

# Bærekraft - fra ord til handling

Team Bærekraft, Electronic Coast  
13.01.2023 og 10.02.2023

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**





# Bærekraft gir konkurransekraft!





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

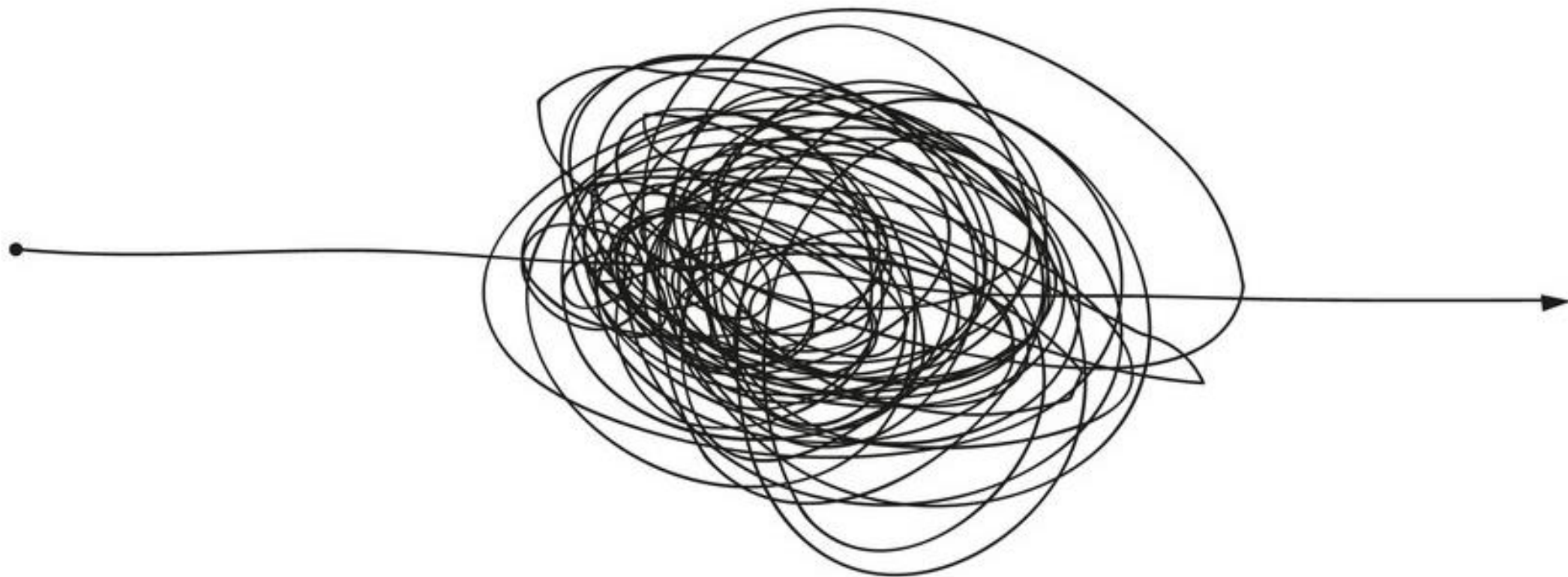
## Hvordan takler modellen endringer i kundebehov?

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

## Hvordan takler modellen makroøkonomiske endringer?

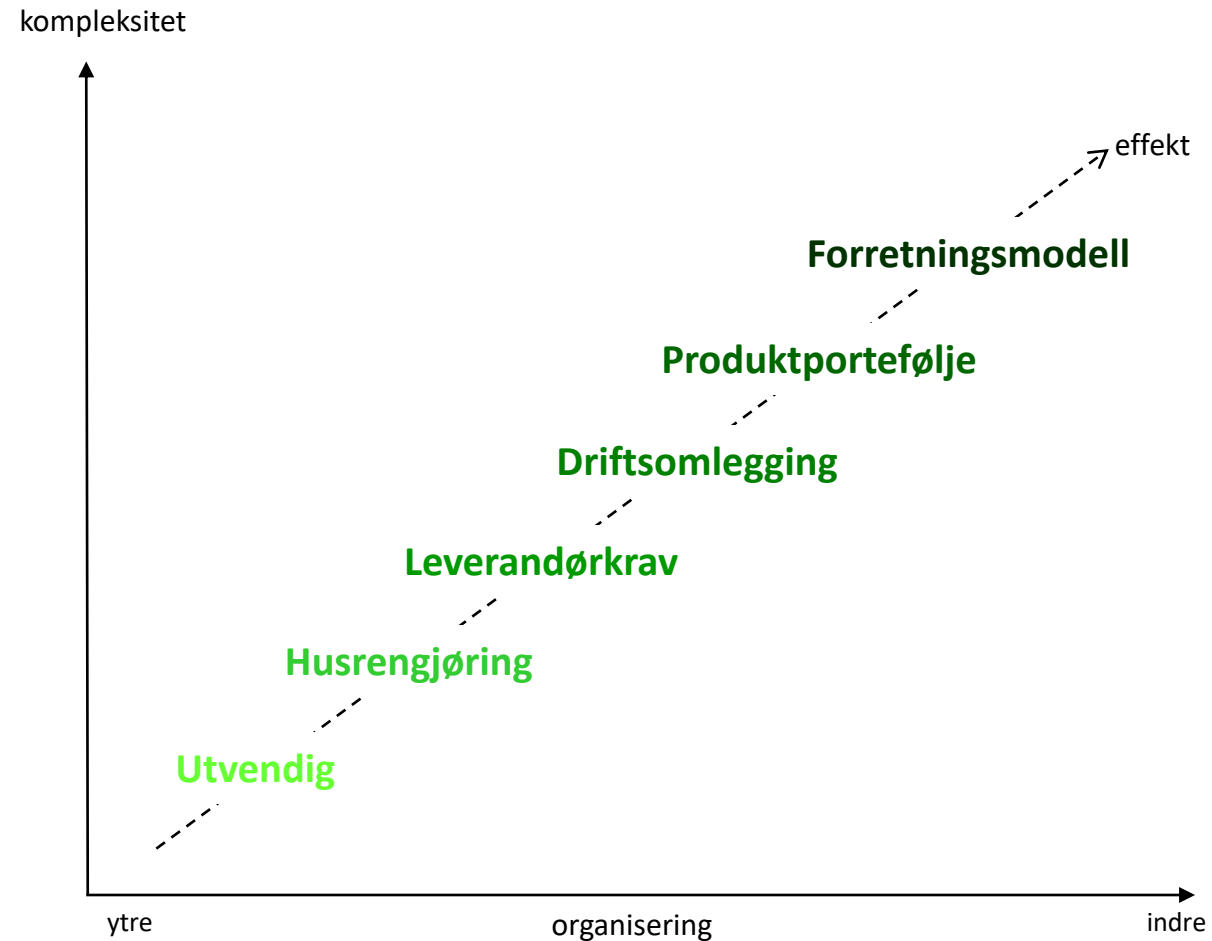
- Globale markedsforhold
- Kapitalmarkedet
- Råvarer og andre ressurser
- Økonomisk infrastruktur





