

# Höj ambitionen!

Svenska företag om möjligheter och utmaningar i hållbarhetsarbetet

2024



**Global Compact**  
Network Sweden

# Höj ambitionen!

## Ge näringslivet rätt förutsättningar för hållbarhetsarbetet

Svenska företag står i dag inför en unik möjlighet att ta en ledande roll i den globala hållbarhetsrevolutionen. Men för att Sverige ska fortsätta vara en förebild krävs en starkare politisk vilja och tydligare regler.

Hållbarhet är inte längre bara en fråga om riskhantering, etik och ansvarstagande, utan en avgörande konkurrensfaktor för företag. Den globala marknaden för gröna varor och tjänster växer snabbt, och svenska företag har alla möjligheter att ta ledningen – om de ges rätt förutsättningar.

I den här rapporten redovisar vi hur över 800 svenska företag ser på hållbarhetsarbetet. Två tredjedelar av företagen, **68 procent, anger att konkurrenskraft är en av de främsta drivkrafterna för att de ska satsa på hållbarhet.** Nästan lika många, 66 procent, tror också att efterfrågan på hållbara produkter och tjänster kommer att driva på hållbarhetsarbetet de kommande 5 åren.

Men det är inte bara marknadskrafter som driver på omställningen. Företagens egna värderingar spelar också en stor roll. Hela 72 procent av företagen anger företagets värderingar som en viktig drivkraft för att satsa på hållbarhet. När affärsnytta och värderingar går hand i hand skapas de bästa förutsättningarna för ett seriöst och långsiktigt hållbarhetsarbete.

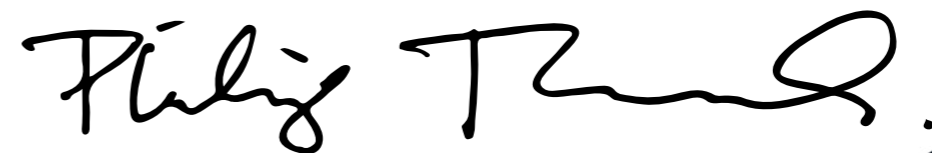
Trots detta finns det hinder som bromsar utvecklingen. En majoritet av företagen, 55 procent, ser politisk otydlighet och kortsiktighet som stora hinder. Företagen efterlyser ett starkare och mer konsekvent politiskt stöd. Det är avgörande att politiken skapar långsiktiga spelregler och incitament som gör det fortsatt lönsamt för företagen att satsa på hållbarhet. När politiken tvärtom sänker ambitionsnivån ger det omedelbart negativa effekter i orderböckerna.

Även företagen själva har utmaningar. Nästan alla företag i rapporten, **96 procent, säger att hållbarhet är en del av deras vision och strategi. Men bara 67 procent har integrerat hållbarhet i sin budgetprocess och endast 31 procent inkluderar hållbarhet i bonusar och andra ekonomiska incitament.** Hållbarhetsarbetet måste bli en del av den dagliga verksamheten, inte bara en punkt på agendan i styrelserummet.

Nästan alla företag i rapporten, över 94 procent, anser att tre aktörer har avgörande roller för att driva på omställningen till ett hållbart samhälle: regeringen, EU och näringslivet. Politikens roll är tydlig. Den handlar om att skapa stabila och långsiktiga förutsättningar för näringslivet att satsa på hållbarhet.

Genom att höja hållbarhetsambitionerna i politiken kan Sverige inte bara behålla sin ledande position utan också sätta standarden för hur hållbar utveckling kan kombineras med ekonomisk utveckling.

Vi har redan kommit långt, men med rätt politiska beslut kan svenskt näringsliv nå ännu längre och visa världen att hållbarhet och lönsamhet går hand i hand.



*Philip Thormark, Executive Director*





# Hållbarhet är en konkurrensfråga

Svenska företag är ofta bäst i klassen när det gäller hållbarhet. När andra företag konkurrerar med låga priser är kvalitet och hållbarhetsprestanda ofta det som landar affären för svenska företag.

