



**MÄTA &
KOMMUNICERA
CIRKULÄR
EKONOMI**

Mätmetod för hållbar cirkulär ekonomi

framtagen av

ekocentrum 

Hållbar cirkulär ekonomi enligt Ekocentrum

En hållbar cirkulär ekonomi optimerar nyttjandet av jordens naturresurser inom ramen för planetens gränser samtidigt som den bidrar till att upprätthålla en social grund för samhällets välfärd.

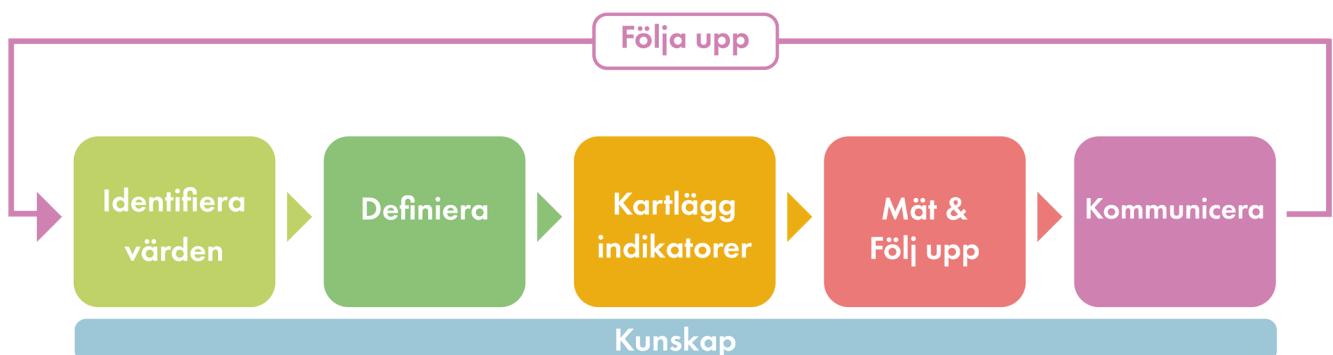
5 principer för hållbar cirkulär ekonomi:

- Eliminera avfall och utsläpp
- Hålla produkter och material i omlopp
- Återskapa och förbättra ekosystem (regenerera)
- Tillvarata mänskliga resurser på ett ansvarsfullt sätt
- Stärka samhällets välfärd och lokal samverkan



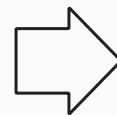
Läs mer om Ekocentrums definition och de 5 principer för hållbar cirkulär ekonomi på ekocentrum.se/mätmetod-för-hållbar-cirkulär-ekonomi

Ekocentrums mätmetod för hållbar cirkulär ekonomi



STEG 1

IDENTIFIERA VÄRDET



VARFÖR SKA VI MÄTA CIRKULÄR EKONOMI?

Börja med att identifiera vilka värden ni ser med att mäta cirkulär ekonomi. För att ert arbete ska bli verklighet behöver ni ringa in syftet. Om ni arbetar med att mäta och kommunicera cirkulär ekonomi, vad kan det leda till? Här är det lämpligt att ha både **verksamhetsmål**, **planeten** och **samhället** i åtanke. Tänk hållbar cirkulär ekonomi i kombination med verksamhetens mål.

Att mäta cirkulär ekonomi kan...

- Minska uttaget av naturresurser
- Bidra till samhällets välfärd
- Bidra till lokal samverkan
- Visa på kostnadsbesparingar och ekonomisk vinst
- Leda till innovation och nya möjligheter
- Hjälpa oss att ta vara på mänskliga resurser
- Göra att vi upptäcker nya möjligheter
- Göra oss till en attraktiv leverantör
- Attrahera nya målgrupper
- Ge oss konkurrensfördelar
- Hjälpa oss att växla upp vårt hållbarhetsarbete
- Göra att vi får syn på nya möjligheter
- Ge oss data som ligger i linje med EU-direktiv som CSRD, Ekodesigndirektivet och Taxonomin
- Göra att vi lättare kan se våra resultat inom miljö och hållbarhet
- Hjälpa oss att leva upp till kundernas krav och förväntningar
- Hjälpa oss att ta en ny position på vår marknad
- Göra att vi får syn på förbättringsområden

VILKEN NY KUNSKAP BEHÖVER VI?