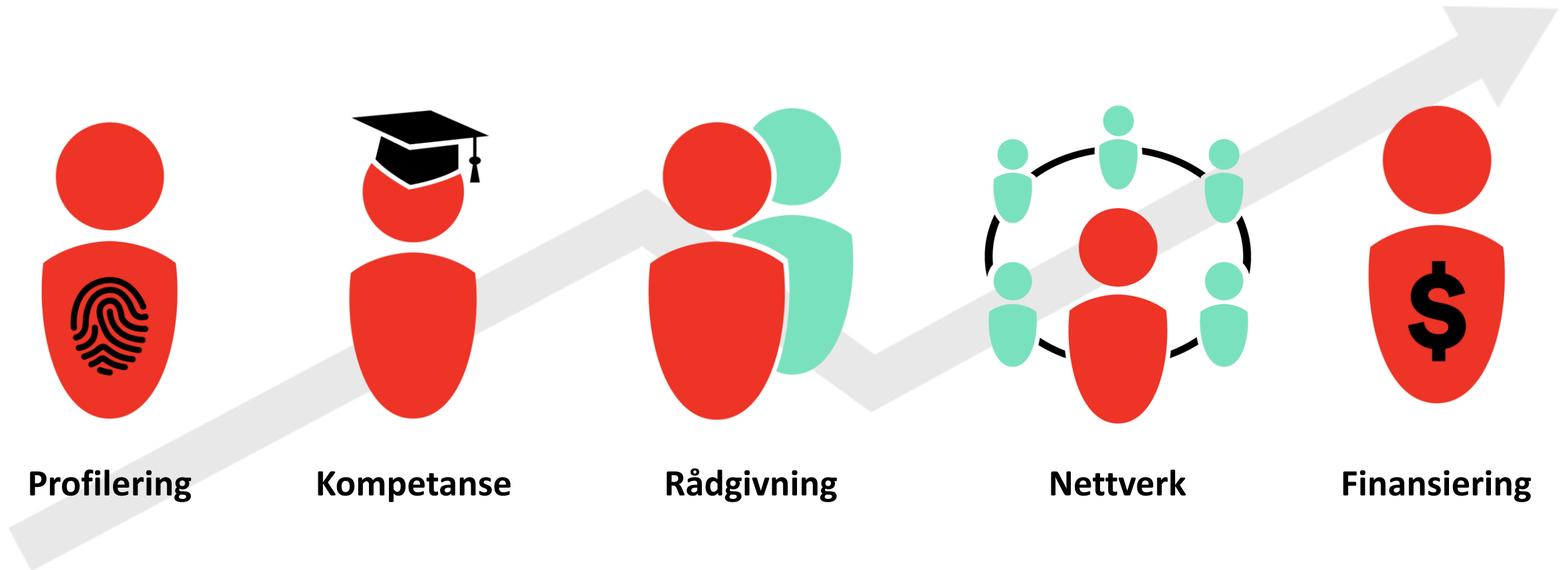
# Hva kan bedriftene gjøre?

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



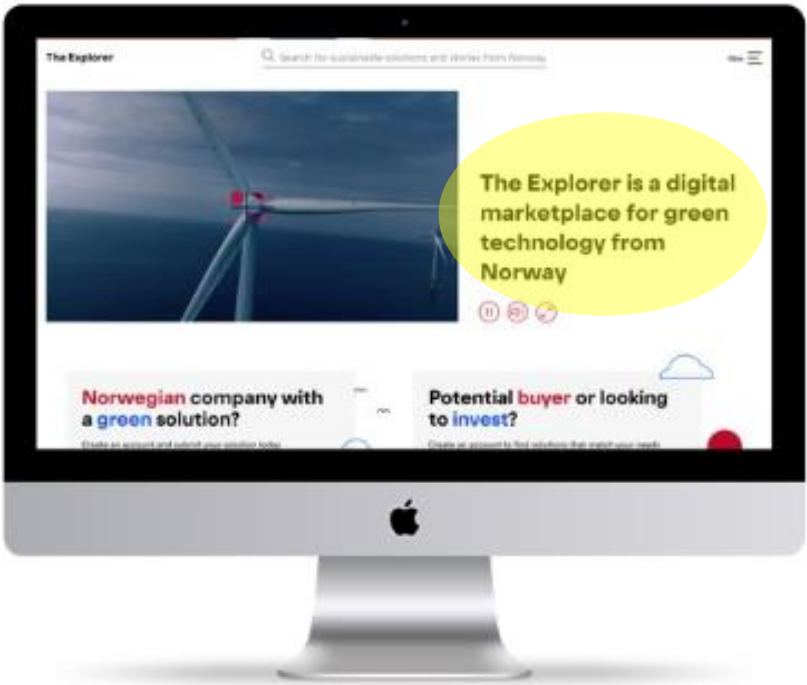
# Hva består Innovasjon Norge med?

# 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

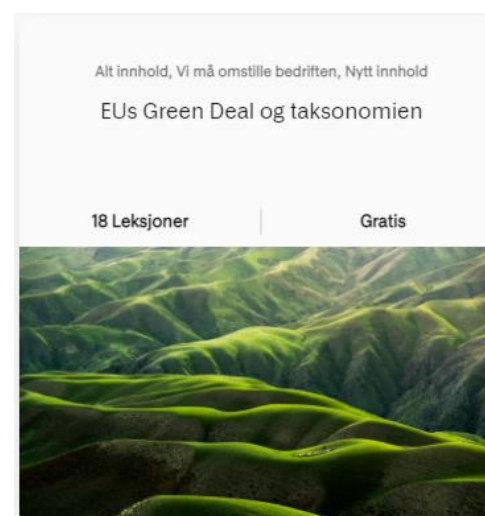
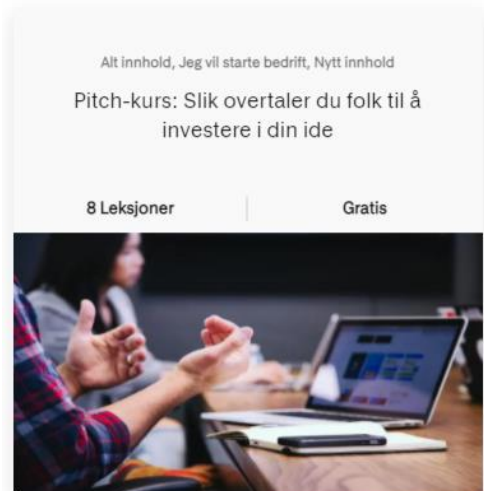
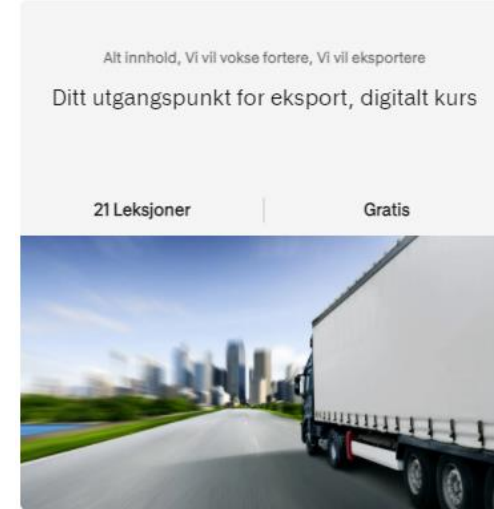
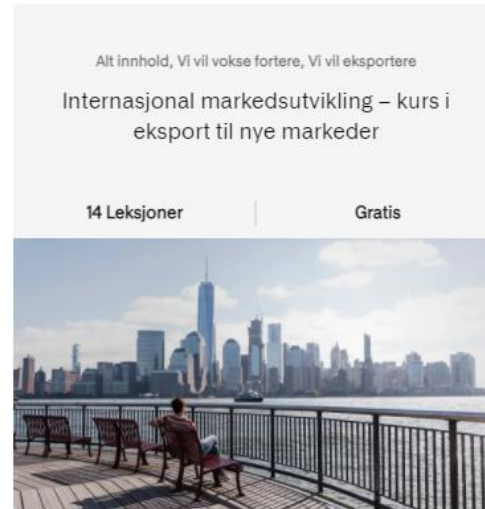
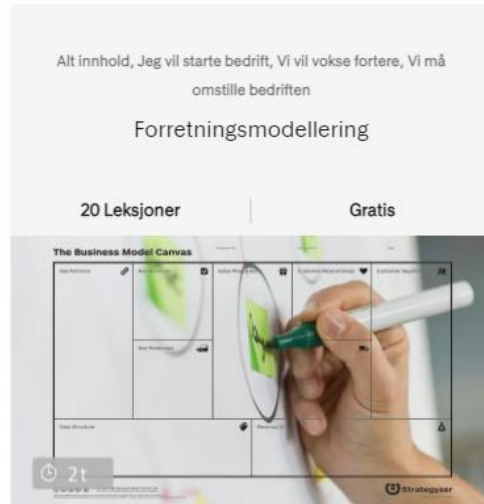
Foamrox AS  
Foamrox makes lightweight and fireproof insulation and construction material. It has lower carbon emissions than traditional building materials.



