

Energikontor Norr tittar på **AFFÄRSNYTTAN MED HÅLLBARHET**



ALLT FLER FÖRETAG SATSAR PÅ ATT BLI HÅLLBARA. Dels för att de vill göra gott, och dels för att de vill göra fler affärer. I denna omvärldsanalys kartlägger Energikontor Norr affärsnyttan med hållbarhet och tittar på hur det ser ut bland de små och medelstora företagen i Norrbotten.



Energikontor
Norr

MÄNNISKOR OCH FÖRETAG LEDER VÄGEN TILL ETT HÅLLBART SAMHÄLLE

Enskilda människor, företag, organisationer och samhällen leder i dag utvecklingen med att påverka världen i rätt riktning och få till positiva och viktiga förändringar för en hållbar utveckling. Inom politiken finns möjligheter att underlätta förändringsarbetet, men den främsta drivkraften finns nog i engagemanget och initiativen från de enskilda människorna och företagen.

Allt medan det inom politiken finns svårigheter med att hantera de stora globala miljöhoten, i form av klimatförändringar, brist på rent vatten, förlust av biologisk mångfald med mera, har enskilda människor, företag, organisationer och samhällen börjat agera för en förändring. Trycket för en hållbar utveckling är i dag så stort i samhället att hållbarhet ses som en självklar del i affärsutvecklingen hos många företag.



HÅLLBARA FÖRETAG HAR HÖGRE EKONOMISKT VÄRDE ÄN MINDRE HÅLLBARA

Svenska Dagbladet publicerade i maj 2015 en artikel om Harvardprofessorn Robert G Eccles som efter nära 40 års forskning om företag och hållbarhetsarbete var övertygad om att hållbara företag lockar attraktiv arbetskraft, slipper dyra konflikter, skapar trygga leverantörsrelationer och är mer lönsamma än deras mindre hållbara konkurrenter.

”Vid en jämförelse mellan hållbara företag och mindre hållbara företag kan vi se att de första har högre börsvärde och ger bättre ekonomisk avkastning”, menade professor Eccles.

"DET ÖKAR VINSTEN I KRONOR OCH DOLLAR"

Skanskas VD Johan Karlström uttryckte sig på följande sätt i en intervju i Dagens industri i mitten av december 2016:

"För Skanska började hållbarhetsarbetet med en katastrof, en miljökras som höll på att få företaget på fall rent imagemässigt. När tättningsmedlet Rhoca-Gil från Hallandsåsen förgiftade korna på åkrarna och fiskarna i bäckarna så var Skanska den stora boven i samhället. Frågan vi som bolag behövde ställa oss var hur vi kan säkerställa att något sådant aldrig händer igen. Så det började med ren regelefterlevnad, att ha koll på läget.

Då hade vi ingen tanke på att det kunde bli affärer av det. Men nu, 20 år senare, är det rak business, det ökar vinsten i kronor och dollar. Det var inte vår grundtanke, men det är så samhället har utvecklats, i synnerhet när det kommer till miljöarbetet så vinner vi affärer på just den aspekten."



*Corporate Social Responsibility, som betecknar det ansvar företag har för sin påverkan på de samhällen där de verkar.

samhällsnytta. Genom att ta sig an ekonomiska, miljömässiga och sociala utmaningar i de samhällen där koncernen verkar skapas, enligt texten på koncernens hemsida, förutsättningar för stärkt konkurrenskraft, lönsamhet och hållbar tillväxt. Varje bolag i koncernen uppges ha specifika mål och mätetal inom hållbarhet.

