristian, konsulent fra Frisikt Rådgivning Kjersti, Produksjonsleder Lars og leder for grafisk avdeling Per-Erik på workshop. **Foto:** Marius Amundsen, Profil Grafisk

undersøkelsene, var at god kontroll på leverandørkjeden sannsynligvis er det første kravet som vil komme fra kundene våre. Profil Grafisk er ikke av en størrelse som gjør at vi må rapportere på Åpenhetsloven, men vi har likevel valgt å gjøre undersøkelser i vår egen leverandørkjede i tråd med den. Det å vite at de varer og tjenester vi benytter oss av, ikke har vært til skade på grunnleggende menneskerettigheter og anstendige arbeidsforhold på veien, er viktig for oss. Denne gjennomgangen har resultert i en kategorisering av våre leverandører og vil sammen med vår innkjøpsrutine samt en egen-erklæring for leverandører, sørge for mer bærekraftige innkjøp.

Mål og tiltak

Vi visste at for å sette gode mål og knytte relevante tiltak til disse, trengte vi å finne «baseline» på en del parametere – altså utgangs-

punktet vi måler opp mot. Derfor sitter du nå med Profil Grafisk sin første bærekraftsrapport. Det finnes mange ulike bærekraftsstandarder å rapportere på, men de fleste er voldsomt omfattende for et lite selskap som oss. Derfor var det naturlig å benytte NSRS, Nordic Sustainability Reporting Standard, som er en nordisk bærekraftsrapporteringsstandard tilpasset nettopp små og mellomstore bedrifter. Etter å ha hentet inn informasjon og tall og lagt inn i rapporten, var det i begynnelsen av mai tid for en ny workshop. Her gikk vi gjennom de prioriterte områdene, satte oss konkrete mål for dem, og knyttet relevante tiltak til målene.

Du vil få lese mer om mål og tiltak på de kommende sidene.

Vi ♥ godt håndverk



Produksjonsmedarbeider Ingvild Hamar klargjør fasadeskilt for Toten Treningssenter. **Foto:** Per-Erik Beck Bjørnback, Profil Grafisk.

FNs bærekraftsmål

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



FNs BÆREKRAFTSMÅL



Mål 4: God utdanning

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

Her er vi spesielt opptatt av de delmålene som handler om yrkesfag, inkludert det å jobbe for mer likestilling i yrkesfaglig utdanning. Profil Grafisk er en lærebedrift og har hatt lærling i profileringsdesign 5 av de siste 8 årene. 1 av 2 har vært jente. På denne måten bidrar vi til å dekke egne og bransjens behov for arbeidskraft og gir unge mennesker mulighet til å lære et praktisk yrke gjennom faktisk utøvelse av faget.



Mål 7: Ren energi til alle

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

Vi flyttet i 2023 inn i et helt nytt og energibesparende bygg. I tillegg er målet å montere solceller på taket, som vil kunne produsere inntil 40 000 kwh årlig.



Mål 8: Anstendig arbeid og økonomisk vekst

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

Som de fleste andre bedrifter er vi avhengige av å tjene penger for å overleve. Vi ønsker å være en trygg og god arbeidsplass for våre ansatte, og skal vi klare det må vi jobbe kontinuerlig med utvikling og vekst. Vi er opptatt av innovasjon og teknologisk fremgang, slik at vi kan finne produkter, råvarer og produksjonsmetoder som både er lønnsomme og mer bærekraftige enn dagens. På denne måten sørger vi for at de ansatte har en anstendig arbeidsplass å gå til, samtidig som vi forsøker å minimere skaden på omgivelsene. Vi går i 2023 til innkjøp av en ny maskin som kan løse eksisterende behov på en mer bærekraftig måte i stort volum.



Mål 12: Ansvarlig forbruk og produksjon

“ Sikre bærekraftige forbruks- og produksjonsmønstre

Vårt mål er gjøre mer med mindre ressurser. For å få til dette må vi bidra til at det tilgjengelig-gjøres flere gjenbrukbare materialer i vår bransje. I tillegg jobber vi kontinuerlig med å utnytte materialene maksimalt, for å redusere den totale avfallsmengden. Vi håper ved å aktivt jobbe med og kommunisere vår bærekraft, at vi klarer å påvirke både kunder, leverandører og konkurrenter til å gjøre det samme. Vi leverer ett offentlig anbud per dags dato, og er positive til økte krav for kriteriet bærekraft i fremtidige anbud.