## 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.

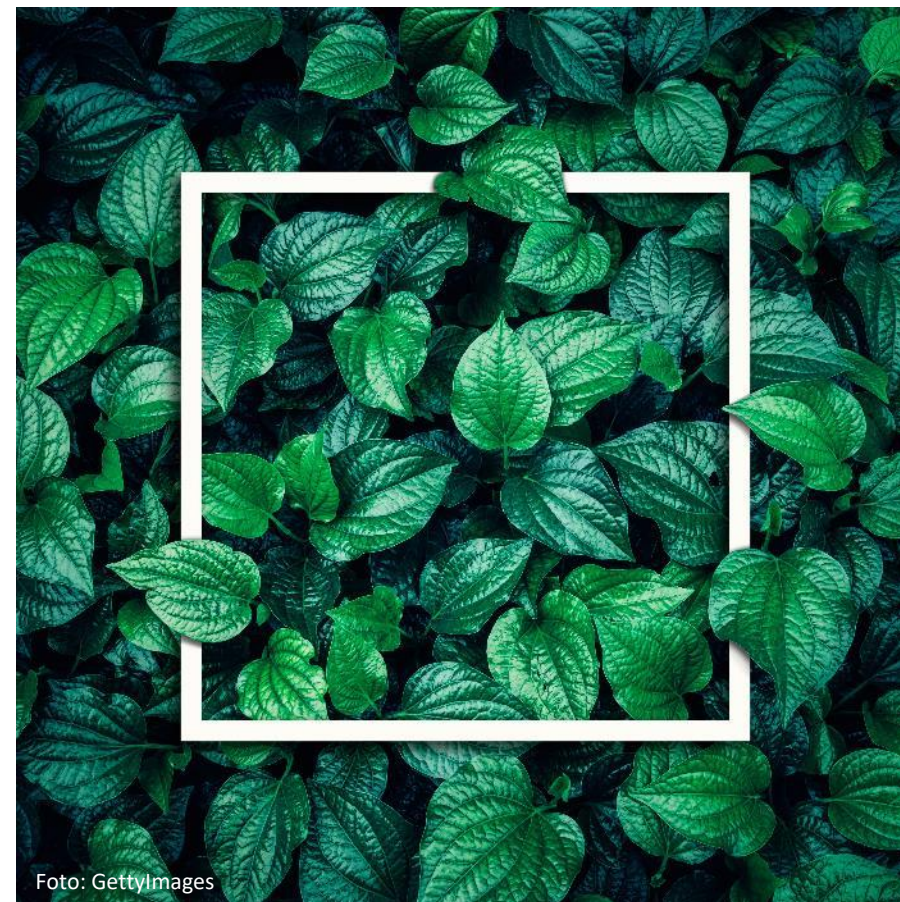
# Digitalt kompetansesenter - Innsikt og kompetanse som kan hjelpe din bedrift til å lykkes med omstilling, vekst og eksport. Kompetansesenteret oppdateres kontinuerlig.





# 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



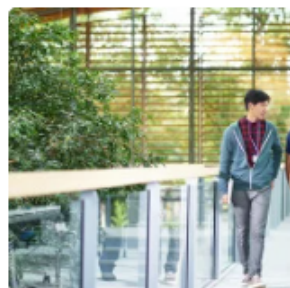
Demonstrasjon av løsninger for  
bioøkonomien



Muliggjørende teknologier

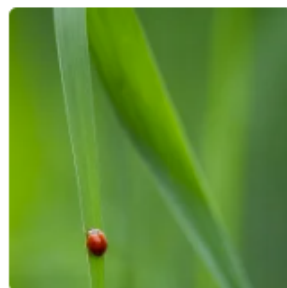
# Bærekraft og ansvarlig næringsliv

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.

