



ÖSTERBOTTEN STÄLLER OM

FÄRDPLAN FÖR HÅLLBARHET OCH CIRKULÄR EKONOMI

CIRKULÄR EKONOMI | Så mycket mer än sopsortering

”Jodå, vi har sopsortering.”

”Så här har vi alltid gjort i firman.”

När man pratar om hållbarhet och cirkulär ekonomi är det många som automatiskt tänker på sopsortering och återvinning. Och visst, det är också en del av pusslet, men hållbarhet handlar om så mycket mer. Det handlar om en vilja att låta det cirkulära tänket genomsyra hela verksamheten. Många företag har en skild flik på hemsidan där man berättar om hållbarhetsarbetet. Här kan man läsa om hur företaget sopsorterar, har bytt till en grön elleverantör och kanske investerat i en firmabil som drivs med el. Men det handlar om att ställa om från grunden, om att ha ett hållbarhetstänk i allt från inköp och produktion till kommunikation, marknadsföring och produktutveckling. Om att inse att cirkulär ekonomi också handlar om företagets ekonomi, konkurrenskraft och förutsättningar att klara sig även i framtiden.

Vi har länge levt i ett linjärt konsumtionssamhälle där vi tillverkar varor, använder dem och sedan slänger bort dem. Först nu har vi börjat återanvända saker, och i en framtida cirkulär vardag tar vi ytterligare ett steg – i en cirkulär produktion finns inget avfall, utan allt tas tillvara och går tillbaka i ny produktion. Konsumenterna frågar efter hållbara lösningar, arbetstagare vill gärna jobba på ansvarsfulla arbetsplatser och i slutändan har vi inget val. Det är dags att ställa om.

De flesta av oss har svårt för förändringar. Vi människor är konstruerade så. Samtidigt är vi nyfikna av oss, och har en stark vilja att utvecklas. I Österbotten drivs vi dessutom av att vi gärna gör saker ordentligt, och helst först och bäst av alla. Det här betyder att vi har goda förutsättningar att gå i spetsen för ett hållbarhetsarbete, att tillsammans jobba för att allt fler ställer om sin produktion. Österbotten har länge varit en föregångare, vi har till exempel långa traditioner av att ta hand om vårt avfall. Nu har vi förutsättningar att bli bäst i landet också på cirkulär ekonomi, till och med bäst i världen.

Hur kommer vi igång och varför ska vi göra detta?

I den här färdplanen hittar du praktiska exempel på hur du kan påbörja eller utveckla ditt hållbarhetstänk, baserat på den senaste forskningen och de rådande trenderna. Vi har satsat på att ta fram konkreta guider, verktyg och checklistor för att underlätta omställningen för dig som företagare – stor som liten. Vi vill hjälpa dig att bidra till ett hållbart Österbotten.

Hurudant fotspår vill du lämna efter dig?

TOMAS KNUTS, GÖRAN ÖSTBERG, RASMUS HAUTALA



ÖSTERBOTTEN STÄLLER OM – Färdplan för hållbarhet och cirkulär ekonomi

Rapporten publicerades ursprungligen 2021 inom ramen för projektet CERM, *Circular Economy Road Map and Actionplan for Ostrobothnia Region in Finland*. År 2024 gjordes en uppdatering inom ramen för det EU-delfinansierade SOF-projektet *Sustainable Ostrobothnia as a Forerunner*. Projektledare var Pia Holkkola-Löf, Hanna Malkamäki och Fredrik Hanstén.

UTGIVARE: Ab Jakobstadsregionens Utvecklingsbolag Concordia, Vasaregionens Utveckling Ab VASEK, Ab Företagshuset Dynamo och Kristinestads näringslivscentral Ab

URSPRUNGLIGA PROJEKTLEDARE: Tomas Knuts, Göran Östberg och Rasmus Hautala

PRODUKTION: Sonja Finholm, Alfred Media



Medfinansieras av
Europeiska unionen



Österbottens förbund
Pohjanmaan liitto

INNEHÅLL

1. INLEDNING

1.1 Mot ett hållbart Österbotten	6
1.2 Mångsidigt näringsliv	8
1.3 Hållbarhet och cirkulär ekonomi	10
1.4 Hur berör det här oss?	12

2. ÖSTERBOTTEN STÄLLER OM

2.1 Målsättningar	14
2.2 Aktionsplan	14
2.3 Checklista för företag	36

3. VART ÄR VI PÅ VÄG?

3.1 Styrdokument, trender och lagstiftning	50
3.2 Läget i Österbotten	57
3.3 Hållbara drivkrafter och utmaningar	57
3.4 Cirkulära affärsmodeller	59
3.5 Gör inte mer skada än nytta	62
3.6 Hindersanalys	62
3.7 Konsumenttrender	66

4. CASE ÖSTERBOTTEN

4.1 Så här har vi gjort	67
-------------------------------	----

5. VERKTYG OCH GUIDER

5.1 FN:s globala hållbarhetsmål	72
5.2 Beräkning av koldioxidavtryck	73
5.3 Kommunikation	75
5.4 Rapportering	77
5.5 Ta hand om ditt avfall	80

6. LÄSMER

7. ORDLISTA

8. KÄLLOR



1. INLEDNING

1.1 MOT ETT HÅLLBART ÖSTERBOTTEN | Vi kan vara i framkant

Framtiden tillhör den som kan ställa om till hållbara lösningar och anamma ett innovativt tankesätt. De mest hållbara lösningarna uppstår ofta i utmanande tider, när man vågar gå mot strömmen och utveckla sin konkurrenskraft.

I Österbotten är tillgången till förnybara energikällor god, landskapet har lång erfarenhet av industriell verksamhet och vi har starka samarbetstraditioner. Vi har möjlighet att ta en innovativ ledarroll i utvecklingen av en cirkulär ekonomi. Ett företag kan agera hållbart av många olika skäl; det kan vara viljan att förbättra världen, att attrahera kompetent arbetskraft, behålla befintlig personal eller skapa bra berättelser att använda i marknadsföringen. Hållbarhet kan också vara ett sätt att sänka kostnader, öka marginaler eller möta kundernas krav. Hållbarhetstänkande är här för att stanna och är en viktig del av framtiden, och det krävs stora förändringar i samhället för att nå målsättningen om ett koldioxidneutralt Finland år 2035.

Företag, kommuner, organisationer och enskilda invånare kan alla bidra till att nå de gemensamma klimatmålen samt målen för hållbar utveckling. Genom att vidta konkreta åtgärder, förändra arbetsmetoder och göra modiga, innovativa initiativ har Österbotten goda möjligheter att leda utvecklingen.

Syftet med denna färdplan är att belysa möjligheterna för cirkulär ekonomi i Österbotten. Omvärldsanalysen beskriver trenderna och orsakerna till varför hållbarhetsarbetet är en förutsättning för framtiden. Analysen lyfter också fram affärsmöjligheter för företag, olika branscher och hela landskapet samt de områden där man ser de största möjligheterna. Målet att vara en föregångare kräver stark vilja, resurser, mod och förmåga till förändring inom många områden. Hållbarhet är inte ett slutmål, utan en kontinuerlig process som kräver engagemang.

Finland har satt upp målet att vara klimatneutralt 2035 och koldioxidnegativt kort därefter. Klimatlagens mål är att minska växthusgasutsläppen med minst 80 procent jämfört med 1990 års nivå före år 2050, och lagar och strategier granskas för att säkerställa att målen uppnås inom tidsramarna. Vi är inte ensamma i våra strävanden mot en bättre framtid. Även Europeiska kommissionens gröna giv, EU:s tillväxtstrategi och handlingsplanen för cirkulär ekonomi syftar till att integrera klimatperspektivet i alla EU:s politikområden. Europeiska unionens vision för år 2050 är tydlig: Europa ska bli den första klimatneutrala världsdelen.

Fokus på Österbotten

Färdplanen tar avstamp i de internationella styrdokument och trender som påverkar både europeisk och nationell lagstiftning och beteenden. Med dessa ingredienser sätter vi fokus på vad landskapet Österbotten och de österbottniska företagen behöver sätta krutet på. Det är knappast en överdrift att säga att klimat- och hållbarhetsfrågorna kommer att stå i fokus de kommande åren. Och här finns stora möjligheter, inte minst i Österbotten.

VARFÖR KOMMER JUST VI ATT LYCKAS?

► VI HAR FÖRUTSÄTTNINGARNA

Vi har ett utbrett nätverkande och en beslutsamhet att lyckas. Vi är vana att jobba tillsammans och att åstadkomma det vi beslutar oss för.

► VI HAR DRIVKRAFTEN

Vi har en unik möjlighet att vara föregångare i omställningen till ett koldioxidsnålt samhälle och i övergången mot en cirkulär ekonomi.

► VI HAR TYDLIGA MÅL

År 2030 är Österbotten Nordens mest hållbara landskap.

VÅR VISION FÖR HÅLLBARHETSARBETET

ETT KONKURRENSKRAFTIGT ÖSTERBOTTEN

- Vi främjar hållbar tillväxt baserad på kunskap, innovation, mobilitet, digitalisering och robotisering.
- Vi tar tillvara nya idéer och innovationer för att utveckla konkreta åtgärder.



ETT HÅLLBART ÖSTERBOTTEN

- Vi visar vägen för hållbara framtida lösningar.
- Vi skapar ett ambitiöst socialt, ekologiskt och ekonomiskt hållbart landskap med gemensamma värderingar och starka ekosystem.



ETT CIRKULÄRT ÖSTERBOTTEN

- Vi främjar omställningen till en cirkulär ekonomi.
- Vi arbetar för koldioxidneutralitet, hållbara cirkulära lösningar, fossilfri energi och energilagring.





1.2 MÅNGSIDIGT NÄRINGSLEV | Från lyxyachter till tomater

Österbotten är den mest industrialiserade regionen i hela Finland, med nästan en fjärdedel av arbetsplatserna inom tillverkningsindustrin. Omkring hälften av de industrianställda jobbar inom det energiteknologiska klustrets viktigaste branscher: maskiner och apparater, el, automation och basmetall. De här branscherna står för hälften av förädlingsvärdet inom industrin.

Energiklustret EnergyVaasa är Nordens största kluster för energiteknologi, medan Jakobstadsregionen består av ett diversifierat exportinriktat kluster av tillverkningsindustri inom livsmedel, papper, komposit, plast, båtar, metall, mineraliska produkter samt maskiner och apparater. De här båda står tillsammans för en betydande omsättning. Vi är också starka primärproducenter. Visste du till exempel att över 70 procent av de tomater som säljs i Finland är odlade i Österbotten?

De flesta arbetsplatserna, cirka 50 000 stycken, finns inom tjänstesektorn. Antalet arbetsplatser inom industrin är 23 000, medan primärnäringarna sysselsätter över 4 000 personer.



► BÅTBRANSCHEN

Båtföretagen i Österbotten står för över hälften av landets båt-tillverkning. Här i "båttillverkar-nas Mecka" produceras allt från lyxyachter till aluminiumbåtar och fritidsbåtar. Den största andelen går på export.



► VINDKRAFT

Österbotten är en av Finlands ledande vindkraftsregioner. Landets första vindkraftspark etablerades 1991 i Korsnäs, och har följts av många till. Fortsättningsvis planeras nya områden och parker.



► AIP

Vid Alholmen Industrial Park i Jakobstad finns över 60 företag inom skogs-, metall- och båt-industrin, med över 2000 arbetsplatser och en omsättning på 1,3 miljarder euro. Exportgraden är drygt 1 miljard.



► PLASTINDUSTRIN

Erbjuder hundratals arbetsplatser och produkter för bland annat industrin, jordbruk och byggbranschen. Här finns samlad toppkunskap om produktion, återvinning och insamling av plast.



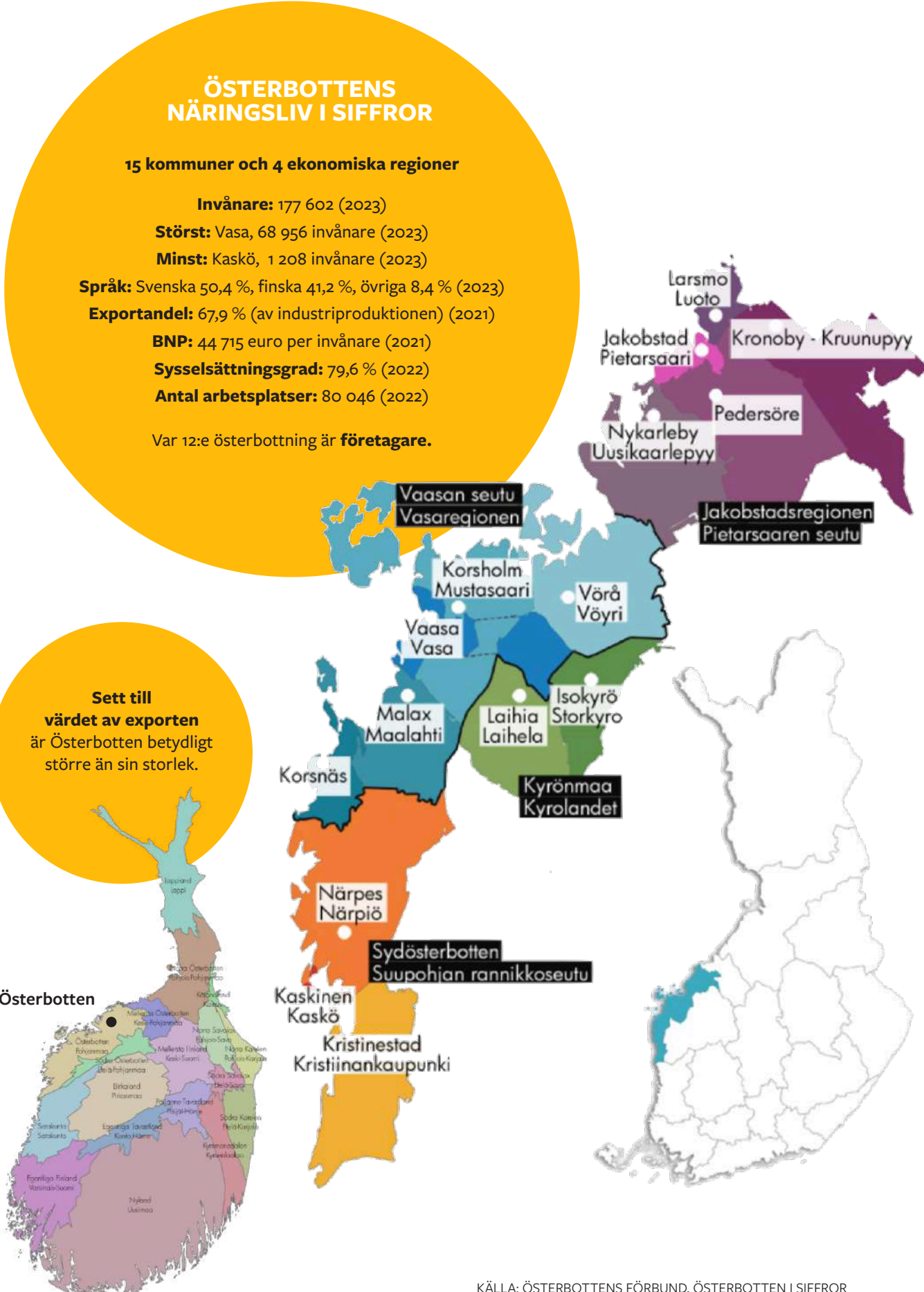
► PRIMÄRPRODUKTION

Viktiga grenar: Mjölkproduktion, pälsdjursuppfödning, växthus-odling och potatisodling. Det österbottniska jordbruket står för 60 procent av jordbrukets totalproduktion i landet.



► ENERGYVAASA

Nordens största kluster för energiteknologi med över 180 företag, 13 000 anställda och en omsättning på 6 miljarder euro. Exportgraden ligger kring 80 procent.



KÄLLA: ÖSTERBOTTENS FÖRBUND, ÖSTERBOTTEN I SIFFROR

1.3 HÅLLBARHET OCH CIRKULÄR EKONOMI | Vad är det?

Hållbarhet

År 1987 kom FN-rapporten *Vår gemensamma framtid*, även kallad Brundtlandrapporten. Där definieras hållbarhet som en utveckling där vi tillfredsställer våra egna behov utan att äventyra kommande generationers möjligheter.

Hållbarhet kan delas upp i tre olika områden: ekonomisk, ekologisk och social hållbarhet. Ett hållbart näringsliv handlar alltså om att lönsamhet, miljöhänsyn och samhällsengagemang går hand i hand och genomsyrar alla delar av företagets verksamhet. Hållbar utveckling är en fortgående och styrd samhällelig förändring för att trygga goda levnadsförhållanden för nuvarande och kommande generationer.



EKONOMISK HÅLLBARHET

Ekonomisk hållbarhet innebär tillväxt som i fråga om innehåll och karaktär är balanserad. En ekonomi som vilar på en hållbar grund gör det också lättare att möta nya utmaningar. Ekonomisk hållbarhet minimerar även uppkomsten av avfall och användning av icke-förnybara naturresurser, och kan uppnås genom optimering av processer, effektiv återvinning samt användning av förnybara naturresurser.



EKOLOGISK HÅLLBARHET

Ett ekologiskt hållbart Finland visar vägen då det gäller att dämpa klimatförändringen och trygga naturens mångfald. Den nordiska välfärdsstaten i kombination med en ansvarsfull och minskad användning av naturresurser är den samhällsmodell som garanterar vårt lands framtida konkurrenskraft. Det centrala med tanke på den ekologiska hållbarheten är att iaktta försiktighetsprincipen. Denna innebär att åtgärder för att förhindra en försämring av miljöns tillstånd inte kan motiveras med avsaknaden av fullständig vetenskaplig bevisning.



SOCIAL HÅLLBARHET

Social hållbarhet innebär ansvar för varandra och för vår gemensamma framtid. Den sociala hållbarheten sätter människan i fokus och handlar om mänskliga rättigheter som inkludering, jämlikhet och tolerans. Dessutom innebär social hållbarhet omsorg om Finland som helhet och en jämlik utveckling av landet.



FOTO: UN PHOTO / PAULO FILGUEIRAS

”Hållbar utveckling är en utveckling som tillfredsställer dagens behov utan att äventyra kommande generationers möjligheter att tillfredsställa sina behov.”

GRO HARLEM BRUNDTLAND
WHO:s generaldirektör 1998–2003

Cirkulär ekonomi

”Cirkulär ekonomi innebär en ny grund för ekonomin där produktionen och konsumtionen håller sig inom gränserna för jordens bärkraft. Man säkerställer ett hållbart nyttjande av naturresurserna genom att hålla materialen i bruk så länge som möjligt och så att deras värde bevaras. I stället för engångsanvändning ser man till att dela, hyra, reparera, uppdatera och återvinna varor och råvaror. Omställningen kräver samarbete, innovationer och en attitydförändring.” (Miljöministeriet)

Vi behöver ställa om och se över hur vi använder våra resurser. Under de senaste fem decennierna har materialutvinningen i världen tredubblats. I en cirkulär ekonomi behålls resurserna i samhällets kretslopp i stället för att bli avfall. Vi lämnar det traditionella slit- och slängsamhället (linjär ekonomi) och övergår till en cirkulär ekonomi där resurser återanvänds med så högt värde som möjligt och under så lång tid som möjligt. När en produkt nått slutet av sin livslängd återanvänds den eller blir material för nya produkter. Cirkulär ekonomi har blivit en ekonomisk drivkraft för att minska miljöpåverkan och medför många möjligheter för företag inom alla branscher. I den cirkulära ekonomin övergår vi från traditionellt ägande till att i stället ha tillgång till de produkter, varor och tjänster vi behöver genom att dela, hyra och återvinna. I stället för att producera mer tar vi tillvara det som redan finns. I en cirkulär ekonomi återskapas produkter, komponenter och material och används utan att generera avfall. I en cirkulär ekonomi går affärsnyttan hand i hand med resurseffektivitet genom cirkulära materialflöden och innovativa affärsmodeller. En cirkulär ekonomi baseras helt och hållet på förnybar energi.



LINJÄR KONSUMTION



ÅTERVINNANDE KONSUMTION



CIRKULÄR KONSUMTION

År 2024 trädde EU-direktivet *Right to Repair* i kraft. Målsättningen är att se till att de produkter som släpps ut på EU-marknaden är utformade för att hålla längre, vara lättare att återanvända, reparera och återvinna samt omfattar så mycket återanvänt material som möjligt. För att hjälpa konsumenterna att göra miljövänliga val ska det finnas tillförlitlig information om produkternas hållbarhet och möjlighet att reparera dem. Läs mer om direktivet:

www.europarl.europa.eu/news/en/press-room/20240419IPR20590/right-to-repair-making-repair-easier-and-more-appealing-to-consumers



FOTO: IKEA

”Bokhyllan Billy är inte längre bara slutprodukten som kunderna bär hem – utan också råvaran till framtida produkter när Ikea ställer om till cirkulär ekonomi. Möbeljätten ska nu designa om allt i sortimentet som inte går att återvinna.”

DAGENS INDUSTRI
17.6.2020



1.4 HUR BERÖR DET HÄR OSS? | Satsa och vinn

Cirkulär ekonomi och hållbarhet. Hållbar utveckling, hållbar konsumtion och hållbart samhälle. Ansvarstagande och cirkulära affärsmodeller.

Begreppen är många, men vad är det egentligen vi pratar om? Och varför ska vi tänka och agera hållbart? Hållbarhetsfrågor kräver ett målmedvetet arbete och långsiktiga strategier som är integrerade i hela verksamheten. Det här är en förutsättning för att finnas kvar på marknaden också om tio år. Trenden är tydlig – företag som satsar på hållbarhet är betydligt mer attraktiva och framgångsrika.

Också i Österbotten är utvecklingen tydlig. Allt fler medarbetare och kunder förväntar sig ett starkt ledarskap, tydliga ställningstaganden och konkreta handlingsplaner. Hållbarhetsarbete är något som gäller alla företag, inte bara stora börsnoterade företag. Många företag i Österbotten har insett vikten av arbeta hållbart, medan andra företag har tvingats – eller kommer att tvingas – till det av sina kunder eller konsumenter.

Lönsamhet är a och o för näringslivet. Utvecklingen är tydlig också på detta område: Det är betydligt mer intressant att investera i företag som kan hantera risker relaterade till social, ekologisk och ekonomisk hållbarhet än i företag som saknar en tydlig och långsiktig idé för sitt hållbarhetsarbete. Dessutom finns det pengar att spara. Ett företag som systematiskt och med små steg arbetar med hållbarhet och med cirkulär ekonomi i fokus inser ganska snabbt att man blir effektivare, mera konkurrenskraftig och intressant.

DERMOSIL testimonial about local partners and quality standards.

KIM RÅHOLM testimonial about sustainable communication and recruitment.

FOTO: VEO

Grid of 12 boxes detailing benefits of sustainability: FÖRDELAR, SPARA PENGAR, BÄTTRE STYRNING, STARKARE AFFÄRSPLAN, STARKARE VARUMÄRKE, ÖKAD EFTERFRÅGAN, NYA SAMARBETEN, DELAKTIGHET, ENKLARE ATT REKRYTERA, ÖKAD CHANS TILL FINANSIERING, BRA KONTAKT MED MYNDIGHETER, FÄRRE MILJÖRISKER.



