

Bærekraft - fra ord til handling

Team Bærekraft, Electronic Coast
13.01.2023

Irene Siljan, Innovasjon Norge



Innovasjon Norges rolle

- Løfte frem og støtte **bærekraftige** prosjekter i næringslivet
- Prioritere de mest bærekraftige prosjektene som bidrar til økt norsk **verdiskapning**
- Legge til rette for at norsk næringsliv skal lykkes med å være **konkurransedyktig**





Bedrift

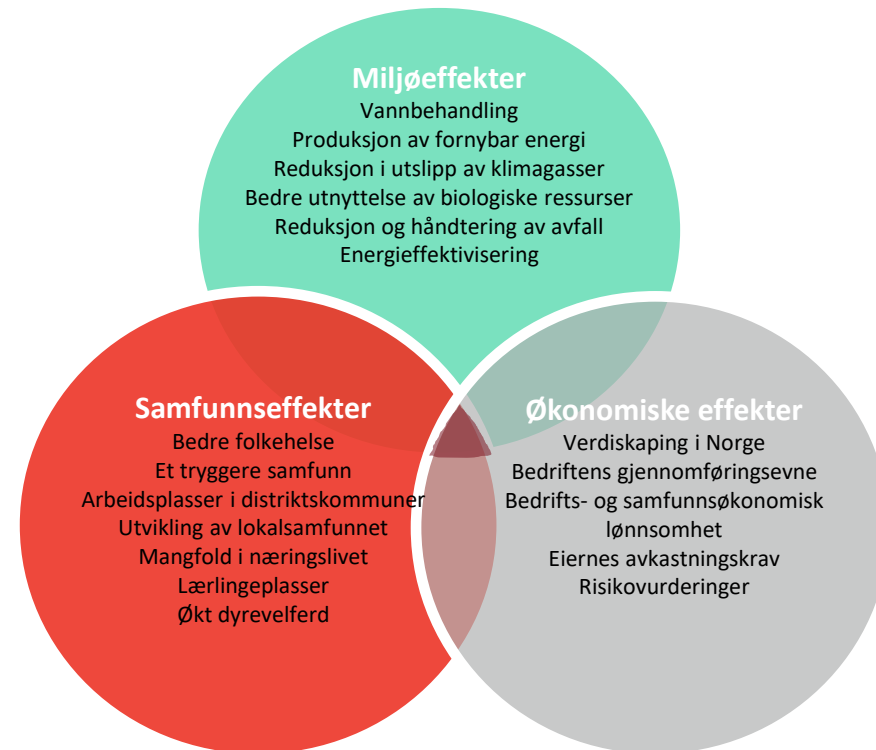
Ansvarlig næringsliv

- **Unngå å skade**
 - Korrupsjon
 - Krenkelse av menneskerettigheter
 - Dårlige arbeidsforhold
 - Skadevirkninger for forbrukere, lokalsamfunn og miljø
- **Ansvarlig tilnærming**
 - Aktsomhetsvurderinger
 - Interessentanalyser
 - Beste praksis for sin sektor



Prosjekt

Bærekraft



Bærekraft gir konkurransekraft!



99%

...bærekraft vil være en kritisk suksessfaktor!

Toppledere UN Global Compact Accenture



Bærekraft påvirker egen
forretningsmodell

Er modellen tilpasset trender og regulatoriske endringer i samfunnet?

- Teknologiske trender
- Regulatoriske trender
- Sosiale og kulturelle trender
- Sosioøkonomiske trender

Hvilke bransjekrefter påvirker modellen?

- Konkurrenter
- Nye deltagere (opprørere)
- Alternative produkter
- Aksjonærer
- Leverandører/ aktører i verdikjeden

Hvordan takler modellen endringer i kundebehov?

- Markedsspørsmål
- Markedssegment
- Behov og krav
- Byttekostnader
- Attraktiv inntekt

Hvordan takler modellen makroøkonomiske endringer?

- Globale markedsforhold
- Kapitalmarkedet
- Råvarer og andre ressurser
- Økonomisk infrastruktur



Åpenhetsloven

- Vurdering av bærekraftsrisiko – aktsomhetsvurdering (OECD/UNGP)
- Innfri ett av to:
 - Salgsinntekt: over 70 mill NOK
 - Balansesum: over 35 mill NOK
 - Gj.snittlig ant. Årsverk I regnskapsåret: over 50
- Iverksatt fra 1. juli 2022
- Alle som er omfattet av regnskapsloven § 1-2.
- Veiledning og tilskyn: Forbrukertilsynet bistår ingen forskrifter knyttet til dette



Aktsomhetsvurderingene skal dekke egen virksomhet, leverandørkjeden og forretningspartnere.

1. Forankre ansvarlighet i retningslinjer og styringssystemer
2. Kartlegge og vurdere negativ påvirkning/skade ut fra egen virksomhet, leverandørkjede og forretningsforbindelser
3. Stanse, forebygge eller redusere negativ påvirkning/skade
4. Overvåke gjennomføring og resultater
5. Kommunisere med direkte interessenter og rettighetshavere om hvordan påvirkningen er håndtert
6. Sørge for eller samarbeide om gjenoppretting der det er påkrevd

1 UTRYDDE
FATTIGDOM



2 UTRYDDE
SULT



3 GOD
HELSE



4 GOD
UTDANNING



5 LIKESTILLING
MELLOM KJØNNENE



6 RENT VANN OG GODE
SANITÆRFORHOLD



7 RENENERGI
FOR ALLE



8 ANSTENDIG ARBEID
OG ØKONOMISK
VEKST



9 INNOVASJON OG
INFRASTRUKTUR



10 MINDRE
ULIKHET



11 BÆREKRAFTIGE
BYER OG SAMFUNN



12 ANSVARLIG
FORBRUK OG
PRODUKSJON



13 STOPPE
KLIMAENDRINGENE



14 LIV UNDER
VANN



15 LIV PÅ
LAND



16 FRED OG
RETTFERDIGHET



17 SAMARBEID
FOR Å NÅ MÅLENE



FNs BÆREKRAFTSMÅL

An aerial night photograph of a modern building complex nestled within a dense forest. The building features a central circular structure with a colorful, illuminated spiral design. Four long, dark wings extend from the center, each with a grid of small, illuminated windows. The surrounding forest is dark, with some trees highlighted by warm, yellow lights. The overall scene is a blend of modern architecture and nature.

vestre

**Vestre bygger verdens mest
miljøvennlige møbelfabrikk i Norge**

[Les mer](#) ↓

Slik jobber vi mot FNs bærekraftsmål



God utdanning

Kunnskap trumfer alt

[Les mer →](#)



Innovasjon og infrastruktur

Det er mulig å drive en lønnsom industribedrift med produksjon i Skandinavia. Det er mulig å bygge virksomheten på langsiktighet og bærekraft

[Les mer →](#)



Ansvarlig forbruk og produksjon

Vestre Vision Zero



Ren energi for alle

Vi gir ren energi tilbake

[Les mer →](#)



Mindre ulikhet

Mindre ulikhet skaper mer tillit

[Les mer →](#)



Stoppe klimaendringene

For ni år siden ble vi den første klimanøytrale utemøbelprodusenten i verden, og vi har satt oss et mål om null utslipp av klimagasser



Anstendig arbeid og økonomisk vekst

Alle kan bidra

[Les mer →](#)



Bærekraftige byer og samfunn

Grønne byer er smarte byer

[Les mer →](#)



Liv på land

Vestre benytter miljøsertifisert treverk, hovedsakelig skandinavisk tømmer fra det som sannsynligvis er verdens mest bærekraftige skogbruk

Innovasjon og infrastruktur

Det er mulig å drive en lønnsom industribedrift med produksjon i Skandinavia. Det er mulig å bygge virksomheten på langsiktighet og bærekraft.

Bærekraftsmål:



Materialer og produksjon	↓
Høykvalitets nordisk stål og aluminium	↓
Bærekraftig treverk	↓
Varmforsinking gir rustfrie produkter	↓
Pulverlakk utviklet for nordsjøen	↓
Montering og kvalitetskontroll	↓
Miljøvennlig transport	↓
Slik jobber vi mot FNs bærekraftsmål	↓



Bærekraftsmål

etter FNs bærekraftsmål og bidrar hver eneste dag til fremgang innenfor av de 17 bærekraftsmålene.

besielt tre områder der NG har størst påvirkning:

- Bærekraftige byer og samfunn
- Ansvarlig forbruk og produksjon
- Stoppe klimaendringene

FNs bærekraftsmål er verdens felles arbeidsplan for å utrydde fattigdom, bekjempe ulikhet og stoppe klimaendringene innen 2030.