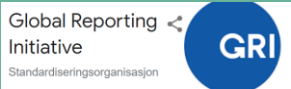


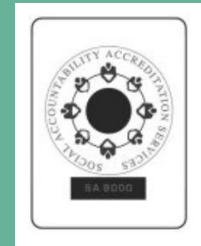
## **Bærekraft gir konkurransekraft**

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 



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

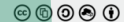


Cost Structure



Revenue Streams



 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

Sirkulærøkonomi

Trippel bunnlinje

Lys og Skygge



# 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: \_\_\_\_\_

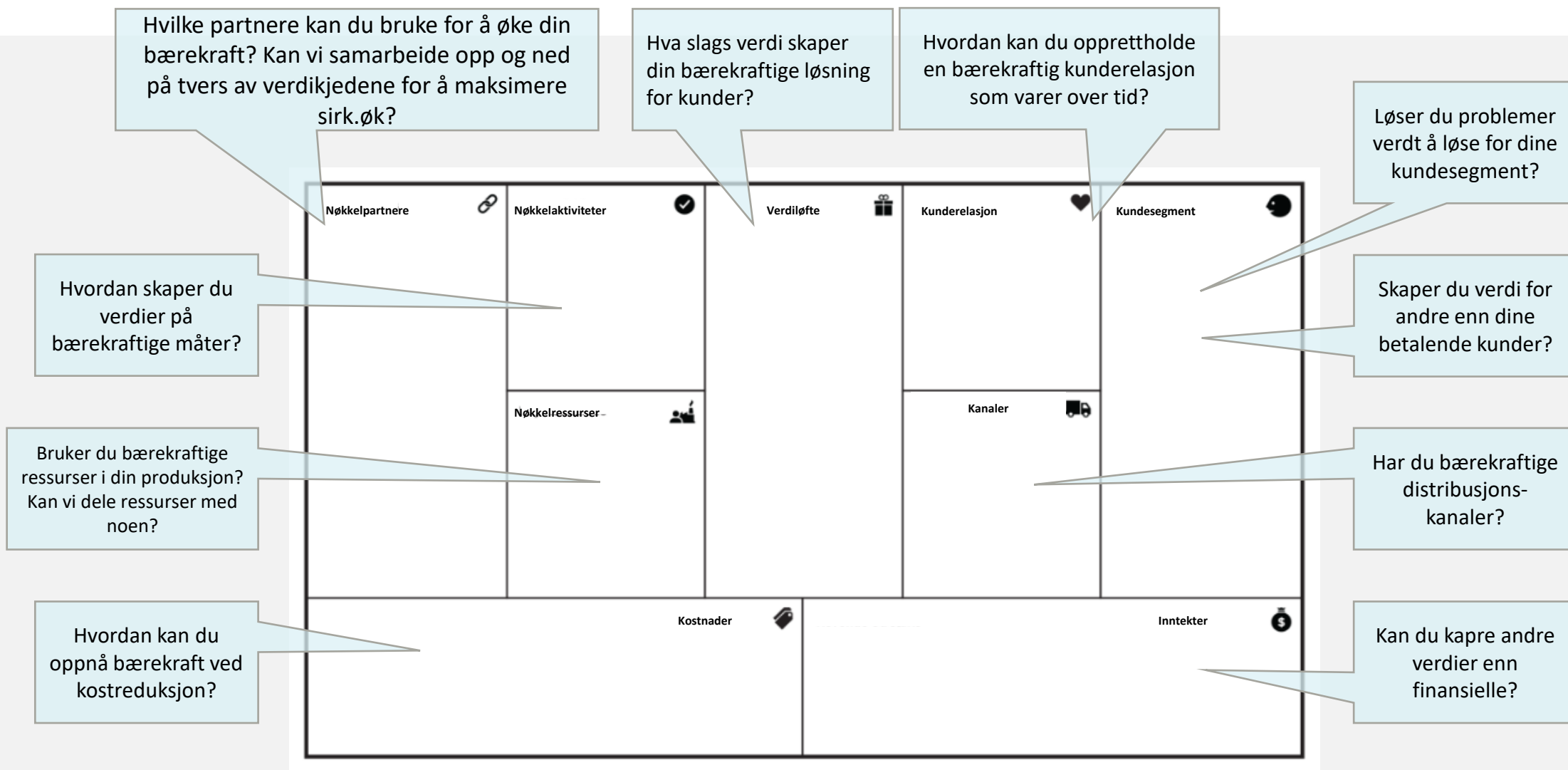
|                |                |                    |                        |                   |
|----------------|----------------|--------------------|------------------------|-------------------|
| Key Partners   | Key Activities | Value Propositions | Customer Relationships | Customer Segments |
|                | 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 written permission. For more information, visit [www.strategyzer.com](http://www.strategyzer.com).

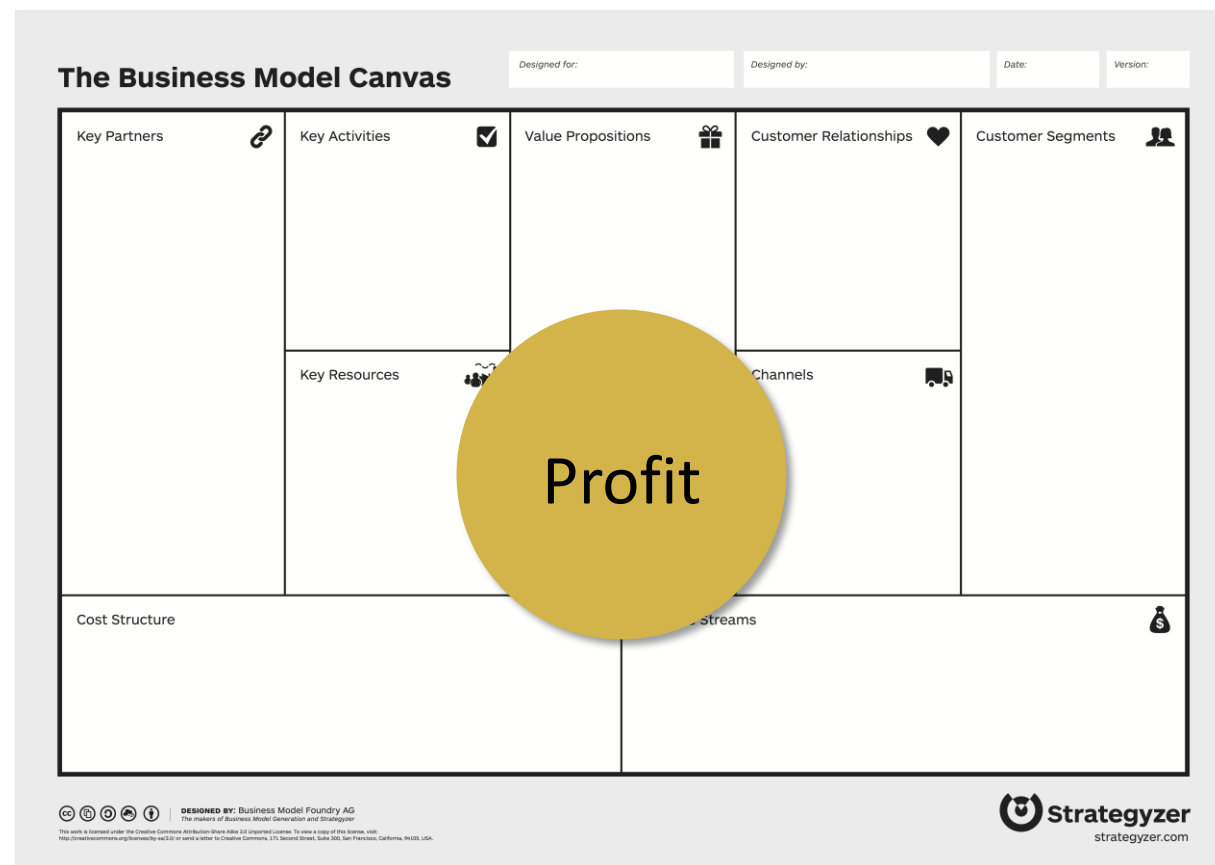
PRODUCED BY: [www.strategyzer.com](http://www.strategyzer.com)