2. ÖSTERBOTTEN STÄLLER OM

2.1 MÅLSÄTTNINGAR | Kunnandet finns redan

Österbotten har goda möjligheter att bli en föregångare inom hållbarhet i allmänhet och cirkulär ekonomi i synnerhet. Här finns kunnande, entreprenörskap, engagemang, infrastruktur och en natur som andas hållbarhet. Mycket har redan gjorts och mycket är på gång, men för att hänga med i den globala konkurrensen behövs fler åtgärder. I dagens hållbarhetsdiskussion sägs ofta att framtidens vinnare är den som vågar ta steget mot förändring. Vi i Österbotten behöver vara modigare än någonsin och upptäcka outforskade vägar. Det är ofta så våra framgångssagor inom näringslivet börjat också historiskt sett.

VI BEHÖVER:

- ▶ **Skapa fler arbetstillfällen** inom hållbara framtidssektorer, som förnybar energi, energi-effektivisering, energilagring, hållbart jord- och skogsbruk, cirkulär ekonomi, digitalisering, forskning och utveckling och innovativa miljö- och klimatlösningar.
- ▶ **Hitta ekonomiska stimulansåtgärder** som bidrar till att fler företag strävar efter att uppnå målen i Parisavtalet och FN:s globala hållbarhetsmål.
- ▶ **Satsa mera på lokal utveckling** och större självförsörjning, med fokus på att uppnå resilienta samhällen, genom att till exempel investera i klimatanpassning, hållbar livsmedels-försörjning samt påskynda övergången till ett fossilfritt samhälle. Under coronapandemin såg vi många exempel på styrkan i lokala nätverk och hög grad av självförsörjning.
- ▶ **Skapa fler företagssamarbeten** och industrisymbioser. Företagens strategi får ny grund i och med en cirkulär ekonomi. Cirkulär ekonomi förutsätter nya typer av samarbeten både mellan företag och mellan företag och den offentliga sektorn. Mer samarbete gynnar i slutändan alla.
- ▶ **Påverka lagstiftningen** och hitta lösningar för befintliga hinder och attityder mot hållbarhet och cirkulärt arbete.
- ▶ **Visa goda exempel och inspirera** andra företag och regioner att verka hållbart.

2.2 AKTIONSPLAN | Tio i topp

Utgångspunkten för allt hållbarhetsarbete har sin grund i Agenda 2030 och FN:s globala hållbarhetsmål, och inkluderar både näringslivets konkurrenskraft och ökad resurseffektivitet. De globala hållbarhetsmålen har även kallats en businessplan för världen. Hållbarhetsarbetet i Österbotten förutsätter att vi arbetar med samtliga 17 globala hållbarhetsmål.

Vi har identifierat **tio konkreta åtgärder** som vi anser vara framgångsfaktorer och som Österbotten behöver satsa på för att nå målen i denna färdplan. Varje åtgärd följs av en rad förslag på hur vi kan komma igång med arbetet.



10 ÅTGÄRDER som Österbotten behöver satsa på	1. STÄRK DEN GEMENSAMMA KOMPETENSEN  Sid 16	2. SYNLI GGÖR OCH KOMMUNICERA  Sid 18
3. FULL GAS!  Sid 20	4. LÅT DESIGNEN STYRA  Sid 22	5. BLI EN DEL AV ETT STÖRRE EKOSYSTEM  Sid 24
6. ÖKA SJÄLV-FÖRSÖRJNINGEN  Sid 26	7. HÅLLBAR ENERGI  Sid 28	8. ANSVARSFULL TURISM  Sid 30
9. GENOMTÄNK T UPPHANDLING  Sid 32	10. NYA AFFÄRSIDÉER  Sid 34	HUR? Konkreta förslag på var vi ska börja, och hur vi ska gå vidare.

1. STÄRK DEN GEMENSAMMA KOMPETENSEN



”Det är viktigt att företag och kommuner i Österbotten går med i nätverk för cirkulär ekonomi, utnyttjar stödprogram och öppet delar information så att man genom samarbete kan påskynda utvecklingen hållbara innovationer och ekonomisk tillväxt.”

ÖSTERBOTTEN STÄLLER OM
Färdplan för hållbarhet och cirkulär ekonomi

Det är viktigt att Österbottniska företag och kommuner deltar i gemensamma nätverk och plattformar för cirkulär ekonomi. För den som lyckas använda naturresurser effektivt och minska sitt avfall erbjuder den cirkulära ekonomin nya affärsmöjligheter och konkurrensfördelar.

För att uppnå denna utveckling krävs ett nära samarbete och kunskapsutbyte, och nätverk utgör en utmärkt ram för detta. Några exempel på nätverk är Cirkulär ekonomi Finland (Kiertotalous Suomi, KiSu), European Circular Economy Stakeholder Platform, Sitra och Green Deal-programmet för cirkulär ekonomi.

I de gemensamma nätverken kan aktörerna i Österbotten dela och få aktuell information samt ta del av bästa praxis, vilket påskyndar uppkomsten och genomförandet av nya innovationer. Sitra och andra motsvarande aktörer erbjuder värdefulla resurser, som finansiering, forskningsdata och partnerskap, med hjälp av vilka lösningar för cirkulär ekonomi kan utvecklas och tillämpas lokalt. Sådana nätverk underlättar också samarbetet mellan företag och den offentliga sektorn, stöder en hållbar ekonomisk utveckling och skapar nya arbetstillfällen i landskapet.

Innovationer är ofta resultatet av en dialog mellan aktörer inom olika sektorer. I Green deal-programmen för cirkulär ekonomi betonas just detta samarbete – när olika aktörer arbetar tillsammans kan de utveckla lösningar som inte skulle vara möjliga om man arbetat ensam. Det är också viktigt att informationsutbyte och öppenhet mellan alla aktörer betonas, eftersom det krävs allas insatser och synpunkter för att lösa gemensamma problem. Detta kommer att leda till snabbare utveckling, minskad miljöpåverkan och mer hållbara modeller för ekonomisk tillväxt. Österbottens deltagande i dessa nätverk stärker inte bara den lokala konkurrenskraften utan också en långsiktigt hållbar utveckling i hela landskapet.

FÖRSLAG

- Gå med i nätverk. Deltagande i plattformar som Cirkulär ekonomi Finland (Kiertotalous Suomi) och Sitra ger värdefull information och samarbetsmöjligheter för att främja cirkulär ekonomi.
- Dra nytta av stödprogram. Den cirkulära ekonomins Green Deal-program tillhandahåller finansiering och resurser för att stöda utvecklingen av nya hållbara affärsmodeller.
- Stärk det lokala samarbetet. Uppmuntra företag och kommuner att skapa lokala partnerskap och dela med sig av bästa praxis inom den cirkulära ekonomin. Detta kommer att öka antalet innovationer och stöda hållbar ekonomisk tillväxt.
- Öppen kunskapsdelning. Skapa en öppen kultur där lösningar och erfarenheter inom cirkulär ekonomi delas mellan alla aktörer. Detta bidrar till att lösa gemensamma problem och gör utvecklingen snabbare och mer effektiv.



2. SYNLIGGÖR OCH KOMMUNICERA



”Vi har arbetat hårt för att spara energi och råvaror, minska mängden avfall och öka återvinningen samt minska användningen av beständiga organiska kemikalier. Vi utvecklar hälsosammare, säkrare och effektivare produkter och processer, vilket gynnar både våra kunder och våra anställda. Till exempel hjälper vårt dammfria slipkoncept till att skydda arbetarnas lungor samtidigt som det ger en renare och bättre ytfinish.”

MIRKA

Hållbarhet är i dag en nödvändig del av företagens kommunikation. Det finns mycket att vinna på att ta ansvar. Ett genuint hållbarhetsarbete stärker företagets varumärke och attraktionskraft. Det bidrar till ökad försäljning, bättre relationer med kunder och intressegrupper och ger stoltare medarbetare. Men inget kommer gratis – bra kommunikation kräver *walk & talk*.

Att visa att man aktivt arbetar ansvarsfullt är en nyckel i hållbarhetsarbetet. Att eftersträva hållbara lösningar och våga lyfta fram hållbarhetsarbetet hjälper till att bygga ett starkt varumärke. Allt fler vill veta om och hur de företag man kommer i kontakt med bidrar till en bättre värld. Det här gäller anställda, leverantörer, samarbetspartners, aktieägare och kunder.

Hållbarhetskommunikation förutsätter att man tar reda på vad som är relevant för ens målgrupp och anpassar kommunikationen utifrån det. De flesta av oss är vana att publicera information först när vi är klara, men eftersom hållbarhet är ett ständigt pågående arbete är det viktigt att rapportera både om långsiktiga målsättningar, men även om små framsteg. Det visar att vi är aktiva och aktuella och tar frågan på allvar. Vi behöver mera kunskap om vilka drivkrafter olika målgrupper har för att välja hållbara alternativ. I Österbotten behöver vi bli bättre på att kommunicera för att kunderna lättare skall kunna göra hållbara val.

Många företag undviker hållbarhetskommunikation på grund av rädslan för att *greenwasha* (att ge tomma löften). I stället går man åt motsatt håll och *greenhushar* (gör mycket, men kommunicerar lite). Många bolag anser att de skulle kunna göra mer, och tror att andra gör mer. Men att vänta tills man är ett 100-procentigt hållbart företag är orealistiskt. Det österbottniska näringslivet håller redan en hög nivå på många plan, men vi kan bli betydligt bättre på att berätta om vad vi gör. Genom att fortsätta göra saker bättre, samtidigt som vi aktivt kommunicerar både mindre och större framsteg och ambitioner finns det stora möjligheter att gå från *greenhushing* till *greencashing* (hållbarhetsarbete som syns i plånboken).

EU:s direktiv om miljöpåståenden, Green Claims, har en betydande inverkan på företagens hållbarhetskommunikation eftersom den ställer strikta krav på sanningshalten och transparensen i företagens miljöpåståenden. Företagen måste nu bevisa att de miljöfördelar de hävdar, bygger på starka bevis och vetenskapliga data, för att på så sätt öka förtroendet hos konsumenterna. Denna utveckling uppmuntrar företag att förbättra sina hållbarhetsstrategier och kommunikationsmetoder för att differentiera sig från sina konkurrenter som ansvarsfulla aktörer på marknaden.

FÖRSLAG

- ▶ Skapa österbottniska nätverk, forum, fortbildningar och utbildningar kring hållbarhetskommunikation. Genom samarbete och nätverkande kan företagen sporra och utveckla varandra.
- ▶ Skapa fler företag som kan hjälpa till med hållbarhetskommunikation och -redovisning, certifieringar och GHG-beräkningar (växthusgaser) och GRI-redovisningar.



FOTO: CONCORDIA / EVA-STINA KJELLMAN

3. FULL GAS!



”Biogas är miljövänligt, lokalproducerat och återvinning av avfall. Den är förmånlig, och ett steg mot ett fossilfritt liv.”

AVFALLSBOLAGET STORMOSSEN

Österbotten har över 30 års erfarenhet av biogasproduktion, och nu är det dags att stärka vår position. Vi behöver en gemensam plan för att producera och distribuera biogas till hela landskapet. Förutsättningarna för en uppskalning finns – vi har råvaror, kunskande och utvecklingspotential. Nu behövs bara mod och vilja att göra ett skifte.

Finland har satt upp ambitiösa mål för att främja utsläppssnåla transporter och kommunikationsministeriet har utarbetat flera strategier för att minska utsläppen. Målet är att fram till 2030 minska utsläppen från trafiken med 50 procent och uppnå koldioxidneutralitet senast 2045. Detta kräver en omställning från traditionella fossila bränslen till förnybara alternativ, och biogas är en viktig del av denna omställning.

Biogas är ett förnybart och utsläppssnålt bränsle som avsevärt kan minska koldioxidutsläppen från transporter samt förbättra luftkvaliteten. Biogasproduktionen är baserad på behandling av organiskt avfall, som jordbruks- och livsmedelsavfall, vilket inte bara minskar mängden deponiavfall utan också bidrar till den cirkulära ekonomin. Användningen av biogas inom transportsektorn bidrar inte bara till att uppnå de nationella miljömålen, utan kan också öka energieffektiviteten och förbättra användningen av lokala resurser.

Österbotten har särskilda förutsättningar att vara en föregångare inom produktion och användning av biogas. Det finns gott om jordbruksproducenter och källor till bioavfall i området, vilket möjliggör en effektiv biogasproduktion. Dessutom kan Österbottens starka industriella tradition och möjligheter till samarbete mellan olika intressentgrupper, såsom kommuner och forskningsinstitut, påskynda investeringar och lösningar inom biogas. Detta gör Österbotten till en idealisk plats för att utveckla och genomföra biogasbaserade trafikinnovationer som stöder ett mer hållbart och utsläppssnålt transportsystem.

FÖRSLAG

- ▶ En riktgivande och övergripande helhetsplanering för biogasproduktion och -distribution som utreder förutsättningarna och möjligheterna för ett gasnätverk i Österbotten. Vi behöver se på faktorer som aktörer, kostnader, infrastruktur, volym, flöde, kapacitet och miljökonsekvens.
- ▶ En utredning av tekniska och ekonomiska förutsättningar för en gemensam uppretnings- och förvätskningsanläggning för tillverkning av flytande biogas (LBG) – förutsatt att produktionsvolymerna är tillräckliga. Detta som ett inhemskt fartygsbränslealternativ till LNG.
- ▶ Vid planering av en industriell biogasanläggning bör man utöver miljö- och investeringsfrågor försäkra sig om följande:
 - Kontinuerlig tillgång till biomaterial.
 - Korta transportsträckor för både biomaterial och rötrest.
 - Användning/förbrukare av producerad biogas, företrädesvis som fordonsgas.
 - Användning/utspridning av rötrest som gödsel eller markförbättring.



FOTO: MIKKO LEHTIMÄKI

4. LÅT DESIGNEN STYRA



”80 procent av klimatavtrycket handlar om beslut som fattas redan i designskedet.”

EU-KOMMISSIONEN
Handlingsplanen för cirkulär ekonomi

Klimatavtryck och tillverkningskostnader avgörs av beslut som fattas i designskedet. Här läggs grunden för produktens livscykel, och det är här den totala miljöpåverkan avgörs – från utvinning av råmaterial till produktion, distribution och användning till återvinning, reparation och avfall. Cirkulär ekonomi handlar inte bara om att ta vara på befintliga resurser, utan också om att designa bort mängden avfall och spill.

Design är en av de centrala processerna för innovation. Design och planering är grunden för hur produkter och tjänster är utformade, och är direkt avgörande för en produkts livscykel. Man räknar med att 80 procent av klimatavtrycket och 90 procent av tillverkningskostnaderna handlar om beslut som fattas i designskedet. Att ekodesigna en produkt innebär att ta hänsyn till hela livscykeln – produkten behöver kunna underhållas, repareras, uppgraderas, anpassas, plockas isär och återvinnas. Att förlänga en produkts livslängd handlar om mer än bara återvinning. Det handlar om att bevara produktens ursprungstillstånd i så stor utsträckning som möjligt över tid.

Ekodesign innebär innovativa designlösningar för både produkter och tjänster som förlänger livstiden och minskar på avfallet. Med ekodesign säkerställer man att det finns produkter med hög prestanda och liten miljöpåverkan. I tillverkningen integreras miljöaspekterna och livscykeltänkandet med produktdesignen. När produkter som har designats för att hålla länge och återanvändas många gånger går sönder, kan delar av produkten användas för att tillverka nya produkter med samma eller andra funktioner. Ett steg i rätt riktning är EU-direktivet *Right to Repair* (R2R) som syftar till att förbättra konsumenternas möjligheter att reparera och underhålla de produkter de köper, särskilt elektronik och hushållsapparater. Direktivet förutsätter att tillverkarna tillhandahåller reservdelar, reparationsinstruktioner och verktyg samt oberoende reparatörer för att förlänga produkternas livslängd och minska avfallet. Konsumenterna rätt att få information om hur produkter kan repareras, vilket stöder hållbar utveckling och cirkulär ekonomi. Målet är också att minska den planerade föråldringen av produkter, så att de inte går sönder eller blir oanvändbara för snabbt. Detta ska uppmuntra företagen att utveckla mer hållbara produkter och förbättra konsumenternas ställning på marknaden.

I Österbotten är den tillverkande industrin betydande Övergången till en cirkulär ekonomi kräver nya sätt att se på hur vi producerar. I designen bör vi i större utsträckning tänka på hållbarhet för att kunna svara på kravet på produkters, och materials, fortsatta livscykel. Genom att planera rätt i allt från design till förpackningar och transporter har vi goda möjligheter att skapa konkurrenskraftiga och hållbara produkter.

FÖRSLAG

- ▶ Vi behöver skapa metoder, utbildningar och försöksverksamhet som bidrar till ökat fokus på ekodesign i den tillverkande industrin. Detta i samarbete med näringsliv och högskolor.
- ▶ Vi ska sätta fokus på att designa bort spill och avfall, och öka återvinningen. Genom att öka kunskapen om livscykelperspektiv redan i designskedet kan företag bli mer konkurrenskraftiga.



FOTO: MIKKO LEHTIMÄKI

5. EN DEL AV ETT STÖRRE EKOSYSTEM



”Genom att samarbeta skapar vi synergier där de industrier som kommit längre inom hållbarhet, drar upp farten för de som ännu är i början av omställningen. Tillsammans lär vi av varandra och stärker vår konkurrenskraft.”

ALHOLMEN INDUSTRIAL PARK
Jakobstad

Inget företag klarar av att bli cirkulärt på egen hand. Vi är vana att jobba tillsammans, men för att bli cirkulära behövs det ännu mer nätverkande och konkret samarbete. Genom att hitta samarbetsparter i hela värdekedjan kan du underlätta övergången.

För att gå från en linjär till en cirkulär ekonomi behövs nya typer av samarbeten. Det finns flera sätt att arbeta, men alla kräver samarbete och system för att vi ska kunna ta ansvar för hela materialvärdekedjan. De bästa förutsättningarna för ett cirkulärt samarbete fås där en blandning av olika aktörer finns samlade på en plats. Gemensamma intressen eller resurshantering kan lägga grunden för nya cirkulära företagssamarbeten och skapa både konkurrensfördelar, affärsnytta och förbättrad miljöprestanda. Genom att ta tillvara och utbyta avfall, energi, material och andra restprodukter i olika processflöden kan avfall från en process bli till en resurs i en annan. Industriella symbioser är ett sätt att samarbeta och hitta möjligheter att använda sig av varandras resurser som avfall, råmaterial, överloppsenergi, utrymmen och arbetskraft.

Ett exempel där industrier insett vikten av gemensamma målsättningar och fördelarna med samarbete är industriklustret Alholmen Industrial Park i Jakobstad. Inom företagens gemensamma förening AIP upprätthålls ett gott samarbete som resulterar i nya synergifördelar. Cirkulär ekonomi är en naturlig del av verksamheten på området, där företagen har som mål att minimera avfallet som uppstår vid produktion. Målet för 2030 är att inget avfall ska föras till avstjälningsplatser. Under AIP:s styrelse finns fem team som samarbetar kring olika temaområden, och alla medlemsföretag är representerade i styrelsen och teamen. Samarbetet omfattar miljöfrågor, kommunikation, personalfrågor, säkerhet och serviceproduktion.

I Österbotten är vi vana att *”arbeta i lag”* men det finns ännu mycket att vinna på ökat samarbete. Framför allt finns stora möjligheter för cirkulär ekonomi genom att anamma ett större fokus på livscykel och värdekedjor i den tillverkande industrin. Hur ser företagens *after use*-strategier ut och hur samarbetar vi med andra företag i produktens eller tjänstens hela livscykel? Det bästa är att börja arbeta på den nivå som möjliggör långsiktigt hållbara lösningar för just er verksamhet. Det kan vara på produktnivå, affärsmodellsnivå, processnivå, industriella symbioser, värdekedjor eller infrastruktur.

FÖRSLAG

- ▶ Skapa nya cirkulära ekosystem och företagskluster kring livscykel. Genom att samarbeta kring gemensamma resurser som material, energi, infrastruktur, mark och kunskap skapar ni förutsättningar för bättre affärer, kostnadsbesparingar, starkare varumärken och minskade miljörisker.
- ▶ Lägg fokus på praktisk forskning och utveckling kring symbioser mellan företag.
- ▶ Skapa fler projekt kring konkreta utvecklingsförslag inom avgränsade områden (till exempel ett industriområde).



6. ÖKA SJÄLVFÖRSÖRJNINGEN



”Kristinestadsföretaget Potwell gjorde redan 2011 en uträkning av verksamhetens klimatavtryck. Nu kompenserar man för utsläppen genom att samarbeta med 4H-organisationen Taimiteko som planterar ny skog på gamla åkrar och myrar som använts till torvtäkt.
– Luke har räknat ut den nya skogens klimatpåverkan och enligt de uträkningarna kompenserar vi för våra klimatutsläpp, säger vd Teppo Vetoniemi.”

KLIPP FRÅN WWW.SVENSKA.YLE.FI

Coronakrisen ökade betydelsen av lokala värdekedjor och självförsörjning. Det här är en möjlighet för Österbotten. Tack vare vårt mångsidiga näringsliv med utbredda ekosystem av många underleverantörer har vi en styrka som många regioner saknar. Nu blir begrepp som närproducerat och närtransporterat allt viktigare.

Österbotten präglas av många små- och medelstora företag som fungerar som underleverantörer för de exportinriktade industrierna. Styrkan i lokala nätverk och entreprenörskap blev speciellt tydlig under coronapandemin när många företag och kommuner blev tvungna att hitta lokala leverantörer. Transporterna försvårades och blev mångfalt dyrare och de lokala leverantörernas betydelse ökade väsentligt.

Leverantörskedjorna förändras och behöver säkras för att skapa fler alternativ så att man inte är beroende av enskilda leverantörer på andra sidan jorden. Ur hållbarhetssynpunkt finns det många fördelar med lokala värdekedjor:

- Bättre leveranssäkerhet jämfört med mer avlägsna samarbetsparter.
- Enklare att ställa om när det verkligen behövs.
- Starkare band mellan leverantörer och beställare tack vare nära relationer och fysiska möten.
- Minskade transportkostnader och positiva effekter på miljön, på grund av minskat energibehov för transport och lagring.
- Kortare leveranstider. Komponenter och tjänster levereras ”just on time”.
- Ekonomiska fördelar för lokalsamhället. Lokala inköp bidrar till lokala arbetsplatser och skapar nya innovationer och globala konkurrensfördelar.

Österbotten har goda förutsättningar att använda den diversifierade näringslivsstrukturen som en styrka. Företagens snabba förmåga att ställa om och anpassa sig till förändrade situationer är en bidragande orsak till varför vi kan bli föregångare när det gäller så kallad *local sourcing*. Närproducerat och närtransporterat är inte ett begrepp bara för livsmedelsbranschen utan en stor potential för alla branscher. Under de senaste åren har vi sett flera exempel på att våra globala företag väljer att stärka sin position och koncentrera sin verksamhet till landskapet.

FÖRSLAG

- Fokusera på möjligheterna med så kallad *local sourcing*. Konkreta exempel tas fram och marknadsförs så att fler företag och kommuner inser nyttan av lokala och regionala ekosystem.
- Förståelse för och vilja att samarbeta på ett öppet och genuint sätt i lokala nätverk.
- Skapa plattformar och utvecklingsprojekt som möjliggör de fördelar vi har tack vare vårt diversifierade näringsliv.