Mål 13: Stoppe klimaendringene

“ Handle umiddelbart for å bekjempe klimaendringene og konsekvensene av dem

Vi forsøker å være i forkant og benytte de mulighetene som oppstår i overgangen til et mer klimavennlig samfunn. Vi jobber med å øke kunnskapen internt på dette området.



Mål 17: Samarbeid for å nå målene

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

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



Mål og tiltak

Produkter – råvare

Mål: _____

Profil Grafisk har som mål å bytte til grønne råvarer der det ikke går på kompromiss med kvalitet/levetid.

Tiltak _____

- Være bevisst på utvikling rundt råvare

Produkter – ferdigvare

Mål: _____

Andelen innkjøp fra leverandører som er definert på PG sin "grønnliste" skal økes i takt med at leverandører på "rødliste/gulliste" skal fjernes.

Tiltak _____

- Code of Conduct for Profil Grafisk for sine leverandører implementeres
- Innkjøpsrutine kommuniseres internt, inkludert oversikt over foretrukne leverandører

Emballasje

Mål: _____

Profil Grafisk ønsker å fjerne plastprodukter i sine emballeringsmetoder i løpet av august 2023.

Tiltak _____

- Bytte ut kanalplast med papp på storformatprint
- Gjenbruk av pappemballasje
- Vurdere innkjøp av pappstrimler for å benytte gamle pappesker som emballering



Avfallshåndtering

Mål: _____

Profil Grafisk har som mål å øke sorteringsgraden med 5% årlig frem til 2025.

Tiltak _____

- Vurdere produktmiks
- Kontakte renovasjonsselskap for å sjekke muligheten for å resirkulere bakpapir
- Tilrettelegge med miljøstasjoner i nytt bygg. Avklare med ansatte vedrørende sorteringsrutine
- Være bevisst på å ta vare på brukbare rester
- Undersøke mulighet for resirkulering av iBond, da byggevarebransjen benytter samme type materialer



Energiforbruk

Mål: _____

Profil Grafisk har som mål å redusere strømforbruket med 30% i 2023 (KPI: kwh/m²). Målsetning om å redusere til 40% innen 2024, hvor 40% av disse er via solcelle-anlegg. Baseline 2022: 103,45 kWh/m².

Tiltak _____

- Flytte til nytt og mer energieffektivt bygg
- Gå til innkjøp av solceller



Utslipp

Mål: _____

Profil Grafisk har som mål å kutte ut fyringsolje helt i 2023 og redusere totalutslipp.

Tiltak _____

- Flytte til nytt bygg



Transport – internt (varebil)

Mål: _____

Profil Grafisk har som mål at service-/ og representasjonsbiler i fremtiden skal være elektriske.

Tiltak _____

- Kjøpe/lease el-biler når biler skal byttes ut

Transport – eksternt

Mål: _____

Profil Grafisk skal etterstrebe å benytte spedisjonsselskaper som benytter bærekraftig transport.

Tiltak _____

- Legge større bestillinger til sine leverandører for å begrense transport
- Samle leveringer for å minske transport

Arbeidsmiljø/HMS

Mål: _____

Profil Grafisk skal utvikle og gjennomføre en ansattundersøkelse for å kartlegge arbeidsmiljøet, og skaffe målbare parameter/tendenser for forbedring.

Tiltak _____

- Utvikle undersøkelsen innen første kvartal 2024



Produksjonsmedarbeider Svein påser at produksjonen flyter i nye lokaler.
Foto: Per-Erik Beck Bjørnback, Profil Grafisk.

Velkommen til Bøverbruvegen 17

Et enormt løft

Som mange har fått med seg, har vi i løpet av 2023 bygget nye lokaler og flyttet virksomheten vår til Reinsvoll. Det har lenge vært en dårlig skjult hemmelighet, at hver eneste krok i våre gamle lokaler i Kolbu var fylt, og at vi var nødt til å ha større lokaler. En drøm har vært å kunne bygge egne lokaler, tilpasset vår drift i stedet for å måtte tilpasse driften til allerede eksisterende lokaler. I år har vi endelig realisert drømmen!