Och nu växer den globala marknaden för varor och tjänster som bidrar till den gröna omställningen. Allt fler konsumenter vill köpa från företag som är miljömedvetna och socialt ansvarstagande. Samtidigt bidrar ett trovärdigt hållbarhetsarbete till större engagemang och starkare lojalitet från jobbsökare och anställda. Till sammans med skärpta lagkrav på exempelvis hållbarhetsrapportering är det här en utveckling som gynnar mängder av svenska företag.

Två tredjedelar av företagen, **68 procent, anger att konkurrenskraft är en av de främsta drivkrafterna för att de ska satsa på hållbarhet.**

Främsta skäl till att arbeta med hållbarhet?

# 68%

ser konkurrenskraft som en av de viktigaste anledningarna till att de arbetar med hållbarhet.<sup>1</sup>

**VI MÅSTE VARA ETT HÅLLBART FÖRETAG** om vi ska ha en plats på marknaden. Dels för att vi måste vara aktuella och relevanta för våra kunder, men också för att det är så tydligt att vi är en del av problemet, samtidigt som vi också kan vara en del av lösningen.

Europeiskt företag i livsmedelssektorn

## <sup>1</sup> Frågeställning

Vilka är de främsta drivkrafterna till att arbeta med hållbarhet för ert företag? Även om ni ej arbetar aktivt med hållbarhet idag, försök tänka vilka möjliga skäl det skulle kunna finnas.

**66 procent tror att efterfrågan på hållbara produkter och tjänster kommer att driva på hållbarhetsarbetet de kommande fem åren.**

Dessutom letar allt fler investerare efter företag med en stark hållbarhetsprofil, vilket kan leda till ökad tillgång till kapital och bättre finansieringsvillkor. De företagen uppfattas också ofta som mindre riskfyllda, vilket ytterligare kan sänka kapitalkostnaderna.

Ett aktivt och ambitiöst hållbarhetsarbete är alltså en viktig konkurrensfördel för svenska företag. Men det är inte bara marknadsskäl som gör att svenska företag satsar på hållbarhet. Ännu fler, 72 procent, anger företagets värderingar som en viktig drivkraft för att satsa på hållbarhet. Att värderingar och affärsnytta går hand i hand skapar goda förutsättningar för ett engagerat och seriöst hållbarhetsarbete!

Vad kommer driva hållbarhetsarbetet i framtiden?

# 66%

tror att deras hållbarhetsarbete de kommande fem åren kommer drivas framåt av kunders och konsumenters efterfrågan.<sup>2</sup>

**STORA INSTITUTIONER ÄR KÄNSLIGA** för det här med hållbarhet och många förstår nu att om du inte jobbar med till exempel Science Based Targets så finns det en risk att många fonder väljer bort dig. Många fonders mål är att 100 procent av deras bolag ska använda Science Based Targets.

Globalt företag i finanssektorn

## <sup>2</sup> Frågeställning

Vad tror du kommer driva företagets hållbarhetsarbete framåt de kommande fem åren?





**SVERIGE HAR SKJUTIT UPP IMPLEMENTERINGEN** av lagstiftningen och det är lite konstigt med tanke på att Sverige har varit så ledande i de här frågorna. De stora bolagen har ju redan börjat för länge sen så jag förstår inte riktigt vad man väntar på.

Europeiskt företag i tillverkningsindustrin

# Efterlysning: Höjda politiska ambitioner

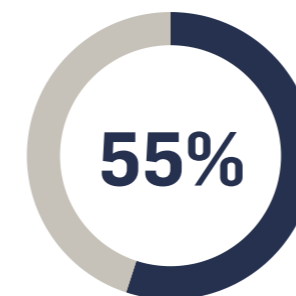
**Många svenska företag är ambitiösa och satsar hårt på hållbarhet och den gröna omställningen. Hållbarhetsfrågorna ingår ofta i företagets vision och värderingar, samtidigt som de stärker konkurrenskraften.**

Ett tydligt exempel är EU:s nya direktiv mot grönmålning och vilseledande hållbarhetsinformation, som kommer göra det tydligare och enklare för konsumenter att välja hållbara alternativ. Detta kommer gynna de företag som satsar på att utveckla hållbara produkter.