Även i en cirkulär ekonomi behövs energi för att producera välfärd. Skillnaden är att energin är hållbart producerad, förnybar och innebär låga koldioxidutsläpp. Framtiden handlar om fossilfri el och värme, och nu behöver företagen minska sitt koldioxidavtryck.

Österbottniska företag har en ypperlig chans att övergå till elektricitet och värme producerat med förnybara energikällor. Vår energiproduktion är nästan helt fossilfri och vi har lyckats minska beroendet av importerad el för att bli självförsörjande. Koldioxidneutrala alternativ finns tillgängligt både i städer och på landsbygden. Det byggs vindkraftsparker, installeras solceller och träavfall och flis används för uppvärmning i fjärrvärmeverk och egna anläggningar. Avfallsförbränning genererar elektricitet och fjärrvärme och på många håll produceras biogas vilket bidrar till att stärka den lokala elproduktionen. Jordvärme, bergvärme och luftvärmepumpar minskar behovet av köpt energi, vilket ytterligare minskar på koldioxidavtrycket. Vi har ett stort kunnande och nu är det hög tid att ta vara på dessa möjligheter och göra ambitiösa satsningar för en mer hållbar energiproduktion.

EL. Vid användningen av el avgörs koldioxidutsläppet av den så kallade residualmixen, det vill säga den specifika elleverantörens blandning av hur elen produceras. Varje elleverantör måste uppge koldioxidutsläppet. Som exempel hade Vasa Elektriskas elproduktion år 2023 ett koldioxidutsläpp på 1145,12 gram per kilowattimme. Fossilfri el, alltså el producerad med till exempel vattenkraft, vind, sol och kärnkraft, har inga koldioxidutsläpp.

FJÄRRVÄRME. Fjärrvärme som produceras med fossila bränslen är inte koldioxidfri, utan beräknas ha ett visst koldioxidutsläpp per kilowattimme. Fjärrvärme som produceras med förnybara källor är däremot koldioxidneutral. Ifall träd lämnas att ruttna i skogen frigörs koldioxid. Ifall vi bränner veden är koldioxidutsläppet det samma, men vi får också värme. Om man köper grön fjärrvärme av Vasa Elektriska levererar de en koldioxidfri fjärrvärme producerad av biomassa och avfall. Den som är ansluten till ett fjärrvärmeverk eller har egna flisvärmecentraler använder nästan enbart biobränslen, vilket ger en förnybar värme med väldigt låga koldioxidutsläpp. Beräkningar av koldioxidutsläppet görs bäst enligt metoderna i GHG-protokollet (se sid 73). Åren 2020–2022 var det genomsnittliga CO₂-utsläppet från fjärrvärmeproduktionen i Finland 145 kg CO₂ per MWh, beräknat med energimetoden för kraftvärme. (www.motiva.fi/ratkaisut/energiansaanto_suomessa/co2-paastokertoimet)

KYLA OCH FJÄRRKYLA. Kylning i kontor och andra fastigheter blir allt vanligare. Ifall man använder grön el för kylning ökar inte koldioxidutsläppet, men vid användningen av så kallad normal el ökar koldioxidutsläppet betydligt jämfört med traditionell ventilation utan kylning. Utsläpp av kylmedier och freon är skadligt och ökar koldioxidutsläppen tusenfalt jämfört med vanlig koldioxid.

FÖRSLAG

- Så många företag som möjligt övergår till fossilfri energi för både uppvärmning och elenergi.
- Bättre kommunikation om varför det är så viktigt att minska koldioxidavtrycket.
- Samordna FoU-resurser och praktisk tillämpning, samt skapa mer samarbete mellan företag, universitet, högskolor, organisationer och finansörer.



8. ANSVARSFULL TURISM



”Hållbarhet är bland det viktigaste för turismföretag som jobbar i skärgården. Därför använder vi skärgårdsprodukter, skärgårdsinriktad mat, lokal inkvartering och värnar om naturen. Både för våra kunder och våra guider är det viktigt att det vi gör är hållbart, att vi inte lämnar spår i naturen.”

BENJAMIN DONNER

Aavameri Sea Kayaking, den mest hållbara leverantören av turisttjänster i Östersjöregionen 2020

Att resa hållbart ligger i tiden. Denna trend syns också i Österbotten. Många utländska researrangörer söker nya områden och vårt landskap är mycket intressant. Tre år i rad har Finland utsetts till världens lyckligaste land, och intresset för Finland ökar. I Europa ser man stor potential för miljömässig, social och ekonomiskt hållbar kust- och havsturism, och speciellt vår rena natur lockar.

Turismen i Österbotten har stor potential att utvecklas. Vi kan skapa ett betydligt större ekonomiskt utbyte samtidigt som vi beaktar miljön och sociala värden. Allt fler vill resa hållbart, och researrangörer väljer att samarbeta med transportbolag som kan visa upp miljövänliga alternativ. Experter beräknar att turismen i Bottenviken kan växa med cirka 30–50 procent. De flesta identifierade destinationerna för en utveckling är naturturism och kulturmiljödestinationer. Det finns också potential för båtliv och segling, samt fiske och stadsturism. Resor skräddarsys allt oftare enligt intressen och fritidsaktiviteter. Samtidigt styrs resor till trygga resmål, och sociala medier ökar tillgängligheten.

De största hindren för utveckling av turismen i Österbotten handlar om bristen på innovation, produktifiering, marknadsföring, möjligheten att utnyttja den säsongsmässiga naturen samt utmaningarna med att identifiera och utnyttja regionens styrkor. Vi behöver skapa fler samarbeten, servicekedjor och nätverk. Hållbar turism handlar om att beakta hela kedjan, från att besökarna kommer till regionen tills de reser vidare. Det gäller transporter från flygfält, hamnar och tågstationer, men även själva vistelsen och alla aktiviteter på orten.

Turismoperatörer behöver information, verktyg och hjälp för att bedöma och jämföra effekterna av olika åtgärder och för att beräkna koldioxidavtrycket. En systematisk uppföljning av hållbarhetsmålen är viktigt både lokalt, nationellt och globalt. Företag och destinationer som arbetar enligt hållbarhetsprinciperna kan enligt organisationen **Visit Finland** räkna med följande **fördelar och styrkor**:

- En hållbar turistdestination är den mest eftertraktade destinationen i framtiden.
- Hållbar turism lockar besökare som är beredda att spendera mer pengar än genomsnittet och som är beredda att resa även utanför högsäsong.
- Hållbarhetstänket har kommit för att stanna, både marknadsföringsorganisationer och resenärer förväntar sig att företagen utvecklas enligt hållbarhetsprinciperna.
- I framtiden kommer endast de företag som utvecklas enligt hållbarhetsprinciperna att finnas med i den ökande konkurrensen.
- Hållbarhet förbättrar servicen, och skapar ett tänk som präglas av värdskap.

FÖRSLAG

- Främja hållbar turism, till exempel genom certifieringar.
- Ta del av Visit Finlands program *Sustainable Travel Finland* där man har utarbetat ett program i sju steg för företag som vill utvecklas enligt principerna för hållbar turism.
- Satsningar på att ta tillvara vår unika och rena natur i ett turistiskt syfte. Hållbar turism är som gjort för Österbotten bara vi ser möjligheterna och samordnar dem.

ÖSTERBOTTNISKA TRENDER

- Det händer att researrangörer meddelar att de inte kommer att resa hit innan det finns ett miljövänligare alternativ. 
- Hållbarhet innebär att de pengar man spenderar stannar i lokalsamhället. Därför är det viktigt att satsa på lokala varor och tjänster, och att lyckas i kommunikationen. 
- Resenärer bokar allt oftare sitt boende ur hållbarhetssynvinkel. 
- Hållbara alternativ prioriteras, som möjligheten att hyra cykel. 



FOTO: DIETER BERGHMANS

9. GENOMTÄNKT UPPHANDLING



”Hållbar upphandling leder offentliga medel till ansvarsfullt genererade tjänster, produkter eller jobb på ett nytt, innovativt sätt. Genom att skapa hållbar offentlig upphandling väljer upphandlande enheter ett miljövänligt, socialt och ekonomiskt ansvarigt alternativ.”

KOMPETENSCENTRET KEINO

Cirkulär ekonomi ställer kommunerna inför nya utmaningar. Med hållbara val bygger vi ett välmående Österbotten och livskraftiga kommuner. Hållbar och innovativ offentlig upphandling bör därför bli ett etablerat tillvägagångssätt inom den offentliga sektorn.

Den offentliga sektorn i Finland upphandlar årligen varor och tjänster till ett värde av cirka 47 miljarder euro. Även i den offentliga upphandlingen kan vi bidra till minskade utsläpp och främja utbud och efterfrågan på innovativa, cirkulära och klimatsmarta lösningar. Den offentliga sektorn har både möjligheter och skyldigheter att låta hållbarheten styra upphandlingen. Med hållbara upphandlingar kan man påverka till exempel kraven på energi- och resurseffektivitet, förnybar energi, minskade växthusgasutsläpp, mindre användning och utsläpp av farliga ämnen, val av material, smartare transporter, minskning av mängden avfall och återvinning av material. Upphandlingar som baseras på livscykelkostnader garanterar även ekonomiskt hållbara beslut och bidrar till att påskynda omställningen både i kommuner och inom näringslivet. Offentlig upphandling är med andra ord ett centralt verktyg i övergången till en cirkulär ekonomi.

För att kunna fatta goda upphandlingsbeslut behöver de upphandlande enheterna utveckla sin kompetens och förståelse för i vilka upphandlingar hållbarhetsaspekterna är viktigast, och hur man kan beakta dem. I en lyckad upphandling sätts den största vikten på planeringsfasen, utan att för den skull glömma själva konkurrensutsättningen och avtalsfasen. I Motivias guide *Hyvän hankinnan ABC* finns tips för en lyckad upphandlingsprocess. Det nationella och nätverksbaserade kompetenscentret för hållbar och innovativ offentlig upphandling, KEINO, kunde också användas oftare i Österbotten.

I en studie från **Nordiska ministerrådet** nämns fyra strategier som kan bredda det cirkulära perspektivet i offentlig upphandling:

1. Upphandling med kriterier som gynnar cirkulära produkter eller tjänster, till exempel att upphandla produkter som är tillverkade av återvunnet material.
2. Upphandling av nya och innovativa produkter, tjänster och material som främjar en cirkulär ekonomi (kan ge förutsättningar som stimulerar innovativa lösningar).
3. Upphandling av tjänster och nya affärsidéer. Upphandlingen fokuserar i de här fallen på att lösa ett behov med hjälp av en tjänst i stället för en produkt.
4. Upphandling som främjar industriell symbios och cirkulära system. Den här strategin är främst aktuell för stora investeringar. Ett exempel på sådana lösningar är när avfallet från en aktör kan användas som råmaterial för en annan.

FÖRSLAG

- En gemensam satsning för att i större utsträckning använda hållbarhetskriterier i offentliga upphandlingar.
- Erbjud samlad kunskap, nätverk och utbildningar för att öka kunskaperna kring hållbar offentlig upphandling.



10. NYA AFFÄRSIDÉER



”Blå bioekonomi bygger på olika sätt att hantera verksamhet kring vattendrag, som till exempel fiske, algodling och tekniska lösningar i biflöden, på ett hållbart sätt. Genom blå bioekonomi kan till exempel gårdagens avfall bli morgondagens bränsle.”

YRKESHÖGSKOLAN NOVIA

Den som vågar göra ett skifte är morgondagens vinnare. Om Österbotten ska ligga i framkant inom hållbarhet och cirkulär ekonomi måste vi satsa på nya lösningar. Alla förslag blir inte storsäljare, men vi i behöver vara med i nätverken och samla kunskaper för att snabbt kunna satsa på rätt häst.

DIGITALISERING. Framtiden stavas digitalisering i kombination med cirkulär ekonomi. Här ligger också fokus för de nya stödmöjligheterna efter coronakrisen, och vi kommer att höra mera av begrepp som *Smart circular economy*. Digitaliseringen kan underlätta omställningen. Det behövs lösningar som har så liten resurspåverkan som möjligt och nya hållbara tekniska lösningar inom så gott som alla branscher. Digitala innovationer kring hur avfallsströmmar och nya affärsidéer kan kombineras kommer att vara värdefulla temaområden.

VÄTGAS. Vätgasanvändning och bränsleceller är i fokus, speciellt i Japan och Kina. Även EU storsatsar för en grönare energi, och länder tävlar om att bli de främsta inom vätgasområdet. Genom sin vätgasstrategi och planen *RePowerEU*, som sätter upp mål för produktion och import, har EU-kommissionen öppnat dörren för en marknad för förnybar vätgas. Förnybar vätgas är ett verktyg för att ersätta fossila bränslen till exempel i transportsektorn.

ALGER. Algodling är redan ett forskningsämne på Vasa Universitet och vid Yrkeshögskolan Novia. Vi har startupföretag både i regionen och i Finland som satsat på algrening och odling. Alger väntas i framtiden ha en stor potential, och här kan vi vara i framkant.

NÄRINGSÄMNE MED POTENTIAL. Kväve och fosfor är grundämnen som i dag inte tas tillvara. Olika projekt vid Stormossen och Novia har fokuserat på denna helhet, men än så länge har vi bara tagit de första stapplande stegen. I Sverige jobbar företaget RagnSells för fullt med detta spännande återvinningsområde. Speciellt rötresterna från biogasproduktionen innehåller näringsämnen som inte används optimalt. Här har Österbotten redan en del kunskaper som behöver tas till nästa nivå.

SLUTA ELLER BÖRJA? Att sluta göra saker är lösningen på klimatkrisen, har det sagts. Österbotten behöver startups som driver klimatsmarta projekt och som snabbar på klimatomställningen och utvecklar affärsmodeller för cirkulär ekonomi. Sitter vi fast i gamla strukturer som kan ersättas med klimatsmarta lösningar? Vad kan vi sluta med, och vad kan vi skapa business kring?

PLASTÅTERVINNING. Plastbranschen är stark i Österbotten. Genom att skapa innovationer kring återanvändning av plastförpackningar och skapa ny infrastruktur för insamling, sortering och återvinning kan vi skapa nya viktiga affärsidéer som världen ropar efter lösningar på.

SORTERING OCH ÅTERVINNING. Förändringarna i avfallsagstiftningen ställer nya krav på återvinning, vilket innebär nya affärsmöjligheter kring återvinning, sortering och digitalisering.

FÖRSLAG

- ▶ Skapa nya affärsmodeller, och våga satsa på nya idéer och projekt.
- ▶ Skapa delningsplattformar, tjänstefiering och reparationservice.



2.3 CHECKLISTA FÖR FÖRETAG | Så kommer ni igång

Att kunna sätta in sitt företag i ett större samhällsperspektiv blir allt viktigare för den som vill hänga med i framtiden. I arbetet med färdplanen har lärdomarna och erfarenheterna kring hållbarhetsarbete i företagen så gott som alltid varit de samma, oberoende av vem vi pratat med eller vilka experter vi lyssnat på: Börja enkelt och systematiskt, gör det inte så svårt, ju enklare desto bättre och det är en resa som aldrig tar slut.

Många företag i Österbotten har redan i dag ett strukturerat hållbarhetstänk, medan andra är i startgrupparna. Med våra elva tips för att komma igång med hållbarhetsarbetet vänder vi oss till alla som arbetar eller ska börja arbeta med hållbarhetsmål och övergången till en cirkulär ekonomi. Att ni väljer att arbeta med hållbarhet betyder att ni kommer att få en bättre styrning och uppföljning på många områden. Ni kan visa vad ni gör för att bidra till ett hållbart samhälle, och visa att ni är ett ansvarstagande företag. Det kommer att vara en konkurrensfördel när potentiella kunder väljer vem de vill samarbeta med nu och i framtiden.

Förutsättningarna för hållbara affärsmodeller är olika för olika branscher. Därför är det viktigt att beakta att det behövs olika lösningar och modeller beroende på vilka material ni använder och om ni erbjuder produkter eller tjänster. Det första ni kan göra är en väsentlighetsanalys, det vill säga bedöma vilka frågor som är viktigast för intressenter, medarbetare, kunder, styrelse och finansiärer. Eftersom alla företag befinner sig i olika skeden och situationer har vi utgått från elva temahelheter. Övergången kan ske i olika skeden, beroende på företagstyp och affärsmodell, samt utgående från företagets strategi och prioriteringar. När ni vet var ni vill börja kan de frågor och kommentarer som vi listat hjälpa er att komma igång. Ett annat sätt att börja är att utgå från något av FN:s globala hållbarhetsmål och bedöma hur de påverkar er.

Oberoende hur långt ni kommit på er hållbarhetsresa, eller om ni ännu inte kommit igång, kan ni tänka på att:

- ▶ Våga börja arbeta med hållbarhet. Det finns experter att tillgå och genom att diskutera med andra kan man hitta nya sätt att jobba.
- ▶ Utgå från er egen verksamhet och era egna förutsättningar.
- ▶ Utgå från de mest väsentliga områdena för just er verksamhet.
- ▶ Börja med små steg som ni kan förändra och förbättra.
- ▶ Samarbeta med andra i och utanför ert företag.
- ▶ Ni kommer aldrig att bli färdiga med ert hållbarhetsarbete – det är en utvecklingsprocess.



”Delta gärna i evenemang om hållbarhet för att lära er mera. Ta reda på vad ni redan är bra på och välj ett enkelt och hanterbart projekt. Att lyckas ger motivation att fortsätta. Och kom ihåg att fira framgångarna.”

DANIEL ASPLUND
Sustainability and Aftersales Manager, Ekeri

FOTO: CONCORDIA / EVA-STINA KJELLMAN

Elva steg mot ett hållbart företag

Vi har listat elva steg där företag kan jobba med mera hållbara lösningar. Allt är knappast användningsbart för alla, men använd frågorna och tipsen för att fundera på hur er verksamhet kan utvecklas i en mera cirkulär riktning. På nästa sida finns utförligare beskrivningar av de elva stegen.

1. KOM IGÅNG		2. UTRYMMEN & ENERGI	
3. RÅMATERIAL	4. DESIGN & PRODUKTUTVECKLING	5. INKÖP	
6. PRODUKTION & TILLVERKNING	7. TRANSPORTER & DISTRIBUTION	8. KOMMUNIKATION & MARKNADSFÖRING	
9. FÖRSÄLJNING	10. AVFALL & ÅTERVINNING	11. MEDARBETARE & SAMHÄLLSANSVAR	

Var ska ska ni sätta fokus?

Fundera på om det är något speciellt skede som är mest väsentligt för ert företag att fokusera på. Var har ni störst klimatpåverkan och vad kan ni lättast åtgärda? Här kan ni ta hjälp av denna matris:

	Om ni säljer tjänster	Om ni säljer produkter	Om ni tillverkar produkter
Kom igång	x	x	x
Utrymmen & energi	x	x	x
Råmaterial			x
Design & produktutveckling			x
Inköp	x	x	x
Produktion & tillverkning			x
Transporter & distribution	x	x	x
Kommunikation & marknadsföring	x	x	x
Försäljning	x	x	x
Avfall & återvinning		x	x
Medarbetare & samhällsansvar	x	x	x

ELVA STEG

MOT ETT HÅLLBART FÖRETAG



1. KOM IGÅNG | Sätt hållbarheten i fokus

- ▶ **Fatta beslut om att börja arbeta med hållbarhet i fokus.** Utgå från er egen kärnverksamhet. Säkerställ att det är företagets ledning som driver hållbarhetsarbetet och fattar de viktigaste besluten. Då har ni goda förutsättningar att lyckas.
- ▶ **Gör en väsentlighetsanalys.** Fundera på vilka områden i ert företag som mest påverkar era kunder, leverantörer och intressenter. Börja där.
- ▶ **Lär av de bästa.** Inspireras av samarbetsparter eller konkurrenter som har kommit längre i sitt hållbarhetsarbete och dra nytta av deras erfarenheter. Om ni redan är bäst i branschen kan ni studera andra branscher.
- ▶ **Formulera ert syfte.** Utgå till exempel från branschspecifika principer eller FN:s globala hållbarhetsmål. De täcker det mesta som företag håller på med och är en bra utgångspunkt. Hur bidrar ert arbete till hållbarhetsmålen? Vad innebär hållbarhet för er och varför är det viktigt?
- ▶ **Sätt SMARTa mål.** Sätt fokus på hållbarhetsarbetet genom att sätta SMARTa mål (specifika, mätbara, accepterade, realistiska, tidsatta) som ni regelbundet följer upp.
- ▶ **Kommunicera.** Vänta inte med att berätta om era framsteg tills ni är helt nöjda eller 100 procent hållbara. Då kommer ni aldrig i gång. En tydlig riktning och ärlig ambition skapar förtroende och inspirerar. Kommunikation och öppenhet driver utvecklingen framåt.
- ▶ **Visa på samhällsnyttan.** Berätta hur ert hållbarhetsarbete bidrar till en positiv samhällsutveckling. Det stärker den interna förståelsen och gör verksamheten mer relevant för andra.
- ▶ **Engagera de anställda.** Involvera era medarbetare i hållbarhetsarbetet och välkomna deras förslag på förbättringar. När fler blir delaktiga ökar ansvarstagandet och ert varumärke stärks.
- ▶ **Inspirera era samarbetspartner.** Ställ krav på era leverantörer och uppmuntra era samarbetspartner att utveckla sitt hållbarhetsarbete. Kommunicera gärna gemensamt när ni gör förändringar och framsteg.
- ▶ **Hållbarhetsredovisa.** Ta fram en hållbarhetsrapport som visar både vad ni gör och vilka utmaningar ni har. Allt fler kunder, intressenter och investerare ställer krav på hållbarhet. Använd rapporten som bas för er hållbarhetskommunikation.

NYCKELORD: Engagera, inspirera, formulera



2. UTRYMMEN OCH ENERGI | För stor kostym?

- ▶ **Se över utsläppen.** De direkta utsläppen från verksamheten, exempelvis för produktion och uppvärmning, är det första man ser på när man börjar intressera sig för sitt klimatavtryck.
 - ▶ **Börja med elräkningen.** Det första ni kan göra som påverkar koldioxidavtrycket är att övergå till el och värme som produceras med förnybar energi. Tillgång till hållbar, tillförlitlig och förnybar energi och rena bränslen är en förutsättning för att kunna möta flera av de utmaningar världen står inför.
 - ▶ **Se över era utrymmen.** Är de ändamålsenliga för er verksamhet? Har ni oanvända ytor som ni värmer upp i onödan? Det lönar sig att endast ha de utrymmen ni verkligen behöver. Det finns exempel på företag som minskar sina utrymmen för att kunna växa.
 - ▶ **Statuera exempel.** Genom era val förmedlar ni ett viktigt budskap till anställda, kunder, försäljare, tillverkare och elproducenter om nödvändigheten i att beakta energieffektivitet och miljö. Hur syns era exempel gällande utrymmen och energi?
 - ▶ **Minska på utsläppen.** Utsläppen av växthusgaser har ökat dramatiskt och är sammanlänkat med användningen av fossila bränslen. Hur bidrar ni till att lösa energiförsörjningen och samtidigt minska på koldioxidutsläppen?
 - ▶ **Ta reda på ert ekologiska fotavtryck.** Ni minskar det effektivt genom att minska på privatbilismen, transporter och resor.
 - ▶ **Samanvänd.** Kan ni sammanvända utrymmen med grannen, eller ta i bruk intern hyra för att minska antalet kvadratmetrar?
 - ▶ **Producera smart.** Se över användningen av material, kemikalier och vatten.
- Enligt den internationella beräkningsstandarden **GHG Protocol** delas växthusgasutsläpp in i tre så kallade scopes som anger omfattningen av utsläppen. I scope 1 sätts fokus på direkta utsläpp (till exempel från egna fordon och oljepannor). I scope 2 ser man på indirekta utsläpp från nätburen energianvändning (el, fjärrvärme, fjärrkyla, ånga). Scope 3 omfattar alla övriga indirekta utsläpp som uppstår i ett företags värdekedja.

