
Förord från Essity

Det är dags att omvandla insikter till åtgärder

Som ett ledande globalt hygien- och hälsoföretag har Essity unika kunskaper och insikter för att driva en global dialog om det starka sambandet mellan hygien, hälsa och välbefinnande. Under 2017 utbildade vi fler än 2,5 miljoner människor om hygien och hälsa. Vi lärde bland annat barn vikten av handhygien, kommunicerade med unga kvinnor om puberteten och utbildade vårdgivare och vårdpersonal om inkontinens. Genom att samarbeta med partners och utnyttja våra olika perspektiv, kompetenser och resurser, kan vi sprida kunskap, utveckla standarder och påverka reglering kring hälsa och hygien, och därmed förbättra välbefinnandet för miljontals människor världen över.

Varje dag är det miljontals människor över hela världen som inte kan gå till sitt arbete, till skolan eller delta i sociala aktiviteter på grund av oro eller besvär relaterade till hygien och hälsa. Det kan vara ett resultat av att inte få vissa grundläggande behov tillgodosedda, såsom tillgång till rent vatten, rena toaletter eller hygien- och hälsoprodukter. Det är avgörande att övervinna kulturella stigma inom områden som menstruation och inkontinens för att nå personlig och samhälls utveckling. FN:s mål för hållbar utveckling (SDG) tillhandahåller ett utmärkt ramverk för att säkerställa allmän utveckling och individuellt välbefinnande.

För att kunna påverka och uppnå de bästa resultaten har vi valt att särskilt arbeta med de mål som ligger närmast vår expertis och verksamhet. I den här rapporten kommer vi särskilt att fokusera på tre av dessa mål: 3, 5 och 6. Som företag bidrar vi på olika sätt. Vi strävar efter att erbjuda kunder och konsumenter ansvarsfulla och resurseffektiva lösningar, produkter och kunskap. Med våra partners, såsom Water Supply and Sanitation Collaborative Council (WSSCC) och United Nations Foundation, delar vi kunskap och ökar medvetenheten om vad som krävs för att uppnå målen för hållbar utveckling. Vi tror att om vi levererar i enlighet med målen för hållbar utveckling, så kan vi skapa affärsmöjligheter som gör världen till en bättre plats för alla.

Tillsammans har vi en unik förståelse för vad som krävs när det gäller hygien och hälsa för att skapa ett samhälle där alla har liknande möjligheter att få sina grundläggande behov och rättigheter uppfyllda. Nu måste vi fortsätta att omvandla dessa insikter till åtgärder. För att få en ännu större inverkan bjuder vi in alla intressenter till att delta i dialogen för att driva på utvecklingen och öka de globala hygien- och hälsostandarderna.

Den här rapporten fokuserar på hälsa och hygien genom hela livet och vad vi kan göra för att bidra till en förbättring.



Magnus Groth
Vd och koncernchef
Essity

Förord från WSSCC

Att sätta människan i centrum

Hållbarhetsmålen (Sustainable Development Goals, SDGs) är två år gamla och vi ser redan otroliga framsteg mot agendan för 2030. Länder runt om i världen utvecklar nationella planer för att möta hållbarhetsmålen och delar framgångar och lärdomar med andra, vilket tyder på en kollektiv anda för att förändra världen. Partnerskap bildas mellan myndigheter, internationella organ, den privata sektorn, den akademiska världen och det civila samhället... det verkar som om det finns ett kollektivt meddelande: Vi kan inte åstadkomma detta på egen hand. Aktivister, studenter, opinionsbildare och medborgare arbetar tillsammans med att leda kampanjer och göra sina röster hörda för att tala om frågor som är viktiga för dem – hälsa, utbildning, jämställdhet, klimatförändring och fred, bara för att nämna några. Kollektiva åtgärder pågår överallt.

Mitt i utvecklingen finns det fortfarande arbete att göra. Hållbarhetsmål 6 (om rent vatten och sanitet) är ett av dessa områden. 4,5 miljarder människor i världen saknar fortfarande en säkert hanterad sanitet, och dålig hygienpraxis har förödande effekter på individens hälsa och välbefinnande, på undernäring och barndödlighet och bidrar till växande samhällsproblemen runt sjukdomsutbrott.