Vi har hatt med oss Stenkon som totalentreprenør, som har levert til strålende karakter – og både før tida og under budsjett. Vi kunne ikke vært mer fornøyde! Å finne de beste løsningene krever gode kreative samarbeidsprosesser, og mange vurderinger og beslutninger skal tas på bakgrunn av ulike behov. Vi er heldigvis ganske trygge på at vi har landet på løsninger som er optimale for både dagens drift og våre fremtidsplaner.

Energiklasse A

Nybygget vårt er et lav-energibygg i energiklasse A. Det benytter seg av jordvarme både til oppvarming og kjøling. I tillegg er ventilasjonsanlegget CO2-styrt, slik at det skrur ned når det ikke er noen til stede i bygget. Vi har en forventning om at vi på tross av om lag dobbelt så store lokaler, bare vil ha en liten økning i det totale strømforbruket.



Sånn ser det ut i produksjonshallen på "nye" Profil Grafisk.
Foto: Per-Erik Beck Bjørnback, Profil Grafisk.

En fremtidsplan er også å få installert 400 solcellepaneler på taket, slik at vi i tillegg kan være selvforsynt med inntil 50% av vårt eget strømforbruk.

Bedre flyt og mer plass

I tillegg til å være positivt for strømforbruket vil det også ha positiv påvirkning på arbeidsforhold og arbeidsflyt. Bygget og produksjonslokalene er optimalisert for effektiv arbeidsflyt, med bedre plass til både folk og maskiner, fleksibilitet i oppsett og rom for nytt utstyr og varegrupper. Vi har også fått mer lagerplass og kan gjøre større bestillinger slik at vi trenger færre leveringer. Vi har bygget en stor monteringshall for innendørs foliering av store kjøretøyer, og har investert i sakselift og løftebukk til bil for å gi våre montører best mulig arbeidsforhold.

Vi har økt omsetningen med over 10 millioner på bare 3 år, og målet er

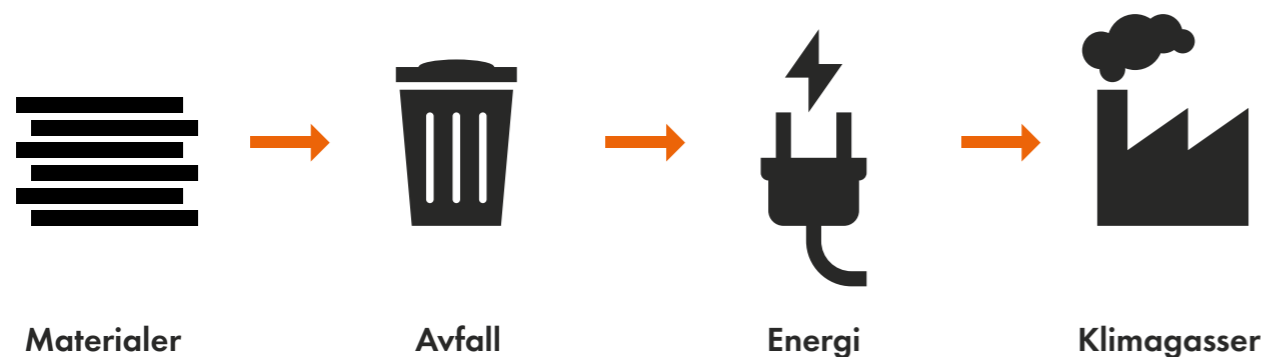
selvfølgelig å fortsette veksten. I vår strategiplan har vi sagt at målet er å omsette for 50 millioner innen 2027. Det vil skape nye arbeidsplasser og forhåpentligvis være et positivt tilskudd til både kommune og næringsliv.



Vår klimapåvirkning

Vi sikter mot å ta vårt ansvar i overgangen mot et grønnere og mer bærekraftig samfunn. Det vil si at vi må styre vår innsats mot de områdene hvor vi kan bidra mest, og der hvor vår klimapåvirkning er størst.

Vesentlige områder



Materialer er råstoffene – for eksempel metall, plast eller tekstil – som et produkt er laget av. Ressursutvinning for materialbruk er ansvarlig for halvparten av verdens karbonutslipp.

Avfall er uønskede eller ubrukelige materialer. Disse blir oftest kastet etter primær bruk. Eksempler inkluderer matavfall, farlig avfall og avløpsvann. Matavfall alene er ansvarlig for 6 % av totale globale klimagasser.