NYCKELORD: Utsläpp, elräkning, gemensamma utrymmen

3. RÅMATERIAL | Allt börjar med materialvalet

- ▶ **Använd hållbara material.** I tillverkande företag är råmaterialen grunden för en hållbar produktion. I en cirkulär ekonomi tillverkas produkter så att de går att plocka isär och kan användas om och om igen. Hållbara material ska kunna brytas ner av naturen eller återföras till produktionen. Målet är att inte behöva slänga någonting och på så sätt minska behovet av att ständigt köpa in nya råvaror. Hur stor del av era produkter kan materialåtervinnas?
- ▶ **Minska på materialanvändningen.** Detta gäller hela livscykeln i er produktion. Kan ni minska mängden material genom att omvärdera storleken eller vikten på en produkt?
- ▶ **Designa hållbart.** Kan ni designa produkten mera hållbart så att andelen spillmaterial minimeras och råmaterialet bibehålls så rent som möjligt för att kunna återanvändas?
- ▶ **Minska miljöbelastningen** genom att frångå användningen av icke-miljövänliga råvaror. Kan ni utesluta giftiga ämnen och ersätta dem med andra alternativ? Kan ni byta ut material i produkter som har stor miljöbelastning? Kan ni undvika giftiga material?
- ▶ **Använd mindre material.** Se över möjligheten att minska mängden material, delar och komponenter. Genom att omvärdera designen kan mängden material minska.
- ▶ **Hur länge håller det?** Kan ni övergå till att använda starkare och mer långvariga material som åldras med värdighet och har en längre livstid? Kan ni göra produkten lättare genom att minska på vikt och storlek? Finns det mer slitstarka alternativ som inte försämras lika lätt och är mera stöt-, vatten- eller dammtäta?
- ▶ **Den enes spill, den andres resurs.** Har ni möjligheter att använda spillmaterial från andra företag som råmaterial i er produktion? På så sätt får ni en mer cirkulär prägel på produkten.
- ▶ **Använd lokala råmaterial.** Finns det möjligheter att använda mer lokala råmaterial? Det kan bidra till att ni minskar klimatavtrycket genom minskade transporter.
- ▶ **Tillverka hållbart.** Använd smarta produktionstekniker, minska komplexiteten och optimera leverantörskedjor och (transport)volymen.
- ▶ **Vad händer när er produkt har levt ut sin tid?** Kan den repareras? Kan den återanvändas? Kan den plockas isär och utgöra råmaterial för ny produktion?

NYCKELORD: Lokalt, hållbart, återanvändning



4. DESIGN OCH PRODUKTUTVECKLING | Rätt från början

- ▶ **Designa bort avfall.** Enligt Europeiska kommissionen är 80 procent av klimatavtrycket och 90 procent av tillverkningskostnaderna ett resultat av de beslut som tas i designskedet. Att designa bort avfall och föroreningar är en nyckelfaktor i en cirkulär ekonomi. Hur kan ni planera er verksamhet så att inget avfall uppstår och så att produkterna är så rena som möjligt?
- ▶ **Framtidens produkter är också råvaror.** Vad händer med er produkt när kunden använt den klart? I en cirkulär ekonomi återvinns alltid produkterna. Produkter som förhindrar den cirkulära omställningen bör designas om så att de kan fungera som framtida råvara och så att avfallet minimeras. Har ni en "after use"-strategi för era produkter?
- ▶ **Konkurrensfördelar.** Designen påverkar produktionsprocessen och valet av material. Designen ger också argument för att välja en hållbar produkt. Vilken är er styrka?
- ▶ **Minska er miljöpåverkan.** Innovativa designlösningar tar hänsyn till hela livscykeln, från utvinningen av råmaterial till produktion, distribution och användning, till återvinning, reparation och avfall. Hur ser miljöpåverkan som helhet ut i er produkt eller tjänst?
- ▶ **Förstå användarnas behov.** Att designa hållbart innebär att göra produkten användarvänlig samtidigt som man tar hänsyn till hela livscykeln genom att tillämpa miljökriterier i alla stadier.
- ▶ **Kundernas behov förändras.** Planera redan i designskedet för hur produkten kan uppdateras eller ändras vartefter behoven eller användningsändamålen förändras. Då har ni en fördel gentemot andra och kan anpassa er till kundernas krav och framtida förändringar.
- ▶ **Förläng livslängden.** Genom att införa ett livscykel tänk i designen kan man förlänga produktens livslängd. Är produkten designad för ett nytt liv med en ny funktion? Planera för att kunna lägga till nya sätt att använda och återanvända produkten redan i designfasen.
- ▶ **Flexibelt och tidlöst.** Tidlöst utseende, hög kvalitet och funktionalitet är hörnstenarna i en hållbar produkt. Kan ni ta ställning mot "slit och släng-samhället" och i stället erbjuda att era produkter kan delas, repareras, uppgraderas, återanvändas eller återvinnas. Vilka krav på planeringen och designen kräver det? Kan ni informera om hur produkten ska användas och återanvändas för att minimera miljöpåverkan?
- ▶ **Kan produkten repareras?** Förbered er på kommande lagstiftning. Nya regelverk kommer att kräva att många produkter är designade för att kunna repareras.

NYCKELORD: Tidlöshet, livslängd, användarvänlighet

5. INKÖP | Våga ställ krav

- ▶ **Hållbart och effektivt.** Hållbara och effektiva inköp är en central del i företag för att stärka konkurrenskraften. Genom att välja samarbete med konkurrenskraftiga och hållbara leverantörer skapas mervärde för såväl företag som kunder.
- ▶ **Ställ höga krav.** När ni köper in råmaterial, komponenter eller material, se till att ställa krav på såväl återvunnet material som jungfrulig råvara.
- ▶ **Gör miljövänliga inköp.** Ställer ni krav på ett aktivt hållbarhetsarbete hos era leverantörer? Se till att ni får information om innehåll av problematiska ämnen i varor och material för att underlätta en hållbar lösning som också kan materialåtervinnas.
- ▶ **Vad kan ni påverka?** Fundera kring de inköp ni kan påverka direkt. Ni kan även påverka ert hållbarhetsarbete genom att till exempel be städfirman eller transportföretaget att ta fram hållbara alternativ. På så sätt blir även er verksamhet mer hållbar.
- ▶ **Gör riskbedömningar.** Utifrån givna kriterier görs alltid en riskbedömning av befintliga och blivande leverantörer innan ni skriver avtal. Har era samarbetsparter hållbarhet i fokus?
- ▶ **Håll koll på ursprunget.** För att kunna försäkra er om att ni har koll på hur och var era råvaror är producerade behövs ett etablerat system för spårbarhet på känsliga råvaror.
- ▶ **Förmågan att hantera risker.** Under coronapandemin blev vikten av säkra distributions- och leveransekedjor tydliga. Så kallad "local sourcing" är viktig också ur hållbarhetssynvinkel. Kan ni köpa lokalt? Finns era underleverantörer i närregionen? Mer lokala samarbeten bidrar också till mindre klimatavtryck.
- ▶ **Upphandla med hållbarhetskriterier.** Upphandlingar som baseras på livscykelkostnader garanterar även ekonomiskt smarta beslut.
- ▶ **Optimera inköpen.** Genom att samordna och optimera inköp med andra företag kan man bidra till hållbarhetsarbetet. Kan ni till exempel minska klimatavtrycket i era transporter vid inköp?
- ▶ **Prioritera ekologiskt.** Väljer ni ekologiska, miljö- och rättvisemärkta produkter vid inköp?

NYCKELORD: Riskbedömning, optimera, prioritera



6. PRODUKTION OCH TILLVERKNING | Producera för framtiden

- ▶ **Hållbar produktion.** Produkter och tjänster som skapas med hjälp av processer och material som inte är förorenade, som värnar om energi och naturresurser är ekonomiskt givande och ofarliga för arbetstagare, samhällen och konsumenter.
- ▶ **Ökad livslängd.** I en cirkulär ekonomi kommer era produkter att delas, hyras, och återvinnas. Det här ställer högre krav på kvalitet. Se till att era produkter kan användas längre, är återanvändningsbara och möjliga att reparera och återvinna.
- ▶ **Miljövänliga material och råvaror.** Allt fler kunder intresserar sig för produkter som är hållbara och miljövänliga. Kan ni övergå till miljövänliga alternativ i er produktion och undvika användning av icke-förnybara resurser?
- ▶ **Kom ihåg produktens nästa liv.** Kommande lagstiftning kommer i allt högre grad att kräva att produkter kan underhållas och repareras. Hur påverkar det er?
- ▶ **Producera för återanvändning.** Vad händer med er produkt när den uppnått sin livslängd? Finns det material som ni (eller någon annan) har intresse av? Kan man plocka isär olika delar så att de lätt kan återanvändas eller återvinnas?
- ▶ **Planera för återvinning.** Underlätta underhåll, reparation, uppgradering och anpassningsbarhet redan i produktionen. Ta tillvara förbättringsförslag som era medarbetare upptäcker under tillverkningsprocessen.
- ▶ **Tänk på livslängden.** Förläng livslängden genom att erbjuda produkter som är funktionella, lättskötta och enkla att reparera. Maximera funktionen och säkra bästa möjliga service.
- ▶ **Spara energi.** En stor källa till miljöpåverkan är energin som förbrukas under produktens användning. Kan överloppsenergi från era processer tas till vara?
- ▶ **Optimera förpackningen.** Överväg hur ni packar era produkter innan de lämnar era utrymmen. Är förpackningen miljövänlig? Vad händer med förpackningen när den inte längre behövs? Kan ni få tillbaka den så att den kan användas flera gånger?
- ▶ **Gör livscykelanalyser.** Om ni vill ha bättre koll på er egentliga miljöpåverkan kan livscykelanalyser (LCA) vara ett bra sätt att komma igång. En livscykelanalys ger er information om er miljöpåverkan i hela värdekedjan, från mineralutvinning till avveckling.

NYCKELORD: Material, råvaror, energi

7. TRANSPORTER OCH DISTRIBUTION | Ju närmare desto bättre

- ▶ **Optimera distributionen.** Distributionen har stor påverkan på klimatavtrycket för en produkt eller tjänst. Genom att optimera distributionssystemen och transporter kan ett företag göra stora framsteg i sitt hållbarhetsarbete.
- ▶ **Bättre logistik.** Med förbättrad logistik av varor mellan leverantör och köpare kan ni skapa en mera hållbar distribution. Detta innefattar hela distributionsprocessen från lagring, orderhantering, packning, förbättrad fordonslastning, leverans till kund eller köpare, samt genom att ta tillbaka förpackningen.
- ▶ **Samordna transporter.** Genom att optimera och samordna er distribution och era transporter bidrar ni till mindre koldioxidutsläpp i er verksamhet. Kan ni samarbeta med grannföretagen i distribution, inköp, avfallshantering och övrig logistikplanering?
- ▶ **Använd miljövänliga transporter.** Hur sköter ni frakt och distribution av era varor? Behöver era produkter fraktas? Vilken typ av transport är mest energieffektiv? Är transportföretaget miljöcertifierat?
- ▶ **Optimera förpackningarna.** Hur kan varan förpackas för att använda så lite förpackningsutrymme som möjligt? Använd nya teknologier och material. Tänk funktionella och smarta förpackningar, till exempel sådana som är spårningsbara genom IoT (Internet of Things).
- ▶ **Välj rätt förpackningsmaterial.** Reducera, minimera och optimera förpackningsmaterialet.
- ▶ **Reducera komponenter vid packandet.** Eliminera onödiga förpackningar, extra lådor eller lager. Minimera materialanvändning, vikt, storlek och dimensioner.
- ▶ **Använd återvinningsbara material.** Är era förpackningar återvinningsbara eller återanvändningsbara? Använd material om och om igen när det är ekonomiskt genomförbart och återanvänd förpackningar. Kan samma förpackning användas för andra produkter? Gör förpackningarna funktionella och värdefulla för ytterligare användning.
- ▶ **Använd fossilfri energi och biobränslen.** I Österbotten kan användningen av biogasdrivna transporter bidra till ert hållbarhetsarbete och även bli en konkurrensfaktor.
- ▶ **Lokalt är bäst.** Närtransporterat innebär transport med låg förbrukning av resurser.

NYCKELORD: Logistik, samordning, smarta förpackningar



8. KOMMUNIKATION OCH MARKNADSFÖRING | Berätta!

- **Kommunicera.** Hållbarhetskommunikation stärker ert varumärke, inspirerar andra och driver er utveckling framåt. Framtidens kunder förväntar sig information om ert hållbarhetsarbete för att kunna göra hållbara val. Syns man inte, finns man inte, gäller i allra högsta grad också här.
- **Vänta inte.** Att arbeta hållbart är ett fortlöpande arbete. Berätta därför om era mål och den utveckling ni gör. En tydlig riktning och ärlig ambition skapar förtroende och inspirerar. Alla företag har en lång väg kvar för att bli hållbara eller cirkulära, men kommunikationen driver på utvecklingen. Det går inte att vänta tills man är klar.
- **Formulera er.** Vad betyder hållbarhet för er och varför det är viktigt? Utgå till exempel från FN:s globala hållbarhetsmål, men översätt dem till utmaningarna i just er verksamhet. Vad vill ni kommunicera ur ett hållbarhetsperspektiv?
- **Analysera.** Hur uppfattas era styrkor och svagheter av anställda, kunder och samarbetsparter? Vilka möjligheter och risker kan det finnas med att profilera ert varumärke som hållbart?
- **Välj en fråga.** Det är viktigt att satsa på ett budskap även om det finns flera möjliga alternativ, då blir kommunikationen tydligare. Tänk både bakåt och framåt i tiden när ni väljer budskap. Vad har ni gjort och vad vill ni göra? Visioner skapar engagemang. Välj en fråga där ni vill göra skillnad och vågar ta ställning.
- **Visa på samhällsnyttan.** Berätta hur ert hållbarhetsarbete bidrar till en positiv samhällsutveckling, men blanda inte ihop hållbarhet med välgörenhetsprojekt. Hållbarhet bör vara en integrerad del av både er verksamhet och kommunikation.
- **Var öppen.** Öppenhet är det bästa sättet att skapa trovärdighet. Berätta också om mindre positiva saker ni hittar i er verksamhet och vad ni gör konkret för att komma till rätta med dem. Var redo att kunna svara på frågor från era målgrupper. En öppen kommunikation är a och o.
- **Undvik greenwashing.** Fokusera på konkreta, bevisade effekter och insatser. Kommunicera bara sådant som håller och framställ inte något som bättre för miljön än vad ni har täckning för.
- **Gör det enkelt.** Sträva efter att alltid beskriva ert arbete så enkelt och lättbegripligt som möjligt. Använd storytelling. Undvik fackuttryck, tekniska detaljer och förkortningar. Bra hållbarhetskommunikation kan också vara en nyckelfaktor för er arbetsgivarbranding.

NYCKELORD: Berätta, formulera, visa

9. FÖRSÄLJNING | Nya krav

- **Ny syn på försäljning.** Eftersom framtidens produkter kommer att vara mera hållbara kommer de också att användas längre och mer effektivt. Det innebär i sin tur att synen på försäljning kommer att ändras i grunden. Nya innovativa sätt att erbjuda tjänster framom produkter möjliggör denna utveckling och är en nyckel för att lyckas. Kan ni se till att den produkt ni erbjuder används mer effektivt, till exempel genom uthyrning, delning, reparatio och andrahandsförsäljning?
- **Kundernas krav förändras.** Var beredd på att prata hållbarhet i er försäljning. Efterfrågan på hållbara material, produkter, tjänster och digitala alternativ kommer att öka. Hur förberedda är era försäljare att möta kundernas krav på hållbarhet?
- **Förväntningar på underleverantörer.** Oberoende på om ni använder er av underleverantörer eller själva är en underleverantör lönar det sig att tänka till. Hur lever ni upp till hållbarhetsmålen i er verksamhet? Om er kund har hållbarhetskrav på sig är risken stor att de också kommer att ställa det på er.
- **Tillgång är a och o.** Framtidens konsumenter kommer allt mera söka tillgång till produkter, inte ägande av produkter. Hur påverkar det ert sätt att sälja?
- **Hållbar konsumtion.** Att återanvända produkter, hyra, dela eller leasa i stället för att köpa nytt kommer att bli det nya normala i framtiden. Gör det så enkelt och lönsamt som möjligt för både företag och kunder att göra hållbara val, att kunna dela, reparera och återanvända produkter.
- **Kommunicera.** Kunderna vill göra hållbara val och det ska vara lätt att göra rätt val. Informationen om era tjänster bör därför vara klar och tydlig för att underlätta för den enskilde konsumenten att göra hållbara och cirkulära val.

NYCKELORD: Tillgång, krav, kommunikation



10. AVFALL OCH ÅTERVINNING | Se över sorteringen

- ▶ **Se över ert avfall.** För att bli mera hållbar måste mängden avfall minska. Genom att systematiskt följa upp era avfallsmängder och -strömmar väcks en större medvetenhet. Hur hanterar ni ert avfall? Hur ofta ni tömmer ni era avfallskärl? När ni börjar fundera på vilka avfallsmängder ni har och om ni sorterar rätt kommer det automatiskt att leda till hållbarhetstänk. Dessutom finns det pengar att spara.
- ▶ **Samarbeta.** Inget företag klarar av att bli cirkulärt på egen hand. Genom att samarbeta med andra företag kan ert avfall bidra till en cirkulär ekonomi i andra företag och vice versa. Den enes avfall, kan vara den andres resurs.
- ▶ **Erbjud återvinning.** Kan ni erbjuda reparation, återtagande, återanvändning eller återvinning av era produkter?
- ▶ **Sortera.** För att kunna öka resursutnyttjandet av avfallet behöver källsorteringen förbättras. Energiutnyttjande förbränning används endast för avfall som inte är lämpligt att utnyttjas på annat sätt. Deponering sker enbart där avfallet inte kan utnyttjas som en resurs.
- ▶ **Informera.** Genom att informera era kunder om hur de skall hantera produkten minskar miljöpåverkan.
- ▶ **Minska avfallet.** I en cirkulär ekonomi uppstår inget avfall. För en mer hållbar framtid räcker det inte bara med att återvinna. Det viktigaste är att fundera hur ni kan minska mängden avfall.
- ▶ **Designa rätt.** Genom att planera produkten utgående från ett livscykelperspektiv kan ni bidra till minskat avfall och en tydlig after-use-strategi.
- ▶ **Gör det lätt att göra rätt.** Hur kan vi göra det lättare för kunden att återvinna rätt? Återanvändning är ett effektivt sätt att förlänga produkters livslängd.

NYCKELORD: Sortera, återvinn, informera



11. MEDARBETARE OCH SAMHÄLLSANSVAR | Social hållbarhet

- ▶ **Inkludera alla.** Social hållbarhet handlar om saker som inkludering och lika värde, och berör arbetsmiljö, jämställdhet, mångfald, hälsa och tillgänglighet. För vissa kunder kan det här till och med vara skillnaden mellan en genomförd och utebliven affär.
- ▶ **Socialt ansvar.** Se till att råvarorna och produkterna kommer från industrier med bra arbetsförhållanden – oavsett var i världen de finns. Personal som mår bra arbetar mer produktivt och det i sin tur är lönsamt. Social hållbarhet handlar om att driva ert företag som en god samhällsmedborgare. Ingen ska fara illa av det ert företag sysslar med.
- ▶ **Vad gör ni redan?** Troligen gör ni redan en hel del utan att ni ens vet om det. Social hållbarhet handlar om inkludering och allas lika värde, både internt i ett företag och bland era samarbetsparter. Kom ihåg att kommunicera också självklarheter.
- ▶ **Ta inget för givet.** Social hållbarhet kan låta banalt och som något som berör företag i andra delar av världen. Så är det inte. Genom att aktivt arbeta med social hållbarhet visar ni att ni tar ansvar och ser till att hela er verksamhet bygger på en hållbar grund.
- ▶ **Värderingar och samhällsansvar.** Den generation som är störst på arbetsmarknaden nu väljer allt oftare att arbeta för företag som har goda värderingar och tar samhällsansvar.
- ▶ **Mångfald och jämställdhet.** Studier visar att de företag som har en mångfaldsbaserad organisation presterar bättre än branschkollegor. Hur öppna är ni?
- ▶ **Hållbarhet är branding.** Era anställda får känna att de jobbar på ett ansvarstagande företag och era kunder vill samarbeta med hållbara samarbetspartners. Var tydlig med att ni arbetar för att göra ert företag socialt hållbart, det kommer göra andra mer intresserade av att anlita er.
- ▶ **Var påverkar ni?** När ni analyserar måste ni se hur ert företag påverkar människor, för att sedan kunna göra både interna och externa förändringar.
- ▶ **Internt och externt.** Social hållbarhet innebär att värna om arbetsförhållanden både internt och externt. Sträva efter att skapa jämlika, rättvisa och goda förhållanden för er personal, men se också till att era samarbetsparter, kunder och leverantörer har hållbara villkor för sin personal.
- ▶ **Var öppen med brister.** Att också rapportera sådant där ni ännu inte är hållbara visar att ni är medvetna om utmaningarna. Det stärker trovärdigheten.

NYCKELORD: Jämställdhet, värderingar, öppenhet

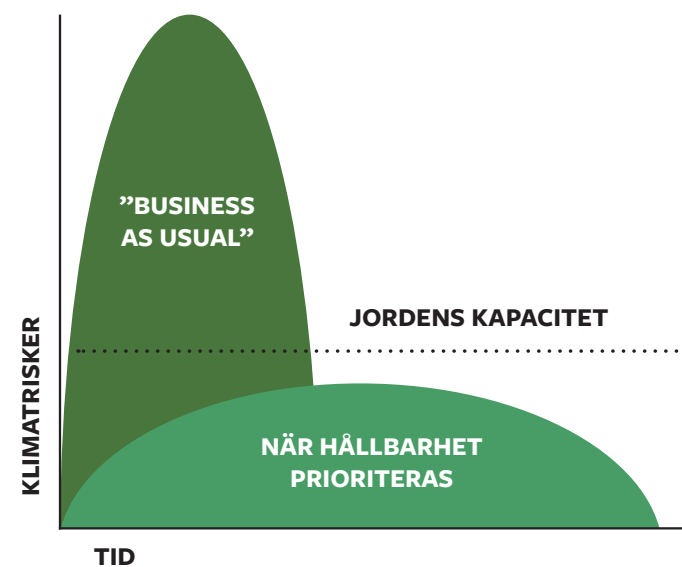
3. VART ÄR VI PÅ VÄG?