**Strategyzer**  
strategyzer.com

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

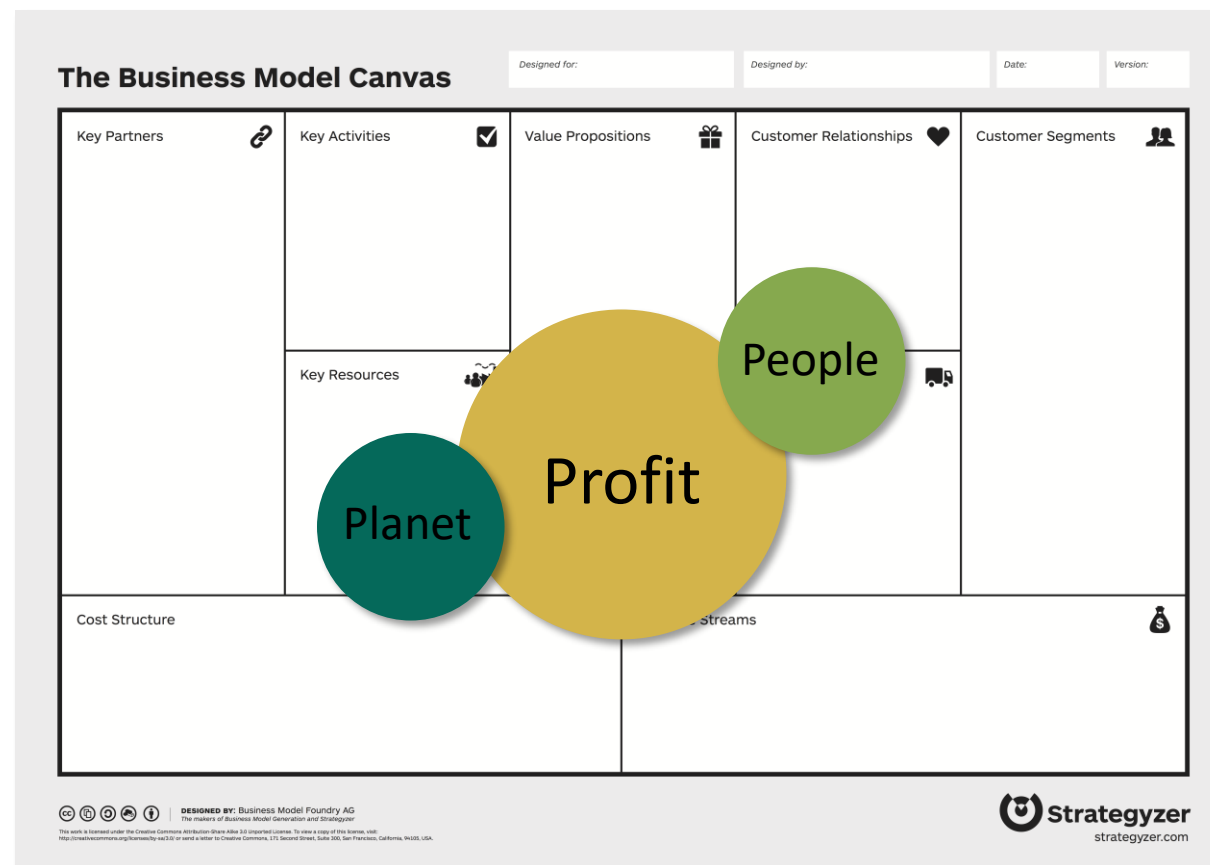


# Bærekraft integrert i forretningsmodellen – enkel bunnlinje





# 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 gi uønskede virkninger sammenhengende 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 gjenvinnnes, 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, planter- og dyreliv, etc.

Hvilke økosystemstjenester 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 hva 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 sine 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, anskaffet til anskaffet, Internett, telefon, post, transport.



#### INTERESSENER

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](mailto:claus.gladyszak@innovasjon Norge.no)

# 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:**





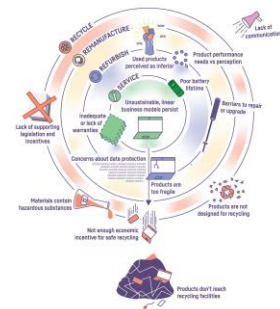
# Workshop

## Steg for steg



### INTRO

Introduksjon og forventninger



### ANALYSE-ØVELSE

Øvelse på et velkjent tema som introduserer deltakerne for verktøyet



### ARBEIDSVERKTØY

Produksjons-/produktreisen



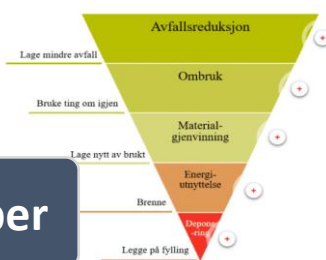
### TILTAK

- Kompetanse
- Kapital
- Henvisning til andre

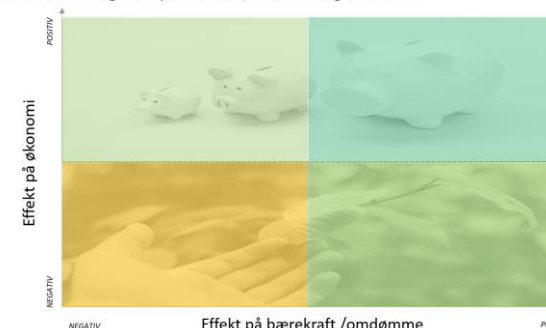
### TEORI



### 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

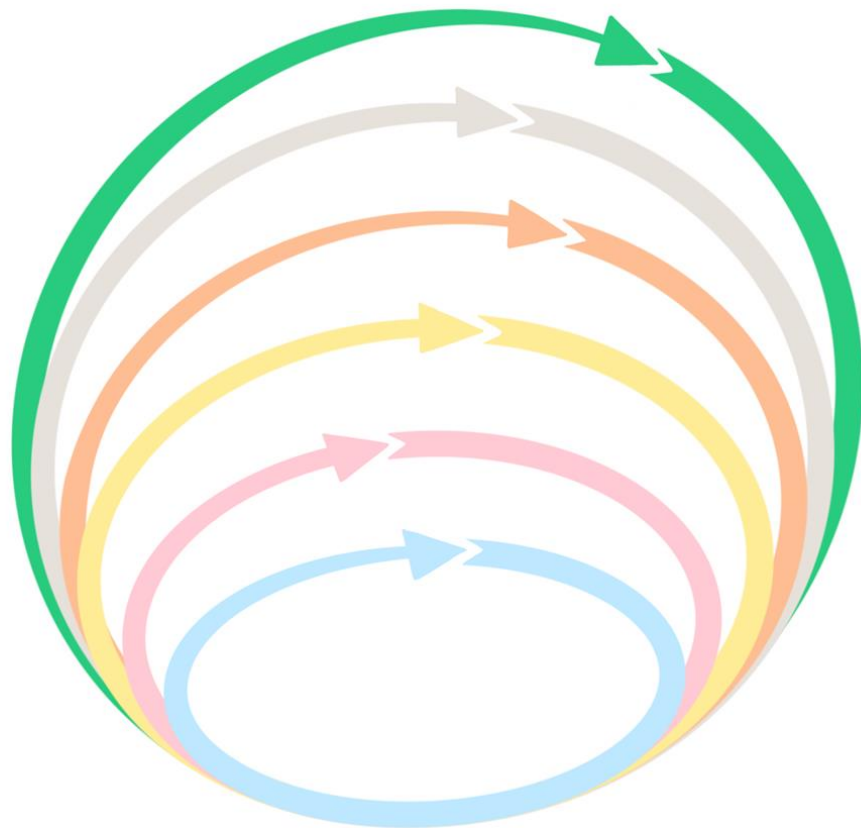
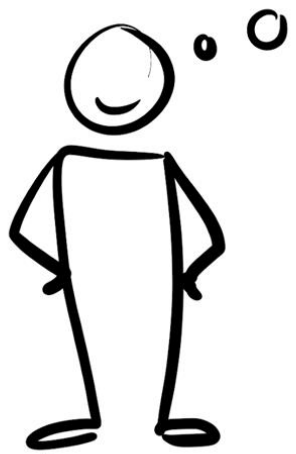
**Praktisk workshop der vi ser på virksomhetens materialstrømmer, og hvordan små eller store endringer kan øke sirkulariteten og bidra til ny verdiskaping.**