Energiforbruk refererer til all energien som brukes til å utføre en handling, produsere noe eller bare bo i en bygning. Eksempler inkluderer fossilt brensel, elektrisitet, vann og gass. Alle typer energi-produksjon står for 72 prosent av de totale globale utlippene.

Klimagasser (GHG) som karbondioksid og metan, er gasser som fanger varme eller langbølget stråling i atmosfæren. Akkumuleringen av klimagasser siden den industrielle revolusjonen har fremskyndet drivhuseffekten og forårsaket global oppvarming og klimaendringer.

Vi sikter mot å ta vårt ansvar i overgangen mot et grønnere og mer bærekraftig samfunn.
Foto: Envato Elements.



Klimagassutslipp

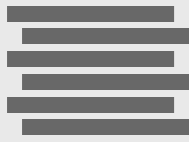
Utslipp av klimagasser er kategorisert i tre grupper eller «Scopes» av det mest brukte internasjonale regnskapsverktøyet, Greenhouse Gas (GHG) Protocol. I denne rapporten vil vi rapportere Scope 1 og 2.

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

Scope 2 dekker indirekte utslipp fra elektrisitet kjøpt og brukt av organisasjonen. Disse forekommer fysisk på anlegget der elektrisiteten blir produsert. For eksempel kjøpt elektrisitet, varme og damp.

Scope 3 dekker alle indirekte utslipp. Scope 3-utslipp er en konsekvens av organisasjonens aktiviteter, men stammer fra kilder som ikke er eid eller kontrollert av organisasjonen. For eksempel forretningsreiser, innkjøpte varer og tjenester, andres bruk av solgte varer, også videre. Det er som regel her det største klimafotavtrykket ligger.





Materialer

Arbeid pågår



Folie og skiltplater står for det meste av materialbruk i egen produksjon. Vi har dessverre ikke fått tak i tallene fra leverandørene her. Målet er å få på plass måling av råvarer som går til egen produksjon til de neste års rapporter. Vi har besluttet å starte med de største varegruppene, som er plater og folie.



Avfall

Metode for innhenting av data

Tall er innhentet fra Ragn Sells. Trevirke og kontorpapir er beregnet med bakgrunn i innkjøp, samt ved levering på avfallsstasjon.

Begrunnelse for valg av kategorier

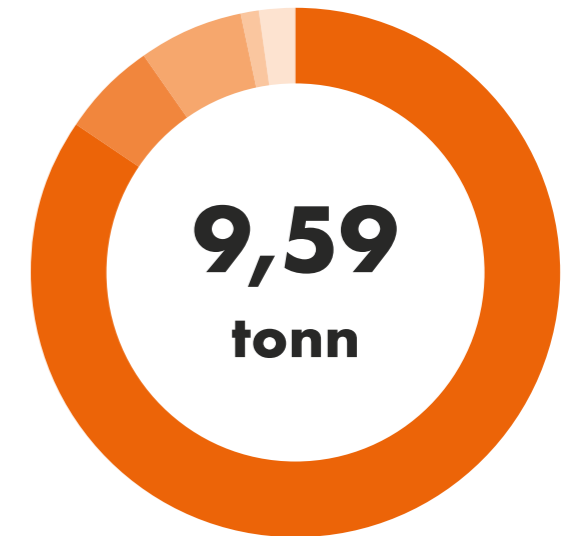
Avfallskodene er hentet fra Norsk Standard for klassifisering av avfall (NS 9431).

Usikkerhet ved valg av kategorier

Per i dag har vi ingen vektberregning av trevirke eller kontorpapir. Skifte av renovasjonsselskap vil forenkle dette.

Total vekt av avfall

- Restavfall til sorteringsanlegg (8,10 tonn)
- Rent trevirke (0,57 tonn)
- Blandet papp og papir (0,62 tonn)
- Kontorpapir (0,10 tonn)
- Folieplast, ikke emballasje (0,20 tonn)



Vår målsetting

Vi har som mål å øke sortingsgraden med 5% årlig frem til 2025

5%

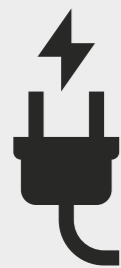
økning i sortingsgrad årlig frem til 2025



Hvordan skal vi nå målet?

- Kontinuerlig vurdering av produktmiksen
- Dialog med renovasjonsselskaper om noen kan resirkulere bakepapir til folie
- Tilrettelegge med bedre miljøstasjoner i nytt bygg
- Kommunisere rutiner internt
- Ta vare på brukbare rester
- Sjekke resirkulering av ibond





Energi

Metode for innhenting av data

Omregningsfaktorer hentet fra Miljøfyrtårn (Miljødirektoratet).



