

Fra branchestrategi til konkret anvendelse i virksomhedens markedsføring

Temadag, Vejle 4. juni 2014

Carsten Bøg, GA

 **GRAFISK
ARBEJDSGIVERFORENING**

”CSR” status i den danske grafiske branche

- Bred anvendelse af ledelsessystemer
- Mere end 80 % dækning af Svanemærket og 100 FSC-licenser
- Omfattende kortlægning- og udviklingsprojektarbejder (CSR/Leonardo)
- Evidensbaseret LCA-viden om tryksager
- International Grafisk klimastandard
- ClimateCalc – klimaregnskab og beregning af tryksager
- Grafiske overenskomster i ”Verdensklasse”

Grafisk CSR

	Grafisk leverandør	Udbredelse	Fremtid
FSC /PEFC	✓	Globalt	✓
Svanen	✓	Nordisk	(-)
Blomst Papir	✓	EU	✓
Blomsten tryksager	✓	EU	✓
ClimateCalc/Intergraf certificering	✓	EU/Globalt	✓
ISO 14064-1 (klimaregnskab)	✓	Globalt	✓
ISO 16759 (klimaberegning tryksag)	✓	Globalt	✓
ISO 14001 (miljøledelse)	✓	Globalt	✓
ISO 9001 (kvalitetsledelse)	✓	Int.	✓
EMAS (miljøledelse med miljøreddegørelse)	✓	EU	✓
ISO 18001 (arbejds miljøledelse)	✓	Globalt	✓
ISO 12647 (trykstandard)	✓	Globalt	✓
ISO 26000 (CSR)	✓	Globalt	✓
CSR rapportering i henhold til årsregnskabsloven	✓	Nationalt	-
CSR rapportering (EU)	✓	EU	✓
DS 49001 (ISO 26000?)	✓	Nationalt	(-)
Det Grafiske CSR kodeks	✓	Nationalt/EU	✓

Hvorfor CSR?

- Printmarkedet er globaliseret
- Grafiske serviceydelser er udfordret gennem de
 - De sociale netværk (APP sagen)
 - Lovgivning, årsregnskabsloven og nyt "Klage og mæglingsnævn", OECD's retningslinjer for multinationale virksomheder
 - Aktionærer, finansiering osv.
- CSR er (allerede) et udvælgelsesparametre blandt kundesegmenter – kommunalt udbud
- Fremhæver "skjulte" kvaliteter
- Udfordrer i særlig grad Brands profit margin

Hvorfor et grafisk CSR-kodeks?

Branchen

- Evidens mellem væsentlige indsatsområder og faktisk viden (eller fælles viden)
- Omdrejningspunkt for samarbejde (kritisk panel)
- Reference for global handel med tryksager
- Kvalificere risikoprofil ved køb af grafiske ydelser

Virksomhed

- Offentlige udbud
- B2B salg – ”Brand”
 - Minimere betydning af pris
 - Gøre et nationalt vigende marked større
 - Dokumentation for ”bæredygtig produktion” (leverandørkæde)
 - Effektivisere produktion
 - Risikostyring

Det grafiske CSR-kodeks

- Bygger på FN's standard
- De 4 hovedområder sammenfattet i en grafisk kontekst
 - Særligt miljø, arbejdstagerrettigheder og arbejdsmiljø er konkret anvendelige ved sammenligninger i markedet
- Analyseskemaer til afdækning af overensstemmelse mellem faktiske forhold og kodeks
- Tiltrædelseserklæring der endvidere kan markedsføres via link til GA.dk
- 3. parts verificering og produktmærkeordning (planlagt)

Processen i praksis

- CSR-niveau
 - GAP-analyse, egen virksomhed og underleverandører
 - Prioriter og igangsæt handlingsplaner og aftaler
- Tiltræd det grafiske CSR-kodeks
- Systematiser og realiser
 - Procedurer – strategi, kommunikation, salg, samarbejder og løbende udvikling osv.
 - Instruktioner – leverandørvurderinger, arbejdsmiljø, miljømærker, indkøb osv.
 - Registreringer – væsentlige påvirkninger, love, træning og uddannelse osv.

Processen i praksis

- Interessentanalyser
 - Væsentlighed
 - Opfølgning
 - Bearbejdning
- Kundeanalyse
 - Målgruppeanalyse
 - Kvalificeret segmentering
 - Styrket ressourceallokering

CSR begrebet bidrager I særlig grad til...

- Interessentoverblik
- kvalificeret risikostyring af leverandører
- Fornyet fokuseret og kompetent salg- og marketingarbejde
- Fornyet gejst i salg af de stærke, men skjulte, værdier omkring dansk grafisk produktion

Interessentanalyser

- Styrker og fokuserer relevante samarbejder
- Prioritering af ressourcer
- Styrket image og visa versa

Elementer i leverandørværktøj

- Brevskabelon til leverandører på dansk, engelsk og tysk
- Spørgeskema (GA-standard)
- Leverandørbedømmelse
- Leverandørdatabase
- Leverandøraftaler (løbende forbedringer osv.)

Elementer i leverandørbedømmelse

- Ja og nej spørgsmål i relation til CSR i almindelighed
- Krav
 - National lovgivning
 - Råvarer og produkter (lovgivning/konventioner)
 - Papir, karton og pap (sporbarhed)
 - Øvrige forhold (datablade, produktegnethed osv.)
- Kategorisering instruktion
 - Grøn, Gul A, Gul og Rød

Salg- og marketing ved hjælp af kodeks

- Grafisk CSR kodeks gør ”sælger” til rådgiver og skaber
 - Sammenhæng mellem dine kunders markedsføring og handling
 - Øger risikoprofil ved fravær af sammenhæng
 - Mindsker kundens risici for kompromittering i eget marked
 - Giver bedre priser? Næppe, men skaber øget troværdighed og øger dermed muligheden for længevarige kundesamarbejder
 - Potentielt rimelig konkurrencelighed