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



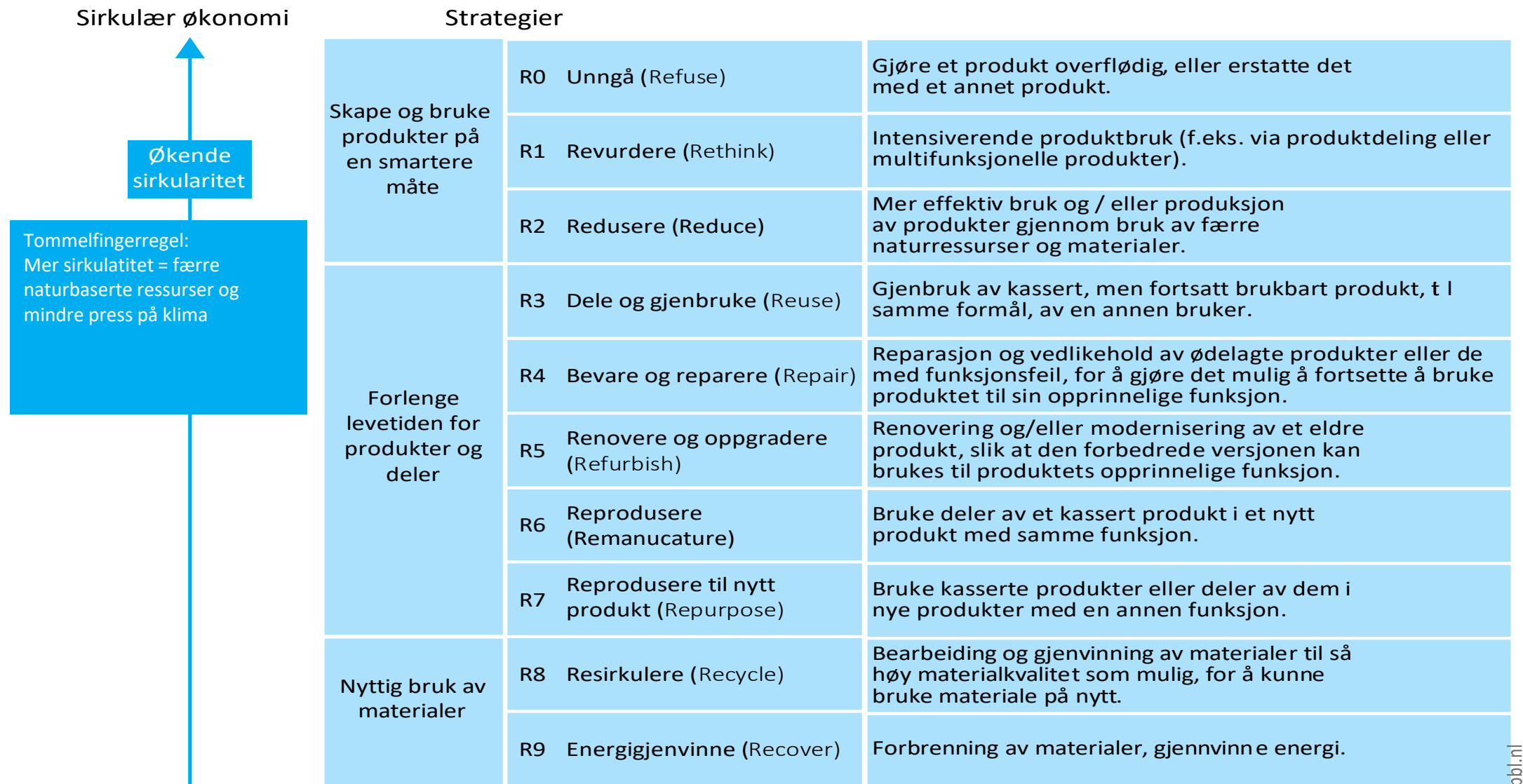




# Tenketank 9R

- strategier for sirkularitet

## Prioritetsrekkefølge for sirkularitetsstrategier i produktkjeden



## Oppgave: 9R

|                                             | Produkt/tjeneste | Brukerbehov | Infrastruktur-<br>digital/fysisk | Politikk og<br>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?



# Bærekraftsrapportering



# Bærekraftsrapportering bidrar til:

- Bedre risikostyring –enklere for bedriften å identifisere risiko og iverksette risikohåndtering
- Kostnadskutt og besparelser – identifisering av risikoer og effektiviseringspotensial
- Bedre beslutningsprosesser – bærekraftsrapporteringen synliggjør relevante mål og KPIer. Når man rapporterer mål og om man har nådd etablerte mål, forsterker det innsatsen på bærekraft. Dette kan igjen gjøre det enklere å kutte i klimagassutslipp eller redusere bedriftens fotavtrykk.
- Iverksette prosesser som er nødvendige for å skape en mer bærekraftig forretningsmodell.
- Tillit blant interessenter – styrket kunderelasjon, tiltrekke og behold ansatte



# Bærekraftsrapportering

- Sikrer bindeleddet mellom bærekraftstrategi og handling
- Fokus både på status og forbedringsområder
- Skaper et felles språk hvor de økonomiske, miljømessige og sosiale konsekvensene av virksomhetenes drift kan kommuniseres og forstås.
- Forbedrer sammenlignbarhet over landegrenser
- Sikrer kvalitet på informasjon
- Muliggjør større åpenhet og ansvarliggjøring for virksomheter



# Bærekraftsrapportering

- EUs mål: Bærekraftsrapportering skal ha samme kvalitet som finansiell rapportering
- Virksomhetene må ha samme grad av pålitelighet og konsistens i dataene
- CSRD (EUs bærekraftsdirektiv) stiller konkrete og pliktige rapporteringskrav samt attestasjon av informasjonen (sikre kvalitativ og kvantitativ god informasjon)

## CSRD – direktivet om rapportering på bærekraft

Bærekraftsdirektivet, i EU døpt som Corporate Sustainability Reporting Directive (CSRD) – vedtatt i EU nov 2022

- Tydeliggjør og utfyller dagens regelverk om ikke-finansiell informasjon
- Flere må rapportere på bærekraft
- Attestasjon av bærekraftsrapporteringen (uavhengig tredjepart)
- Rapporteringskravene blir mer detaljerte
- Opplysninger på bærekraft skal gis i selskapets årsberetning.

