

CIRCULAR ECONOMY OUTLOOK 2024

De börsnoterade företagens strategier
och aktiviteter i den cirkulära omställningen

MICHEL BAJUK

MARCUS LINDER

Mer än hälften av de globala klimatutsläppen kommer från utvinning och bearbetning av material och naturresurser. En stor del av samhällets resursflöden passerar genom företagen. Hastigheten för samhällets omställning avgörs alltså av hur företagen agerar och vad de faktiskt gör.

*En mer cirkulär användning av material och resurser bidrar direkt eller indirekt till **alla** FNs 17 globala hållbarhetsmål.*

Circular Economy Outlook 2024 Sverige är en omfattande undersökning av de börsnoterade företagens aktiviteter och strategier för en cirkulär omställning.

SAMMANFATTNING

DRIVKRAFTER. Affärer och klimat driver börsbolagens cirkulära omställning.

AFFÄRSSTRATEGI. 90% av bolagen har med CE i någon mån i affärsstrategin (+50% på tre år)

MÅL. Men bara 4 av 10 har formulerat minst ett cirkulärt mål.

MÄTNING. Strategier med formulerade mål som mäts blir genomförda i 4x högre grad

HINDER. De vanligaste hindren: fastnat i linjära affärsmodeller och brist på efterfrågan från kunder

CIRKULÄRA INKÖP. Men endast 16% av bolagen ställer själva cirkulära krav i större mån i sina inköp. Antal bolag som ställer cirkulära krav i någon mån har dock fördubblats på tre år till 63%.

KONKURRENTER. 70% tror att konkurrenterna kommer öka sina cirkulära förmågor "signifikant" inom 5 år.

EU-REGLER. En majoritet tror att anpassningen till EU-regler kommer öka deras konkurrenskraft.

7 av 10 bolag tror att CSRD och EU-taxonomin kommer förbättra deras cirkulära arbete.

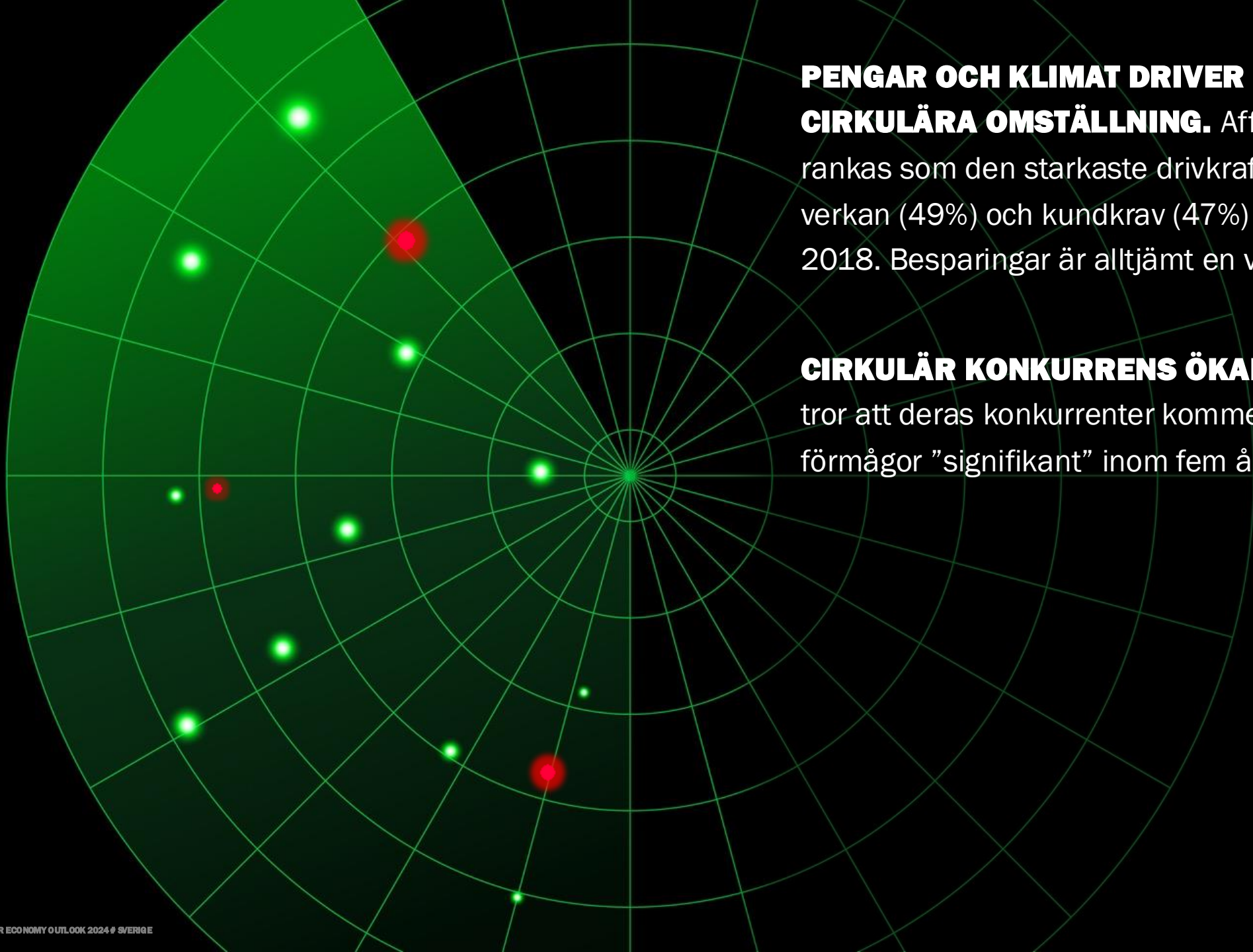
MOGNAD. Störst mognad finns i arbetet med REDUCE följt av REPAIR och RECYCLE