3.1 STYRDOKUMENT, TRENDER OCH LAGSTIFTNING | Ständiga uppdateringar

Cirkulär ekonomi handlar om tre huvudsakliga principer:

- ▶ Att designa bort avfall och föroreningar.
- ▶ Att hålla kvar produkter och material i användning.
- ▶ Att återskapa naturliga system.

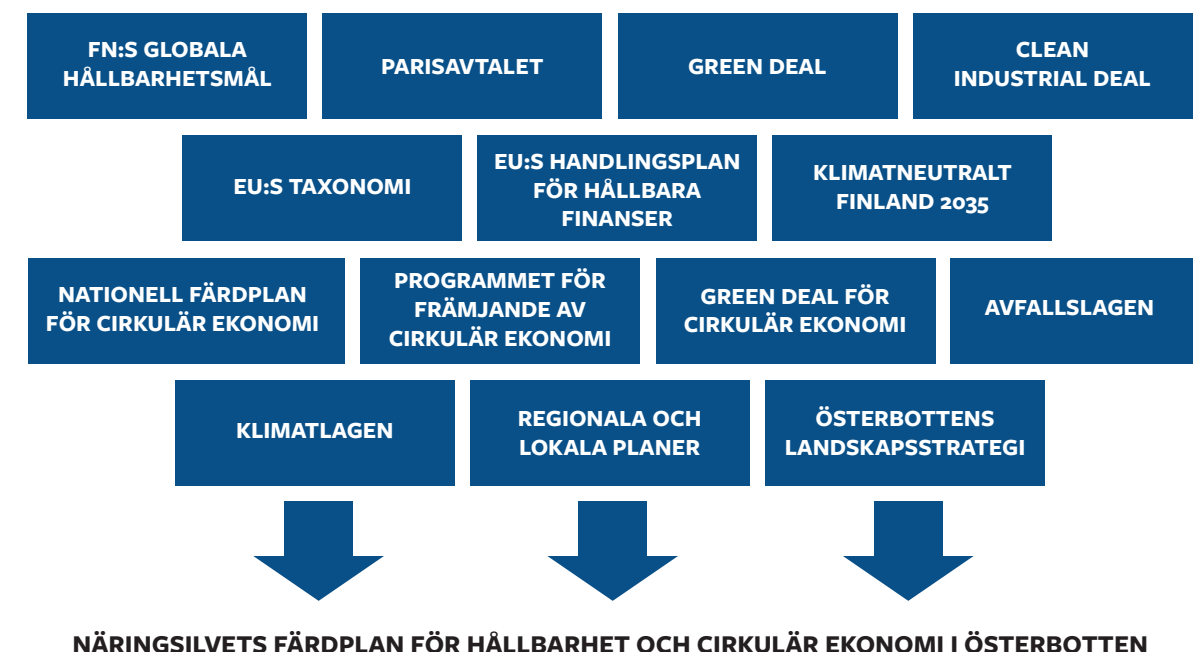
I detta kapitel ger vi bakgrundsinfo till vad som är på gång och varför vi i Österbotten behöver satsa på hållbarhet och cirkulär ekonomi. Världen förändras i snabb takt. Klimatförändringen och målen kring hållbar utveckling gör att såväl internationell som nationell lagstiftning och regelverk omvärderas. Konsumenttrender och lokala värderingar bidrar också till ökat tryck på omställning av vårt samhälle. I Finland förbrukar vi i dag resurser som om vi hade fyra jordklot (Earth Overshoot Day). Behoven av att platta ut kurvan gäller också ur hållbarhetssynvinkel.



FN:s globala hållbarhetsmål: Vi är den första generationen som kan avskaffa fattigdomen, och den sista som kan stoppa klimatförändringarna.

Styrdokument

Ansvaret som i detta arbete ligger på näringslivet handlar i grunden om att driva företag på ett ansvarsfullt och hållbart sätt som tar hänsyn till sociala, miljömässiga och ekonomiska faktorer i företagets verksamhet i alla led. Hållbarhetsmålen blir allt viktigare för både mindre och större företag i Österbotten. Vår ambition är att samla information om centrala styrdokument och trender som efter en genomslinng resulterar i denna konkreta färdplan.



NÄRINGSILVETS FÄRDPLAN FÖR HÅLLBARHET OCH CIRKULÄR EKONOMI I ÖSTERBOTTEN



► FN:s globala hållbarhetsmål och Agenda 2030

FN:s globala hållbarhetsmål och Agenda 2030 är den mest ambitiösa agendan för hållbar utveckling som världens länder någonsin enats om. Målen är utgångspunkten för så gott som allt klimat- och hållbarhetsarbete i hela världen och styr mycket av kommande lagstiftning och prioriteringar. Cirkulär ekonomi bidrar till flera av de 17 globala målen för hållbar utveckling inom Agenda 2030.

► Parisavtalet

För att målet med Parisavtalet ska uppnås, det vill säga att den globala uppvärmningen ska hållas under 1,5 grader, krävs det att alla avtalsparter vidtar ambitiösa åtgärder för att minska utsläppen. Målet är att de globala utsläppen av växthusgaser ska nå sin topp så snart som möjligt och att utsläppen därefter snabbt ska minska. Finland godkände avtalet den 14 november 2016 och har därmed förbundit sig till att också vidta åtgärder.

► Green Deal

EU:s gröna giv (Green Deal) tar sikte på ett klimatneutralt EU år 2050, och näringslivet har en nyckelroll. Bland målsättningarna finns stora utsläppsminskningar, investeringar i spetsforskning och innovation och bevarande av den biologiska mångfalden. År 2023 godkände EU det så kallade 55%-paketet (*Fit for 55*) med en ny och reviderad lagstiftning för att uppnå 2030-målet. EU-kommissionen har bland annat antagit en handlingsplan för att snabba på övergången till cirkulär ekonomi, som är en av de främsta ambitionerna inom ramen för den gröna given. (www.europarl.europa.eu/topics/sv/article/20210128STO96607/hur-vill-eu-uppna-en-cirkular-ekonomi-senast-till-ar-2050#eus-handlingsplan-fr-den-cirkulra-ekonomin-7)

► Clean Industrial Deal

Planen bygger på fyra huvudpelare: förenklade regler, förbättrad tillgång till finansiering, utveckling av arbetskraftens kompetens och globalt samarbete. Åtgärderna innefattar snabbare tillståndsproucesser för gröna projekt, stöd för innovation genom offentlig och privat finansiering samt främjande av hållbara leverantörskedjor genom handelsavtal och strategiska partnerskap för råmaterial.

► EU-kommissionens handlingsplan för cirkulär ekonomi

Handlingsplanen för cirkulär ekonomi innehåller åtgärder för att hjälpa EU att nå målet om klimatneutralitet år 2050. I planen föreslås åtgärder för hållbar produktion av elektronik, textilier och plast, halvering av kommunalt avfall samt mera hållbara förpackningar. Kommissionen betonar att handlingsplanen ska harmonisera med befintliga och nya strategier, exempelvis de globala hållbarhetsmålen och EU:s nya industristrategi. Handlingsplanen innehåller 54 åtgärder som ska förlänga produkters livscykel, från produktion och konsumtion till avfallshantering och marknaden för returråvaror. I planen lyfts fem prioriterade områden där man ska skynda på omställningen i värdekedjan – plast, matsvinn, viktiga råvaror, byggnation och rivning samt biomassa och biobaserade produkter.

► EU:s taxonomi

I den så kallade taxonomin finns EU:s definition på hållbar företagsaktivitet. Tidigare kunde var och en själv definiera vad som var hållbart, vilket ledde till stora variationer och en hel del greenwashing. Genom taxonomiförordningen skapas ett klassificeringssystem för miljömässigt hållbara investeringar. Närmare sektorspecifika krav kommer att fastställas genom förordningar. Med taxonomin kommer Europa att få en helt annan jämförbarhet och tydlighet i vad som krävs för Parisavtalet. För att en ekonomisk verksamhet ska räknas som miljömässigt hållbar måste den bidra avsevärt till ett eller flera av de sex fastställda miljömålen, undvika att orsaka betydande skada för något av de andra målen och uppfylla vissa grundläggande hållbarhetskrav.

► EU:s handlingsplan för hållbara finanser

Med EU:s handlingsplan för hållbara finanser tillkommer lagstadgade krav på att offentliggöra hur hållbarhet beaktas i interna processer samt vad som får kallas för hållbara investeringar. För näringslivet kommer ett samarbete för att skapa en ram för hållbara produkter att ge nya möjligheter inom och utanför EU. Denna stegvisa och oåterkalleliga omställning till ett hållbart ekonomiskt system är en del av EU:s nya industristrategi.

► Klimatneutralt Finland 2035

Finland har förbundit sig att arbeta för att landet ska vara klimatneutralt år 2035, och uppvisa negativa koldioxidutsläpp kort därefter. För att överbrygga klyftan mellan beslut och genomförande har beslutsfattarna inlett flera olika åtgärdshelheter för att dels hitta nya åtgärder för att minska utsläppen, dels påskynda de befintliga åtgärderna. Bland metoderna finns flertalet nya klimatpolitiska beslut, en utsläppsfri el- och värmeproduktion före utgången av 2030-talet, minskat ekologiskt fotavtryck, främjande av cirkulär ekonomi och en klimatvänlig livsmedelspolitik. Inom beskattningen flyttas tyngdpunkten till beskattning av miljöolägenheter.

► Nationell färdplan för cirkulär ekonomi

Under Sitras ledning gjordes år 2016 en nationell vägkarta för cirkulär ekonomi för Finland, den första i världen. Enligt uppdateringen från 2019 uppnår vi en cirkulär ekonomi om följande mål uppnås:

1. Förnyad grund för konkurrenskraften och livskraften så att lösningar för en cirkulär ekonomi sätts i centrum för konkurrenskraften och strategin för den ekonomiska tillväxten.
2. Övergång till koldioxidsnål energi, och dessutom måste man främja en effektiv energi-förbrukning samt höja ambitionsnivån i klimat- och energipolitiken.
3. Naturresurserna betraktas som knappa, eftersom konsumtionen och produktionen i Finland inte längre kan bygga på obegränsat utnyttjande av naturresurser om vi ska nå målen för klimatavtalet i Paris.
4. Vardagsbeslut drivkraft för förändring. För att halvera vårt koldioxidavtryck fram till år 2030 behöver vi ett nytt förhållningssätt till ägande, såväl kulturellt och skattemässigt som när det gäller inkomstfördelning.

► Programmet för främjande av cirkulär ekonomi

Finlands nya strategiska program för främjande av cirkulär ekonomi presenterades i januari 2021. Programmet sträcker sig till 2035, och målet är att cirkulär ekonomi ska utgöra den nya grunden för Finlands ekonomi. Genom programmet vill man stärka Finlands roll som föregångare. Den cirkulära ekonomin erbjuder verktyg för att stärka den exportdrivna ekonomin och sysselsättningen. Samtidigt minskar den förbrukningen av naturresurser samt utsläpp av växthusgaser.

Cirkulär ekonomi handlar inte enbart om ekonomi och tekniska lösningar. Övergången till en klimatneutral cirkulär ekonomi förutsätter även en övergripande förändring såväl i beslutsfattandet och planeringen i samhället som i företagens, hushållens och konsumenternas attityder och beteende. I programmet fastställs mål, mätare och behövliga åtgärder samt vilka resurser som behövs för att främja den cirkulära ekonomin och åstadkomma en systemförändring.

VISIONEN FÖR FINLAND 2035

- Hållbara produkter och tjänster är huvudfåran i vår ekonomi och delningsekonomi är en del av vardagen.
- Våra val är hållbara med tanke på framtiden och stärker ett rättvist välfärdssamhälle



- Mer med mindre: Användningen av naturresurserna är hållbar och materialen är i omlopp längre och säkert.
- Den cirkulära ekonomins genombrott sker genom innovationer, digitala lösningar, smart reglering samt ansvarsfull placering, ansvarsfulla företag och konsumenter.
- Finland med cirkulär ekonomi är en stark aktör i världen och erbjuder hållbara lösningar på de internationella marknaderna.

► Green Deal för cirkulär ekonomi

Green deal för cirkulär ekonomi är ett frivilligt strategiskt åtagande där de som deltar åtar sig att minska användningen av naturresurser, att ställa upp verkningsfulla mål och att vidta åtgärder som främjar en koldioxidsnål cirkulär ekonomi. Åtgärderna ska bidra till naturresursmålen i programmet för cirkulär ekonomi, till koldioxidneutralitet och till främjandet av en hållbar ekonomi före 2035. Genom åtagandena vill man minska användningen av råvaror, förlänga materialens och produkternas livslängd, skapa fler miljövänliga alternativ som ökar naturkapitalet samt utveckla nya verksamhets- och affärsmodeller som är förenliga med cirkulär ekonomi. Green deal riktar sig till företag, branschorganisationer, kommuner och landskap.

► Avfallslagen

Avfallslagen förnyades i juli 2021, vilket medförde ändringar gällande sortering, återvinning och rapportering. Målet med reformen är att främja cirkulär ekonomi. Den nya avfallslagen förpliktar till återvinning av mer än hälften av det kommunala avfallet. Den nya avfallslagen kommer också att påverka avfallssorteringen. Sorteringsskyldigheterna i den nya avfallslagen trädde i kraft 1 juli 2022. Enligt lagstiftningen ska avfallssorteringen ordnas i företagets lokaler när de angivna avfallsmängderna på veckobasis uppfylls. Inget företag är dock undantaget från lagen – alla företag berörs, beroende på faktorer som den årliga mängden eller kvaliteten på avfallet.

Vi skiljer på samhällsavfall och annat avfall, det vill säga avfall som uppstår till exempel genom lantbruk, affärs- eller industriverksamhet. I vissa fall överlappar de olika områdena varandra och det förekommer specialföreskrifter för specifika avfall som textil, elektronik, rivnings- och byggavfall, biologiskt avfall, plast, förpackningsmaterial, papper, kartong, metall, glas, batteri, kemiskt avfall och farligt avfall. Grunden för den nya lagen är målen i EU:s gröna initiativ samt Agenda 2030. Målet är att det kommunala avfallet ska återvinnas i följande omfattning enligt fyra fokusområden:



- Mål för materialåtervinning: 55 viktprocent, senast den 1 januari 2025.
- Mål för materialåtervinning: 60 viktprocent, senast den 1 januari 2030.
- Mål för materialåtervinning: 65 viktprocent, senast den 1 januari 2035.

De prioriterade områdena har valts eftersom de består av avfallsflöden som medför särskilda utmaningar för minskandet av avfallsmängden och skadlighet, och för befrämjandet av materialåtervinningen under de kommande åren. För att uppnå målen måste avfallet både källsorteras och finfördelas på den plats där avfallet uppstår samt sorteras av kommunala och privata avfallsentreprenörer. För att öka materialåtervinningen och nå målet på 65 procent måste käll- och eftersorteringen

förbättras. Energiutnyttjande förbränning tillåts för 34 procent av det avfall som inte kan utnyttjas på annat sätt. Deponering sker enbart där avfallet inte kan utnyttjas som en resurs. I avfallspaketet preciseras även definitionerna på avfall, liksom övervakningen och spårbarheten av flödet av farligt avfall och annat avfall. (ym.fi/jatesaadospaketti)

► Finlands klimatlag

Den aktuella klimatlagen (423/2022) trädde i kraft den 1 juli 2022, medan den tidigare klimatlagen, som också var Finlands första klimatlag, trädde i kraft 2015. Klimatlagen är en ramlag, vilket innebär att den endast förpliktar myndigheter. Samtidigt är lagen hörnstenen i Finlands klimatpolitik och innehåller utsläppsminskningssmål för 2030, 2040 och 2050. Målet är att minska utsläppen med 60 procent före 2030, med 80 procent före 2040 och med 90 procent före 2050, dock med sikte på en nivå på 95 procent jämfört med 1990 års nivå. Enligt lagen ska Finland vara koldioxidneutralt senast 2035. Klimatlagens styrande effekt bygger på planeringssystemet för klimatpolitiken. Att målen uppnås och att åtgärderna är tillräckliga följs upp i den årliga klimatårsberättelsen. Syftet med lagen och planeringssystemet är enligt den nya lagen att se till att klimatåtgärderna är rättvisa och att utvecklingen sker på ett hållbart sätt.

► Regionala och lokala planer

Landskapsplanens mål är att Österbotten år 2050 ska vara en ledande region för hållbar utveckling, med bra livsmiljö, invånarna i centrum och ett blomstrande näringsliv. I Österbottens klimatstrategi (2016) omnämns Österbotten som Energikusten, och följande visioner listas:

- Vi samarbetar energiskt och fattar modiga och långsiktiga beslut.
- Våra samhällen har en hållbar struktur och är goda livsmiljöer för den växande befolkningen.
- Vårt landskap är självförsörjande gällande energi, och all energi produceras med förnybara källor.
- Vårt kunnande inom närmat, energi, avfallshantering och cleantech exporteras nationellt och internationellt.

► Österbottens landskapsstrategi 2022–2025

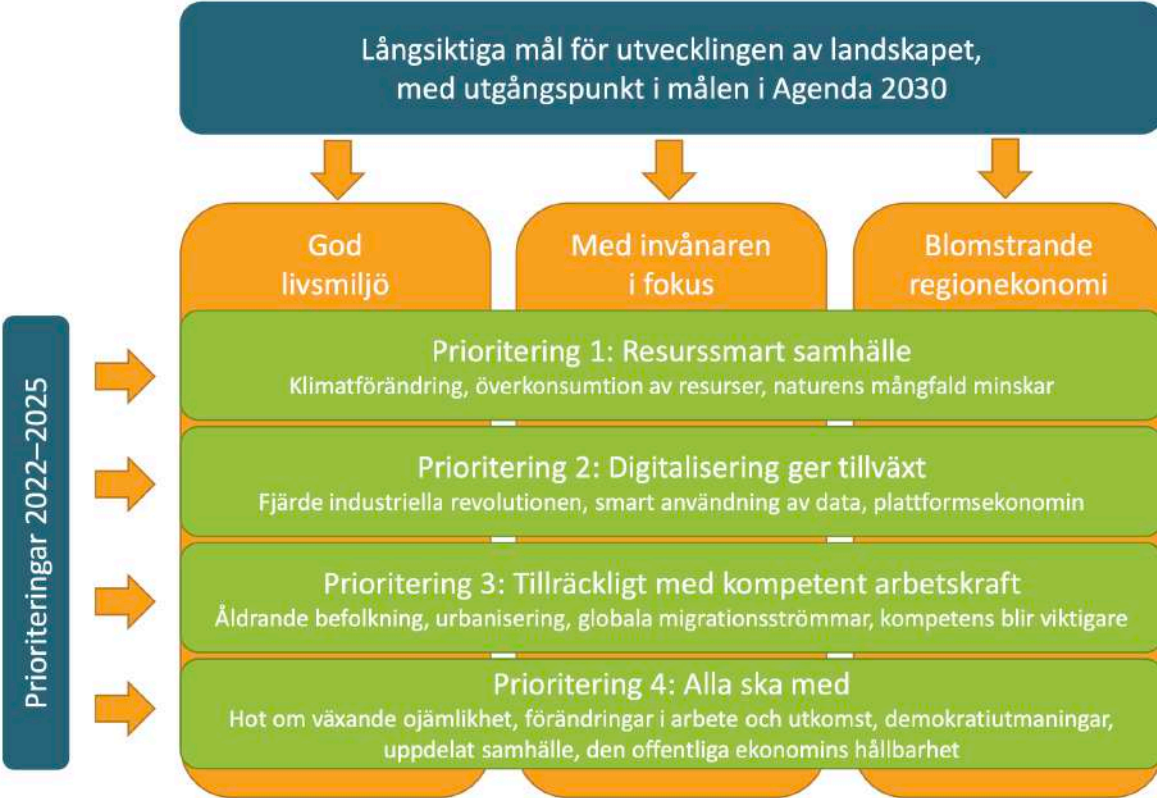
Landskapsstrategin är landskapets viktigaste planeringsdokument. Här ingår två lagstadgade dokument: landskapsöversikten och landskapsprogrammet. Landskapsöversikten sträcker sig till 2050, och i den anges den eftersträlvade utvecklingen på lång sikt, medan landskapsprogrammet omfattar åren 2022–2025 och preciserar de långsiktiga målen och hur de ska uppnås. De mål och åtgärder som finns med i landskapsstrategin förutsätter samarbete inom landskapet eller brett samarbete av annat slag.

Landskapsstrategin följer andra utvecklingsdokument på landskapsnivå. De allmänt formulerade målen i strategin preciseras i ett flertal andra dokument. Till exempel utvecklingen av näringslivet och innovationssystemet beskrivs noggrannare i Strategi för innovation och tillväxt i Österbotten, medan trafiksystemet beskrivs i Österbottens trafiksystemplan.

LANDSKAPSPLANENS PRIORITETSLISTA

1. Resurssmart samhälle
2. Digitalisering ger tillväxt
3. Tillräckligt med kompetent arbetskraft
4. Alla ska med

UTDRAG UR ÖSTERBOTTENS LANDSKAPSSTRATEGI



3.2 LÄGET I ÖSTERBOTTEN | Globala kontakter

För landskapet Österbotten, som består av relativt små och exportberoende aktörer, är globala trender och internationella sammanhang oerhört viktiga. Österbotten och det österbottniska näringslivet har goda förutsättningar att kunna erbjuda cirkulära varor och tjänster och vara med och driva omställningen till en cirkulär ekonomi lokalt, regionalt, nationellt och internationellt. Det diversifierade näringslivet, entreprenörsandan och det internationella perspektivet utgör grunden för de möjligheter som Österbotten har i omställningsarbetet till en cirkulär ekonomi.

Hållbarhet och cirkulär ekonomi är viktigt för företag som opererar på en global marknad. Österbottens näringsliv har kontaktytor på många globala marknader och inom många olika branscher och har därmed bred kunskap om vilka trender och behov som finns. Företag i Österbotten exponeras tidigt av förändrade krav hos kunderna och är därför snabba med att anpassa sig till behoven och kraven på omställning och förändring till mera hållbara lösningar. Omställningen till en fossilfri och cirkulär ekonomi innebär för Österbotten en förändring på många plan för att vi ska kunna nå upp till både egna och nationella miljö- och klimatmål, de globala målen i Agenda 2030, och inte minst för att bibehålla näringslivets globala konkurrenskraft.

I arbetet med färdplanen har vi noterat att begreppet hållbarhet är betydligt mera känt och etablerat än cirkulär ekonomi i det österbottniska näringslivet. Hållbarhetstänket är redan väl etablerat i många företag och som en del av hållbarhetsarbetet kan cirkulär ekonomi bli ett verktyg i det fortsatta omställningsarbetet.

3.3 HÅLLBARA DRIVKRAFTER OCH UTMANINGAR | En ny vardag

Digitalisering, hållbarhet och cirkulär ekonomi är globala megatrender som kommer att förändra vårt samhälle – hur vi lever, arbetar, äter och reser. Redan nu ser vi stora förändringar som får betydelse för alla aspekter av näringsliv och samhälle.