NÄR KAFFEBOLAGET LÖFBERGS HÅLLBARHETSCHEF EVA ERIKSSON i en krönika i Miljöjouren försökte besvara frågan "Går det att förena hållbarhet med lönsamhet?" var hon tydlig med att bolagets engagemang i CSR* och hållbar utveckling är en förutsättning för en långsiktigt hållbar lönsamhet. Det är, menade hon, viktigt att poängtera det, att hållbarhetsarbete handlar om lönsamhet. Och hon sade att hållbarhetsarbetet påverkar den långsiktiga lönsamheten hos Löfbergs på tre sätt:

- Dels bidrar det till minskade kostnader, till exempel via energieffektivisering.
- Dels handlar det om ökade intäkter via försäljning av ekologiskt och rättvisemärkt kaffe.
- Sist men inte minst handlar det om att säkerställa tillgången till råvaran kaffe via ett uthålligt ansvarstagande i alla led.

AXEL JOHNSONS-KONCERNEN HAR SAGT ATT deras syn på hållbarhet bygger på insikten att hållbart, långsiktigt värde skapas då affärsnytta maximerar

ÄVEN FINANS- OCH KAPITALMARKNADEN HAR FÅTT UPP ÖGONEN FÖR HÅLLBAR UTVECKLING

”Ett av våra fokusområden är att integrera hållbarhet i förvaltningen, bland annat för att vi bedömer att det leder till bättre avkastning på lång sikt. Det gör att det finns en bred kunskap och många som visar ett stort intresse för dessa frågor hos oss”, säger till exempel Eva Halvarsson, VD för Andra AP-fonden i ett pressmeddelande.

Ett exempel på en intressant observation som Andra AP-fonden hade gjort var att företag där andelen kvinnor i ledande positioner var hög också visade en bättre utveckling, oavsett storlek och typ av bolag. En förklaring till detta antogs vara att dessa bolag har ett större fokus på frågor kopplade till värderingar och företagskultur.

AMANDA JACKSON, KONCERNHÅLLBARHETSCHEF PÅ SWEDBANK skrev följande i ett debattinlägg på Supermiljöbloggen:

”De senaste 2-3 åren har vi tagit flera viktiga steg framåt i vårt hållbarhetsarbete. Vi arbetar mycket med att skapa ett koncernövergripande förhållningssätt där vi har policy och implementering på koncernnivå. På så sätt vill vi säkerställa att kunder, och andra intressenter kan få en ökad tydlighet för hur vi arbetar med hållbarhetsfrågor över hela koncernen. Vidare har vi bland annat tagit fram en ny klimatstrategi med fokus på att minska vår indirekta klimatpåverkan och stödja kunder i att göra mer hållbara val. Som ett led i detta minskar vi vår exponering mot kol.”

POLITISKA INITIATIV

Det ökade trycket på företag att de ska agera och vara hållbara kommer alltså främst från kunderna och företagen själva. Men det finns en rad politiska initiativ som går i samma riktning.

FN har tagit fram 17 globala mål (se nästa sida). Därtill kommer bland annat EU:s mål för energieffektivisering som innebär att unionen åtar sig att till år 2020 ska energianvändningen vara minst 20 procent effektivare. Till 2030 åtar sig EU att effektivisera energianvändningen med minst 27 procent. Energieffektiviseringsmålen hänger i sin tur samman med målen för minskade växthusgasutsläpp. På lång sikt, till 2050, är målet att EU ska ha minst 80 procent lägre växthusgasutsläpp än år 1990.

EU-kommissionen arbetar även med en färdplan i syfte att få till ett resurseffektivt Europa som innebär att unionen ska använda sina begränsade resurser på ett effektivt och hållbart sätt med minimal miljöpåverkan. Stora delar av EU:s politik för en hållbar konsumtion och produktion kommer att genomföras inom ramen för färdplanen. Planen omfattar allt från råvaror och avfall till biologisk mångfald och nya sätt att samarbeta internationellt.

Det globala klimatavtalet förhandlades fram i december 2015 när Frankrike stod som värd för det återkommande globala klimattoppmötet (COP21). Avtalet slår bland annat fast att den globala uppvärmningen ska begränsas till under två grader jämfört med förindustriell tid, och att de globala utsläppen snarast möjligt ska nå sin högsta nivå för att sedan minska.