FNs bærekraftsmål består av 17 mål og 169 delmål. Målene skal fungere som en felles global retning for land, næringsliv og sivilsamfunn.

Målene ble laget på en demokratisk måte gjennom innspill fra land over hele verden og neste ti millioner mennesker fikk sagt sin mening gjennom en spørreundersøkelse. [Kilde: FN.no]

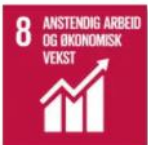
Les mer om de ulike målene som NG har fokus på i sakene under, samt se hvilke deler av Bærekraftsrapporten som leverer på de ulike målene.



Bærekraft

Nærhet

Ernæring



Virksomhet bidrar også til å stoppe klimaendringene, en oppover avfallspyramiden, økning i materialgjenvinning og til lavere klimaaavtrykk i uttak og produksjon basert på



MENY

Søk

Om oss: Samfunnsansvar

Vårt arbeid med FNs bærekraftsmål



FNs 17 Bærekraftsmål ble vedtatt i 2015, og er en universell plan for å utvikle verden og stoppe klimaendringene innen 2030

Vi har valgt ut bærekraftsmål nummer 5 og 8 som spesielt viktige med tanke på våre utvikling fordi vi for disse kan gjøre en forskjell og ha stor påvirkning i hele konsernet. I samfunnsansvarstrategi.

I tillegg har vi svært viktige bidrag til bærekraftsmål 7, 9, 10, 12, 13, 14 og 16. Disse nøyaktigheten hvor vi er i posisjon til å gjøre en positiv forskjell gjennom vår virksomhet.

Hvordan jobber vi med FNs bærekraftsmål?



Produkter Kampanjer Tips og inspirasjon Alt om hage

Startsiden > Bærekraft > Ti satsingsområder

Felleskjøpets bærekraftstrategi

Våre ti satsingsområder

1. Den bærekraftige kua	2. Mer norske råvarer	3. Den fossilfrie gården	4. Ta vare på jorda
5. Bondens kunnskap til by og samfunn	6. Sirkulærøkonomi	7. Styrke dyrevelferden i dyrehelsen	8. Styrke biologisk mangfold
9. Redusere utslipp av klimagasser i egen drift	10. Sikre bærekraft i hele leverandørkjeden		

1. Den bærekraftige kua

Kua og de andre drevdyggene spiller en sentral rolle i bærekraftig norsk matproduksjon. Norge er et land med mye gras og beite, og det er bare drevdyggene som kan omdanne gras og beite til kjøtt og melk som vi mennesker kan spise.

Friske og produktive dyr er også klimaeffektive. God dyrehelse og godt for gir god forutnytning og sikrer best tilvekst. I verdenssammenheng slipper norske kyr ut atskillig mindre klimagasser per enhet produsert kjøtt og melk. Kombinasjonskua er et viktig bidrag til dette fordi den produserer både melk og kjøtt.

Drevdyggene og kua står for om lag halvparten av klimagassutslippene fra norsk jordbruk. Felleskjøpets satsing på den bærekraftige kua handler både om å redusere utslippene fra hvert enkelt dyr og samtidig sikre at maten dyra spiser er produsert klimasmart og mest mulig bærekraftig.

Ambisjon

Felleskjøpets ambisjon er at vi innen 2030 skal tilby produkter og løsninger som bidrar til at utslippene fra kua og andre drevdyggene reduseres med mer enn 30 prosent.

Felleskjøpet skal:

- Bidra til godt, effektivt og klimasmart grovfor gjennom rådgivning, produkter og utvikling av nye konsepter, maskiner og utstyr.
- Utvikle og produsere et godt, effektivt og klimasmart kraftfor.
- Utvikle og tilby produkter og utstyr som gir redusert utslipp fra lagring og spredning av husdyrgjødsel.



Hvordan vil taksonomien påvirke norske bedrifter?



For å være grønn må aktiviteten bidra vesentlig til oppfyllelse av minst ett av EUs seks miljømål

EUs seks miljømål

1



Begrensning av klimaendringer

2



Klimatilpasning

3



Bærekraftig bruk og beskyttelse av marine ressurser

4



Omstilling til sirkulærøkonomi mv.