Utslipp

Metode for innhenting av data

Hentet fra Miljøfyrtårn sine tall og omregningsfaktorer. Fyringsolje (bio) og varebil i scope 1.

Usikkerhet ved valg av kategorier

Elektrisitet er satt til 0 fordi vi har opprinnelsesgaranti. Slike garantier er en støtteordning for produsenter av fornybar strøm. Dette garanterer at strømmen kommer fra fornybare kilder og derfor er faktoren for strøm med opprinnelsesgarantier satt til 0 gCO₂e/kWh.

Vårt energiforbruk

ENERGIFORBUK PER KVM I 2022



Ikke-fornybare energikilder	1614,88 kWh
Fornybare energikilder	80 929,12 kWh
Totalt energiforbruk i 2022	82 544,00 kWh

98,04% av vår energi kommer fra fornybare kilder.

Vårt klimagassutslipp

SCOPE 1

SCOPE 2

Stasjonært forbruk
620 kg/CO₂e

Mobilt forbruk
9440 kg/CO₂e

Indirekte utslipp
3460 kg/CO₂e

Totale utslipp = 13 520 kg/CO₂e



Vår målsetting

Vi har som mål å redusere energiforbruk (kWh per m²) med 30% fra 2022 til 2023 – fra 103,45 til 72,42

30%

reduksjon i energiforbruk fra 2022 til 2023



Vår målsetting

Profil Grafisk har som kortsiktig mål å redusere totalutslipp av klimagasser.

NB!

Når vi har vært ett helt år i nye lokaler vil vi kunne sette konkrete tallfestede mål.



Hvordan skal vi nå målet?

- Flytte til mer energieffektive lokaler (realisert i løpet av juli 2023)
- Vi planlegger å installere solceller på taket i løpet av 2025



Hvordan skal vi nå målet?

- I løpet av 2023 vil fyringsolje bli kuttet ut
- På sikt er målet at service- og representasjonsbil(er) er elektriske, men det skjer sannsynligvis ikke i løpet av 2023



Sosialt

SOSIALT			
	Kvinner	Menn	Annet
Antall heltidsekivalente ansatte per kjønn	4,5	13	-
Beskriv tiltak som er tatt for å bedre likestilling. Beskriv også alderssammensetningen av arbeidsstyrken og tiltak for å utvide aldersbredden	Aldersspennet strekker seg fra 25 til 71 år. Snittalderen er 44 år. 2 av de 3 siste ansettelsene har vært kvinner. Profil Grafisk har hatt lærling i 5 av de siste 8 årene		
Beskriv andre tiltak for å øke mangfoldet i arbeidsstyrken, for eksempel inkludering av minoriteter eller sårbare grupper	Per i dag har vi ikke spesifikke tiltak på dette området		
Beskriv hvordan du vurderer forsyningskjeden din for å minimere risiko for sosiale problemer hos leverandører og kunder.	Vi er medlem av Skiltgruppen, som kvalitetssikrer og inngår innkjøpskontrakter på vegne av sine medlemmer, med stor påvirkning fra de enkelte medlemmene. Vi har påbegynt en større gjennomgang av våre leverandører for å redusere sosiale risikoer i verdikjeden		
Forhold mellom grunnlønn og godtgjørelse for kvinner og menn for hver kategori arbeidstakere. (Lønn kvinner/lønn menn)	Ledere*	Ikke aktuelt	
	Mellomledere*	Ikke aktuelt	
	Ansatte	1	
	Arbeidsrelatert	Ikke arbeidsrelatert	Overordnede mål prosent sykefravær
Prosent sykefravær i rapporteringsperioden	-	3	2
Antall ansatte som har deltatt på HMS-kurs siste tre år	16,5		
Attraktive vilkår rundt velferdspolisjoner, foreldrepermisjoner, mv.	Nybakte fedre/medmødre får 2 uker fri med lønn etter fødsel. 1 tillegg gis én årlig tannlegetime og én årlig legetime fri med lønn. Ellers følger vi arbeidsmiljøloven		
Antall timer med ansatteopplæring og videreutdanning for rapporteringsperioden	Her har vi ikke tall		

* Kun ett kjønn i hver kategori

Økonomisk

Hvordan sikres en bærekraftig økonomisk fremtid for selskapet?