Ländernas nationella klimatplaner ska uppdateras vart femte år från 2020 och globala översyner av det internationella klimatarbetet ska göras var femte år med start 2018. Dessutom ska världens industriländer bidra med 100 miljarder dollar årligen i klimatbistånd till utvecklingsländer från år 2020, när avtalet ska träda i kraft.

MÅLEN KAN HJÄLPA OSS ATT FÖRA UTVECKLINGEN FRAMÅT, SAMTIDIGT SOM GOD AVKASTNING KAN BEVARAS

Sex tunga, svenska kapitalförvaltare skrev i december 2016 ett gemensamt debattinlägg i Dagens industri i vilket de var överens om att världen styr in mot en mer hållbar framtid med FN:s 17 mål i Agenda 2030 som karta. De 17 målen kan enligt inlägget hjälpa kapitalförvaltarna att identifiera risker som bolagen, där de är ägare, bör bemöta och lösningar som kan föra utvecklingen framåt, samtidigt som god och uthållig avkastning kan bibehållas.

Enligt de sex kapitalförvaltarna står världen inför ökade klimatmässiga och socioekonomiska utmaningar de närmaste 15 åren. Nya risker uppstår i spåren av global uppvärmning, tilltagande brist på rent vatten och ökande sociala klyftor – risker – som om de inte omhändertas och adresseras kan resultera i kriser, stora förlorade värden och mänskligt lidande. De som undertecknade inlägget satt i ledningen för Alecta, Folksam, Sjunde AP-fonden, Skandia, SPP, och Svenska kyrkan.

17 GLOBALA MÅL FÖR HÅLLBAR UTVECKLING



INGEN FATTIGDOM



INGEN HUNGER

HÄLSA OCH
VÄLBEFINNANDEGOD UTBILDNING
FÖR ALLA

JÄMSTÄLLDHET

RENT VATTEN OCH
SANITETHÅLLBAR ENERGI
FÖR ALLAANSTÄNDIGA ARBETS-
VILLKOR OCH
EKONOMISK TILLVÄXTHÅLLBAR INDUSTRI,
INNOVATIONER OCH
INFRASTRUKTURMINSKAD
OJÄMLIKHETHÅLLBARA STÄDER
OCH SAMHÄLLENHÅLLBAR
KONSUMTION OCH
PRODUKTIONBEKÄMPA KLIMAT-
FÖRÄNDRINGENHAV OCH MARINA
RESURSEREKOSYSTEM OCH
BIOLOGISK
MÅNGFOLDFREDLIGA OCH
INKLUDERANDE
SAMHÄLLENGENOMFÖRANDE
OCH GLOBALT
PARTNERSKAP

MÅLEN SOM DE HÄNVISAR TILL ÄR DE MÅL SOM ANTOGS AV VÄRLDENS LEDARE ÅR 2015. Målen ska bidra till att dessa tre enastående händelser uppfylls till år 2030; att extrem fattigdom avskaffas, att ojämlikheter och orättvisor i världen minskar och att klimatförändringen bekämpas.

ILLUSTRATION: FN



ÄVEN INOM SVENSK HANDEL ÖKAR HÅLLBARHETSARBETET

I förordet till branschorganisationen Svensk handels hållbarhetsundersökning 2016 skriver VD Karin Johansson följande:

”Det här är Svensk handels femte hållbarhetsundersökning. I år har över 1 500 företag svarat på vår enkät, vilket är 50 procent fler än förra året. Bara det tolkar vi som ett ökat engagemang bland medlemsföretagen, vars främsta drivkraft är att bidra till ett bättre samhälle. Tre av fyra företag säger nu att de arbetar aktivt med frågorna, vilket också är fler än förra året.”

Sammantaget uppger Svensk handel att vi är inne i en fas där hållbarhetsarbetet är på väg att svänga om från att till största del vara styrt från påtryckarhåll, till att utvecklingen istället drivs framåt av proaktiva företag. För den totala samhällsnyttan är detta avgörande. Konsumenterna har möjlighet att påverka, företagen har makt att förändra.