5



Forebygging og kontroll av forurensning

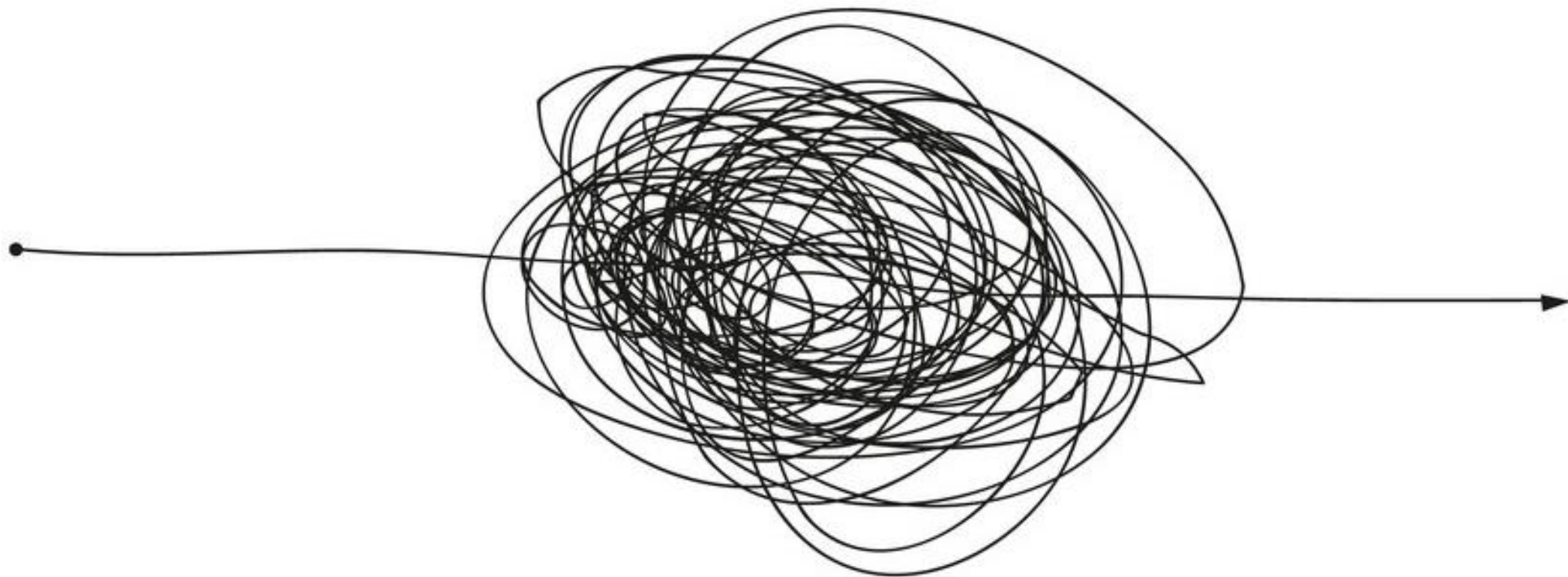
6



Beskyttelse av økosystemer

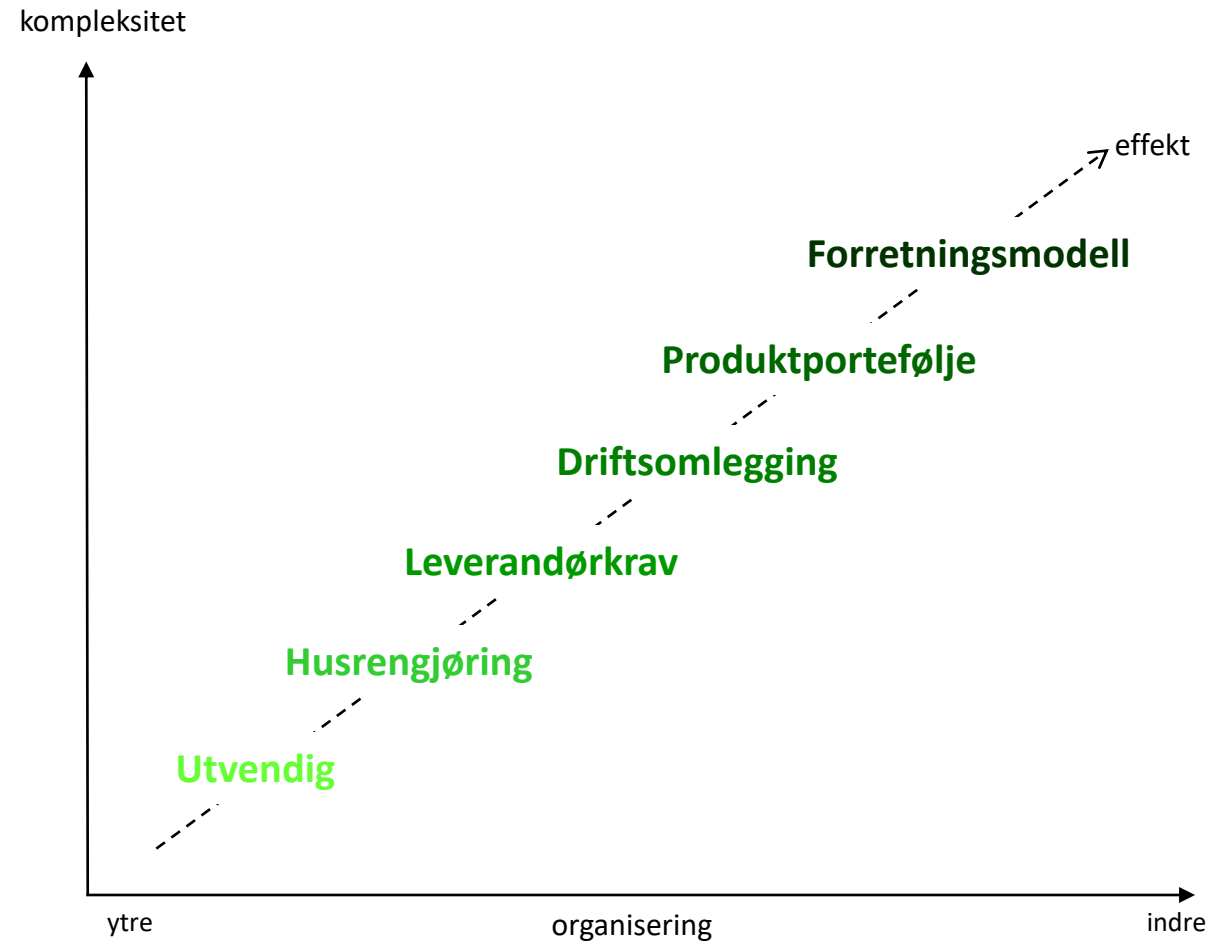
I tillegg må aktiviteten:

- a) Ikke ha vesentlig negativ påvirkning på de andre miljømålene og
- b) Tilfredsstille et minimum av **social safeguards (ILO)**



Hva kan bedriftene gjøre?

Grønn strategi-trappen: En metode for å gripe muligheter.



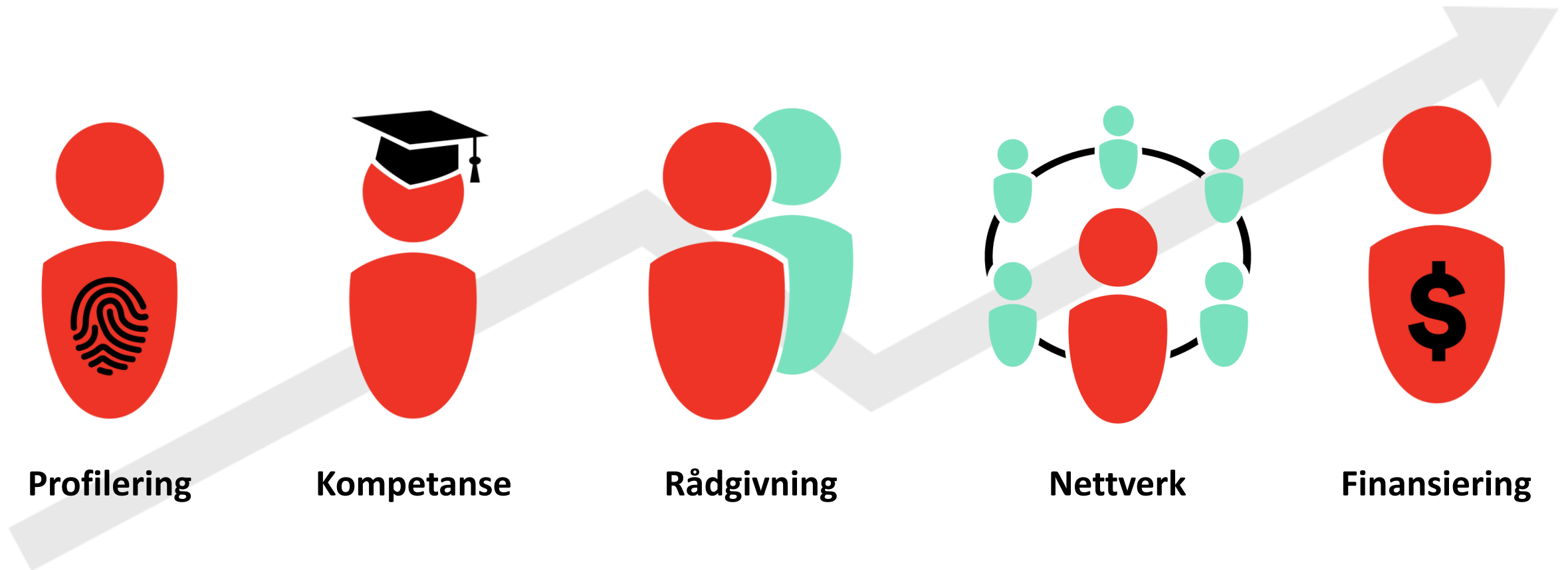
‘utvikling som imøtekommer dagens behov uten å ødelegge fremtidige generasjoners muligheter til å imøtekomme sine behov’.



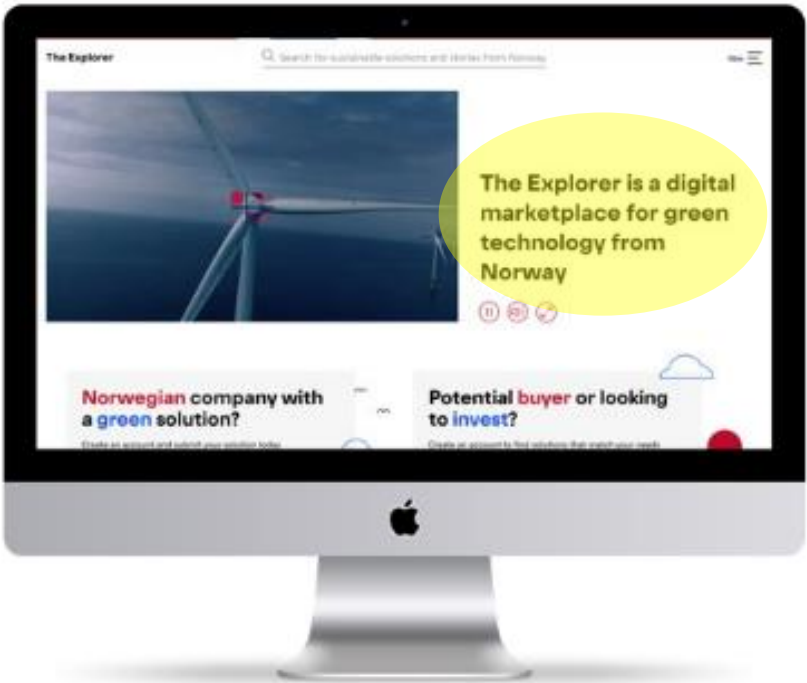


Hva består Innovasjon Norge med?

Hvordan kan Innovasjon Norge hjelpe din bedrift?



Profiling: The Explorer



Making furniture from plastic waste

Nordic Comfort Products AS
Pioneering circular furniture production, Nordic Comfort Products manufactures its products out of plastic waste from the local aquaculture industry.



Transforming food waste into a new, valuable product

Waister AS
Waister's technology transforms food waste into a dried product, used to boost performance of biogas plants.



Giving old roads new life

Crusher Group AS
Crusher transforms damaged road surfaces into recycled raw materials for road construction, immediately and on site. The method could be a revolution for upgrading infrastructure.



The world's most carbon-friendly aluminium production

Norsk Hydro ASA
Hydro's pilot plant in Karmøy has the most climate and energy-efficient aluminium production technology in the world.



Sustainable building material from recycled glass

Foamrox AS
Foamrox makes lightweight and fireproof insulation and construction material. It has lower carbon emissions than traditional building materials.



Bioactive marine peptides from prawn shells improve blood pressure health

Marealis AS
After a decade of research, Norwegian biotech Marealis has developed a sustainable natural health product to prevent and treat elevated blood pressure, derived from previously discarded prawn shells.