Kvinnor, flickor och människor i utsatta situationer (SDG-mål 6.2) är av särskilt intresse. Tänk på den unga tjejen som menstruerar för första gången vid 12 års ålder. Hon har ingen tidigare information om sin mens eftersom, i motsats till allmän tro, det i många länder är färre än hälften av tjejerna som har blivit upplysta om menstruation av sina mödrar före mensdebuten. De könsspecifika samhälleliga normerna i hennes gemenskap antyder att hon är oren och inte kan delta i vissa sociala aktiviteter, att hon inte ska äta eller röra vissa livsmedel, att hon inte kan laga mat eller hjälpa till i köket eller att hon inte bör bada under en vecka på grund

av den felaktiga tron att, om man tvättar sig under menssen, ökar risken för infertilitet. Tänk på den äldre kvinnan som arbetar på en lantlig marknad med att sälja sina grönsaker. Hon måste stanna kvar i sitt stånd för att tjäna pengar varje dag, och ändå har marknaden inga faciliteter, inga toaletter. Trots värmen slutar hon ibland att dricka vatten så att hon inte behöver använda toaletten.

Vi kan inte prata om att ändra policyer och praxis utan att hålla människor i åtanke, utan att ha lyssnat på dem, utan att förstå deras behov och utan att förstå rådande föreställningar och vanor. Agendan 2030 uppmanar oss alla att tänka annorlunda, att agera på olika sätt och att samarbeta på olika sätt. WSSCC och Essity bildade ett partnerskap 2014 för att göra just detta. Att sätta hygien och hälsa i centrum för samtalet innebär mer fokus på glömda och tabubelagda ämnen och det öppnar upp för möjligheter till förändring som inte bara innefattar individer, utan även samhället som helhet. Hygien är bara början.



Rolf Luyendijk
Executive Director
WSSCC

Om rapporten och samarbetet

Den här rapporten är den senaste utgåvan i en serie av rapporter som Essity har publicerat sedan 2008 med syftet att öka medvetenheten om den avgörande roll som hygien, sanitet och hälsa har för välbefinnande, individer och samhällen samt att ta fram lösningar på några av de problem vi står inför inom dessa områden.

Sedan 2014 har Essity och WSSCC samarbetat för att främja en global dialog kring hygien- och hälsofrågor samt möjligheter för organisationer, branscher och länder. Under 2016 utvecklade vi samarbetet ytterligare genom att gemensamt publicera rapporten *Hygiene Matters: Joining Forces for Progress*.

Med den här upplagan av rapporten fortsätter vi vårt arbete. Vi erbjuder nya insikter genom att kombinera forskningsresultat, statistik, framgångsrika fall och vittnesmål från människor vars röster sällan hörs. Vi lyfter också fram

lösningar och åtgärder som vi tycker är avgörande för att förbättra hygien- och hälsostandarder runt om i världen och genom livets olika skeden. Vår ambition är att inspirera och bjuda in fler aktörer till dialogen, partnerskap och att finna hållbara lösningar under framåtskridandet.

I de globala målens era är det väsentligt att arbeta tillsammans och vi förs samman av vår tro på att vi kan utnyttja varandras styrkor. Tillsammans och individuellt kommer vi att utnyttja rapportens insikter och lösningar för att använda i kampanjer för att höja allmänhetens medvetenhet, för politisk påverkan och i vårt arbete i samhället.

**Du kan läsa mer om vårt arbete på
www.essity.com och www.wsscc.org**

**Insikter som
samlats
in från**

**20
länder**

- Australien
- Belgien
- Brasilien
- Frankrike
- Indien
- Italien
- Kina
- Kenya
- Mexiko
- Nederländerna
- Pakistan
- Ryssland
- Senegal
- Spanien
- Sydafrika
- Sverige
- Schweiz
- Storbritannien
- Tyskland
- USA



Om undersökningen

En av källorna till den här rapport är en global undersökning utförd av Essity mellan den 20 november och 4 december, 2017 via webbpaneler i 15 länder, där totalt 15 530 svar samlades in. Nationella kvoter har använts för att få en korrekt representation av ålder och kön för allmänheten i åldrarna 16–85 år. De länder som ingick i undersökningen var Australien, Brasilien, Kina, Frankrike, Tyskland, Indien, Italien,

Mexiko, Nederländerna, Ryssland, Spanien, Sydafrika, Sverige, Storbritannien och USA. Undersökningen genomfördes och analyserades av konsultföretaget United Minds, och uppgifterna samlades in via digitala frågeformulär med hjälp av undersökningsleverantören Cint.