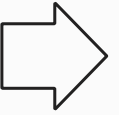
Vilken kunskap behöver vi för att kunna identifiera värdet med att mäta cirkulär ekonomi?

Vem behöver denna kunskap?

Hur får vi denna kunskap?
(t ex genom omvärldsbevakning, utbildning, samtal internt)

STEG 2

DEFINIERA



VAD INNEBÄR CIRKULÄR EKONOMI FÖR VÅR VERKSAMHET?

Grunda ert cirkulära arbete i att definiera vad cirkulär ekonomi innebär för er. Genom att arbeta igenom hur de fem principerna kan appliceras på er verksamhet får ni en bra grund för att sedan kunna välja indikatorer och mätverktyg. Ni skapar också en kvalitativ berättelse som komplement till era kvantitativa mätetal, vilket blir en bra grund för kommunikation till både interna och externa målgrupper.

Allt cirkulärt är inte hållbart. Därför förespråkar vi en hållbar cirkulär ekonomi som faktiskt bidrar till att vi minskar på förbrukningen av jordens resurser och som tar hänsyn till sociala rättviseaspekter och bidrar till att regenerera våra ekosystem. Därför rekommenderar vi att ni tar fasta på Ekocentrum's definition av cirkulär ekonomi och dess fem grundprinciper för att ni nästa steg kartlägga vad det innebär för er verksamhet.

Vilka av de 5 principerna för hållbar cirkulär ekonomi är relevanta för er verksamhet? Kryssa för de principer som är relevanta och beskriv kort hur de är relevanta.

- 1 – Eliminera avfall och utsläpp
- 2 – Hålla produkter och material i omlopp
- 3 – Återskapa och förbättra ekosystem (regenerera)
- 4 – Tillvarata mänskliga resurser på ett ansvarsfullt sätt
- 5 – Stärka samhällets välfärd och lokal samverkan

Många definitioner och tolkningar finns av begreppet cirkulär ekonomi. Hur vi förstår cirkulär ekonomi påverkar hur vi implementerar, mäter, kommunicerar och utövar den. Och slutligen vilken faktisk påverkan vi har på planeten och människor. Ofta saknas en definition av cirkulär ekonomi i verksamheten, vilket försvårar möjligheterna att jobba med det och att göra det bra.

Hållbar cirkulär ekonomi enligt Ekocentrum

Hållbar cirkulär ekonomi innebär ett ekonomiskt system där resurser cirkulerar och används på bästa sätt, inom ramen för planetens gränser, samt bidrar till samhällets välfärd globalt.

Hållbar cirkulär ekonomi bygger på följande principer:

- 1 – Eliminera avfall och utsläpp
- 2 – Hålla produkter och material i omlopp
- 3 – Återskapa och förbättra ekosystem (regenerera)
- 4 – Tillvarata mänskliga resurser på ett ansvarsfullt sätt
- 5 – Stärka samhällets välfärd och lokal samverkan

VILKEN NY KUNSKAP BEHÖVER VI?

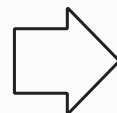
Vilken kunskap behöver vi för att kunna definiera vad cirkulär ekonomi är för vår verksamhet?

Vem behöver denna kunskap?

Hur får vi denna kunskap?
(t ex genom omvärldsbevakning, utbildning, samtal internt)

STEG 3

KARTLÄGG INDIKATORER



VAD SKA VI MÄTA?

Genom att identifiera indikatorer får ni en möjlighet att identifiera ett nuläge, er baseline. Det ger ett utgångsläge och en siffra att förbättra. Indikatorerna kan gälla olika fokusområden som en enskild produkt, hela företaget (fysiska resursflöden och/eller mänskliga resurser), inköp av möbler och andra inventarier, påverkan på samhället eller något annat.

Börja med att fundera kring vad som är möjligt för er att mäta och vad ni ska fokusera på. Försök sedan hitta 1-3 indikatorer som är relevanta för det ni vill mäta. Inspireras av listan till höger som är exempel utifrån de 5 principerna för hållbar cirkulär ekonomi, eller hitta andra indikatorer som är aktuella för er. Sträva efter att hitta indikatorer som kan kopplas till de värden ni identifierade i Steg 1.