Trenden visar också att allt fler små och medelstora företag ser hållbarhet som en viktig del i sin affärsutveckling och profil. När organisationen Företagarna genomförde en undersökning bland sina medlemmar 2015 visade resultatet att 50 procent av de som svarade på undersökningen upplevde att deras hållbarhetsarbete gav en ökad kundnöjdhet, stärkte säljarbetet och även relationen till medarbetarna. 33 procent uppgav att hållbarhetsarbetet hade bidragit till att öka deras lönsamhet och även gett företaget fler uppdrag. 25 procent såg att hållbarhetsarbetet är positivt vid offentliga upphandlingar.

HÅLLBARHETSARBETET I DE NORRBOTTNISKA FÖRETAGEN

Energikontor Norr har tidigare framför allt arbetat med den del av hållbart företagande som utgörs av företagens energianvändning och klimatpåverkan. I slutet av 2015 avslutades till exempel projektet Klimatsmart = Affärssmart. I projektets fördjupning hade energi- och klimatanalyser, kopplade till företagens affärer och kommunikation, genomförts i 61 små och medelstora företag i Norrbotten. Från uppföljningen av de 61 företagen gick det att utläsa att:

- Av 47 svar angav hela 98 procent att projektet haft betydelse för deras syn på och arbete med energi- och klimatfrågor. Över hälften angav att de efter kontakterna med projektet arbetade aktivt med dessa frågor, alternativt att det var prioriterade frågor för ledning och anställda.
- Av 47 svar hade omkring 90 procent angett att det var troligt eller mer än troligt att energi- och klimatsmart företagande kommer att ge en mätbar affärsnytta för det egna företaget. Utöver minskade energikostnader nämndes miljönytta, stärkt marknadsföring, stärkt affärskoncept och ökad trovärdighet som förväntade positiva effekter.



I NORRBOTTEN FINNS DET FLERA FÖRETAG som valt att ligga i frontlinjen när det gäller hållbart företagande. Det gäller till exempel Polarbröd, som på sin hemsida skrivit följande:

”Hållbarhetsfrågan är så viktig att vi ser över hela vår verksamhet; vad vi gör och hur vi gör det. Men vi vill också fortsätta att samarbeta med andra aktörer för att vara med och driva hela den viktiga och nödvändiga hållbarhetsutvecklingen av samhället i stort.”

Ett företag med norrbottensanknytning som tydligt lyft fram sitt hållbarhetsarbete är Max Hamburgare vars satsning på vegoburgare gav bolaget utmärkelsen ”Årets insats inom hållbart varumärkesbyggande” under våren 2016.