Profilering: Green Travel

Planlegg din grønne ferie

Filtrér søket ditt

Søk 

 Green Travel

☐ Miljøsertifiserte tilbydere

TripAdvisor-karakterer fra reisende


Kategorier

Alle

Underkategorier

☐ Hotell
☐ Andre hotell
☐ Guided Tours
☐ Restauranter
☐ Familieaktiviteter

Vis mer 

Områder

☒ Aust-Agder
☐ Setesdal
☐ Grimstad
☐ Arendal
☐ Kristiansand

Vis mer 

Vis: 0-9 A-F G-L M-R S-Å Alle < Viser 25 - 36 av 38 >   



Workation på Strand Hotel Fevik
Southern Norway
 Quickview





Dølen Hotel - Restaurant
Southern Norway
 Quickview





Byselskapet i Grimstad
Southern Norway
 Quickview



Lillesand Gjestehavn og turistinformasjon
Southern Norway
 Quickview





Omvisning på Ibsen-museet
Southern Norway
 Quickview



Vandring i Ibsens Grimstad
Southern Norway
 Quickview



Moysand
Southern Norway
 Quickview





Dølen Hotel
Southern Norway
 Quickview

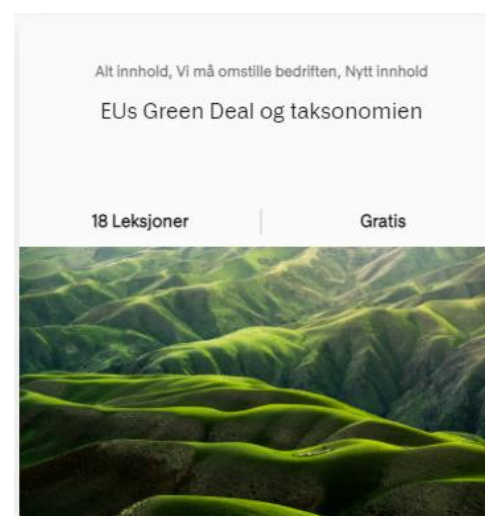
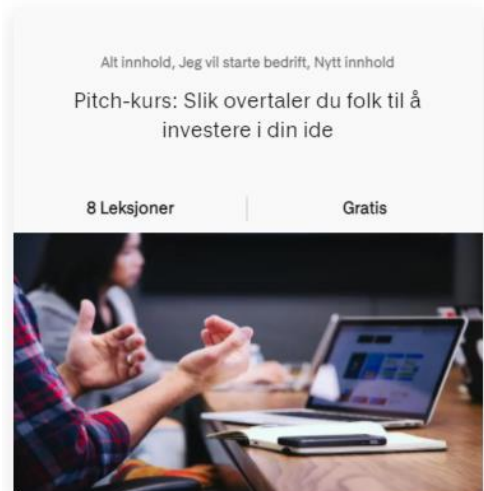
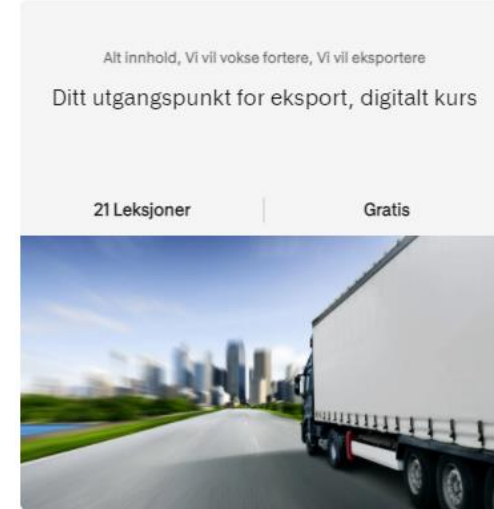
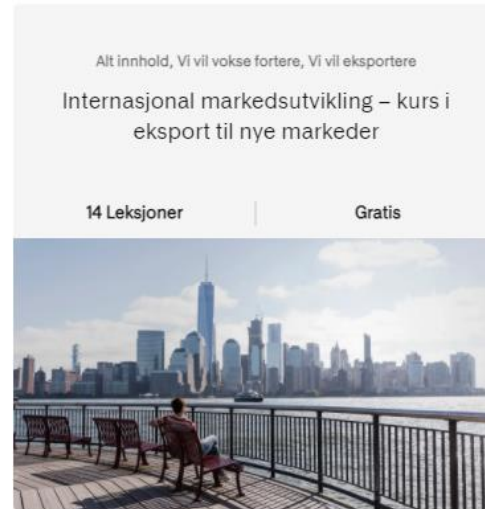
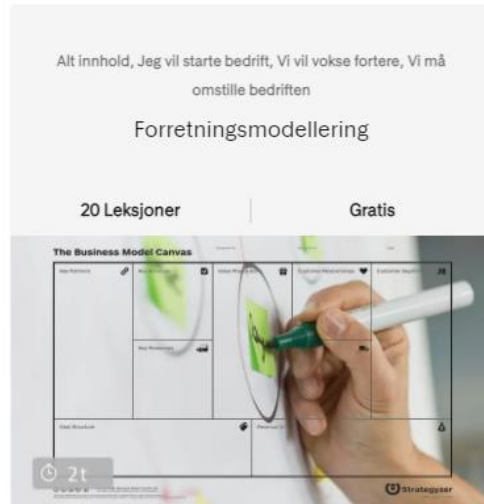


Risør Gjestehavn
Southern Norway
 Quickview



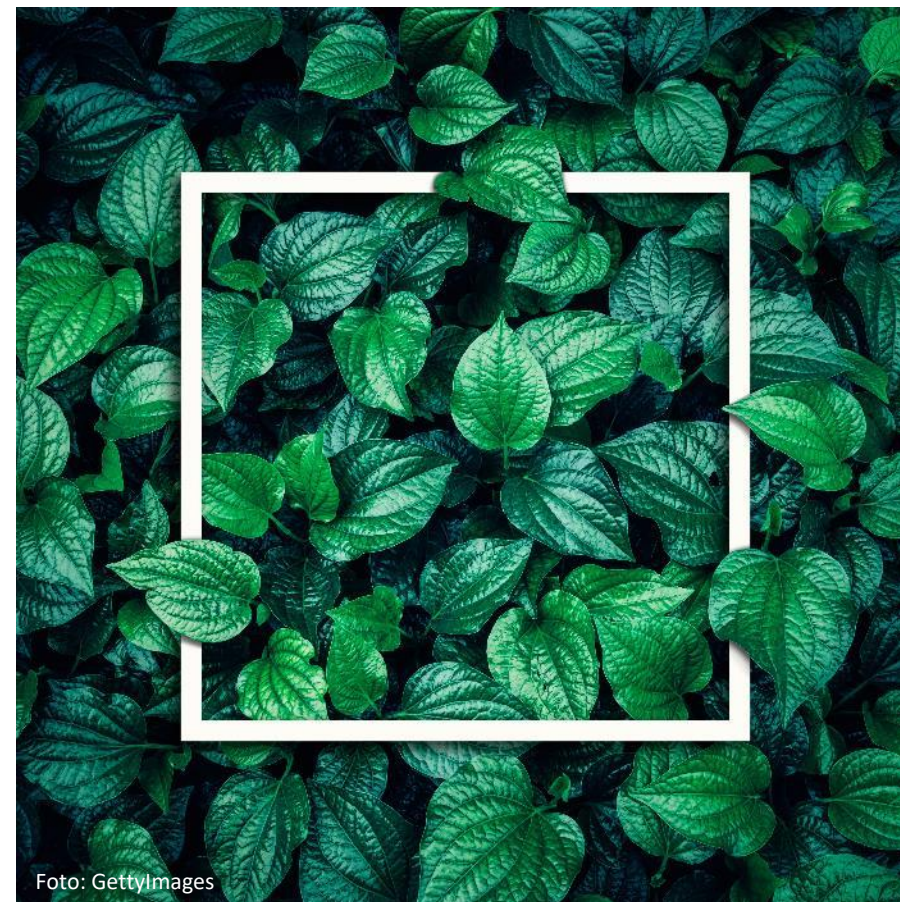
Vandring i Dikterbyen Grimstad
Southern Norway
 Quickview

Digitalt kompetansesenter - Innsikt og kompetanse som kan hjelpe din bedrift til å lykkes med omstilling, vekst og eksport. Kompetansesenteret oppdateres kontinuerlig.