En central drivkraft i övergången till en cirkulär ekonomi är att minska mängden avfall och tillvaratagandet av befintliga resurser. I allmänhet används olika material endast en gång innan det blir avfall, som exempel blir i dag 10–15 procent av allt byggnadsmaterial direkt till avfall. I den så kallade avfallstrappan (se illustrationen på nästa sida) är målet att förflytta så mycket som möjligt av resurshanteringen så högt upp som möjligt. Endast i de fall där alla andra alternativ har uteslutits deponeras avfallet. Genom att designa produkten rätt från början kan man undvika att det överhuvudtaget uppstår avfall.

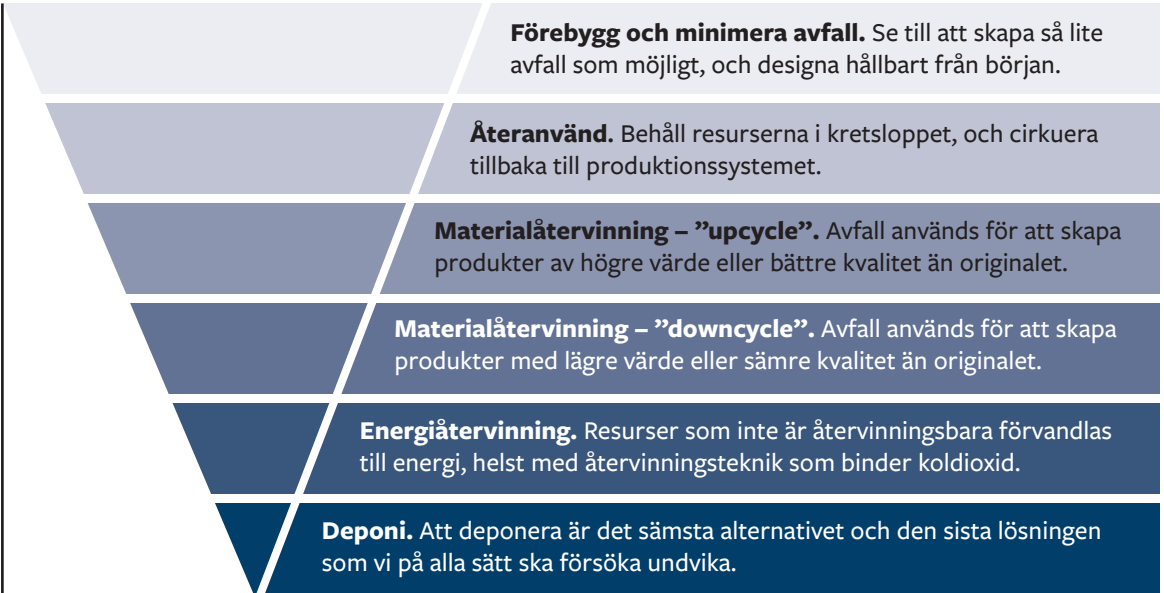
Genom att aktivt följa upp, åskådliggöra och kritiskt granska sina avfallsmängder och -strömmar kan ett företag hitta nya sätt att arbeta, samarbeta, utvecklas och bli både effektivare och mera miljövänliga. De saker vi använder i vardagen genererar stora mängder avfall när de tillverkas. Kan vi minska på spillet finns det stora pengar att spara samtidigt som vi sparar på resurser. Till exempel skapar en nyttillverkad mobiltelefon över 80 kilogram avfall innan den nått konsumenten.

Hållbarhet är redan i dag både en förutsättning och en framgångsfaktor när företag, kunder, leverantörer, finansiärer och andra intressenter väljer vem de vill samarbeta med. Det finns exempel på företag som förlorat kunder på grund av de inte har kunnat redogöra för sitt koldioxidavtryck och klimatarbete. Företagen ska allt oftare uppge sitt koldioxidavtryck vid upphandlingar. Investerare

kommer framöver att ställa höga krav på hållbarhet, och konkurrenskraftiga företag kommer att behöva visa på hållbara sätt att producera och erbjuda tjänster. Det blir allt vanligare att företag får frågor om deras hållbarhetsarbete, och hållbarheten vägs in till exempel när investerare bedömer sina investeringar.

Forskningen visar tydligt att det finns stora miljövinster med att producera färre, men mera hållbara produkter men framför allt att använda de produkter vi redan har längre. I Finlands vägkarta för cirkulär ekonomi konstaterar Sitra att tidigare sätt att skapa resultat inte längre fungerar. I framtiden behövs nya cirkulära affärsmodeller.

OPTIMALT LÄGE



SÄMSTA ALTERNATIVET

Avfallstrappan eller avfallshierarkin. Målet är att förflytta så mycket som möjligt av resurshanteringens så högt upp som möjligt i trappan.

KÄLLA: LACY ET AL: THE CIRCULAR ECONOMY HANDBOOK



Österbotten har långa traditioner av att ta hand om avfall. Avfallsbolaget Stormossen byggde Finlands första biogasanläggning redan 1989.

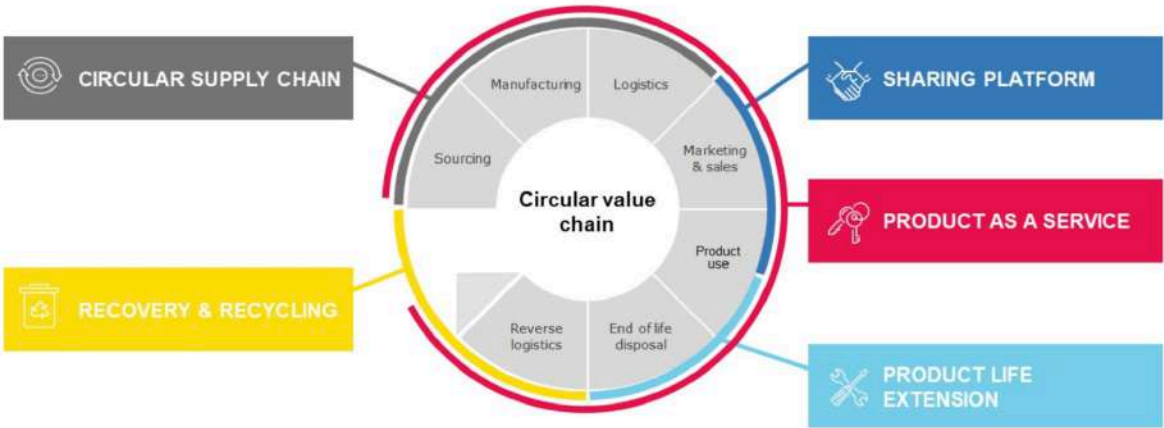
FOTO: STORMOSSEN / MIKKO LEHTIMÄKI

3.4 CIRKULÄRA AFFÄRSMODELLER | Nytt konsumentbeteende

Vi håller på att övergå till en cirkulär ekonomi, där produktion och konsumtion i allt högre grad baserar sig på anlitan­de av tjänster i stället för ägande. Ur ett företagsperspektiv kan cirkulär ekonomi medföra betydande inbesparingar och nya affärsmöjligheter. Smarta lösningar och digitalisering är centrala i en cirkulär ekonomi.

Efterfrågan på hållbara och cirkuläreconomiska lösningar växer hela tiden i världen och Österbotten och Finland har goda möjligheter att bli internationella pionjärer. Alla företag har anledning att fundera över sin framtida affärsmodell och hur man ska klara sig i en värld där verksamheten inte längre går att grunda på mängden av sålda produkter. En stor del av framtidens konsumenter kommer i allt högre utsträckning att fundera över varje inköp och fråga sig om de verkligen behöver nya produkter, eller om de i stället kan köpa den som en tjänst. Kanske man kan låna eller hyra samma produkt i stället för att äga den? En cirkulär affärsmodell ökar affärsnyttan genom att använda materialet mer effektivt. Företag kan spara både kostnader och miljön genom att bättre ta tillvara på värdet i gamla produkter och hålla liv i existerande produkter längre.

Det finns fem affärsmodeller för cirkulär ekonomi. En av dem klargör hur en organisation skapar, erbjuder och levererar värde gentemot en bredare grupp intressenter samtidigt som verksamheten minimerar en ekologisk och social påverkan. De fem områdena som presenteras här visar på möjligheter att ställa om till affärsmodeller som baserar sig på en cirkulär ekonomi.



KÄLLA: ACCENTURE



”Det känns bra att vara en del av en cirkulär ekonomi där man gynnar lokala producenter. Det är absolut ingen nackdel i dessa tider att vi förlitar oss på en energiform som är närproducerad, tvärtom.”

MARCUS SNELLMAN
Teknisk direktör på Snellmans köttförädling, efter att ha tagit i bruk biogastankstationen



CIRCULAR SUPPLY CHAIN – Förnybarhet och cirkulära leveranskedjor

Lösningar som bygger på återvinningsbara material, förnybar energi och resurseffektiv cirkulation:

- Välj förnybara, återvinningsbara och biologiskt nedbrytbara material redan i produktplaneringen.
- Framställ och sälj förnybara råmaterial och kunnande till andra företag.
- Använd förnybar i stället för fossil energi. Försäkra dig också om att användningen av förnybara naturresurser är hållbar. Till exempel får ersättningen av plast med träbaserade material inte leda till ansvarslös skogsavverkning.

SHARING PLATFORM – Delningsplattformar

En ökning av varors och resursers nyttjandegrad och förlängning av livscykeln på digitala plattformar, till exempel genom hyrning, försäljning, delning och återanvändning:

- Med en delningsplattform kan konsumenterna och företagen lätt låna, hyra, sälja eller på annat sätt dela sina egna resurser som produkter, utrymmen och kunnande.
- Företaget som erbjuder plattformen får en provisionssumma och/eller reklamintäkter.

PRODUCT LIFE EXTENSION – Förlängning av produktes livscykel

Produkterna förblir i sitt ursprungliga användningsändamål så länge som möjligt eller under flera användningsgångar med hjälp av service, reparation och återtillverkning:

- Minskat behov att framställa nya produkter eftersom produkten används så länge som möjligt.
- Inbesparing av naturresurser och minskade miljöskador som orsakas av framställningen.
- Design som gör produkten lätt att underhålla, reparera, uppdatera eller bygga om.

RECOVERY AND RECYCLING – Resurseffektivitet och återvinning

Material- och energieffektiva lösningar samt återinsamling och återanvändning av produkter och råvaror som nått slutet på sin livscykel:

- Produkten, tillverkningen och hela värdekedjan planeras så att material och energi används på ett effektivt sätt.
- Nya råmaterial och produkter framställs av avfall, överloppsmaterial och använda produkter.
- Försäkra dig om att produkterna och materialet återfås och återvinns.
- Företagets affärsidé kan också vara en tjänst, som hjälper kunden att agera resurseffektivt.

PRODUCT AS A SERVICE – Produkt som tjänst

Att erbjuda tjänster i stället för produkter:

- Kunden behöver inte äga alla produkter eller saker, i stället säljer företaget dem som tjänst.
- Produkten kan erbjudas till exempel med leasing- eller hyresavtal, eller så att kunden betalar för en tjänst, som en viss funktion eller slutresultat.
- Då kunden inte längre behöver produkten kan företaget erbjuda den till en annan kund.
- Företaget får konkurrensfördelar och intäkter för att produkten är långlivad.



FOTO: ORAPAC

”Med ett aktivt och systematiskt förebyggande miljöarbete ska vi säkerställa att den verksamhet vi bedriver är så skonsam som möjligt för miljön. För varje verksamhetsår utses ett eller flera miljömål för vår verksamhet.”

3.5 GÖR INTE MER SKADA ÄN NYTTA | Fallgropar

Vid övergången till cirkulär ekonomi bör man se till att inte samtidigt orsaka problem för människornas hälsa eller för miljön. Det cirkulära är inte alltid det hållbara, och vice versa, utan båda delarna måste tas hänsyn till för att inte riskera att skapa cirkulära materialflöden som kan komma att vara miljöskadliga på nya sätt eller leda till ökad produktion och konsumtion.

Informationen om farliga ämnen bör förtydligas för att inte riskera att man skapar ohållbara lösningar. Genom att utveckla nya tekniker kan man undvika att miljöfarliga ämnen inte återvänder till kretsloppet i nya produkter. Information om kemikalier bör till exempel följa med produkten under hela dess livscykel. Det innebär att planeringsskedet är en mycket viktig del av en produkts cirkulära ekonomi. I produktplaneringen bör man beakta möjligheterna att återanvända, reparera och återvinna produkterna samt välja material och ämnen i produkten som inte orsakar skador för hälsan och miljön. Genom innovationer och nya sätt att tänka kan man stöda utvecklingen av nya material som uppfyller den cirkulära ekonomins krav.

3.6 HINDERSANALYS | Vad stoppar oss?

Omställningen till en cirkulär ekonomi kommer att sätta fokus på nya frågor, nya designer, nya produktionsmetoder, nya konsumtionsmönster, en förändrad syn på ägande och ett ökat delande av produkter. Denna utveckling kommer att involvera alla delar av samhället och alla människor. Vilka hinder eller möjligheter som uppstår beror på det sammanhang där enskilda företag befinner sig och kan beröra såväl ekonomi, regelverk och lagstiftning, teknik och miljö. Ett av de största hindren och utmaningarna hittas ändå oftast i attityder och ovanan att tänka i nya, cirkulära banor.

Begreppet cirkulär ekonomi är ett vagt begrepp med många olika betydelser. Många företag använder begreppet i sin marknadsföring för helt vitt skilda åtgärder och funktioner som gör det svårt att veta vad som egentligen menas. Cirkulär ekonomi står många gånger i strid med etablerade lärodomar. Det finns också en rad andra hinder för utvecklingen:

- ▶ Då en produkt förbrukas uppstår avfall. I de fallen är linjär ekonomi väldigt etablerat, och en omställning är svår. Som exempel är dagens industriproduktion uppbyggd för att tillverka engångsprodukter, och där det är både billigt och normalt att produkten blir avfall (till exempel mobiltelefoner, skrivare och kläder).
- ▶ Material som blandats ihop och kontaminerats med olika skadliga ämnen som till exempel asbest och gifter är inte så enkla att cirkulera och återanvända.
- ▶ Stora mängder råmaterial och råämnen som nu är lagrade i produkter är svåra att återvinna och det är främst nya produkter som kan bli lätt återvinnbara. Hur ska nuvarande produkter återvinnas? Varje gång en produkt återvinns förstörs fibrer och strukturer. Det här gäller papper, cellulosafibrer och plastråmaterial.
- ▶ Återvinning kan energi- och resurskrävande, och då skapas mera koldioxidutsläpp.
- ▶ Det råder en idealiserad bild av att naturen är helt avfallsfri.
- ▶ Bristen på information och kunskap är stor och det saknas incitament för att satsa på cirkulär ekonomi och hållbarhet.
- ▶ Attityden är ett hinder, speciellt hos ledningen i de företag där hållbarhet och återanvändning inte ses som nödvändigt eller prioriterat.

- ▶ En del produkter kanske görs återvinningsbara, utan att säkerställa att de verkligen återvinns. Produkter designas inte för fler livscyklar på rätt sätt fastän företaget i övrigt sägs jobba med cirkulär ekonomi.
- ▶ Varför ska konsumenter övergå till cirkulära produkter, de kanske är både obekvämare och dyrare? Och är det faktiskt en miljövinst att satsa på återvunna produkter?
- ▶ Återvinning för att ersätta jungfruliga material är mycket kostnadskrävande och komplicerat jämfört med att fortsätta med effektiv utvinning av råmaterial till nya produkter. Endast om det finns en stor risk för att råmaterial blir en stor brist är det möjligt med återvinning. Ett exempel är bomullsproduktionen som med nuvarande trender borde öka tio gånger, eller vissa grundmetaller inom elektronikbranschen där tillgången är begränsad.
- ▶ Det saknas en lönsam marknad för återvunna produkter och material. Återvunnet plastavfall finns i överflöd på marknaden, vilket leder till låga priser och en olönsam återvinning.
- ▶ En omställning är utmanande och framtiden är alltid osäker – det är svårt att veta vilka som är de rätta besluten. Det är lätt att säga vi har långsiktiga mål till 2040 eller 2050 eftersom nuvarande ägare/ledning/politiker knappast jobbar kvar i företaget/politiken då och följaktligen inte behöver ta ansvar.
- ▶ Lagstiftningen är inte anpassad för återanvändning och cirkulation. I stället för att cirkulera produkter och material har vi fokuserat på säkerhetskrav, energieffektivitet och miljöpåverkan. Den nya bygglagen (2025) främjar den cirkulära ekonomin på många sätt:

- Nybyggen ska vara koldioxidsnåla – klimatutsläppen beaktas under byggnadernas hela livscykel och i synnerhet vid valet av material.
- Krav på nya byggnaders livscykelegenskaper (livslängd och hur de kan modifieras, repareras och rivas).
- Den som ansöker om bygg- och rivningstillstånd ska kunna redogöra för de material som frigörs när byggnaden rivs.
- Digitalisering av informationen om byggprojekt för att underlätta återanvändningen och återvinningen av material.

- ▶ Det som en gång blivit klassificerat som avfall kan aldrig användas som råmaterial i nya produkter.
- ▶ En ambitiös klimatpolitik är visserligen bra, men om varje regering har en egen syn på hur lagstiftningen ska se ut utan långsiktiga mål blir det svårt att ställa om. Lagstiftningens oförutsägbart bromsar företagens vilja att vidta åtgärder för att motverka klimatkrisen. Många företagsledare tvivlar på att åtgärderna med hållbarhet och klimatomställning har någon betydelse för oss i Österbotten och Finland jämfört med de stora industrinationerna som USA och Kina.



FOTO: STORMOSSEN / MIKKO LEHTIMÄKI

År 2020 gjordes en undersökning bland storföretagen i Finland där man frågade vilka faktorer som påverkar deras klimatarbete. Det som framför allt sporrar företagen är samhällsansvaret, men även det faktum att klimatarbetet stärker företagets image och underlättar marknadsföringen. Oförutsägbarheten i lagstiftningen uppges som det största hindret.

Vad sporrar företagens vilja att vidta klimatåtgärder?

Orsak	%
Samhällsansvar	81
Stärkande av image och marknadsföring	44
Förbättrande av företagets konkurrenskraft	37
Möjligheten att stå främst i kampen mot klimatförändringen	32
Lätt att minska på utsläppen	14
Väder- och klimatrisker	14
Förbättringsförslag från kunder	14
Förbättringsförslag från ägare och investerare	14
Förändringar i lagstiftning	8

Vad motverkar företagens vilja att vidta klimatåtgärder?

Orsak	%
Lagstiftningens oförutsägbarhet	41
Liten inverkan på klimatförändringen i ett större perspektiv	28
Inget minskar på viljan att vidta klimatåtgärder	27
Försvagad konkurrenskraft	22
Ökad arbetsmängd	20
Verksamheten är redan nästan koldioxidneutral	16
Strategiska beslut ännu på hälft	9
Andra orsaker	8
Företagets ekonomiska situation	8
Inte viktigt för kunderna	5
Tyngdpunkten för de strategiska valen ligger någon annanstans	3

Undersökningsresultaten i sin helhet hittar du på www.uwasa.fi/sites/default/files/2020-11/Ilmassa_ristivetoa%20loppuraportti_30_11_2020.pdf



FOTO: ENERGY VAASA

3.7 KONSUMENTTRENDER | Tillgång i stället för ägande

Linjär ekonomi med stark ekonomisk tillväxt har präglat världen i många decennier. Den bygger på att utvinna naturresurser, producera, konsumera och sedan bli kvitt avfallet. Men den pågående klimatförändringen visar att denna utveckling inte är hållbar. Begreppet cirkulär ekonomi etablerades i Kina när de i början av 2000-talet gjorde upp en långsiktig strategi för industriutvecklingen. EU tog fasta på hållbarhet i sina program 2014 och 2018, och senare har aktörer som World Economic Forum i Davos, FN, Ellen MacArthur Foundation och Sitra satt stort fokus på cirkulär ekonomi och hållbarhet. I takt med ökat fokus på klimatpolitiken och ökade krav från konsumenter har hållbarhetsfrågan också blivit en viktig del i många företag. Globala företag som Patagonia, Schneider Electric, Houdini och Siemens satsar stort och samma utveckling syns bland inhemska företag som Fiskars, Mirka och Snellman. Konsumenternas krav förändras och vi är på väg in i en så kallad access-ekonomi, där framtidens konsumenter i större utsträckning söker tillgång, inte ägande. Det här tvingar näringslivet att omvärdera hur produkter och tjänster erbjuds. Kraven inom olika regelverk är tydliga och kommer att kräva hållbara lösningar som tvingar B2B- och B2C-företag att omvärdera sina värdekedjor.

Hållbarhetsfrågorna har förskjutits mot hållbar konsumtion och hållbar livsstil, inte minst tack vare uppmärksamheten runt Greta Thunberg och den nya, unga klimatrörelsen. Mycket talar för att detta kommer att fortsätta. För att uppnå en mer hållbar konsumtion måste alla aktörer i samhället hjälpa till. Hållbar utveckling innefattar sociala, ekonomiska och miljömässiga aspekter. Våra vanor påverkar klimatet och att ställa om till cirkulär konsumtion är inte bara nödvändigt, det kan till och med vara enkelt. Bryter vi ner det så handlar det om att låna, byta, hyra, dela, laga, återanvända och konsumera återvunnet och hållbart. Efterfrågan på hållbara produkter och material ökar snabbt, speciellt bland yngre konsumenter.

Många, framför allt unga, upplever i dag oro för framtiden och upplever en stark klimatångest. Flera undersökningar visar också att konsumenterna flyttar ansvaret på näringslivet. Tidigare har fokus i större utsträckning legat på det personliga ansvaret, men nu uppger allt fler att företag bör och har möjlighet att ansvara för en hållbar utveckling. Klimatförändringen berör alla, men framför allt de unga eftersom de kommer att leva med följderna av klimatförändringen i hela sitt liv. Den nordiska ungdomsrörelsen Regeneration 2030 har som mål att samla ungdomar i Norden och Östersjöområdet för att tillsammans kämpa mot klimatförändringen. De anser också att det är de unga som måste gå i bräschen för att få till en förändring där hållbar konsumtion och produktion är det normala. I Finland har 50 ungdomsorganisationer, bland dem samtliga riksdagspartiers ungdomsförbund, överlämnat ett ställningstagande till regeringen där de kräver att klimatlagen blir den mest ambitiösa i världen och att målsättningen om ett kolneutralt Finland 2035 skrivs in i lagen.

Inget varumärke har råd att ligga på latsidan i en tid när fokus inte ligger på vad man gjort tidigare, utan allt mer flyttas över till vad man gör och tänker göra.

12 HÅLLBAR KONSUMTION OCH PRODUKTION



”Att kunna köpa det vi behöver för att kunna tillgodose våra behov, utan att äventyra framtida generationers möjligheter att kunna tillgodose sina.”

FN:S DEFINITION AV HÅLLBAR KONSUMTION

4. CASE ÖSTERBOTTEN

4.1 SÅ HÄR HAR VI GJORT | Rani Plast, Mirka, Orapac, Snellman och Dermosil

Hur jobbar företag i Österbotten med hållbarhet och cirkulär ekonomi? Här har vi plockat ut några exempel på företag som går i bräschen och som med fördel kan ses som föregångare. Det finns naturligtvis fler, men dessa fungerar som goda exempel på många plan.

