

UTVÄRDERINGS-DOKUMENT FÖR INKÖP OCH UPPHANDLING -EFTER INKÖPS- OCH UPPHANDLINGSPOLICYN

Det här är ett frågedokument som ska hjälpa er i lokalavdelningar och distrikt att göra miljövänliga, hållbara och etiska inköp till era arrangemang och aktiviteter. Frågorna grundar sig på Svenska Kyrkans Ungas upphandlingspolicy. Besvara frågorna samtidigt som ni planerar era inköp.

Tänk på att både inköp till ett stort arrangemang med massor av deltagare och inköp till en barn- och ungdomsgruppens fika, påverkar världen vi lever i. Genom att planera schyssta inköp kan vi förbättra världen en liten bit i taget.

Efter att ni har gjort inköp eller haft ett arrangemang kan ni använda er av kontrolltestet som också finns i det här dokumentet. Hur schysst var arrangemanget? Kan ännu klokare inköp göras nästa gång?

Lycka till!

MILJÖPOLICY

- Är inköpet nödvändigt?
- Går varan som ni tänker köpa att återvinna?
- Hur stora är miljöeffekterna på produktionen av varan? (Till exempel vilket material är varan gjord av?)
- Vilket transportmedel har använts för att frakta varan till Sverige?
Kan en liknande vara istället köpas av en lokalhandlare/närproducent, så att transportutsläppen minskar?
- Är varan ekologisk eller har den en annan erkänd miljömärkning (t ex KRAV, Bra miljöval eller MSC)?
- Har varan erkänt stor negativ miljöpåverkan (såsom icke MSC-godkänd fisk)?
Om så är fallet, kan ni undvika varan eller ersätta den med en annan vara som har mindre negativ miljöpåverkan?
- Är de elektronikvaror ni tänker köpa energi snåla?

ETISK POLICY

- Är varan Fairtrade-certifierad?
- Är den Fairtrade-certifierad utan att konkurrera ut närproducerade KRAV-märkta varor?
- Om varan inte är Fairtrade, varför?
Om Fairtrade-certifierad vara inte finns, fråga efter det i butiken.
- Handlar ni efter Rättvis Handel-kriterier, i så stor utsträckning som möjligt, hos lokala, så väl som globala producenter och upphandlare?

Här hittar du Rättvis Handel-kriterierna:
http://www.rattvishandel.net/fairtrade/vad_ar_rattvist_handlat.aspx

- Har företaget och dess underleverantörer...
 - ... tecknat kollektivavtal?
 - ... tillämpat de anställningsvillkor som gäller för arbetet och arbetsorten?
 - ... en miljöpolicy och en strategi för hur den skall användas?
 - ... en aktiv handlingsplan mot diskriminering?

SVENSKA KYRKANS UNGAS ARRANGEMANGSTEST

VARFÖR? Att välja produkter och tjänster som tillverkats på ett etiskt, socialt och miljömässigt hållbart sätt är ett enkelt sätt att göra skillnad. Att tänka till extra i samband med arrangemang är ett bra sätt att föregå med gott exempel och visa att det inte behöver vara så svårt att göra schyssta val.

HUR? Använd testet som en hjälp att utvärdera hur hållbart ert arrangemang är utifrån etiska och miljömässiga faktorer. Kryssa för rutorna utifrån hur väl påståendet stämmer (1: stämmer inte alls och 5: stämmer mycket bra). När ni sätter poäng, ta hänsyn till hur budgeten sett ut. Om ett påstående inte är relevant (t ex om ni inte har köpt in elektronikprodukter), stryk frågan.

Innan vi köpte in nya grejer till arrangemanget kollade vi om vi redan hade saker vi kunde använda.

Vi använde inga engångsmaterial eller onödiga förpackningar.

De varor och produkter vi köpte går att återvinna helt.

På arrangemanget källsorterade vi alla sopor.

Alla elektronikprodukter som köptes var energisnåla.