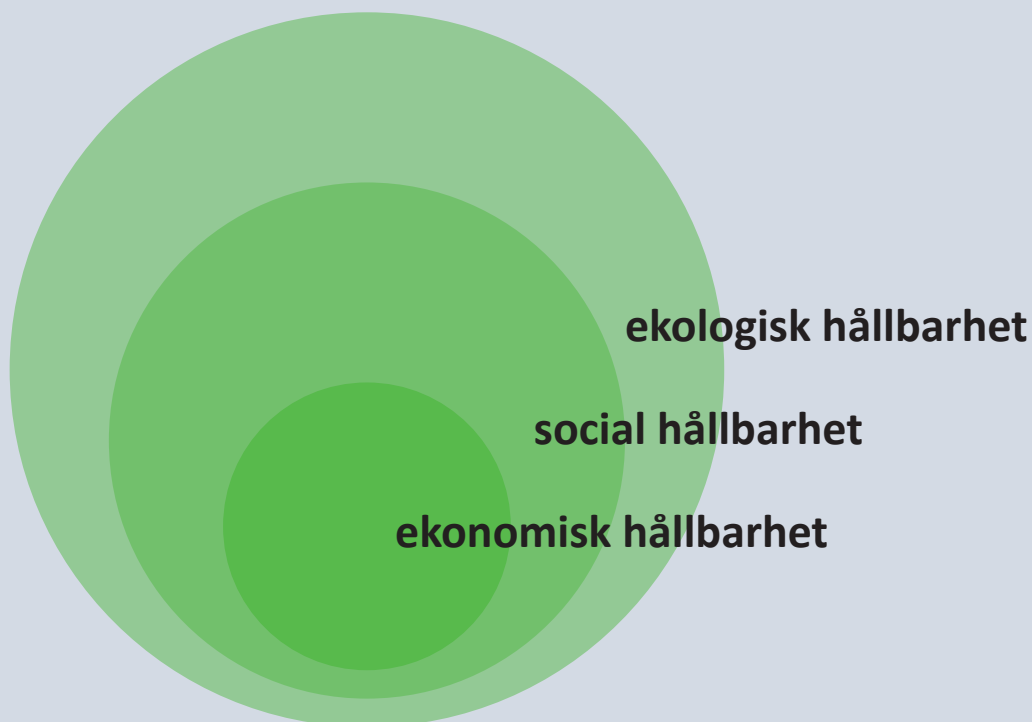
Andra goda exempel på företag i länet som satsar på hållbarhet är byggföretaget Galären i Luleå, turist- och konferensanläggningen Camp Ripan i Kiruna, Alterhedens rabarberi och gårdsbutik, hudvårdsproducenten c/o Gerd i Jokkmokk och modeföretaget Kläppi i Nilivaara. Och det finns många fler.

HÅLLBARHETSREDOVISNING

Den nya lagen om obligatorisk hållbarhetsredovisning trädde i kraft i december 2016 och tillämpas första gången för räkenskapsåret 2017. Lagen innebär att stora bolag ska redovisa hur de arbetar med miljö, sociala frågor, arbetsmiljö, mänskliga rättigheter och antikorrup-tion. Lagen gäller företag som uppfyller minst två av dessa villkor: Medelantalet anställda i företaget uppgår till mer än 250 st, balansomslutningen uppgår till mer än 175 miljoner kr och nettoomsättningen till mer än 350 miljoner kr.

Börsnoterade bolag ska även presentera en mångfaldspolicy för sin styrelse samt dess till-lämpning. Lagen berör direkt cirka 1 600 företag i Sverige och kommer indirekt också att på-verka mindre företag som är leverantörer till de större företagen som omfattas av lagkravet.

DIMENSIONER AV HÅLLBARHET



DET FINNS TRE DIMENSIONER AV HÅLLBARHET. Ytterst har vi den ekologiska hållbarheten som sätter gränser-na för och påverkar allt liv på jorden. Det är en dimension som inte är beroende av människans existens, men som människan genom sina val och sitt agerande påverkar i olika grad. I mitten har vi den sociala hållbarheten som handlar om våra mänskliga behov och hur vi agerar sinsemellan. Längst in har vi den ekonomiska hållbarheten som faktiskt är den enda dimensionen som människan själv har 100 procent kontroll över eftersom systemen som styr ekonomin är uttänkta och skapade av människor.

DET NATURLIGA STEGET har tagit fram fyra hållbarhetsprinciper som definierar ett hållbart samhälle. Du kan läsa mer om dessa på sidan 10.

VÄRDET MED HÅLLBART FÖRETAGANDE

Nyttan med hållbart företagande sammanfattas i några enkla punkter på Innovation Online, en hemsida som drivs av Svenska uppfinnarföreningen och Sveriges ingenjörer, och som stöds av Tillväxtverket:

INTERNA FÖRDELAR

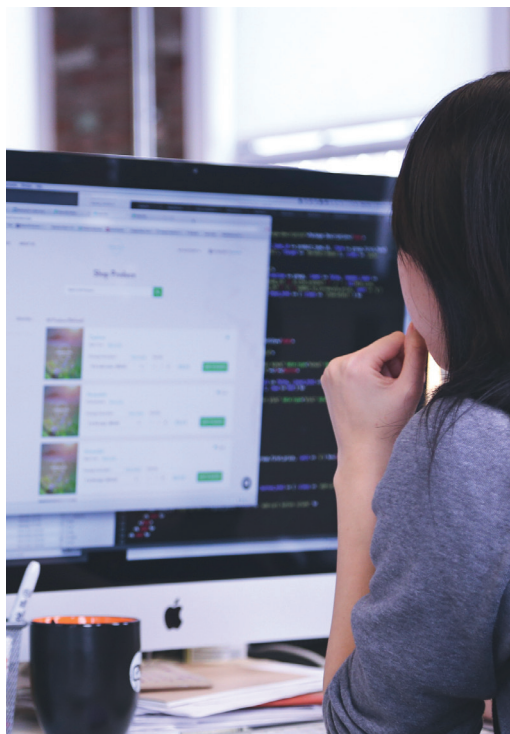
- Förbättrar din styrning. Ser du en helhet och arbetar långsiktigt fattar du beslut som är mer välgrundade och styrningen av din verksamhet blir enklare och effektivare.
- Minskar dina kostnader. Du får lägre kostnader genom att använda dina resurser bättre, exempelvis energi, material och avfall.
- Minskar dina risker. Med en öppen och ärlig dialog med dina intressenter minskar du risken för obehagliga överraskningar både på kort och lång sikt.
- Skapar ett bättre innovationsklimat. Med öppna och ärliga relationer med många människor finns förutsättningarna för många och goda nya idéer.
- Spetsar din affärsplan. Genom att inkludera hållbarhet i din affärsplan blir fler intressenter nyfikna och vill bidra positivt till verksamheten.



EXTERNA FÖRDELAR

- Ett starkt varumärke ökar vinsten. Varumärket visar din identitet och arbetar du hållbart ökar din trovärdighet och därmed chansen till nya och bättre affärer.
- Lockar nya kunder. Ett ansvarsfullt företagande lockar nya kunder, särskilt de som ställer krav på hög kvalitet. För kunden skapar också din hållbarhet en trygghet och långsiktighet.
- Bättre kontakter med myndigheter. Genom att alltid uppfylla lagar, regler och bestämmelser samt att arbeta förebyggande och långsiktigt ökar ditt förtroende hos myndigheter och andra offentliga organisationer.
- Ökar chansen till finansiering. Med en helhetssyn, långsiktighet och trovärdighet uppfyller du många av kraven från banker och investerare. Du har också större chans till olika utvecklings- och innovationsstöd.
- Lockar bra medarbetare. En anställd vill känna stolthet och delaktighet i sitt företag och att arbeta på ett ansvarstagande företag ger status. Därmed blir det lättare för dig att rekrytera, motivera och behålla innovativa och kreativa människor.

SÅHÄR KAN DITT FÖRETAG ARBETA VIDARE MED HÅLLBARHET



DE FRÅGOR SOM RAMAR IN HÅLLBARHET för företag är främst miljö, användning av energi och naturresurser, jämställdhet och mångfald, affäretik, samhällsansvar, arbetsvillkor, hälsa och säkerhet samt lönsamhet. Företag som vill agera hållbart bör göra sin hemläxa och börja med att titta på sig själva och sin påverkan, positiv som negativ, liksom sina beroenden (bindningar) inom dessa områden.

Varje företag bör, utifrån ett brett hållbarhetsperspektiv, analysera vilka aspekter av hållbarhet som det egna företaget kan påverka och vilka aspekter som påverkar företaget mest. Genom att blicka utåt mot kunder, leverantörer och finansiärer samt inåt mot ägare och medarbetare och lyssna av deras förväntningar på företaget kan företaget få in värdefull kunskap som kan användas för att utveckla det egna hållbarhetsarbetet och därmed också företagets affärer.

Harvardprofessorn Robert G Eccles, som omnämns i inledningen, definierade hållbara företag som företag som ger långsiktigt värdeskapande till sina aktieägare och samtidigt bidrar till en hållbar samhällsutveckling.