Finansieringsordninger for bærekraftige innovasjonsprosjekter

- Regionale virkemidler
- Miljøteknologi
- Bioøkonomioordningen
- Grønt vekstlån 
- Grønt investeringstilskudd i distrikt 
- Grønn Plattform 
- Pilot E 2022 
 - Økt fleksibilitet i energisystemet
 - Fossilfri høytemperatur varme i industrien



Miljøteknologiordningen gir tilskudd til utvikling, pilot og demonstrasjon av ny miljøteknologi. Det gjelder innovative produkter eller prosesser som løser et miljøproblem.

LES MER OM PROSJEKTER INNEN



Sirkulærøkonomi



Grønn mobilitet



Fornybar energi og energisystemer



Demonstrasjon av fremtidens
havbaserte løsninger



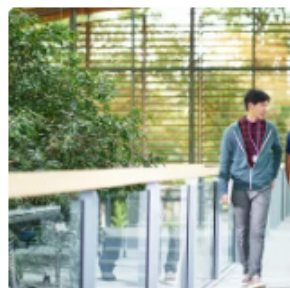
Demonstrasjon av løsninger for
bioøkonomien



Muliggjørende teknologier

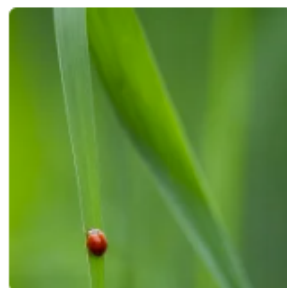
Bærekraft og ansvarlig næringsliv

Vi skal bidra til at norsk næringsliv får styrket sin konkurransekraft internasjonalt. Våre tjenester skal bidra til at å løfte de prosjektene som har størst nytte for samfunnet. Derfor er ansvarlig næringsliv hos bedriften og bærekraft i prosjektet viktig når vi vurderer søknader.



Ansvarlig næringsliv og bærekraftstrisiko

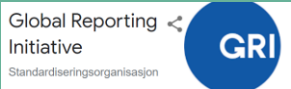
For å motta tjenester fra Innovasjon Norge må bedrifter ha et bevisst forhold til egen bærekraftstrisiko, og oppfylle Innovasjon Norges forventninger til ansvarlig næringsliv. Her kan du lese mer om hvilke krav og forventninger vi har til våre kunder, leverandører og samarbeidspartnere.

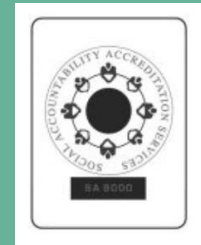


Bærekraft gir konkurransekraft

I møte med Innovasjon Norge vil dere bli utfordret på bærekraft. Målet er å styrke bedriftens konkurransekraft. Langsiktig konkurransekraft, i lys av vår tids store samfunnsutfordringer, forutsetter at bedrifter har en strategisk tilnærming til risiko og muligheter knyttet til bærekraft.

Utallige kompetansetilbud, rapporter, analyseverktøy og sertifiseringsordninger:

- GRI 
- Growth Wheel 
- Future Fit 
- Flourishing Business Canvas 
- Kearney Imp3rove 
- Nordic Circular Playbook 
- Restart – Jørgensen & Pedersen 



Workshop forretningsmodellering

- *Ønsker din bedrift å ha et større fokus på klima, miljø og samfunnsansvar i tillegg til profitt i forretningsmodellen?*
- Gjennomføres på bedrifts- eller prosjektnivå
- Målgruppe: Produksjonsbedrifter, 5 mkr i omsetning, min 3 ansatte. Grønne vekstambisjoner.
- 4 - 5 timer
- Minimum to fra ledelse/operasjonell drift bør stille for å få best utnyttelse av arbeidet.
- Digitalt verktøy: Mural og Teams
- Forretningsmessig verktøy: Flourishing Business Canvas/trippel bunnlinje



Ønsker din bedrift å ha et større fokus på klima, miljø og samfunnsansvar i tillegg til profitt i forretningsmodellen?

Du får:

- Innføring i enkle og nyttige verktøy for å identifisere muligheter og behov i din bedrift eller innovasjonsprosjekt
- Noen å drøfte strategiske bærekraftige veivalg med
- Påfyll av kompetanse

Hvorfor workshop?

Alle bedrifter, uansett størrelse, har en forretningsmodell. I et samfunn i endring med større fokus på klimaendringer og ansvarlighet er det viktig å vite bedriftens muligheter og begrensninger.

Ved å fasilitere et arbeidsmøte med din bedrift med fokus på forretningsmodellen, vil dere få god oversikt over nå-situasjonen/fremtidsmuligheter og utfordringer bedriften står overfor knyttet til trippel bunnlinje (miljø, samfunn og økonomi).

Vi jobber aktivt sammen med deg for å få frem alternativer og utviklingsmuligheter, styrker og

svakheter. Vi ser på trender, tendenser forventede lovverk/reguleringer og dine interessenters behov.

Hvordan vil din forretningsmodell bli påvirket av f.eks. FNs bærekraftsmål og EUs taksonomi?

Vi vil anvende arbeidsverktøyet Flourishing Business Canvas:



Grønn SWOT

The Business Model Canvas

Designed for:

Designed by:

Date:

Version:

Key Partners



Key Activities



Value Propositions



Customer Relationships



Customer Segments



Grønne BMC-filter

Key Resources



Channels



Cost Structure

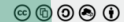


Revenue Streams



Trippel bunnlinje

Lys og Skygge

 This work is licensed under the Creative Commons Attribution-ShareAlike 4.0 International License. To view a copy of this license, visit <http://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/> or send a letter to Creative Commons, 171 Second Street, Suite 300, San Francisco, California, 94105, USA.

DESIGNED BY: Business Model Foundry AG, The makers of Business Model Generation and Strategyzer
PRODUCED BY: www.statstys.com

 strategyzer
strategyzer.com

FN 17 klimamål

Evaluerer forretningsmodeller: GRØNN-SWOT-analyse

- SWOT-analyser får ofte bedre effekt når man fokuserer på noe



The Business Model Canvas

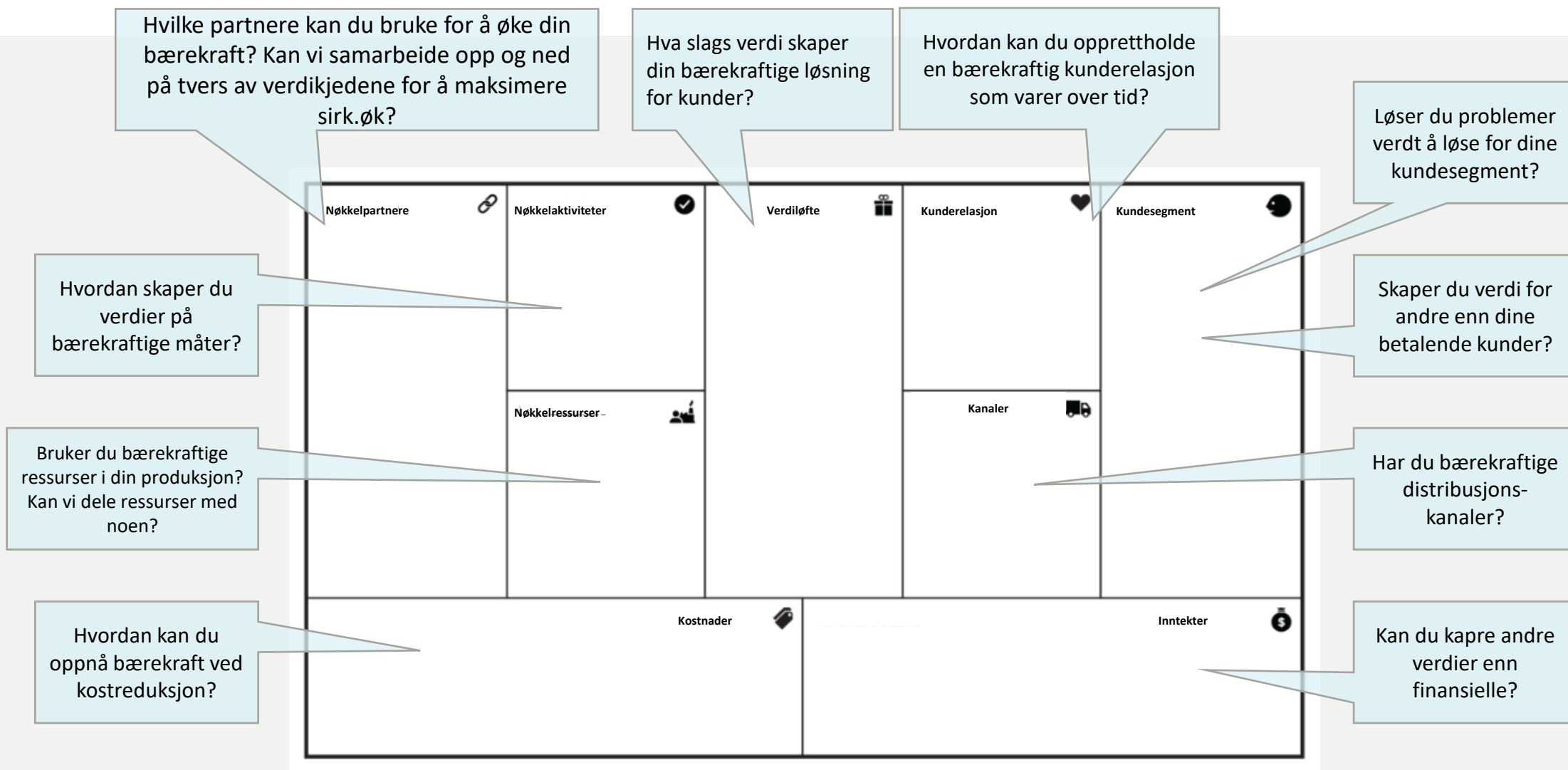
Designed for: _____ Designed by: _____ Date: _____ Version: _____