Krav til rapportering på:

- Bærekraftsrisiko
- Hvilke mål selskapet har definert for sitt bærekraftsarbeid, samt måloppnåelse
- Interessenthåndtering
- Hvordan ansvaret for bærekraft er forankret i ledelsen og styret
- Aktsomhetsvurderinger og faktisk, eller risiko for, negativ påvirkning i leverandørkjeden
- Selskapets klimastrategi (som skal være på linje med Parisavtalens mål om 1.5°C global oppvarming)

| Regnskapsåret 2024                                                                                                                                                                                           | Regnskapsåret 2025                                                                                                                                                                                       | Regnskapsåret 2026                                                                                                                                                                                                                                                                                             |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Børsnoterte foretak og bank, forsikring, kredittforetak som har <ul style="list-style-type: none"><li>■ minst 500 ansatte (Ø) og</li><li>■ omsetning &gt; 40M € eller</li><li>■ balanse &gt; 20M €</li></ul> | Store foretak/konsern som oppfyller minst to av tre kriterier: <ul style="list-style-type: none"><li>■ Omsetning &gt; €40 M</li><li>■ Balanse &gt; €20 M</li><li>■ Antall ansatte (Ø) &gt; 250</li></ul> | Børsnoterte SMEs*, små og ikke-komplekse kredittinstitusjoner og visse forsikringsselskaper.<br><br>Størrelseskriterier for børsnoterte SMEs, minst to av tre <ul style="list-style-type: none"><li>■ Omsetning: 700' - 40M €</li><li>■ Balanse: 350' - 20M €</li><li>■ Antall ansatte (Ø): 10 - 250</li></ul> |

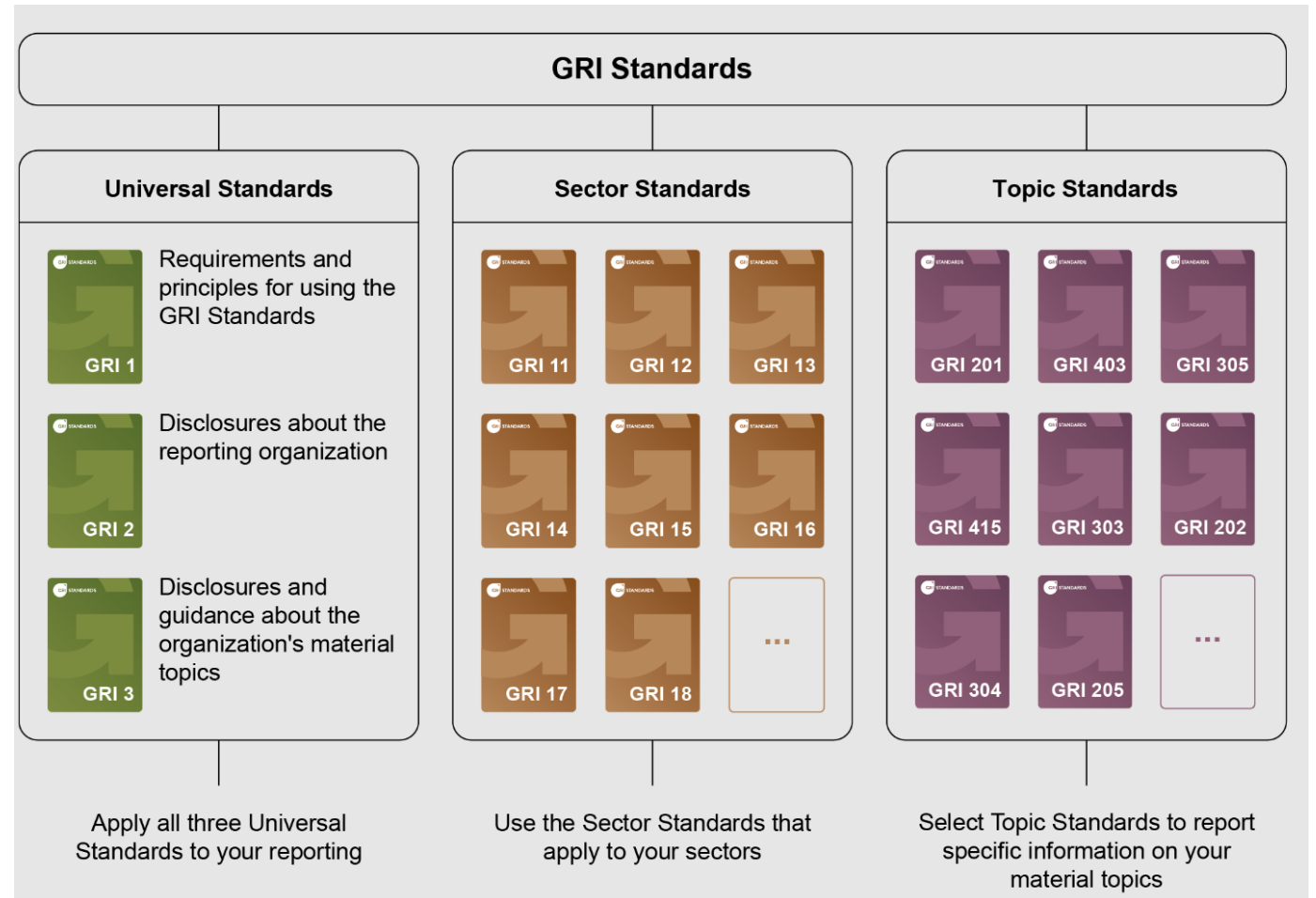
# GRI standard



3 sett standarder

## Innhold og tips:

- Kartlegg interessentene
- Sett bærekraftsarbeidet i en kontekst
- Vær tydelig på hvor bedriften deres har en påvirkningskraft - vesentlighetsanalyse
- Sørg for at det dere rapporterer er presist, balansert og sammenlignbart
- Skriv på en forståelig måte





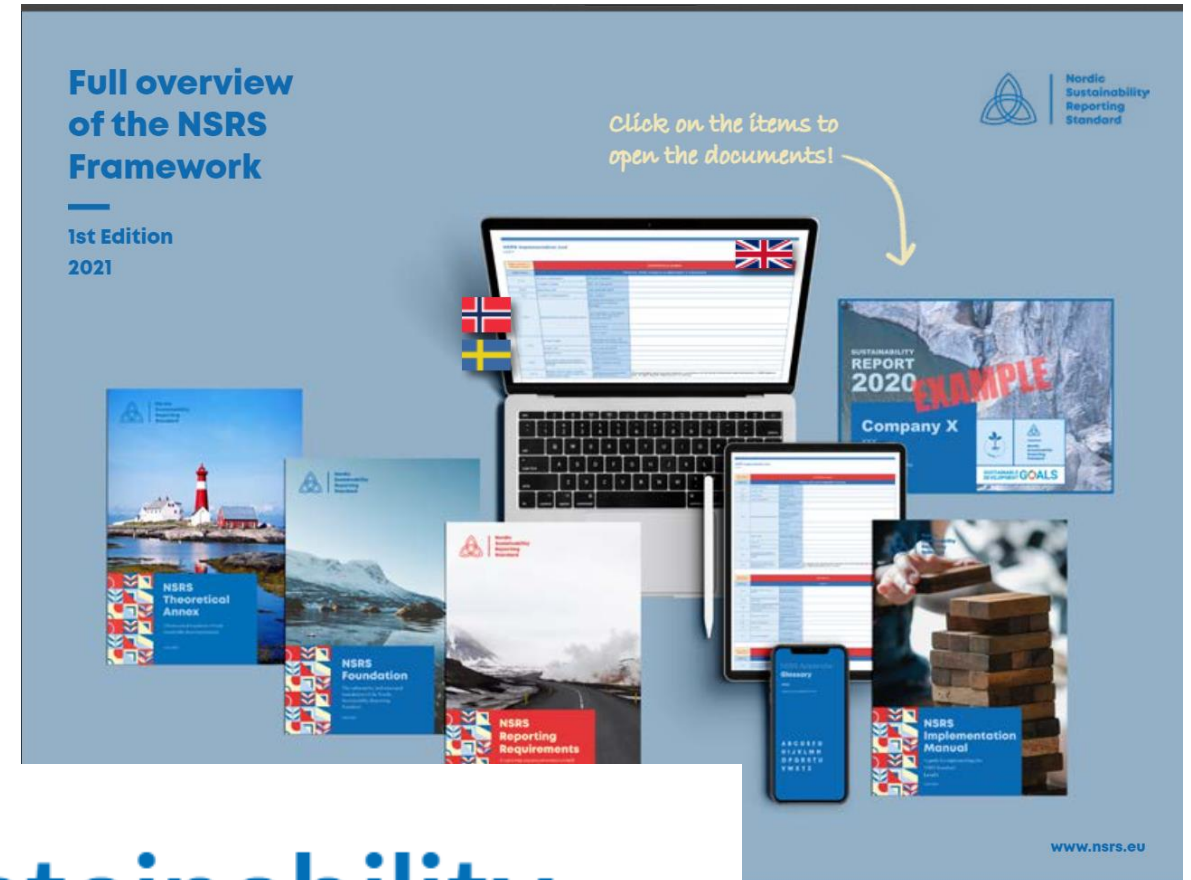
# European Sustainability Reporting Standards (ESRS)