POTENTIAL. RETHINK, REPAIR och REMAKE har låg spridning och möjligen hög utvecklingspotential.

CIRCULAR GAP. Mognaden är likartad, enskilda områden presterar dock sämre på *inköp, mål, mätning, m m.* Störst utvecklingsbehov indikerar CGRS-bolagen för REDESIGN, RETHINK och REUSE.

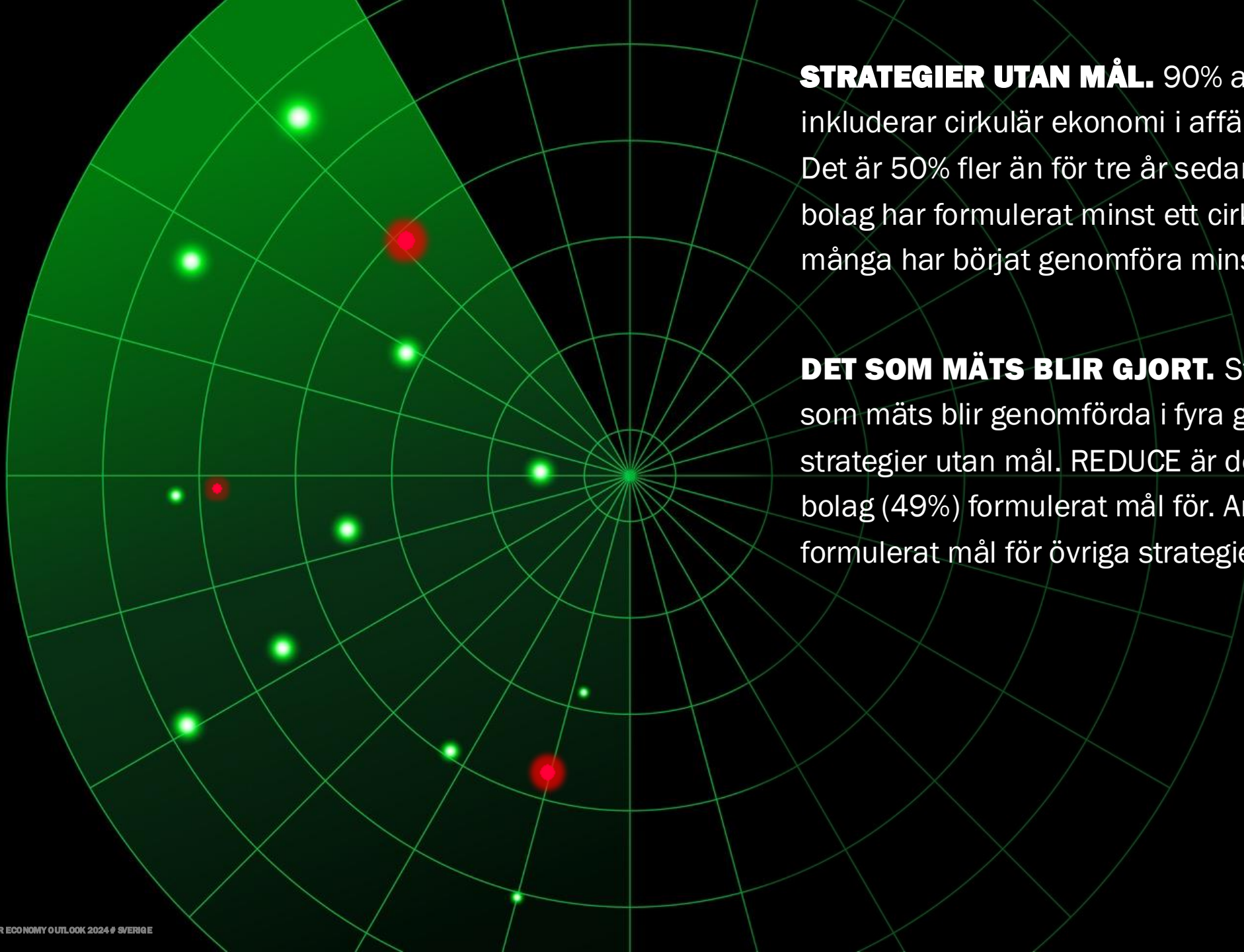


AFFÄRSSTRATEGI OCH MÅL



PENGAR OCH KLIMAT DRIVER BÖRSBOLAGENS CIRKULÄRA OMSTÄLLNING. Affärsmöjligheter (60%) rankas som den starkaste drivkraften. Minskad klimatpåverkan (49%) och kundkrav (47%) har ökat kraftigt sedan 2018. Besparingar är alltjämt en viktig drivkraft (45%).

CIRKULÄR KONKURRENS ÖKAR. 70% av börsbolagen tror att deras konkurrenter kommer öka sina cirkulära förmågor "signifikant" inom fem år.



STRATEGIER UTAN MÅL. 90% av bolagen uppger att de inkluderar cirkulär ekonomi i affärsstrategin i någon mån. Det är 50% fler än för tre år sedan. Men bara 4 av 10 bolag har formulerat minst ett cirkulärt mål. Ungefär lika många har börjat genomföra minst en cirkulär strategi.