Key Partners	Key Activities	Value Propositions	Customer Relationships	Customer Segments
	Key Resources		Channels	
Cost Structure		Revenue Streams		

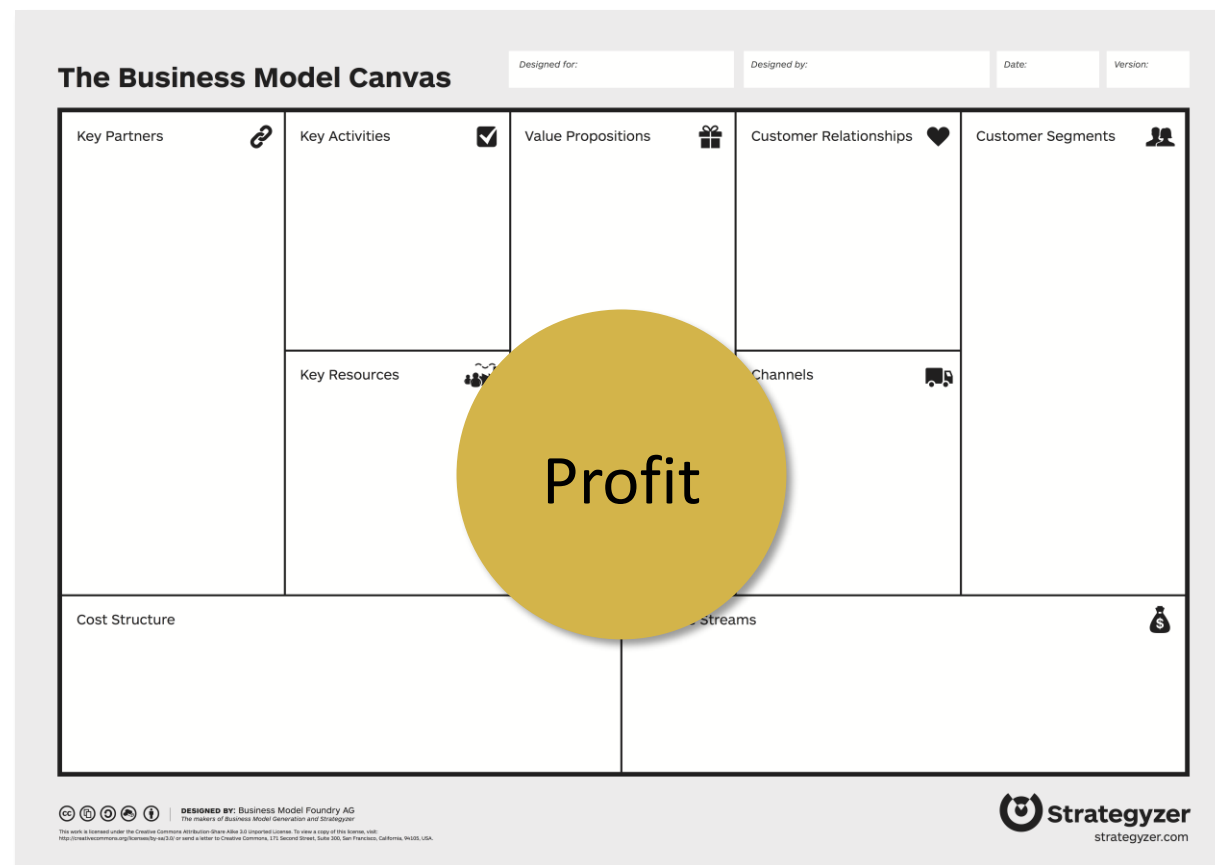
© 2010 Strategyzer Inc. All rights reserved. This document is the property of Strategyzer Inc. and is not to be distributed, copied, or reproduced in any form without the written permission of Strategyzer Inc. The Business Model Canvas is a trademark of Strategyzer Inc. PRODUCED BY: www.strategyzer.com

Strategyzer
strategyzer.com

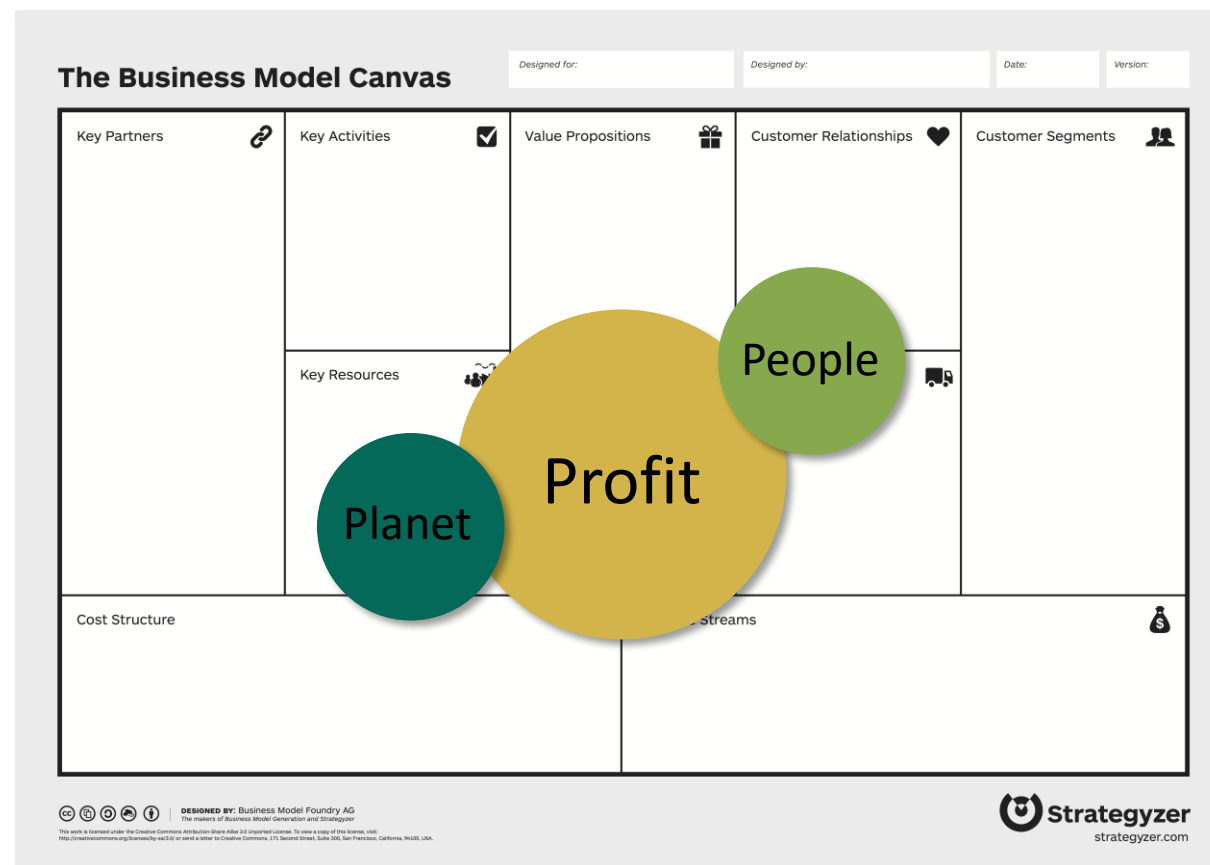
Hvordan kan din forretningsmodell bli enda mer bærekraftig?..noen sentrale spørsmål



Bærekraft integrert i forretningsmodellen – enkel bunnlinje



Bærekraft integrert i forretningsmodellen – perspektivene er i endring



Miljø

Din virksomhet er en del av økonomien, som er skapt av samfunnet vårt. Både økonomien og samfunnet er helt avhengig av miljøet. Denne konteksten er viktig for enhver virksomhet – og tverrer alle risik og alle muligheter - inkludert dine.
Din virksomhet er også en del av en verdikjede eller økosystem av andre virksomheter, organisasjoner, samfunn, enkeltpersoner, dyr, planter og miljø.
Når du operer på spørsmårene i modellen nedenfor, for din bedrift, bør du vurdere hvordan svarene kan gjenspeile viktige sammenhenger med andre aktører i økosystemet.