Så många produkter som möjligt hade en miljömärkning, till exempel KRAV, Bra miljöval eller MSC.

Allt kaffe, te och choklad som serverades var Fairtrade-märkt.

Så många produkter som möjligt var Fairtrade-märkta.

Om det inte fanns Fairtrade-märkta eller miljömärkta varor där inköpen gjordes efterfrågade vi det för att visa att vi vill kunna köpa sådana varor i den affären i framtiden

För att undvika onödiga transporter valde vi närproducerade och närodjade produkter.

Vi köpte inga produkter som vi vet har stor negativ miljöpåverkan, såsom produkter som innehåller palmolja, nötkött från Brasilien eller rödlistad fisk.

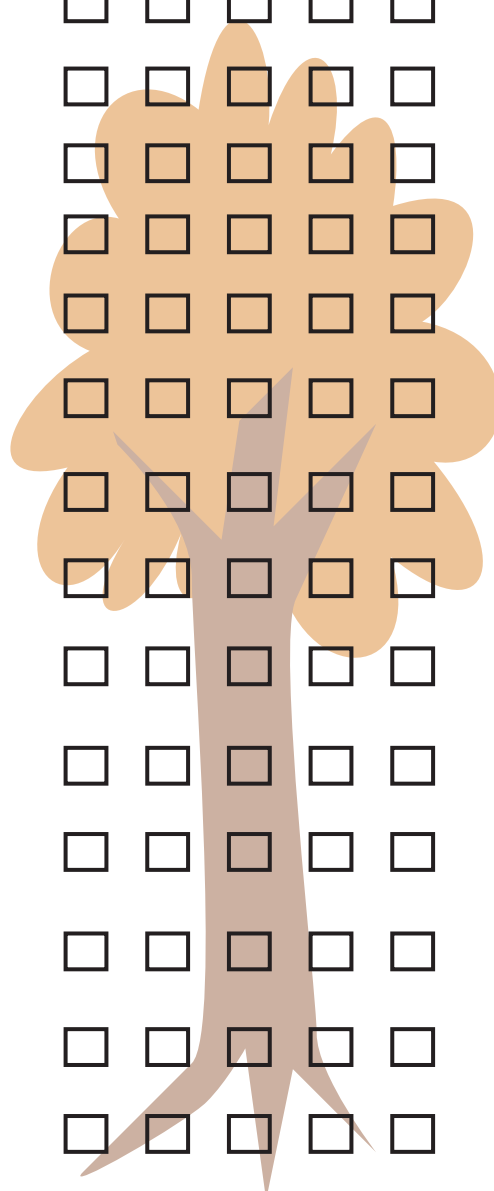
Under arrangemanget serverades en vegetarisk måltid per dag, för att minska matens klimatpåverkan.

Vid resor till och från arrangemanget valdes det mest miljövänliga alternativet.

Vi undersökte om företagen som vi handlade av har en miljöpolicy och en strategi för hur den skall användas.

Vi undersökte om företagen vi handlade av och dess underleverantörer har kollektivavtal och schyssta anställningsvillkor för sina anställda.

| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|
| <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |



BETYG. Räkna ihop era poäng och kolla ert betyg. Sänk varje betygsnivå med 5p för varje påstående som inte var relevant.

0–15 poäng – Aj, aj, katastrof! Läs igenom Svenska Kyrkans Ungas inköps- och upphandlingspolicy till nästa gång för tips på hur ni kan välja mer hållbart.

16–30 poäng – Okej, ni har kommit en liten bit på den medvetna vägen, men det finns mycket mer att göra.

31–45 poäng – Inte illa, ni har handlat på medelnivå. Det går att göra mer!

46–60 poäng – Bra jobbat! Ni har tänkt långt, men det finns rum för förbättring. Tänk till nästa gång: vad kan ni göra bättre?

61–75 poäng – Toppen! Ni har verkligen tänkt på både miljön och våra medmänniskor när ni gjorde era inköp. Ni är förebilder!