DET SOM MÄTS BLIR GJORT. Strategier med mål som mäts blir genomförda i fyra gånger högre grad än strategier utan mål. REDUCE är den strategi som flest bolag (49%) formulerat mål för. Andelen bolag som formulerat mål för övriga strategier är låg (18%–36%).



CIRKULÄRT AFFÄRSINDEX



22%

CIRKULÄRT AFFÄRSINDEX (CAI) är en ledande indikator för vilken effekt (0–100%) företagens strategier och aktiviteter kan få på den cirkulära omställningen.

Indextalet sammanfattar svar från samtliga medverkande bolag om hur de arbetar med cirkulära strategier.

Börsbolagens gemensamma Cirkulära Affärsindex är 22%.

Det indikerar att företagens strategier och aktiviteter förväntas ha låg effekt på den cirkulära omställningen.

Utvecklingspotentialen är stor.



HINDER OCH INKÖP



BUSINESS AS USUAL OCH LÅG EFTERFRÅGAN.

De vanligaste hindren är jämnstora: osäkra investeringskalkyler (33%) och att kunderna inte ställer cirkulära krav (32%) är de vanligaste. Många bolag upplever att de är fast i linjära affärsmodeller (31%) och att de saknar nödvändig kunskap (30%). Teknik och lagstiftning betraktas i mindre grad som hinder jämfört med 2021.