Samfunn

Økonomi

NATUR-RESSURSER

Hvilke materialer forbrukes, flyttes eller transformeres for at virksomheten skal nå sine mål?

Kan disse ressursene erstattes eller gjenveies, og hvor raskt vil det skje?



ØKOSYSTEM-TJENESTER

Økosystemstjenester er prosesser drevet av sollyst, og som bruker naturressurser for å utføre tjenester mennesker har behov for: rent vann, frisk luft, fruktbar jord, plante- og dyreliv, etc.

Hvilke økosystemtjenester utnyttes, skades, forbedres eller repareres av virksomhetens aktiviteter?



RESSURSER

Hvilke materielle og immaterielle ressurser kreves for å utføre virksomhetens aktiviteter og dermed oppnå dens mål, miljømessig, samfunnsmessig og økonomisk?



AKTIVITETER

Hvilke verdiskapende aktiviteter kreves for å utføre virksomhetens aktiviteter og dermed oppnå dens mål, miljømessig, samfunnsmessig og økonomisk?



PROSESSER

Hvordan, hvor, med hvem og med hvem skaper denne virksomheten sin verdi - for å nå sine mål?

PARTNERSKAP

Hvilke interessenter er denne virksomhetens formelle partnere?

Hvilke nøkkelressurser og -aktiviteter bidrar disse interessentene med til virksomheten?

Hvilke formelle avtaler gjøres med disse interessentene?



STYRING

Hvilke interessenter i virksomheten har informasjon og mulighet til å påvirke mål, verdiskapning og virksomhetens prosesser?

Hvordan styres / hvilke styringssystemer benyttes i virksomheten?



VERDI

Hvilken verdi skapes og hvilke verdier brytes ned av virksomheten og dens interessenter, nå og i fremtiden?

VERDISKAPING

Hvilke positive verdier tilfører virksomheten til sine interessenter?

Hvilke verdier skapes sammen med interessentene, som også tilfredstiller behovene til økosystem aktørene sett fra deres perspektiv (verdensbilde), nå og / eller i fremtiden?



VERDI-ØDELEGGELSE

Hvilke verdier brytes ned av virksomheten og eventuelt delagt for interessentene?

Kan dette medføre at økosystemaktørene blir hindret fra å få tilfredstilt sine behov, sett fra deres perspektiv (verdensbilde), nå og / eller i fremtiden?



MENNESKER

Hvem er menneskene som involveres i virksomheten? Menneskene bedriften dekker behov for, ansetter og påvirker?

RELASJONER

Hvilke relasjoner etableres, dyrkes og vedlikeholdes av virksomheten overfor interessentene, via ulike kanaler?

Hva er hensikten med relasjonene i forbindelse med verdier som skapes og verdier som brytes ned? Hva er relevant for interessentene?



KANALER

Med hvilke kanaler vil virksomheten kommunisere og utvikle forhold til hver interessent (og omvendt)?

Eksempler: Detaljhandel, anskaffelse, IT, Internett, telefon, post, transport.



INTERESSENTER

Hvilke økosystemaktører involveres i virksomheten? Hvilke roller tar de?

Eksempler: Kunder, ansatte, eiere, investorer, leverandører, samfunn/myndigheter, samarbeidspartnere, virksomhetsaktører.



ØKOSYSTEM-AKTØRER

Hvem og hva kan ha interesse av at virksomheten eksisterer?

Eksempler: Mennesker, frivillige organisasjoner, myndigheter, medier, osv.



BEHOV

Hvilke grunnleggende menneskelige og materielle behov dekker denne virksomheten?

Inspirasjon: Maslow's behovspyramide, Max Neel's grunnleggende menneskelige behov



KOSTNADER

Hvordan måler virksomheten miljømessige, sosiale og økonomiske kostnader?



MÅLSETTINGER

Hvilke mål for virksomheten har interessentene blitt enige om?

Hva er virksomhetens sin definisjon av suksess: miljømessig, sosialt og økonomisk?



GEVINSTER

Hvordan velger virksomheten å måle miljømessige, sosiale og økonomiske gevinster?



RESULTATER

Hvilke resultater definerer av interessentene viser at virksomheten har nådd sine mål, dvs. indikerer at interessentene har oppnådd sin definisjon av suksess over tid? Hvordan måler virksomheten gevinster og kostnadene for å vurdere om disse resultatene oppnås eller ikke (i måleenheter tilpasset miljø, sosiale forhold og økonomi)?

Used under licence by Innovation Norway - Claus Gladyszak - 2019-10-23 - claus.gladyszak@innovasjon Norge.no

Workshop i bærekraftig utvikling

Hvordan identifisere bærekraftstiltak som kan styrke framtidig posisjon og lønnsomhet?

For å drive lønnsomt, være konkurransedyktige, og for å fremdeles bli valgt, må alle bedrifter bli grønnere, smartere og mer nyskapende.

Nye krav til små og mellomstore bedrifter vil påvirke alt fra prisingen av selskapet, tilgang på kapital, pris på lån og forsikringspremier. Det vil også bli nye leverandørkrav fra både store virksomheter og offentlig sektor.

Gjennom en praktisk workshop skal vi skape en forståelse for hva som kan gjøres i bedriften, og inspirere til grønn omstilling. Vi vil oppdage nye vinklinger, utfordringer og muligheter.

Målgruppe

- Bedrifter med over 10 mill. i omsetning
- Industri, vareproduserende
- Klare ambisjoner og vilje til å investere tid og ressurser i å jobbe med bærekraftstiltak

Verdi for bedriften

- 3-timers digital eller fysisk workshop.
- Bevisstgjøring og et første steg mot bærekraftig omstilling.
- Analyse fra råvarer til avhending; aktiviteter, ressurser, utnyttelse av sidestrømmer og sirkulære muligheter.
- Minst tre tiltak, med verktøy for å sortere opp mot effekt.

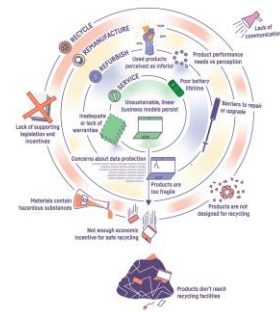
Workshop

Steg for steg



INTRO

Introduksjon og forventninger



ANALYSE-ØVELSE

Øvelse på et velkjent tema som introduserer deltakerne for verktøyet



ARBEIDSVERKTØY

Produksjons-/produktreisen



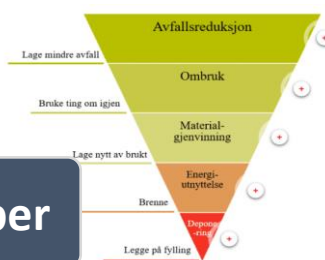
TILTAK

- Kompetanse
- Kapital
- Henvisning til andre

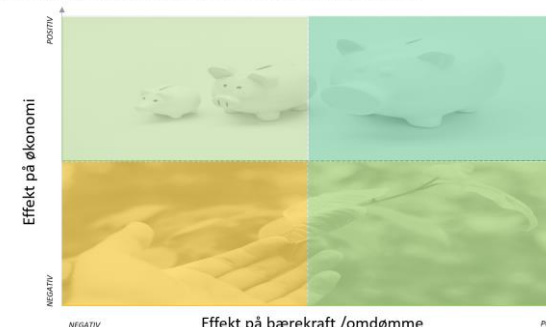
TEORI



7 nøkkelp prinsipper



Effekt av ideer og tiltak på økonomi, bærekraft og omdømme



EFFEKTMATRISE

Ideer/Tiltak legges inn i effektmatrise for å enkelt og raskt kunne vurdere hvor trykket bør legges.