Profil Grafisk har aldri hatt kortsiktige gevinster som mål. Vi bygger stein på stein, og utvider gradvis både maskinpark, antall ansatte og våre kunder og tjenester. Vi har hatt positivt driftsresultat siden 2002, og det aller meste av overskuddene har blitt investert i selskapet.

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

Vi har hatt en gjennomgang av de fleste av våre leverandører og vil fortsette med det kontinuerlig. Vi ser på menneskerettigheter/arbeidsforhold (Åpenhetsloven), men vi vurderer også selskapenes generelle bærekraftsprofil og foretrekker leverandører som gjør en god innsats på disse områdene. Vi etterstreber mer bærekraftige råvarer, mer bærekraftige produksjonsprosesser og tilrettelegger for gjenbruk og ombruk.

På hvilke områder kan bedriften spare penger?

Ved flytting til mer energieffektive lokaler, vil vi kunne spare en del på energiforbruk, og spedisjon. Vi jobber også kontinuerlig med utnyttelse av våre innsatsfaktorer for å redusere svinn og dødtid.

Hvordan sikrer bedriften tilstrekkelig likviditet og stabile økonomiske forhold?

Vi er i gang med å analysere vår produksjonsprosess for å bedre forstå innsatsfaktorene som inngår i våre produkter. Siden vi jobber med spesialtilpassede produkter, finnes det ingen mal eller to streker under svaret. Her har vi engasjert eksterne konsulenter for å hjelpe oss med vår grunnmur med tanke på vare/kunde/leverandør stamdata.

Hva gjøres for å redusere risiko for korrupsjon og bestikkelse?

Våre innkjøpsrutiner er vedtatt av styret for å unngå mislighold av enkeltpersoner. Det vurderes fortløpende om man skal etablere to persongodkjenning på bank-transaksjoner for å også sikre seg i fremtiden. Per nå er ikke dette nødvendig. Ellers er bransjen antatt til å ha lav risiko for korrupsjon.

Forberedelser for fremtiden

Klimarisiko

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

Klimaendringene vil også påvirke oss og det må vi være forberedt på.

Hvordan vi anslår klimarisiko

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

Klimamuligheter

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

I tabellene på de neste sidene finnes en oversikt over de klimarisikoene og -mulighetene som er anslått å ha størst betydning for våre aktiviteter. De er ikke oppgitt i prioritert rekkefølge. Våre vurderinger er basert på egenvurdering og bør sees på som et første skritt mot mer omfattende vurderinger i fremtiden.

Klimaendringene vil også påvirke oss og det må vi være forberedt på.
Foto: Envato Elements.



Klimarisiko

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

Klimamuligheter

KLIMAMULIGHETER				
NSRS indeks	Prioritetsnivåer basert på relevans og virking – kunnskap målt i gjennomsnitt			
		Kortsiktig perspektiv	Langsiktig perspektiv	Kunnskapsnivå (fra 1 (lavest) til 10 (høyest))
Ressurseeffektivitet	Redusert prising av klimagassutslipp	Lav	Medium	5,5
	Bruk av mer effektive transportformer	Lav	Lav	5,5
	Bruk av mer effektive produksjons- og distribusjonsprosesser	Medium	Høy	5,5
	Bruk av resirkulering	lav	Medium	5,5
	Flytting til mer effektive bygninger	Medium	Høy	7,5
	Redusert vannbruk og forbruk	Medium	Høy	6,0
Energikilde	Bruk av energikilder med lavere utslipp	Medium	Høy	7,0
	Bruk av insentiver fra myndigheter	Medium	Høy	4,0
	Bruk av ny teknologi	Medium	Medium	7,5
	Deltagelse i karbonmarkedet	-	-	-
	Skift mot desentralisert energiproduksjon	-	-	-
Produkter og tjenester	Utvikling og/eller utvidelse av lavutslippsvarer og -tjenester	Medium	Høy	3,0
	Utvikling av klimatilpasning og forsikringsrisikoløsninger	Lav	Lav	3,0
	Utvikling av nye produkter eller tjenester gjennom forskning og utvikling og innovasjon	Lav	Høy	4,0
	Evne til å diversifisere forretningsaktiviteter	Høy	Høy	6,0
	Endring i forbrukernes preferanser	Medium	Høy	5,5
Marked	Tilgang til nye markeder	Høy	Høy	6,0
	Bruk av insentiver fra myndigheter	Høy	Høy	3,5
	Tilgang til nye eiendeler og steder som trenger forsikringsdekning	-	-	-
Motstandsdyktighet	Deltakelse i programmer for fornybar energi og anvendelse av energieffektiviseringstiltak	Lav	Medium	2,0
	Ressurserstatning/diversifisering	Lav	Medium	2,0