ANDRA DEFINIERAR HÅLLBART FÖRETAGANDE KORT OCH GOTT MED ATT:

- Ta ansvar för företagets påverkan på miljön, ekonomin, samhället och människorna.
- Arbeta långsiktigt utifrån en helhetssyn som inbegriper ekonomiska, miljömässiga och sociala aspekter.
- Vara transparent och berätta hur företagets beslut kan påverka andra människor, samhället och miljön och därmed också undvika risken för så kallad green wash, det vill säga användning av falska miljöbudskap i företagets information och marknadsföring.
- Ha och arbeta efter etiska värderingar som bygger på ärlighet, rättvisa och integritet.
- Lyssna på vad företagets kunder vill ha, engagera sig i företagets anställda och visa intresse för människor som påverkas av företaget.

För ett företag kan det kännas mest naturligt att börja arbeta med jämställdhet eller mångfald. För ett annat företag kan det kännas mer naturligt att börja med att se över sin energianvändning och klimatpåverkan. För något företag kan det handla om affäretik eller att bidra till det lokala samhällets utveckling.

Oavsett var och hur hållbarhetsarbetet startar kommer det, om det bedrivs med öppna ögon och ärliga ambitioner, snart att leda vidare till andra hållbarhetsområden. Och ju mer ett företag lär sig på den resan desto bättre rustat är företaget att möta framtidens förväntningar och krav.

MER OM HÅLLBARHET

HÅLLBARHETSPRINCIPERNA

De fyra hållbarhetsprinciperna definierar de grundläggande villkoren för ett hållbart samhälle, och hjälper till att säkerställa att vi inte systematiskt förstör de sociala och ekologiska systemen som vi är beroende av. De fungerar som instruktioner för att skapa ett välmående samhälle i dag och i framtiden.

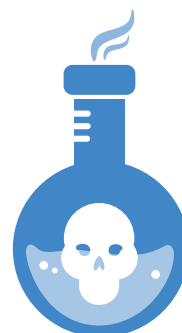
Hållbarhetsprinciperna erbjuder en tydlig referenspunkt för strategisk planering – inom dessa ramar måste vi hålla oss för att ställa om till en hållbar utveckling. De hjälper oss att förstå vad vi siktar mot, vilket är avgörande för att kunna ta steg mot ett hållbart samhälle på ett effektivt sätt.

I DET HÅLLBARA SAMHÄLLET...



1. ...utsätts inte naturen för systematisk koncentrationsökning av ämnen från berggrunden, till exempel fossila bränslen, metaller och mineraler.

2. ...utsätts inte naturen för systematisk koncentrationsökning av ämnen från samhällets produktion, till exempel svårnedbrytbara kemikalier som bromerade flamskyddsmedel och naturligt förekommande ämnen som kväve.



3. ...utsätts inte naturen för systematisk undanträngning med fysiska metoder, till exempel avskogning och utarmning av ekosystem.

4. ...finns det inga strukturella hinder för människors hälsa, inflytande, kompetens, opartiskhet och mening.



Naturliga stegets fyra hållbarhetsprinciper. Läs mer på www.detnaturligasteget.se.

KONTAKTA OSS GÄRNA!

Regionens företag är en viktig målgrupp för Energikontor Norr. Vi vill lära känna företagen bättre och pratar gärna med er företagare om hur ni kan utveckla era affärer och stärka företagets profil och lönsamhet inom energi- och klimatområdet.

Ni är varmt välkomna att ta kontakt med Inger E Pedersen så berättar hon mer om vad vi kan hjälpa er med.

INGER E PEDERSEN, affärsutvecklare
inger@energikontornorr.se, 070-666 29 69



Energikontor Norr

energikontornorr.se

Underlag till denna omvärldsanalys är framtaget inom projektet "Förstudie – Grönt driv är guld värt" som Almi Företagspartner Nord drivit i samverkan med Energikontor Norr.



REGION
VÄSTERBOTTEN



EUROPEISKA
UNIONEN
Europeiska
regionala
utvecklingsfonden