Det stora engagemanget från företag runtom i världen är resultatet av ett växelspel mellan politik och näringsliv. Den globala vilja som manifesterades i Agenda 2030 och Parisavtalet har omsatts i mängder av politiska beslut. Det har krattat manegen för alla företag som tar ansvar för hur deras verksamhet påverkar samhället ekologiskt, socialt och ekonomiskt. Företagen har i sin tur visat att hållbarhet inte behöver stå i motsättning till lönsamhet.

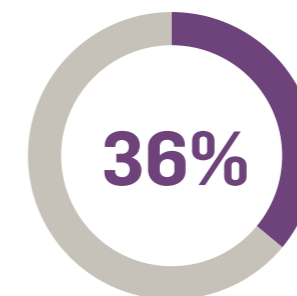
Men de hållbarhetsengagerade svenska företagen efterlyser nu ett starkare stöd från politiken. **55 procent av företagen anser att politisk otydlighet och kortsiktighet är ett hinder för hållbarhetsarbetet.** Det är det i särklass vanligaste svaret på frågan om hinder. Det näst vanligaste svaret, bristande efterfrågan, nämns bara av 36 procent av företagen.

**De största hindren för att accelerera omställningen till hållbart företagande**



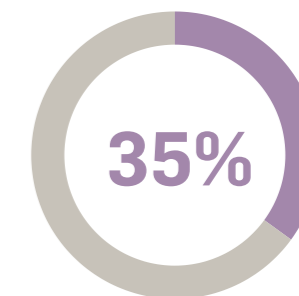
#### Haltande politik

Politiska styrningen är för kortsiktigt och otydlig



#### Svag marknad

Bristande efterfrågan hos kund och konsument



#### Målkonflikt

Kortsiktiga affärs mål som inte är förenliga med långsiktiga hållbarhetsmål

**Kortsiktighet och otydlighet i den politiska styrningen är det i särklass största hindret för företagens omställning till hållbart företagande. Bristande efterfrågan nämns enbart av en tredjedel av företagen.<sup>3</sup>**

#### <sup>3</sup> Frågeställning

Vad ser du som de största hindren för att accelerera omställning till hållbart företagande? Välj alla alternativ som passar in på era hinder och utmaningar.

### Viktigaste aktörerna i hållbarhetsomställningen?

# 94%

nämner regeringen, EU och näringslivet som betydelsefulla i omställningen till ett hållbart samhälle.<sup>4</sup>

Företagen menar också att regeringen, EU och näringslivet tillsammans har avgörande roller för att driva på hållbarhetsarbetet. **Nästan alla företag i undersökningen, över 94 procent, nämner dessa tre aktörer som betydelsefulla i omställningen till ett hållbart samhälle.**

För att ytterligare öka hållbarhetsarbetets lönsamhetspotential behöver politiken förstärka incitamenten och skapa mer långsiktiga spelregler, exempelvis när det gäller energifrågor och den svenska implementeringen av EU:s krav på företagens hållbarhetsrapportering.

Ryckiga beslut och politisk tvekan om omställningstakten märks omedelbart i orderböckerna hos företag vars produkter och tjänster håller en hög hållbarhetsprofil. Stora investeringar förutsätter en ambitiös och långsiktig politik för hållbarhet. Om Sverige i stället går från en ledarposition till att hamna på efterkälken riskerar svenska företag också att hamna efter i den globala konkurrensen.

### DET ÄR VIKTIGT ATT SVERIGE ÄR AKTIVA INOM EU

*så att det blir lagstiftning som är relevant och så att vi inte är för slöa och sen säger nej för att vi inte fick till det på ett bra sätt. Det är också viktigt att man inte vidtar åtgärder som leder åt ett annat håll. Vi behöver lönsamhet, men måste samtidigt kunna pusha för de mest hållbara alternativen och inte bara det mest lönsamma.*

*Europeiskt företag i livsmedelssektorn*

#### <sup>4</sup> Frågeställning

Hur betydelsefulla anser du att följande aktörer är i omställningen till ett hållbart samhälle?