Vilka indikatorer är mest relevanta för oss? (1-3 st)

Tips! Gräv där du står. Vad gör ni redan idag som ni vill göra mer av eller berätta för andra?

Var hittar vi datan?

Exempel på möjliga indikatorer

Eliminera avfall och utsläpp

Mängden avfall
Andel avfall och överskott som återanvänds som inflöde i produktionen
Andel av utflödet som återförs till det biologiska kretsloppet
Andel av vattnet som återcirkuleras
Resursproduktivitet (hur mycket man får ut av råvaran)
Andel produkter som är designade utifrån cirkulära principer (med tanke på lång livslängd, reparerbarhet, isärtagbarhet etc)

Hålla produkter och material i omlopp

Andel återvunnet eller återbrukat material i produkter
Andel förnybart material i produkter
Andel återvunnet material i förpackningar
Genomsnittlig livslängd hos produkter
Andel av inköp som är återbrukade produkter
Andel produkter som tillhandahålls genom uthyrning

Återskapa och förbättra ekosystem (regenerera)

Jordhälsa (kolinlagring)
Bidrag till ekosystemtjänster
Investeringar/engagemang i att regenerera ekosystem

Tillvarata och nyttja mänskliga resurser på ett ansvarsfullt sätt

Antal anställda med cirkulära arbetsuppgifter
Andel medarbetare som har kunskap om cirkulär ekonomi
Antal sjukskrivningar
Tid för kompetensutveckling
Nyttjade friskvårdstimmar

Stärka samhällets välfärd och lokal samverkan

Antal arbetstillfällen som skapas av en cirkulär verksamhet
Antal samarbeten mellan aktörer på en plats
Andel spårbara material

VILKEN NY KUNSKAP BEHÖVER VI?

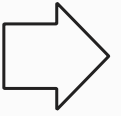
Vilken ny kunskap behöver vi för att kartlägga indikatorer?

Vem behöver denna kunskap?

Hur får vi denna kunskap?
(t ex genom omvärldsbevakning, utbildning, samtal internt)

STEG 4

MÄT OCH FÖLJ UPP



HUR SKA VI MÄTA OCH FÖLJA UPP?

Nästa steg när ni hittat de indikatorer som är viktigast för er är hur ni kan strukturera arbetet med att mäta och följa upp. Här finns ett antal olika möjligheter, från att skapa ett enkelt kalkylark där ni listar indikatorer, mätetal och när och hur de ska följas upp – till mer eller mindre avancerade verktyg som hjälper er att samlar in, organisera, visualisera och följa upp datan.

Med utgångspunkt från de indikatorer ni valt och de förutsättningar ni har, fundera över hur ni ska strukturera arbetet med att mäta och följa upp. Vilket eller vilka verktyg i översikten nedan är mest intressanta att titta närmare på?

Exempel på lista med "actions"

Se om vi kan använda kalkylark som vi redan har internt

Skissa upp ett nytt kalkylark

Boka möte med Palats

Testa Circular Transition Indicators

Vad är nästa steg för att komma igång med ett eller flera av de verktyg ni är intresserade av? Gör en lista på "actions".