Veien videre



Ordfører Bror Helgestad overrekker plaketten for Miljøfyrtårn-sertifiseringen i 2021. **Foto:** Marius Amundsen, Profil Grafisk.

Sertifisering som Miljøfyrtårn

Profil Grafisk ble Miljøfyrtårnsertifisert i 2021. Vi har etablert en arbeidsgruppe som kontinuerlig følger opp arbeidet med Miljøfyrtårn, og som jevnlig jobber med å finne tiltak og mer bærekraftige løsninger i vår egen drift.



Vi gjenbraker pappesker som vurderes gode nok for "en tur til". **Foto:** Per-Erik Beck Bjørnback, Profil Grafisk.

Mål om sirkulær drift

Vi har et mål og håp om at en stadig større del av vår drift og vår bransje skal bli sirkulær. Det handler i stor grad om utvikling av gjenvinnbare produkter som ikke går på bekostning av kvalitet og pris. Per i dag tar vi i mot brukte kassetter til roll ups og gjenbraker de som kan. Vi gjenbraker også pappesker til utsendinger der det er mulig.

Bærekraft er et kompleks tema. Det som er bra for planeten på et tidspunkt, kan være vurdert til skadelig på et annet i lys av ny forskning. Det er ekstremt vanskelig å ha en positiv innvirkning på et område, uten å skape en eller annen form for skade på et annet. Uavhengig av dette skal vi gjøre vårt beste for å ha en kontinuerlig forbedring på feltet og sikter mot å holde oss oppdatert.

«Dette er vårt aller første steg mot arbeid med bærekraft. Etter hvert som vi får litt erfaring, og med tiden lærer av prosessen, vil vi også heve våre ambisjoner»

Kristian Hamar

Kristian Hamar
Daglig leder

BÆREKRAFTIGE UTVIKLINGSMÅL	
NSRS indeks	Fullføring
Rimelig og ren energi UN SDG 7.2	Vi flytter i 2023 inn i et helt nytt og energibesparende bygg. I tillegg er målet å montere solceller som vil kunne produsere inntil 40 000 kWh i året
Anstendig arbeid og økonomisk vekst UN SDG 8.4	Vi går i 2023 til innkjøp av en helt ny maskin som kan løse eksisterende behov på en mer bærekraftig måte i stort volum
Ansvarlig forbruk og produksjon FNs SDG 12.5	Vi ønsker å bidra til at det tilgjengeliggjøres flere gjenbrukbare materialer i vår bransje.
Ansvarlig forbruk og produksjon FNs SDG 12.6	Ved å aktivt jobbe med og kommunisere vår bærekraft, ønsker vi å påvirke både kunder, leverandører og konkurrenter til å gjøre det samme
Ansvarlig forbruk og produksjon FNs SDG 12.7	Vi leverer ett offentlig tilbud per i dag, og er positive til økte krav for kriteriet bærekraft i fremtidige tilbud
Climate action FNs SDG 13.3	Vi forsøker å være i forkant og benytte de mulighetene som oppstår i overgangen til et mer klimavennlig samfunn. Vi jobber med å øke kunnskapen internt på dette området

Ved rapportering i henhold til NSRS Nivå 1 er områdene for FNs bærekraftig utvikling (SDGs) forhåndsbestemt. Områdene for FNs bærekraftig utvikling (SDGs) ble vedtatt av alle FNs medlemsland i 2015. De gir en handlingsplan for å håndtere verdens mest presserende utfordringer.

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



kristian@profilgrafisk.no



+47 995 30 892



**Nordic
Sustainability
Reporting
Standard**

Denne rapporten er tilpasset Global Reporting Initiative (GR), direktivet om ikke-finansiell rapportering (NFRD) og Task-Force on Climate Related Disclosures (TCFD). Dette betyr ikke at rapporten er i tråd med disse rammene. Les mer på www.nsr.eu.