### ÄN SÅ LÄNGE FINNS INTE RIKTIGT NÅGON KONSEKVEN

*av att inte leva upp till kraven. Jag tror tyvärr att det behövs för att man ska anstränga sig det där lilla extra. [...] Det är viktigt att politiken visar att man är ambitiös. Man kan inte sätta upp lagar och förvänta sig att företagen ska vara ambitiösa om man inte själv är det.*

*Globalt företag i tillverkningsindustrin*

### Drivkrafter för företagens hållbarhetsarbete de kommande fem åren

# 51% 65%

anger politiska beslut på regeringsnivå.<sup>5</sup>

anger politiska beslut på EU-nivå.<sup>5</sup>

**Företagen har högre förväntningar på EU-politiken än på den inhemska när det kommer till att driva på näringslivets hållbarhetsarbete.<sup>5</sup>**

#### <sup>5</sup> Frågeställning

Vad tror du kommer driva företagens hållbarhetsarbete framåt de kommande fem åren?



# Dags att gå från strategi till handling

Svenska företag tar hållbarhetsfrågorna på stort allvar. Nästan alla företag i undersökningen, 96 procent, svarar att hållbarhet ingår i företagets vision och strategi. Nästan lika många, 94 procent, svarar att hållbarhetsfrågor ingår i styrdokument och policys.

Men det finns ofta ett gap mellan strategi och operativ verksamhet, vilket märks när vi ställer frågor om hur hållbarhetsarbetet implementerats i företagets övriga styrprocesser. Trots att nästan alla företag i vår undersökning säger att hållbarhetsfrågorna är strategiskt viktiga har bara två av tre, 67 procent, integrerat dem i sin budgetprocess. Och bara hos en knapp tredjedel, 31 procent, ingår hållbarhet som en aspekt av bonusar och andra ekonomiska incitament.

Grafiken visar andelen företag som uppger att hållbarhetsarbetet är helt eller delvis integrerat i olika delar av verksamheten.

**EN STOR KNÄCKFRÅGA ÄR** hur du kopplar incitamentsstrukturen till hållbarhetsarbetet. [...] Man har väldigt höga ambitioner och mål, men i min värld kommer det här hända först när man vågar koppla det till incitamentsstrukturen.

*Nordiskt företag i finanssektorn*

96%

Företagsvision, strategi och målsättningar

94%

Styrdokument och policys

67%

Budgetprocessen

Det råder stor diskrepans mellan hur integrerat hållbarhet är i visioner och strategier och den ekonomiska styrningen.<sup>6</sup>

31%

Ekonomiska incitament (t ex bonusar)

## <sup>6</sup> Frågeställning

Hur pass integrerad är hållbarhet, och arbetet med hållbarhet, i följande delar av företaget?



Hållbarhetsperspektivet behöver bli en angelägenhet för hela företaget och märkas i det dagliga operativa arbetet. Det effektivaste sättet att åstadkomma detta är ofta att se till att den ekonomiska styrningen inkluderar hållbarhetsfrågor. Den naturliga frågan bör vara hur verksamheten kan bidra till att lösa samhällsutmaningarna på ett lönsamt sätt: Hur kan vi tjäna pengar på att lösa världens problem?

Ett konkret exempel på hur hållbarhetsarbetet kan växla upp från strategi till ekonomi är när företag sätter ett internt pris på koldioxid. Vår rapport *Forward Faster med internpris på Koldioxid* fungerar som en guide för detta. På det sättet får alla i företaget en bild av koldioxidkostnaden för just deras verksamhet. Det kan frigöra innovation och nya idéer om hur verksamheten kan bli både mer hållbar och mer lönsam.

Ett annat sätt att jobba med frågan är att använda lagkraven på hållbarhetsrapportering som hävstång för affärsutveckling. Med hjälp av en djupgående väsentlighetsanalys går det att tidigt identifiera risker och vända hållbarhetsutmaningar till affärsmöjligheter.