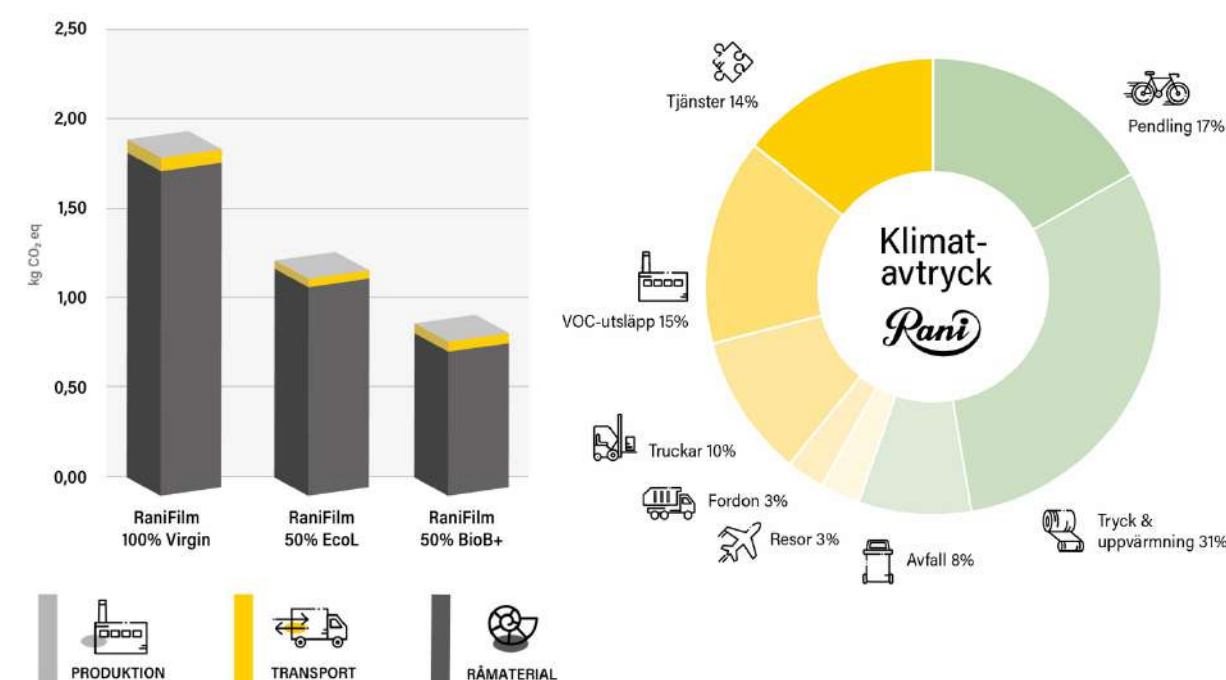


Återvinning i fokus

”Som ledande tillverkare av förpackningslösningar tar Rani Plast ansvar för en hållbarare framtid. Hållbarhet är en väsentlig del av vår affärsstrategi, som strävar efter att tillverka förstklassiga, miljömässigt godkännbara produkter med bästa möjliga hållbarhet. Vi kan minska klimatavtrycket avsevärt genom att öka andelen återvunnet plastråmaterial i vår förpackningsfilm. Vi har redan vidtagit åtgärder för att minska vårt klimatavtryck genom att byta till 100 procent förnybara energikällor, och vi siktar på klimatneutralitet år 2035”.

www.raniplast.com/sustainability

► RANIS KLIMATAVTRYCK





Vi slösar inte

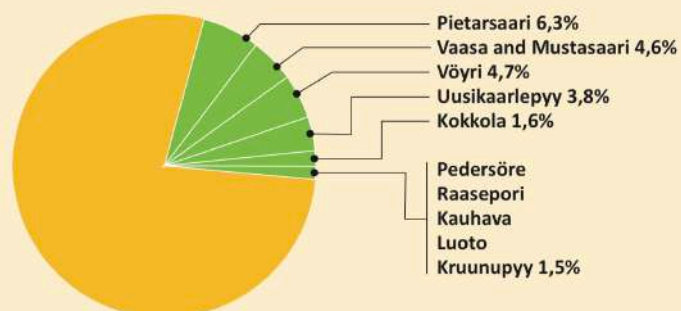
”För oss på Mirka har det varit självklart att inte slösa – varken med våra egna eller kundernas finansiella eller materiella resurser. Lika självklart är det för oss att spara på jordens resurser. Vi strävar efter att minska vår miljöpåverkan och den strävan sammanfaller bra med företagets värderingar och minskar dessutom kostnaderna. Vi har arbetat intensivt för att spara energi och råmaterial, för att minska avfallsmängden, öka återanvändningen och minska användningen av onedbrytbara kemikalier.”

www.mirka.com/sustainability

SUPPORT OF LOCAL SUPPLIERS 2018 (FINLAND)

We always use local suppliers whenever possible.

Supplier expenses to local municipalities 2018 (< 100 km from all four of our manufacturing sites in Finland)
22,5% of total expenses



Så skonsamt som möjligt

”Till Orapacs verksamhetsmål hör minimering av negativ miljöpåverkan. Med ett aktivt och systematiskt förbyggande miljöarbete ska vi säkerställa att den verksamhet vi bedriver sker på ett för miljön så skonsamt sätt som möjligt. Målsättningen är att minimera utsläpp till luft, mark och vatten, minimera mängden avfall som produceras av vår verksamhet, förebygga risker och nödlägen, effektivt utnyttja de resurser som behövs för vår verksamhet samt att ständigt förbättra vårt miljöledningssystem.”

www.orapac.fi/sv/hallbarhet

ORAPACS ÅRLIGA MILJÖMÅL

- 2012:** Processfri plåtframkallning.
- 2013:** Vattenbaserat offsetlack.
- 2014:** Oljerening.
- 2015:** Retursystem för packlådor.
- 2016:** Balning av spillpapper, minskar transporter.
- 2017:** Minskning av tryckmakulatur.
- 2018:** Återvinning av spillvärme från tryckmaskin.
- 2019:** Minskad förbrukning av eldningsolja genom

byte av fönster och dörrar samt tilläggsisolering.

2020: Installation av solenergianläggning.

2021: Oljepannan ersätts med bergsvärme.

2022: Utbyggnad av solenergianläggningen.

2023: Kylningen av wellmaskinen ersätts med ett slutet kylsystem som cirkulerar kylvattnet.

2024: Utbyggnad av solenergianläggningen.

2025: Ombyggnad av ångpanna för användning av förnyelsebar (Neste MY) diesel.



Med gott samvete

”Hos oss på Snellmans finns människornas, naturens och djurens välmående alltid i centrum. Dessutom vill vi ständigt göra förbättringar. För oss betyder ansvar framför allt något så enkelt som att konsumenten med gott samvete ska kunna välja våra produkter från butikshyllan. Vårt ständiga mål är att minska miljöbelastningen från vår verksamhet. Konkret har det handlat om att övergå från olja till biogas på vår fabrik och att avsevärt skära ner på mängden förpackningsplast.”

www.snellman.fi/sv/ansvar

► SNELLMAN BEAKTAR HÅLLBARHET ENLIGT FÖLJANDE FYRA FOKUSOMRÅDEN



MÄNNISKOR

Vår människosyn grundad sig på en enkel värdering – bemöt andra som du själv vill bli bemött.



DJUR

Du kan alltid lita på att vi tillsammans med våra producenter värnar om djurens välmående.



MILJÖ

Vi har övergått från olja till biogas och avsevärt skurit ner på mängden förpackningsplast.



PRODUKTER

Vi använder alltid finländskt kött, för att göra så äkta och naturliga varor som möjligt.

► ÅRLIGA ENERGI- OCH MILJÖGÄRNINGAR

2004: Vårt eget vattenreningsverk togs i bruk.

2007: Den första värmepumpen installerades på fabriken, vilket minskade användningen av olja med 400 000 kilogram per år, samtidigt som koldioxidutsläppen reducerades med 1 200 ton.

2009: Nästa värmepump togs i bruk, användningen av olja minskade med 800 000 kilogram och även CO₂-utsläppen fortsatte minska, nu med 2 400 ton på årsnivå.

2012: Spillvärmen i processerna började användas till att värma upp vatten och luft i fabriken, en inbesparning på 1 000 000 kilowattimmar per år.

2014: Vi ersatte oljan med biogas. På årsbasis sparar vi 1 150 000 kilogram olja och reducerar CO₂-utsläppen med 3 450 ton per år.

2017: Cirkulationspumparna optimerades och vi installerade en frekvensomriktare. Inbesparningen blev 1 000 000 kilowattimmar om året.

2019: En tredje värmepump installerades och energiförbrukningen reducerades med ytterligare 2 000 000 kilowattimmar.

2020: Tankstation för biogas.

2021: Övergång till förnybar energi vid tillverkningen av produkter inom Köttförädling och Färdigmat, samt inom el och värme.

2022: Långsiktigt vindkraftsavtal med en inhemsk vindkraftsproducent. Leveransen av vindkraften startar år 2025.

2023: Vi räknade hela koncernens utsläpp av växthusgaser enligt GHG-protokollet. Våra satsningar på förnybar energi och energieffektivitet syns positivt i vår verksamhet.

2023: Biogastankstation för tung trafik. Stationen använder både LBG (liquefied biogas) och LNG (liquefied natural gas) gaser.





DERMOSIL

Goda gärningar

”Dermosil är ett familjeföretag och ansvarsfulla val har alltid varit en självklar del av vår verksamhet. Utanför fönstren på vårt huvudkontor öppnar sig Unescos världsarvsområde. Det har alltid inspirerat oss att fatta goda beslut. Vi vill erbjuda ansvarsfulla och unika produkter till alla konsumenter. Vårt hållbarhetsprogram bygger på en väsentlighetsanalys som definierar vilka ansvarsfulla handlingar som har den största inverkan på vår miljö, samhället och individen. Hela hållbarhetsprocessen bygger på ansvarsfulla och hållbara handlingar genom ständig utveckling och samarbete samt verifiering och certifiering. Dermosilprodukterna ska kännas bra på huden, göra den naturligt vacker och samtidigt ska kunden kunna lita på tillverkningsmetoderna. Det är ansvarsfullhet i praktiken.”

sv.dermosil.fi/om-oss/hallbarhet

► OPTIMERADE FÖRPACKNINGAR OCH MINDRE AVFALL

Vi utökar användningen av material som kan återanvändas och ökar andelen återanvänt material i våra förpackningar. Alla Dermosilflaskor är redan återvinningsbara, vi erbjuder refill-förpackningar och vi säger nej till sekundära förpackningar.

► KLIMATSMART BESTÄLLNINGS- OCH LEVERANSKEDJA

Vi upprätthåller och ökar produktionen så nära kunderna som möjligt. Produkterna transporteras direkt till kunden utan några mellanhänder, vilket minskar avsevärt på både kostnader och miljöpåverkan.

► ANSVARSFULL HUDVÅRD

Vi lovar att ge starkt stöd till användningen av ansvarsfull kosmetik. Det är ingen tillfällighet att en stor del av våra produkter har beviljats rätten att använda Finlands Allergi-, Hud- och Astmaförbunds symbol, och att vi riktar en del av vår omsättning till välgörenhet.



DERMOSIL

För oss är det viktigt att vara en god och ansvarsfull samhällsmedborgare. Vi tar ansvar för ekonomi, miljö och samhälle. Detta betyder konkreta handlingar med vilka vi stöder nationella och internationella mål för hållbar utveckling. Vi bygger inte upp detta på egen hand, utan det är du och vi som jobbar ihop för en hållbar framtid, tillsammans!

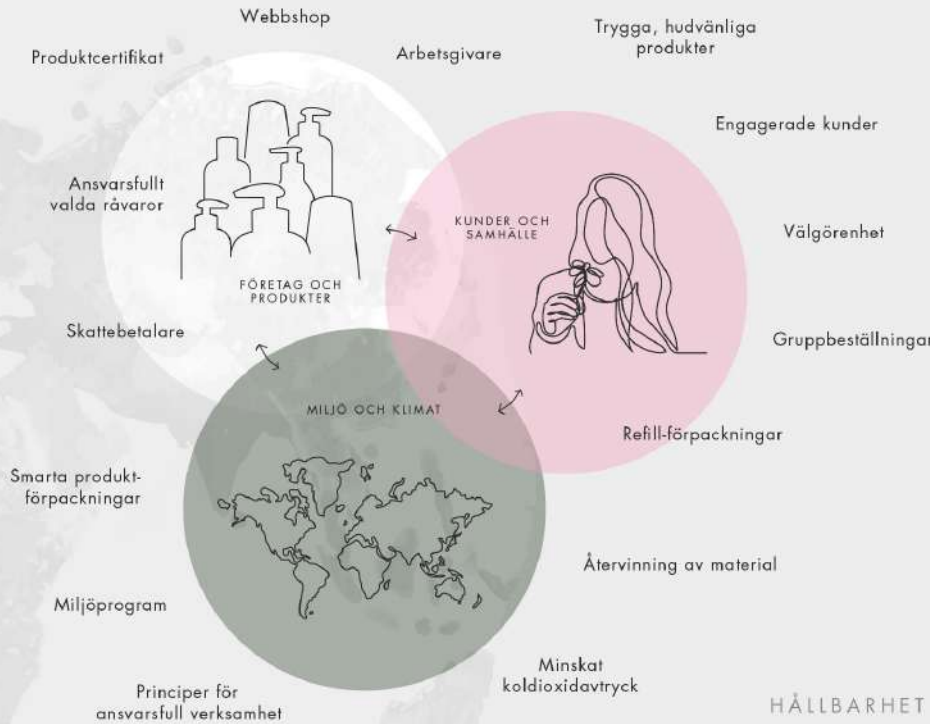


FOTO: KATJA LÖSÖNEN

Österbotten är en av Finlands ledande vindkraftsregioner – räknat per yta, befolkning samt i totalt antal vindkraftsparker och turbiner.



5. VERKTYG OCH GUIDER

5.1 FN:S GLOBALA HÅLLBARHETSMÅL | Samma utgångsläge för alla

Allt fler organisationer väljer att koppla ihop strategisk verksamhetsplanering och arbetet med hållbarhet med de globala målen som finns i Agenda 2030. Företag har en central roll i arbetet för att nå de 17 globala hållbarhetsmålen och de 169 delmålen som FN ställt upp och som ligger till grund för så gott som allt arbete med hållbarhet och cirkulär ekonomi. Oberoende av bransch och storlek på företaget kan man vara med och bidra till att nå målen.

Finland har redan nått eller håller på att nå flera av de mål som finns i Agenda 2030. Framför allt de mål som anknyter till eliminering av fattigdom, hälsa och välbefinnande, god utbildning för alla, rent vatten, tillgång till ren energi, anständiga arbetsvillkor och ekonomisk tillväxt, industri och innovationer, minskad ojämlikhet, hållbara städer och samhällen samt fungerande institutioner och rätts-system. De största utmaningarna nationellt sett är att ändra konsumtions- och produktionsmönster, klimatåtgärder, hav och marina resurser samt stödet till andra länder när det gäller att genomföra Agenda 2030. Företag kan anpassa sitt sätt att arbeta för att visa hur man bidrar till de globala hållbarhetsmålen. I dag kan det till och med vara en förutsättning för att vara konkurrenskraftig.

Det finns en rad fördelar för företag med att systematiskt jobba med hållbarhetsmålen:

- ▶ I takt med att **kunder blir mer klimatmedvetna** gör de sina val utifrån hållbarhetsaspekter. Då har ni en fördel om ni kan redogöra för ert bidrag (miljömässig hållbarhet).
- ▶ **Diversifierade och inkluderande** arbetsplatser skapar bättre förutsättningar för innovation och marknadsexpansion (social hållbarhet).
- ▶ En hållbarhetsstrategi eller -plan kan vara ett **krav från investerare** som vill säkerställa riskhantering och goda värderingar.
- ▶ Dagens allt mer **medvetna, framför allt unga, talanger** prioriterar att arbeta i företag med ett tydligt hållbarhetstänk.
- ▶ Förr eller senare måste alla verksamheter följa **ny lagstiftning, konventioner och internationella förväntningar**. Har ni redan arbetat utifrån de globala hållbarhetsmålen kommer ni att ha en stor fördel. Det bör dock påpekas att inget företag kan jobba med alla hållbarhetsmålen samtidigt och lika mycket. Som företagsledare eller företagare bör du sätta fokus på de områden som känns realistiska och väsentliga för just din verksamhet.

”Norden har länge varit ledande i fråga om hållbarhet, men nu säger 72 procent av företagen att de är skeptiska till världens förmåga att nå de globala hållbarhetsmålen 2030. Den privata sektorn spelar en stor roll, men för att möjliggöra den transformation som behövs måste företag måste anamma en ny era av ledarskap där man prioriterar hållbarhet.”

THE PATH TOWARDS 2030: NORDIC CORPORATE SUSTAINABILITY STOCKTAKE

Global Compact Nordic Survey 2023

GÖR SÅ HÄR – CHECKLISTA

- ▶ Bekanta er med **Agenda 2030** och de globala hållbarhetsmålen, www.kestavakehitys.fi.
- ▶ Inom vilka av hållbarhetsmålen har ert företag verksamhet – och **var kan ni påverka?**
- ▶ **Vad gör ni redan** inom hållbarhetsarbete och vilka av de globala målen relaterar detta till?
- ▶ Vilka av målen kan ni rent **konkret** arbeta vidare med i er verksamhet?
- ▶ Gör en **tydlig plan** för hur detta ska ske och vem som ska driva arbetet.
- ▶ Vad kan ni faktiskt **mäta** och vilka mål är rimliga att uppnå?
- ▶ **Berätta**, både internt och externt, vad som sker och varför. Var öppen för att involvera alla medarbetare som visar intresse.
- ▶ **Samla ihop era resultat** från arbetet och utvärdera vad som har fungerat bra och vad som behöver justeras.
- ▶ Se till att arbetet blir en **ständigt pågående process** i företaget där ni regelbundet bedömer om ni ska jobba med nya åtgärder eller relatera till andra hållbarhetsmål.



5.2 BERÄKNING AV KOLDIOXIDAVTRYCK | GHG-protokollet

Varje företag borde göra upp en plan med klara mål och tidtabell för hur företaget kan medverka till att minska den globala uppvärmningen. Hållbarhetsfrågor och rapportering av företagets koldioxidavtryck kommer att få en allt större roll i framtiden.

Den globala uppvärmningen orsakas av ökningen av halten koldioxid och andra växthusgaser i atmosfären. Växthusgaserna är som att sätta en filt över jordklotet. Den stigande temperaturen leder till högre havsnivåer, krympande polarisar, surare och varmare hav, mera bränder, spridning av sjukdomar och en svagare golfström. Men det är inte bara koldioxid som är boven. Olika växthusgaser påverkar klimatet. Om vi räknar med att koldioxid (CO²) har faktorn 1 så har metangas (CH₄) faktor 28, kvävegaser (N₂O) 265 medan olika freongaser och köldmedier har mellan 1 300 och 20 000 gånger större påverkan.

Klimatberäkningar och koldioxidavtrycket i företagen har blivit viktiga och de behöver grunda sig på vedertagna principer för att bli trovärdiga i företagens redovisningar och kommunikation. Koldioxidavtrycket måste basera sig på fakta och inte på lösryckta åsikter eller schematiska antaganden. Målet med beräkningarna är att på ett objektivt sätt redovisa företagets koldioxidavtryck både i nuläget och för att sätta upp ett mål för hur företaget inom en bestämd tidsperiod kan minska koldioxidavtrycket och klimatavtrycket.

Det system som är mest vedertaget för beräkningar av koldioxidavtrycket i företagens verksamhet är Greenhouse Gas Protocol. Mer information finns på ghgprotocol.org



BERÄKNINGARNA DELAS IN I TRE OLIKA NIVÅER – SCOPE

SCOPE 1: Omfattar företagets direkta utsläpp från förbränning, egen värmeproduktion, produktionsprocesser, fordon och arbetsmaskiner, utsläpp och läckage.

SCOPE 2: Indirekta utsläpp från inköpt energi som el, fjärrvärme, fjärrkyla, ånga från en annan leverantör.

SCOPE 3: Det mest svårberäknade området som omfattar påverkan av inköpta varor och tjänster, kapitalvaror (maskiner och anläggningar), transporter av inköpta varor, avfallshantering, personalens resor, användningen av sålda eller uthyrda produkter.

Då arbetet påbörjas väljer man ett utgångsläge eller basår (nuläge), sätter upp klimatmål och beskriver metodiken. Sedan beräknas åtminstone scope 1 och 2. Scope 3 omfattar produkter, råmaterial och aktiviteter både uppströms och nedströms. Här väljs de mest relevanta områdena där företagets klimatavtryck är störst och som har störst klimatpåverkan. De områden som har liten påverkan kan väljas bort. Då beräkningen gjorts för det första basåret, sätts ett konkret mål för hur mycket företaget ska minska sitt koldioxidavtryck och med vilken tidtabell. Målet måste vara att minska koldioxidavtrycket rejält, till exempel att minska med 50 eller 70 procent inom tio år från basåret. Målet knyts ihop med ett av företagets nyckeltal, som omsättning, antal sålda produkter eller antal anställda.

Jämförelser mellan företag är svåra att göra, varje företag har olika förutsättningar och jobbar i olika branscher. Beräkningarna är till för att påvisa vad företaget gör själv och vilka tydliga mätbara mål som satts för att minska på koldioxidavtrycket och klimatpåverkan. Och glöm inte att kommunicera.

GÖR SÅ HÄR – CHECKLISTA

- ▶ Bekanta dig med GHG Protocol: ghgprotocol.org



- ▶ Börja **beräkna koldioxidavtrycket** och sätt ett mål för minskningen. Utse en ansvarsperson eller en grupp för arbetet och slå fast en tidtabell.
- ▶ Delta gärna i någon **utbildning** eller kurs i hur beräkningarna görs.
- ▶ Definiera vilka scope du startar med och **samlar data** på förbrukning och material som behövs för beräkningarna (elförbrukning, värme, resor, råmaterial, förpackningar, transporter).
- ▶ Beräkna koldioxidutsläppet för **det första basåret**, och gör lämpliga avgränsningar och generaliseringar – annars är det för komplicerat.
- ▶ **Välj de enklaste åtgärderna** som ska genomföras och starta förändringarna.
- ▶ **Berätta** om målsättningarna och åtgärderna i kommunikationen och marknadsföringen (walk and talk, se mera i nästa avsnitt om hållbarhetskommunikation).

5.3 KOMMUNIKATION | Walk & talk

Aktiv hållbarhetskommunikation stärker ert varumärke, inspirerar andra och driver utvecklingen framåt. Kom ihåg att fokusera på konkreta, bevisade effekter och insatser. Kommunicera bara sådant som är sant och framställ inte något som bättre för miljön än vad det verkligen är. Det är viktigt att lyfta upp och kommunicera om det hållbarhetsarbete som görs, men när företag säger sig vara gröna eller miljövänliga fast de inte är det, då greenwashar de. Var transparent och ärlig.

