

10

insikter om handelns
hållbarhetsresa
– och hur den påverkar dig

Second hand äntrar finrummet – från slit och släng till slit och sälj

SH

Minns du när second hand kändes som något man *tvingades* köpa? De dagarna är förbi. Idag är det trendigt, hållbart och smart att handla begagnat. Faktum är att tre av fyra konsumenter har handlat second hand det senaste året, och 33 procent av konsumenterna kollar second hand innan de köper nytt. Svensk Handels prognoser säger att marknaden växer mycket snabbare än nyförsäljningen.

Handeln satsar på cirkulära affärsmodeller – från välgörenhet till kommersiell affär

SH

2

REUSE
REPAIR
UPCYCLE

Förr var second hand mest kopplat till välgörenhet, men nu har allt fler företag sett affärspotentialen. Idag erbjuder **nästan 6 av 10 företag** reparationer, uthyrning eller second hand-försäljning. Hållbarhet och lönsamhet går hand i hand!

Tillgängligekonomins framfart – från köp till hyra

SH



Behöver du verkligen äga allt? Idag väljer fler att hyra kläder, elektronik och möbler istället för att köpa nytt. Det är smart, flexibelt och sparar resurser.

Breddade hållbarhetsprioriteringar – från miljö till social hållbarhet

SH

4

För tio år sedan låg allt fokus på klimatfrågor, men nu pratar vi även om **social hållbarhet**. Schyssta arbetsvillkor, mångfald och möjlighet att hålla ihop livspusslet är frågor som står högt på agendan.

Från hållbarhetsplan till affärsplan – hållbarhet som affärsstrategi

SH

5



Att vara hållbar har gått från att vara en godhjärtad tanke till att bli en konkret affärsstrategi. Företag som satsar på hållbarhet vinner både kunder och lönsamhet.

Hållbarhetschefens betydelse – från stödfunktion till strategisk ledning i bolagen

SH



För tio år sedan var hållbarhet en sidoverksamhet – nu är det kärnstrategi. **62 procent** av företagen har idag en hållbarhetsansvarig, jämfört med bara 21 procent 2015. Att ta ansvar är inte längre en "extra bonus", det är en självklar del av affären. Hållbarhetschefen sitter allt oftare i ledningsgruppen.

Från en smal grupp till ett brett engagemang bland konsumenter – och hållbarhetsfrågan berör alla åldersgrupper

SH

För 10 år sedan var intresset bland konsumenterna begränsat till vissa åldersgrupper och specifika hållbarhetsfaktorer. Idag engagerar frågan alla, samtidigt som förväntningarna på att handelsföretagen har koll på hela värdekedjan har ökat.

Innovation förenklar hållbar konsumtion – digitalisering möjliggör transparens genom hela värdekedjan

SH



Vill du veta var din tröja är tillverkad? Eller hur stor klimatpåverkan din senaste shoppingrunda hade? Tack vare digital teknik och spårbarhet kan företag och konsumenter göra mer informerade och hållbara val.

Från kött till växtbaserat – produktinnovationer för en hållbar livsmedelsbransch

SH



För tio år sedan var vegetariska alternativ svåra att hitta. Nu finns de överallt! Fler svenskar väljer växtbaserade alternativ av både hälsoskäl och hållbarhetsskäl, och butikerna är med och driver utvecklingen.

En hållbar värdekedja – hela vägen från tillverkning till förpackning och logistik

SH

10

Att bara göra hållbara produkter räcker inte – hela kedjan måste bli mer hållbar. Därför ser vi fler företag som satsar på klimatsmarta transporter, återvinningsbara förpackningar och energieffektiv produktion.