Företagen behöver också titta bortom de egna väggarna för att få syn på hur de konkret kan göra bästa möjliga insats. Ofta ligger en stor del av utmaningarna hos leverantörer och kunder. Då kan det vara läge att skapa partnerskap med andra aktörer i värdekedjan som sitter på viktiga delar av lösningen.

Om de goda ambitionerna stannar på strategi- och policynivå gör de ingen nytta. Hållbarhetsarbetet behöver nå ut från styrelserummet och in i det konkreta vardagsarbetet.

# 90%

anser att det privata näringslivet spelar en avgörande roll för att nå de globala hållbarhetsmålen...<sup>7</sup>

# 43%

...men endast 43 procent anser att det privata näringslivet gör tillräckligt i dag för att bidra till att nå målen.<sup>7</sup>

#### <sup>7</sup> Frågeställning

I vilken utsträckning instämmer eller tar du avstånd ifrån följande påståenden om de globala hållbarhetsmålen?

## Andra resultat från undersökningen

**FINANS ÄR MYCKET AV HJÄRTAT** och om man då kan koppla hållbarhetsarbete till det blir det plötsligt viktigt.

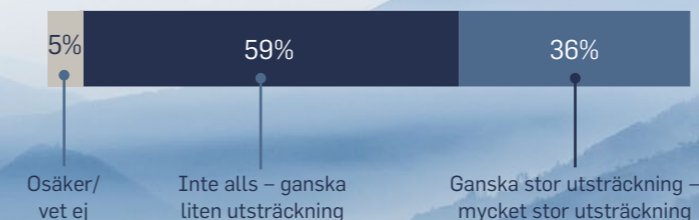
Globalt företag inom tillverkningsindustrin

Vad behövs för att utveckla hållbarhetsarbetet?

# 45%

anser att stöd behövs för att förena hållbar utveckling med ekonomiska målsättningar som lönsamhet till exempel.

I vilken utsträckning arbetar ni med en finansiell strategi kopplad till hållbarhetsmålen?



# 67%

tror att tekniska verktyg som till exempel AI, för att samla in och analysera data, kommer ha en stor påverkan på företagens möjligheter att bidra till att nå de globala hållbarhetsmålen.

**EN STOR UTMANING ÄR DET HÄR MED DATA.**

Man ska börja rapportera på en rad nya områden och där gäller det att hitta och få fram rätt underlag. Det är mycket som ska mätas och som inte har gjorts innan. Det är både en utmaning att få fram det och sen kunna hantera det.

Europeiskt företag inom finanssektorn

# Så gjordes rapporten

Rapporten bygger på en enkätundersökning och åtta intervjuer med hållbarhetsansvariga på svenska företag genomförda av Ipsos.

Enkätundersökningen genomfördes som en webbenkät, där ett slumpmässigt stratifierat urval av cirka 10 000 företag med minst 10 anställda bjöds in att delta. Inbjudan gick till personer med titlar som vd, hållbarhetsansvarig, ekonomiansvarig, miljöansvarig, personalansvarig samt marknadsansvarig. I de fall där flera svar inkommit från samma företag har svar från vd valts ut för att representera företaget i första hand.

Undersökningen genomfördes mellan den 4 april och den 2 maj 2024.

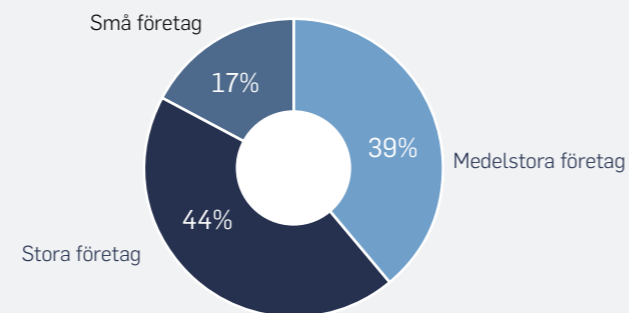
Vi har valt att inte poststratifiera resultaten, då alla företag har olika inverkan på ekonomi och hållbarhetsutveckling beroende på storlek. Resultaten är därför inte representativa för svenskt näringsliv sett till hur näringslivsstrukturen ser ut, med ett stort antal småföretag och

egenföretagare. I stället prioriterades det att få underlag från medelstora och stora företag, som har stor effekt på Sveriges ekonomi och på hållbarhetsutvecklingen.