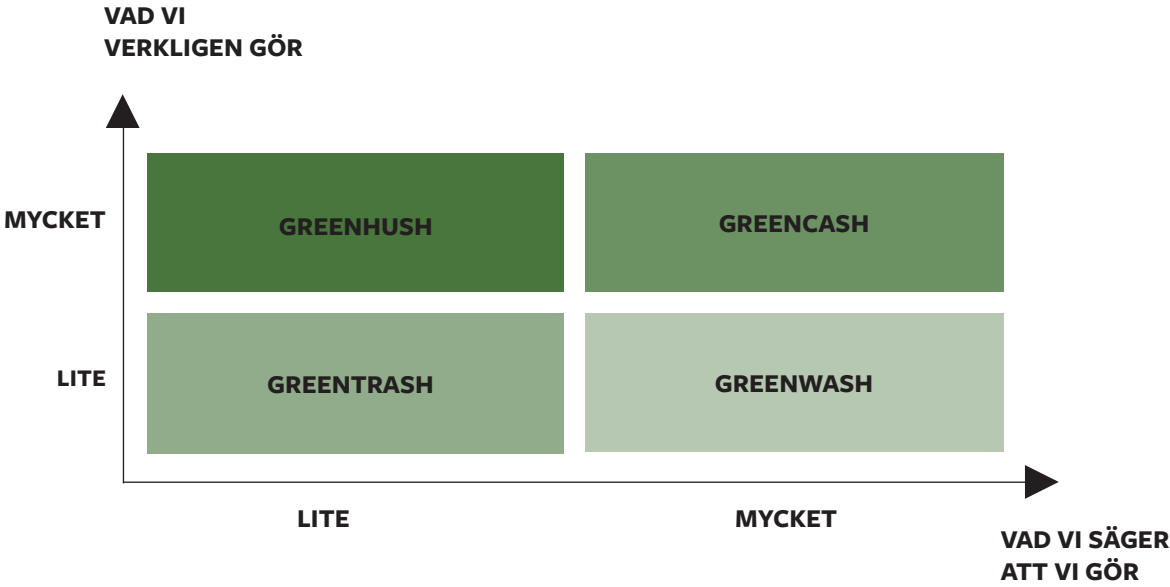
Direktivet om miljöpåståenden (Green Claims Directive) syftar till att skydda konsumenten från vilseledande marknadsföring (B2C) och öka trovärdigheten för miljöpåståenden genom att fastställa tydliga standarder och krav för företag. Enligt direktivet bör företag kunna styrka sina gröna påståenden med vetenskapliga bevis och transparens. Dessa påståenden och märkningar ska vara enkla och specificera de miljöegenskaper de avser, till exempel hållbarhet eller återvinningsbarhet genom accepterade livscykelanalyser (LCA). Alla företag förutom mikroföretag (med färre än tio anställda och under två miljoner euro i omsättning) omfattas av direktivet. Informationen till konsumenterna gällande hållbarhet och miljö ska vara tillförlitlig, jämförbar och vetenskaplig. Informationen ska visa betydelsen av påverkan, aspekter och prestanda utifrån ett livscykelperspektiv. Påståenden som används i företagets kommersiella kommunikation behöver bli verifierad av en auktoriserad tredje part. Direktivet ska vara helt genomfört senast i februari 2026.

TIO TIPS – SÅ KÄNNER DU IGEN GREENWASHING: (FUTERRA SUSTAINABILITY CONSULTANCY)

1. **Luddigt språk.** Ord och termer med oklar innebörd, till exempel miljövänlig.
2. **Gröna produkter** från smutsiga företag. Till exempel energisnåla lampor från en fabrik som släpper ut avfall i Östersjön.
3. **Förföriska bilder.** Gröna sköna fotografier som indikerar en (helt obevisad) miljövinst, som till exempel blommor som flödar ut ur ett avgasrör.
4. **Irrelevanta påståenden.** När man för fram en grön egenskap när allt annat i bagaget är tämligen icke-grönt.
5. **Bäst i klassen?** Att berätta att man är snäppet grönare än alla andra, trots att resten av gänget är värdelösa ur miljösynpunkt.
6. **Noll trovärdighet.** Kom och köp ekologiska cigaretter. Att göra en farlig produkt lite grönare gör den inte ett dugg bättre.
7. **Fikonspråk.** Ord och information som bara kan kontrolleras av och förstås av forskare.
8. **Låtsaskompisar.** En märkning som ser ut som en rekommendation från en trovärdig organisation. Tyvärr finns den inte på riktigt.
9. **Inga bevis.** Det kanske kan stämma. Men var är bevisen?
10. **Rena lögnar.** Fabricerade påståenden, bevis eller siffror.



Byt elbolag och gör en god gärning för isbjörnarna och våra skogar! Eller? Det här är typiska exempel på greenwashing i form av förföriska bilder.



Nyckeln till ett framgångsrikt hållbarhetsarbete är alltså walk and talk. Det gäller att både driva utvecklingen framåt till mer hållbara lösningar inom alla områden i företaget samtidigt som man också kommunicerar de framsteg man gör. Det ena utesluter inte det andra. Tvärtom, det ena förutsätter det andra. Fyrfältet visar fyra olika konsekvenser av ett företags hållbarhetsarbete.

KÄLLA: GUSTAV STENBECKS FÖRELÄSNING PÅ CERM-PROJEKTETS SEMINARIUM I JAKOBSTAD I FEBRUARI 2020

- GREENTRASH:** Att inte ta hållbarhetstänket på allvar och inte heller prata om det.
- GREENWASH:** Att inte ta hållbarhetstänket på allvar, men påstå att man gör det.
- GREENHUSH:** Att ta hållbarhetstänket på allvar, men inte berätta om det.
- GREENCASH:** Att ta hållbarhetstänket på allvar, och samtidigt kontinuerligt berätta om det.



REDO ATT KOMMUNICERA? SÅ HÄR GÖR NI

1. Börja hållbarhetskommunicera. Gör det inte för svårt.	
2. Kommunicera de framsteg ni gör och vad ni har för avsikt att göra.	3. Var öppen och ärlig, det skapar trovärdighet.
4. Undvik att säga sådant som inte är sant, annars är det bara greenwashing.	5. Vänta inte med kommunikationen tills ni är helt hållbara, ingen är det.

5.4 RAPPORTERING | Ta hjälp av mätinstrument

Det som mäts blir gjort, brukar det heta. Men hur mäter man hållbarhet? Ett sätt att visa vad ni som företag gör är en hållbarhetsredovisning. De viktigaste aspekterna i en hållbarhetsredovisning kan sammanfattas i följande tre punkter:

- Hållbarhetsredovisningen måste vara **väsentlig** och fokusera på de hållbarhetsområden som är viktigast för er organisation och era intressenter.
- Hållbarhetsredovisningen måste vara **trovärdig** och anpassad till standarder och branschvis praxis. Informationen behöver vara jämförbar för era intressenter och eventuella investerare. Se till att ni har tillförlitliga processer och inarbetade rutiner för att samla in den data ni redovisar.
- Hållbarhetsredovisningen måste **blicka framåt** och ha fokus på verksamhetens risker och möjligheter framöver. Hur kan era produkter och tjänster vara en del av en hållbar omställning? En tydlig berättelse om ert företags roll gör företaget och rapporten mycket mer intressant.

Det finns flera olika standarder för hållbarhetsredovisning som ger riktlinjer när man redovisar hållbarhetsfrågor. Den mest vedertagna är **Global Reporting Initiative (GRI)**. GRI är ett internationellt oberoende standardiseringsorgan som hjälper företag och organisationer att förstå och kommunicera sitt hållbarhetsarbete. Det är ett av världens mest använda och tillförlitliga ramverk för hållbarhetsredovisning. GRI är ett internationellt oberoende standardiseringsorgan som hjälper företag och organisationer att förstå och kommunicera sitt hållbarhetsarbete.

ISO 14001 specificerar krav på miljöledningssystemen som företag och organisationer kan använda sig av för att förbättra miljöprestandan. Både GRI-standarderna och ISO 14001 kan användas helt eller delvis för att stegvis förbättra miljöledningssystemet.

Environment-Management and Audit Scheme (EMAS) är EU:s egna miljöredovisnings- och miljöstyrningsordning. EMAS huvudsyfte är att förbättra företags och organisationers arbete inom miljörelaterade områden. Systemet hos EMAS liknar ISO 14001 eftersom man ställer liknande krav på ledningssystemet.

Dubbel väsentlighetsanalys är ett sätt för företag att identifiera de hållbarhetsområden som är viktiga för företagets verksamhet. Analysen tar hänsyn till både företagets påverkan på samhället och miljön, och företagets utsatthet för dessa faktorer. Detta innebär att företag måste utgå ifrån två olika perspektiv:

- Inifrån och ut.** Hur företagets verksamhet påverkar miljö och samhälle (till exempel koldioxidutsläpp).
- Utifrån och in.** Hur externa faktorer som klimatförändringar eller nya lagar påverkar företagets ekonomi och verksamhet.

Syftet med dubbel väsentlighetsanalys är att säkerställa att företag rapporterar om de frågor som är mest relevanta för just deras verksamhet och deras intressenter. Analysen kan också användas för att förbättra företagens hållbarhetsarbete genom att identifiera områden där företaget kan göra störst skillnad. Dubbel väsentlighet hjälper företag att prioritera vilka hållbarhetsfrågor som är mest relevanta för deras rapportering.

Från och med den 1 januari 2024 gäller **CSRD (Corporate Sustainability Reporting Directive)**, ett nytt EU-direktiv som tvingar företag att vara öppna med hur deras verksamhet påverkar samhället och miljön. CSRD syftar till att öka transparensen och jämförbarheten mellan företags hållbarhetsrapporter och integrera hållbarhetsinformation i företagens årsredovisningar.

CSRD-TIDTABELL

1.1.2024 Noterade företag med fler än 500 anställda (de som redan tidigare berördes av Non-Financial Reporting Directive).	1.1.2025 Noterade och onoterade företag som uppfyller minst två av följande kriterier: • över 250 anställda. • omsättning över 40 miljoner euro. • balansräkning över 20 miljoner euro.	1.1.2026 Noterade små- och medelstora företag,	1.1.2028 Icke-EU företag med dotterbolag och filialer i EU och som som har en omsättning över 150 miljoner euro.
FÖRSTA RAPPORTERING 2025	FÖRSTA RAPPORTERING 2026	FÖRSTA RAPPORTERING 2027	FÖRSTA RAPPORTERING 2029

En viktig del av direktivet är **ESRS (European Sustainability Reporting Standards)**, som ger företag en gemensam mall för att redovisa hållbarhetsinformation inom tolv olika områden. Kort sagt, CSRD bestämmer vad företag ska rapportera om, medan ESRS förklarar hur de ska göra det. Syftet är att säkerställa att företagen rapporterar relevant och tillförlitlig information som hjälper investerare och andra intressenter att fatta välgrundade beslut. ESRS omfattar:

- Tematiska standarder.** Miljö, sociala frågor och bolagsstyrning (ESG).
- Sektorspecifika krav.** Anpassade krav för olika branscher.

Inom ESRS-standarden finns den tematiska standarden för resursanvändning och cirkulär ekonomi (ESRS E5), vilken kan fungera som ett verktyg för företag att mäta cirkulära aktiviteter. ESRS E5 kräver att företagen lämnar en detaljerad översikt, inklusive konsekvensanalys och bedömning av risker och möjligheter, ledningskriterier, implementerade strategier, hållbarhetsmål och specifik information om inkommande och utgående materialflöden, inklusive avfallshantering. Målet är att stimulera en affärsmodell som fokuserar på att maximera värdet av resurser över tid, främja förnyelse, återanvändning, regenerering och återvinning.

ESRS – VAD SKA RAPPORTERAS?

ÖVERGRIPANDE STANDARDER ESRS 1 Allmänna krav ESRS 2 Allmänna upplysningar	TEMATISKA STANDARDER Miljö E1 Klimatförändringar E2 Föroreningar E3 Vattenresurser och marina resurser E4 Biologisk mångfald E5 Resursanvändning och cirkulär ekonomi Sociala S1 Den egna arbetskraften S2 Medarbetare i värdekedjan S3 Berörda samhällen S4 Konsumenter och slutanvändare Styrning G1 Affärsetik	SEKTORSPECIFIKA STANDARDER De första åtta standarderna som är under uppbyggad: • Olja och gas • Kol, stenbrott och gruvdrift • Vägtransporter • Jordbruk, djurhållning och fiske • Motordrivna fordon • Energiproduktion och anläggningar • Mat och dryck • Textilier, accessoarer, skor och smycken
--	---	--

BRA ATT KOMMA IHÅG I RAPPORTERINGEN

1. Bekanta er med de globala hållbarhetsmålen och de vedertagna och väsentliga standarder som finns på marknaden.
2. Klargör era motiv.
3. Välj lämpliga tillvägagångssätt och metoder för kartläggningen med tanke på organisationens mål och situation.
4. Sträva efter genomgående konsekvens börjande från målen för organisationen till den interna praxisen.
5. Kom överens om spelreglerna för tolkningen, men var vid behov beredd att ändra dem.
6. Engagera arbetsgemenskapen och intressegrupper.
7. Informera öppet, ärligt och ansvarsfullt om resultaten.
8. Fundera på möjligheter att använda resultaten av kartläggningen – ur olika synvinklar.
9. Följ upp och utvärdera er verksamhet regelbundet och ställ upp nya mål.



5.5 TA HAND OM DITT AVFALL | Grundläggande principer

Kommande lagförändringar inom avfallslagstiftningen kommer att få betydelse också för näringslivet. Målen är bland annat att minska mängden avfall och öka återanvändningen och återvinningen. Erfarenheter visar att intresset för hållbarhetstänk ofta vaknar genom att man börjar se över avfallsströmmarna och -mängderna.

GÖR SÅ HÄR

1. **Åskådliggör avfallet.** Genom att följa upp era avfallsmängder, -fraktioner, -strömmar samt tömningsfrekvens får ni bättre insikt i vilka resurser som finns i ert avfall.
2. **Värdera avfallet.** Vad kan återvinnas ur de avfallsmängder ni har? Rätt sortering kommer automatiskt att leda till ett hållbarhetstänk. Här finns dessutom inbesparingsmöjligheter, eller rent av pengar att tjäna.
3. **Evaluera produktkonceptet.** Kan ni erbjuda reparation, återtagande, återanvändning eller återvinning av era produkter eller någon del av produkten eller förpackningen?
4. **Samarbeta.** Inget företag klarar av att bli cirkulärt på egen hand. Genom samarbete kan ert avfall bidra till en cirkulär ekonomi i andra företag och vice versa. Den enes avfall kan vara den andres resurs.
5. **Informera kunderna** om hur produkthanteringen minskar miljöpåverkan.
6. **Minska avfallet.** En hållbar framtid är mera än återvinna, målet är inget avfall alls. Fundera på hur ni kan minska mängden avfall.
7. **Designa rätt** från början genom att planera produkten utgående från ett livscykel-perspektiv. Fundera på vad som skall hända produkten efter att den använts.
8. **Gör det lätt att göra rätt.** Hur kan vi göra det lättare för kunden att återvinna rätt? Återanvändning är ett effektivt sätt att förlänga produkters livslängd.



6. LÄS MER

- ▶ **CIRCit** – circitnord.com/workbooks
Nordiska workbooks för att underlätta omställningen till cirkulär ekonomi.
- ▶ **Circle Economy** – www.circle-economy.com
En påverkansorganisation som arbetar för att påskynda övergången till en cirkulär ekonomi. Ger även ut Circular Gap Report (CGR): circularity-gap.world
- ▶ **Circular Economy Handbook** – www.accenture.com/circulareconomyhandbook
Var är vi nu, var vill vi vara och hur tar vi oss dit?
- ▶ **Cirkulär Ekonomi Finland (KiSu)** – kiertotaloussuomi.fi/sv
Ett nav för kunskap om cirkulär ekonomi.
- ▶ **Ellen MacArthur Foundation** – www.ellenmacarthurfoundation.org/circular-economy
En av världens ledande organisationer för omställningen till en cirkulär ekonomi.
- ▶ **EU Taxonomy Compass** – ec.europa.eu/sustainable-finance-taxonomy/taxonomy-compass
EU:s verktyg för att kunna navigera i de olika tekniska granskningskriterierna.
- ▶ **EU Taxonomy Navigator** – ec.europa.eu/sustainable-finance-taxonomy/
Webbplats som erbjuder en rad onlineverktyg för att hjälpa användarna att bättre förstå EU:s taxonomi på ett enkelt och praktiskt sätt.
- ▶ **European Financial Reporting Advisory Group (EFRAG)** www.efrag.org/en
Ansvarar för att ta fram ESRS standarderna.
- ▶ **Green Deal för cirkulär ekonomi** – ym.fi/sv/green-deal-for-cirkular-ekonomi
Ett frivilligt strategiskt åtagande där de som deltar åtar sig att minska användningen av naturresurser, att ställa upp verkningfulla mål.
- ▶ **Materialtorget** – www.materiaalitori.fi
Inhemsk mötesplats för de som producerar och de som återvinner avfall och biflöden.
- ▶ **Nordic Circular Economy Playbook** – pub.norden.org/us2022-468/#
Ett verktyg för att fördjupa din förståelse för cirkulär ekonomi.
- ▶ **Nordic Circular Hotspot** – nordiccircularhotspot.org
Ett nordiskt nätverk och facilitator som påskyndar övergången till en hållbar och cirkulär ekonomi.
- ▶ **Science Based Targets Initiative** – sciencebasedtargets.org
Utvecklar standarder, verktyg och vägledning för att göra det möjligt för företag och finansinstitut att sätta vetenskapligt baserade mål i linje med den senaste klimatforskningen. Se *Getting started-guide*: sciencebasedtargets.org/resources/files/Getting-Started-Guide.pdf
- ▶ **Sitra – Circular Economy Business Model Playbook**
www.sitra.fi/en/publications/sustainable-growth-with-circular-economy-business-models/
Ett redskap för den tillverkande industrin i Finland. Sitra har även annat läsvärt: www.sitra.fi
- ▶ **The 1.5°C Business Playbook** – exponentialroadmap.org/1-5c-business-playbook
Bra för företag som aktivt vill bidra till klimatförändringen och målen i Parisavtalet.
- ▶ **Åtagande2050** – sitoumus2050.fi/sv/koti#
Genomför nationella mål för hållbar utveckling.

7. ORDLISTA

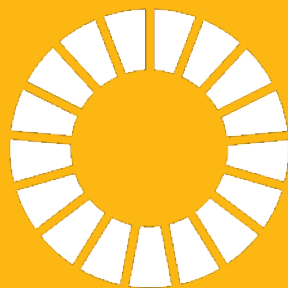
Affärsekosystem	Nätverk av företag, forsknings-, utbildnings- och innovationssektorn samt offentliga aktörer som samarbetar för att skapa kompletterande produkter, tjänster eller ny kompetens och produktionsresurser.
Biobränsle	Bränsle framställt av biomassa eller organiskt material.
Biodiversitet	Levande biologisk mångfald.
Bioekonomi	Att använda förnybara naturresurser i produktion av mat, energi, produkter och tjänster.
Biogas	Gasen som uppstår när olika mikrober bryter ner organiskt material i syrefria förhållanden.
Cleantech	Brukar också kallas ren teknik. Avser teknik, produkter, tjänster, processer och slutna system som främjar en hållbar användning av naturresurser, och förebygger eller minskar de negativa miljökonsekvenserna av affärsverksamhet.
CSRD	Corporate Sustainability Reporting Directive. EU-direktiv för hållbarhetsrapportering för företag. Syftar till ökad transparens och att skydda mot grönmålning.
Delningsekonomi	Ett ekonomiskt tankesätt där möjligheten att använda föremål, tjänster och andra nyttigheter är viktigare än att äga dem.
Ekologiskt fotavtryck	Storleken på det mark- eller vattenområde som behövs för att producera näring, material och energi som en enhet förbrukar, samt för att hantera det avfall som uppkommer.
ESRD	European Sustainability Reporting Standard. Ett europeiskt rapporteringsramverk för hållbarhetsredovisning för företag. Består av tolv sektorövergripande standarder av vilka två är övergripande och tio sektorspecifika. Standarderna omfattar information om styrningsprocesser, strategi och affärsmodell i förhållande till väsentliga hållbarhetsfrågor, samt policyer och handlingsplaner för att identifiera, bedöma och hantera väsentliga frågor och resultatmått och mål för att mäta framsteg.
Global Reporting Initiative	En icke vinstdrivande organisation (GRI) som arbetar för alla tre hållbarhetsperspektiven – socialt, ekonomiskt och ekologiskt. Tillhandahåller även ett ramverk för hållbar redovisning där arbetsmålet är en globalt hållbar ekonomi. Den viktigaste princip är väsentlighetsanalysen.
Green House Gas	Det så kallade GHG-protokollet är en global standard för mätning, hantering och rapportering av växthusgasutsläpp. Protokollet använder sig av så kallade scopes, eller områden, för att underlätta jämförelser mellan företag och organisationer.
Koldioxidavtryck	Kallas även kolavtryck (carbon footprint), och beskriver de negativa effekterna av mänskliga handlingar och konsumtion som påskyndar klimatförändringen. Om nettokoldioxidavtrycket är noll kallas åtgärden koldioxidneutral, alltså den bidrar inte till global uppvärmning.

Kolhandavtrycket	På engelska carbon handprint. En finskt utvecklad metod som beskriver klimatnyttan, det vill säga utsläppsminskningspotentialen för en produkt, process eller tjänst. Läs mera på www.handprint.fi
Koldioxidekvivalent	Benämns CO2e. Beaktar utöver direkta koldioxidutsläpp andra viktiga utsläpp av växthusgaser som metan (CH4) och dikväveoxid (N2O). Effekten anges i CO2-enheter.
LNG – Liquid Natural Gas	Naturgas i flytande form, benämns CH4.
LBG – Liquid BioGas	Biogas i flytande form, benämns CH4.
SBG – Syntetisk biogas	Metangas, CH4, producerad genom termokemisk konvertering av biomassa

8. KÄLLOR

Aktuell hållbarhet	– www.aktuellhallbarhet.se
Bioekonomi	– www.bioekonomi.fi
Business Finland	– www.businessfinland.fi
Circit	– www.circitnord.com
Ellen MacArthur foundation	– www.ellenmacarthurfoundation.org
EU:s taxonomi	finance.ec.europa.eu/sustainable-finance/tools-and-standards/eu-taxonomy-sustainable-activities_en
Europeiska kommissionen	– www.ec.europa.eu
Futerra	– www.wearefuterra.com
Hållbarhetsguiden	– www.hallbarhetsguiden.se
Keino	– www.hankintakeino.fi
Kestavakehitys.fi	– www.kestavakehitys.fi
Miljöministeriet	– www.ym.fi
Motiva	– www.motiva.fi
Nordic Innovation	– www.nordicinnovation.org
Sitra	– www.sitra.fi
Statsrådet	– www.valtioneuvosto.fi
Taival	– www.taival.com
Österbottens Förbund	– www.obotnia.fi

➤ Plus trendspaning från artiklar, tidskrifter, webinarier och seminarier, samt erfarenheter och exempel från företag i Österbotten.



ÖSTERBOTTEN STÄLLER OM

FÄRDPLAN FÖR HÅLLBARHET OCH CIRKULÄR EKONOMI

Ab Jakobstadsregionens Utvecklingsbolag Concordia
www.jakobstadsregionen.fi

Vasaregionens Utveckling Ab VASEK
www.vasek.fi

Ab Företagshuset Dynamo
www.dynamonarpes.fi

Kristinestads näringslivscentral Ab
www.businesskrs.fi