- virksomhetsstyring
- strategi
- påvirkning, risiko og muligheter (og styring av bærekraftsforholdene)
- mål og metode



# Nordic Sustainability Reporting Standard (NSRS)

- Åpen og gratis standard for SMB'er
- Får verktøy og rapport
- Kan få sertifiseringslabel



## A sustainability reporting standard for Nordic SME's.

Kilde: <https://www.nsr.eu/>

# Vesentlighetsanalyse

by  
**TINKR**



# Hvorfor skal jeg gjøre en vesentlighets-analyse?

01 Et godt startpunkt for alt bærekraftsarbeid

02 En effektiv måte å utvikle en bærekraftsstrategi på

03 En god start i arbeidet med å følge og håndtere bærekrafts-standarder

04 Er en sentral del av GRI som EUs nye bærekraftstandards baserer seg på

05 Forenkler kommunikasjonsarbeidet og viser tydelig et bærekraftsengasjement



# Vesentlighetsanalyser

Velg år ▾

Velg avdeling ▾

Velg analyseansvarlig ▾



## Dine vesentlighetsanalyser



Analysesvarlig  
Sigrud Gundersen

Rapport

Detaljer



Analysesvarlig  
Kari Drugstad

Rapport

Detaljer



Analysesvarlig  
Berit Svendsen

Rapport

Detaljer

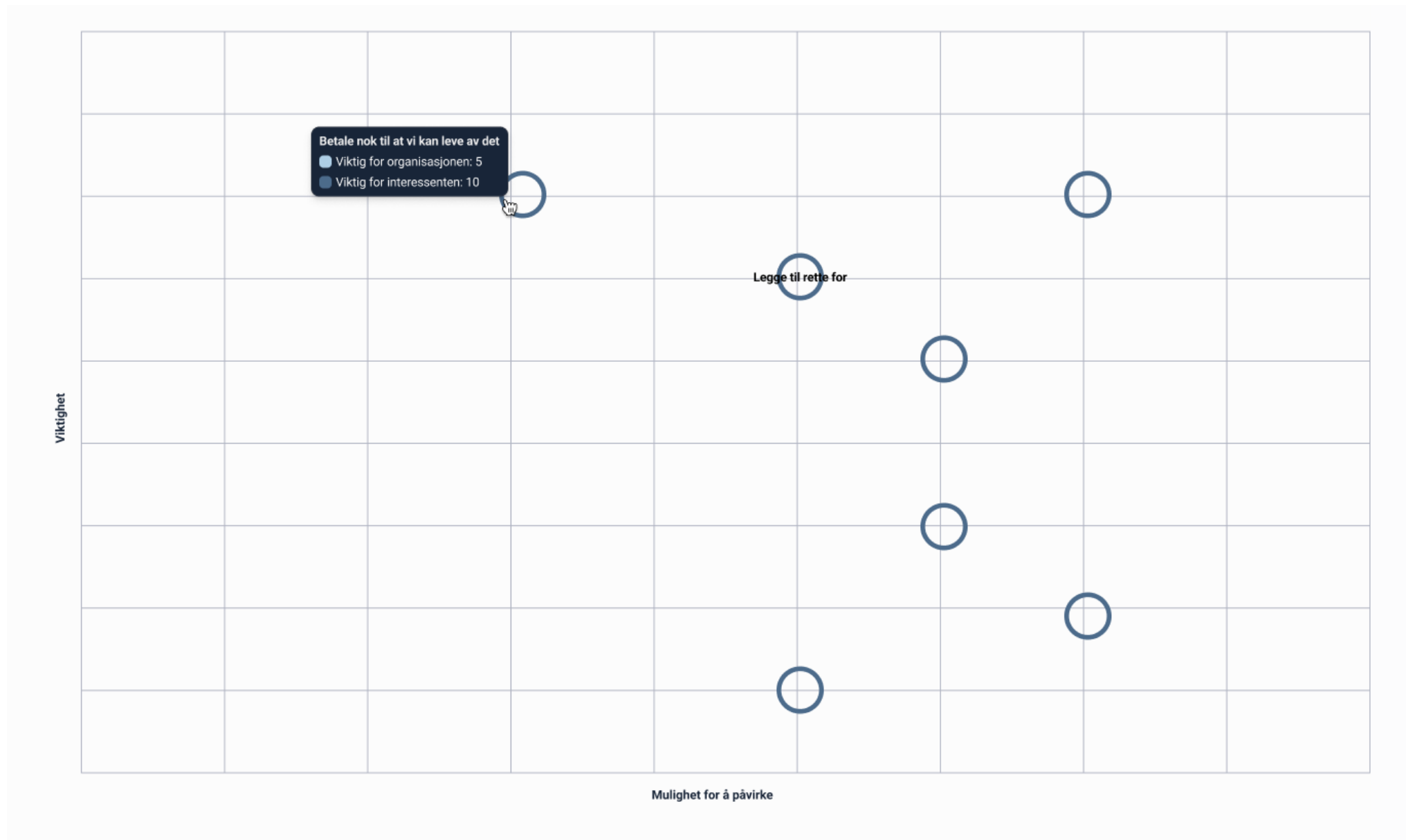


Analysesvarlig  
Gerd Børresen

Rapport

Detaljer

F.eks. i ulike avdelinger, produksjonslokaler, kantine, undervisningsbygg, byggeplass eller butikk.



**Takk for meg!**

[Irene.siljan@innovasjon norge.no](mailto:Irene.siljan@innovasjon norge.no)  
tlf 95231706