## Om Ipsos

Ipsos är ett av världens största undersökningsföretag, med verksamhet i 90 länder. I Sverige har Ipsos cirka 100 anställda och kontor i Stockholm, Härnösand och Lund. Ipsos är ett insiktsföretag som hjälper sina kunder att förstå sin marknad, konsumentbeteenden och opinion genom att göra anseendemätningar, varumärkesundersökningar samt innovations- och marknadsundersökningar.

## Företag i undersökningen efter storlek



## Svarande i enkätundersökningen

Antal svar (individnivå): 872 st

Antal svar (unika företag): 828 st

## Ipsos kommentarer

Dagens många kriser är påfrestande för konsumenter och riskerar äventyra vilken prioritet hållbarhet ges.

Vår senaste forskning visar att de flesta människor runt om i världen är oroade över klimatkrisen och känner att vi snabbt behöver ändra våra vanor<sup>1</sup>. De letar efter mer miljövänliga produkter och kan även ha hållbarhet som ett grundläggande krav vid val av varumärke. Men trots rekordhöga temperaturer och klimatkatastrofer har oron för klimatet minskat de senaste tre åren.

Sedan 2021 har vi sett en polykris, med problem som ökande inflation, geopolitiska konflikter, populism, desinformation och social fragmentering. Detta har gjort att klimatfrågan fått lägre prioritet bland politiska ledare. En förändring som dock ifrågasätts – de flesta anser att deras land borde göra mer för att motverka klimatförändringarna<sup>2</sup>.

På konsumentnivå är det i nuläget mer angeläget att hantera slutet på månaden än den långsiktiga framtiden. Detta leder till att allt fler väljer billigare märken över hållbara alternativ. Idag är ekonomiska incitament de starkaste drivkrafterna för att få människor att agera mer klimatsmart<sup>3</sup>.

Våra undersökningar visar också att de flesta förväntar sig att hållbarhet ska levereras som en "co-benefit" snarare än den huvudsakliga förtjänsten med produkten eller tjänsten<sup>4</sup>. Många vill inte offra komfort, tid eller pengar för miljövänliga alternativ. Detta betyder att

företag måste hitta olika strategier för att möta specifika gruppers prioriteringar och hinder till att konsumera hållbart. Dessutom missbedömer många människor vilka små vardagshandlingar som mest minskar koldioxidutsläppen, vilket tyder på att företag och politiken behöver informera och hjälpa konsumenter mer.

Tillsammans pekar detta på att det är avgörande att politiken inte förlitar sig på konsumenternas beteenden eller marknadens mekanismer för att hantera klimatkrisen. För att uppnå positiva effekter krävs i stället konkreta politiska åtgärder. En viktig åtgärd är att utbilda om effektiva klimathandlingar, men politiken måste också säkerställa att företags och privatpersoners ekonomi inte hindrar hållbara val. Detta är särskilt viktigt i en tid då världens medborgare förväntar sig att deras regeringar agerar mot klimatförändringarna för att inte svika dem.

**80 procent** globalt upplever att **vi är på väg mot en klimatkatastrof** om vi inte ändrar våra vanor snabbt.

**56 procent** av svenska invånare anser att **deras land borde göra mer** för att motverka klimatförändringarna.

**44 procent** av svenska konsumenter uppger att **ekonomiska incitament och skattelättnader för mer klimatvänliga köp** skulle uppmuntra dem att vidta mer klimatåtgärder.

**60 procent** av svenskar uppger att om Sveriges regering inte agerar nu för att motverka klimatförändringarna **så har de svikit sina invånare** (+7 procentenheter vs. 2023).



# Vadå "Compact"?

Du kanske undrar vad ordet "compact" betyder? Det handlar inte om svenskans kompakt, även om "compact" också kan betyda just kompakt. Nej, i det här sammanhanget betyder ordet i stället avtal eller pakt. UN Global Compact kan alltså översättas som FN:s globala pakt för hållbarhet. Pakten är också världens största hållbarhetsnätverk inom det privata näringslivet.