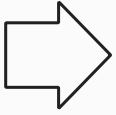
	Eget kalkylark	Mätetal C	ME	Palats	Circularity Assessment Tool	Circular Transition Indicators (CTI)	Circle Scan	Cradle to Cradle	Regenerative Organic Certified
Utvecklare/leverantör		RSE	RSE Medvetet (Inköp av Power II)	Palats	Circle Economy	WBCSD Circle IG (Inköp av CTI tool)	Circle Economy med hjälp av CTI	C2C Certified	Regenerative Organic Alliance Patagonia
Omfattar	Valfritt	Produkt	Produkt	Inventarier	Företag	Företag	Värdekedja/samhälle	Produkt	Företag
Beskrivning	Egen översikt över relevanta indikatorer	Mått på det ekonomiska värdet av återcirkulerat material i en produkt	Mått på hur en produkt behåller sitt ekonomiska värde över tid	Besparingar och klimatdata vid återbruk i förhållande till nyköp av inventarier	Självskattning baserad på frågor	Sammanställning av resurser i ett företag kompatibelt med CSRD	Mått och visualiserar stora resurser i värdekedjan i hela samhället	Certifiering för produktens uppdaterad för CSRD	Certifiering för regenerativ jordbruk
Eliminera avfall och utsläpp	●	●	●	●	●	●	●	●	
Hålla produkter och material i omlopp	●	●	●	●	●	●	●	●	
Återskapa och förbättra ekosystem (regenerera)	●				●			●	●
Tillvarota mänskliga resurser på ett ansvarsfullt sätt	●							●	●
Stärka samhällets välfärd och lokal samverkan	●			●					
Relevans/tillgänglighet för SME	Ja	Ja	Ja	Ja	Ja	Ja	Tveksamt, mycket omfattande	Ja, men dyrt, omfattande	Ja, men ökat om tillgängligt i Sverige
Exempel svenska företag		Swedese Volvo	Kinnarps	Mimer ToGe				Tarkett Arctic Paper	

VILKEN NY KUNSKAP BEHÖVER VI?

Vilken ny kunskap behöver vi för att mäta och följa upp?

Vem behöver denna kunskap?

Hur får vi denna kunskap?
(t ex genom omvärldsbevakning, utbildning, samtal internt)



STEG 5

KOMMUNICERA

HUR SKA VI KOMMUNICERA?

Strategi

Nu har ni en bra grund för att kommunicera verksamhetsrelevanta värden med cirkulär ekonomi på ett strategiskt vis. Kommunikation bör vara strategisk, vilket innebär att kommunikationen ska vara ett verktyg för att nå era mål. Utifrån detta kan vi identifiera målgrupp, budskap och koncept.

Mål och målgrupp

Vad är målet med att kommunicera cirkulära värden? Återbesök steg 1, Identifiera värdet. Det bör ge er syn vad målet är. Vilken är målgruppen? Finns det flera? Är de interna eller externa? Notera **mål** och **målgrupp(er)**.



Mål



Målgrupp(er)

Budskap

Kombinera mjuka kvalitativa "berättelser" med hårda data. Beskriv i ord vad ni vill uppnå, vad ni prioriterar, vad ni vill förändra, vad er vision är och underbygg detta med hårda data, indikatorer, som kvantifierar och visar på er utveckling. Se steg 1 och 2 för att få syn på er kvalitativa berättelse och steg 3 för era hårda data. Använd gärna våra fem principer för hållbar cirkulär ekonomi i er kommunikation.



Mjuka berättelser



Hårda data

Taktik

Kommunicera cirkulär ekonomi – Best Practice

Visa koppling till relevanta mål som Agenda 2030, nationella/regionala mål. Visa att ni är en del av lösningen

Positiva berättelser – koppla till de tre dimensionerna

Var så konkret du kan – visa med siffror

Visualisera – måla en bild av vart ni är på väg, visa med bilder, animationer, symboler, skisser, film vad er vision är.

Var ärliga kring misstag och processen – ni måste inte vara i mål. Visa vart ni vill och hur ni ska ta er dit. Förklara hur ni hanterat misstag.

Hårda data och mjuka värden – sträva efter att kombinera hårda data med mjuka, kvalitativa berättelser och visioner.

Kreativa koncept

Hur kan ni förmedla detta till målgruppen?

Exempel: rita er symbioskarta, visualisera er utveckling genom en animation eller tidslinje, skicka med er kvalitativa berättelse med varje produkt, visa era indikatorer på lekfullt sätt t ex antal sparade simbassänger



Kreativa koncept

VILKEN NY KUNSKAP BEHÖVER VI?

Vilken kunskap behöver **kommunikatören** för att förmedla innebörden?

Tips:
Bjud din kommunikator på en kaffe

Ett nära samarbete mellan hållbarhetsstrategen och kommunikatören är värdefullt

Vad behöver kunden, ledningen eller samarbetspartnern veta?

Kan man tänka sig att mottagaren behöver lära sig något för att förstå ert budskap?

ATT GÖRA FÖR ATT KOMMA VIDARE