PRODUKSJONS- / PRODUKTREISEN

Verktøy



RÅVARER



PRODUKTUTVIKLING
& DESIGN



PROGRAMMERING &
PRODUKSJON



LOGISTIKK &
DISTRIBUSJON



MARKEDSFØRING
& SALG



BRUK



AVFALLSHÅNDTERING



HANDLINGER
Hva skjer i dette
leddet

Grønn =
Positivt
avtrykk

Oransje =
Negativt
avtrykk



MENNESKELIGE
RESSURSER
som deltar i
prosessen



MILJØPÅVIRKNING &
RESSURSBRUK
i prosessen
(feks råvarer, CO2
utslipp)



IDE/TILTAK



Innovation
Norway

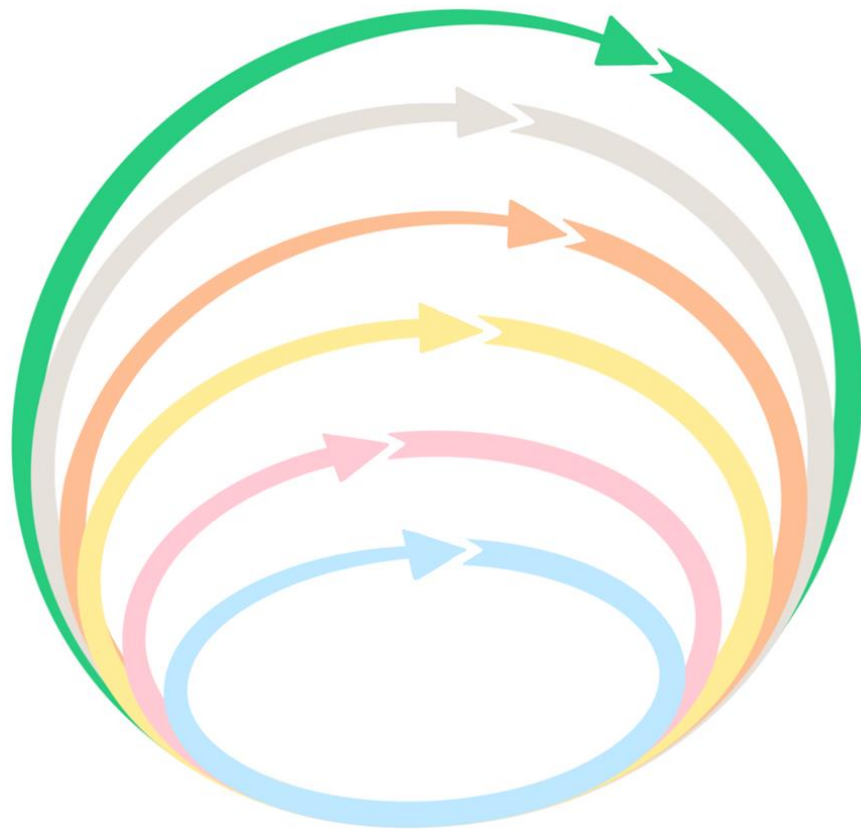
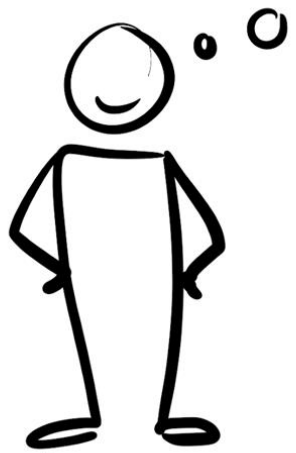
Fra lineær til sirkulær - workshop

Praktisk workshop der vi ser på virksomhetens materialstrømmer, og hvordan små eller store endringer kan øke sirkulariteten og bidra til ny verdiskaping.

Seks steg i en kreativ arbeidsprosess;

1. Ressurskartlegging
2. Lag ressursreise
3. Definere utfordringer/forbedringer
4. Få de raske ideene
5. Ny ressursreise
6. Gevinstkart

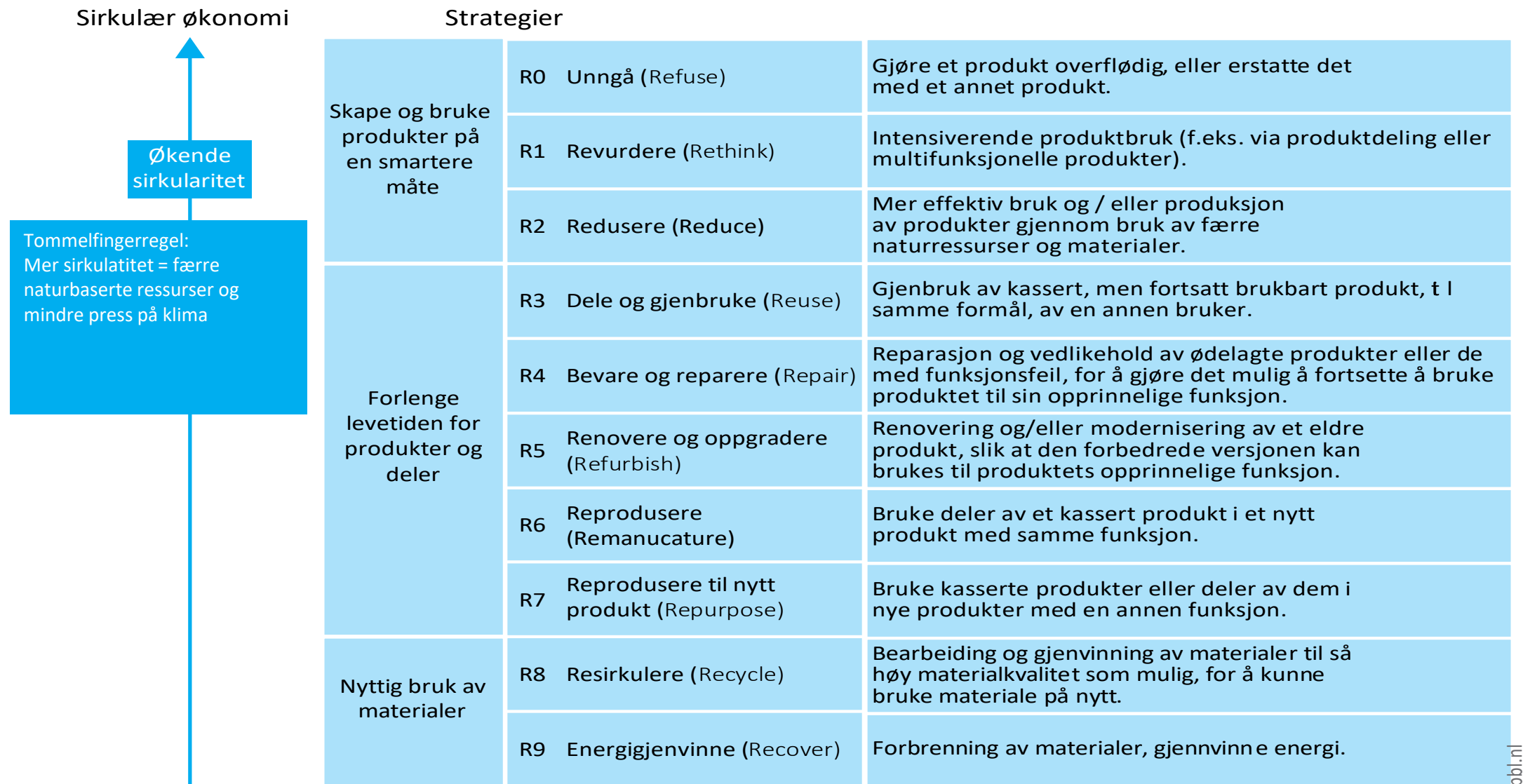




Tenketank 9R

- strategier for sirkularitet

Prioritetsrekkefølge for sirkularitetsstrategier i produktkjeden



Oppgave: 9R

	Produkt/tjeneste	Brukerbehov	Infrastruktur- digital/fysisk	Politikk og reguleringer
R0 Unngå (Refuse)				
R1 Revurdere (Rethink)				
R2 Redusere (Reduce)				
R3 Dele og gjenbruke (Reuse)				
R4 Bevare og reparere (Repair)				
R5 Renovere og oppgradere (Refurbish)				
R6 Reprodusere (Remanucature)				
R7 Reprodusere til nytt produkt (Repurpose)				
R8 Resirkulere (Recycle)				
R9 Energigjenvinne (Recover)				

Hvilke sirkularitetsstrategier kan du bruke for å øke sirkularitet rundt dine produkter og tjenester?



Takk for meg!

Irene.siljan@innovasjon norge.no
tlf 95231706