UN Global Compact initierades år 2000 av FN:s dåvarande generalsekreterare Kofi Annan. Det var efter World Economic Forum i Davos 1999 som FN tillsammans med det privata näringslivet, arbetsmarknaden och civilsamhället konstaterade att det behövdes ett ökat samarbete för att skapa bättre förutsättningar för hållbarhet på den globala marknaden.

Parterna i den nya pakten kom överens om en uppsättning principer för företag om att respektera skyddet av internationella mänskliga rättigheter, upprätthålla föreningsfrihet och rätten till kollektiva förhandlingar, stödja en försiktighetsprincip för miljön och främja ett större miljöansvar och sist men inte minst motverka korruption i alla dess former, inklusive utpressning och mutor.

I dag har nätverket över 22 000 anslutna företag i 169 länder.

## De globala hållbarhetsmålen

Hållbarhet handlar om att vi behöver leva på ett sätt som tillgodoser våra behov idag, samtidigt som vi säkerställer att kommande generationer får samma möjlighet.

Man brukar prata om att det finns tre dimensioner av en hållbar utveckling: ekonomisk, social och ekologisk hållbarhet.

FN:s globala hållbarhetsmål och Agenda 2030 togs fram av ledare för hela världen år 2015. Målen ska hjälpa oss till en socialt, ekonomiskt och ekologiskt hållbar utveckling. Det är den mest ambitiösa agendan för hållbar utveckling som världens länder någonsin antagit. Syftet är att uppnå fyra saker till år 2030:

- Att avskaffa extrem fattigdom.
- Att minska ojämlikheter och orättvisor i världen.
- Att främja fred och rättvisa.
- Att lösa klimatkrisen.





# De Tio Principerna

UN Global Compacts Tio Principer utgör grunden i det globala initiativet och i UN Global Compact Network Sweden. Principerna omfattar fyra områden: mänskliga rättigheter, arbetsrätt, miljö och antikorrupktion. Genom att tillämpa de Tio Principerna i verksamheten skapar ditt företag förutsättningar för genomförandet av de Globala Målen och Agenda 2030.



MÄNSKLIGA RÄTTIGHETER



ARBETSRÄTT



MILJÖ



ANTIKORRUPTION

## 01

Stödja och respektera internationella mänskliga rättigheter inom sfären för företagens inflytande.

## 02

Försäkra att deras egna företag inte är inblandade i kränkningar av mänskliga rättigheter.

## 03

Upprätthålla föreningsfrihet och erkänna rätten till kollektiva förhandlingar.

## 04

Eliminera alla former av tvångsarbete.

## 05

Avskaffa barnarbete.

## 06

Avskaffa diskriminering vad gäller rekrytering och arbetsuppgifter.

## 07

Stödja försiktighetsprincipen vad gäller miljörisiker.

## 08

Ta initiativ för att stärka ett större miljömedvetande.

## 09

Uppmuntra utvecklandet av miljövänlig teknik.

## 10

Motarbota alla former av korrupktion, inklusive utpressning och mutor.





**Global Compact**  
Network Sweden

UN Global Compact Network Sweden är Sveriges största hållbarhetsnätverk för företag, med uppgiften att stötta svenska företag att accelerera sitt hållbarhetsarbete.

Vi är den naturliga mötesplatsen för utbyte och stöd kring strategiskt hållbarhetsarbete. Genom kopplingen till FN och samarbeten med andra globala aktörer utgör vi en brygga mellan Sverige och världen. Vi tillhandahåller utbildningar, praktiska verktyg och ett unikt nätverk som bidrar till att våra medlemmars hållbarhetsarbete blir heltäckande, trovärdigt och relevant.

#### **UN Global Compact Network Sweden**

Kronhusgatan 2G  
411 13 Göteborg, Sverige  
Telefon: 070-378 19 70  
[www.globalcompact.se](http://www.globalcompact.se)  
[info@globalcompact.se](mailto:info@globalcompact.se)



Appendix med alla resultat  
från undersökningen