FÅ STÄLLER SJÄLVA CIRKULÄRA KRAV I INKÖP.

Bara 16% av bolagen ställer själva cirkulära krav i en stor del av sina inköp. Bara 3% ställer cirkulära krav för inköp i hela verksamheten.

DUBBELT SÅ MÅNGA GÖR CIRKULÄRA INKÖP.

På sex år har antalet LargeCap-bolag som ställer cirkulära krav i vissa inköp nästan fördubblats. Idag tillämpar 47% av de högst värderade börsbolagen cirkulära krav i någon mån i verksamheten jämfört med 26% 2018.



GENOMFÖRANDE AV CIRKULÄRA STRATEGIER



DE VANLIGASTE CIRKULÄRA STRATEGIERNA.

Nästan alla börsbolag arbetar med REDUCE (87%–95%). Nästan alla LargeCap-bolag arbetar med RECYCLE (95%). Många på SmallCap och MidCap jobbar också med RECYCLE men i tydligt mindre grad (68%–71%).

DE MEST MOGNA STRATEGIERNA. Störst mognad har börsbolagen uppnått i arbetet med REDUCE följt av REPAIR och RECYCLE. Dessa är väl integrerade i verksamheterna. Mognaden för övriga strategier är låg. *Cirkulär Mognad mäter i vilken omfattning den cirkulära strategin är integrerad i verksamheten för mål, genomförande, mätning (uppföljning) och intäkter.*

STRATEGIER MED POTENTIAL. RETHINK, REPAIR och REMAKE har låg spridning och mognad. Samtidigt indikerar en relativt hög andel av de bolag (ungefär hälften) som arbetar med dessa strategier att de genererar intäkter/besparingar.




STORA OCH SMÅ. De stora bolagen jobbar med fler cirkulära strategier än de små och har generellt mer jämnt fördelad aktivitet för de strategier de arbetar med. De mindre bolagen jobbar med färre strategier och i vissa fall mer fokuserat än de stora.

LargeCap jobbar i dubbelt så hög grad med RETHINK och REUSE än de små. SmallCap jobbar mer aktivt med REDESIGN än LargeCap. De är också mer aktiva med strategier för ökad livslängd REUSE, REPAIR och REMAKE utom i ett avseende: färre genererar intäkter/besparingar.

DE ONOTERADE BOLAGEN har betydligt lägre aktivitet i REUSE och REMAKE än de noterade. De har också lägre aktivitet för RECYCLE och REGENERATE utom i ett avseende: i likhet med SmallCap är de bolag som jobbar med dessa strategier bättre på att skapa intäkter eller besparingar än storbolagen. Småbolagen tycker att osäkra investeringskalkyler är det största hindret.

The background of the image is the European Union flag, featuring a blue field with twelve gold stars arranged in a circle. The flag is shown with a slight ripple, giving it a three-dimensional appearance.

CSRD OCH EU-TAXONOMIN




CSRD ÖKAR KONKURRENSKRAFTEN. En majoritet av börsbolagen tror att CSRD kommer öka deras konkurrenskraft. En fjärdedel (26%) väntar till och med mycket stora förbättringar. 7 av 10 bolag tror att anpassning till CSRD och EU-taxonomin kommer förbättra deras arbete med hållbarhet och cirkularitet.

VILKA ÄR MEST POSITIVA/NEGATIVA? Bolag med störst cirkulär aktivitet och/eller som mäter sitt cirkulära arbete är mest positiva till EU-reglerna. En tredjedel (32%) väntar dock en försämring och en femtedel (22%) tror att EU-taxonomin kommer medföra rejäla försämringar.

EU DRIVER CIRKULÄR KOMMUNIKATION. 76% av alla börsbolag kommunicerar cirkulära prestationer externt i någon mån. En majoritet (56%) indikerar att de kommer att öka kommunikationen under det närmaste året. Det primära motivet är rapportkraven i CSRD och ESRS.




INTÄKTER OCH BESPARINGAR



KNAPPT HÄLFTEN GENERERAR PENGAR. 43% av börsbolagen genererar intäkter eller besparingar från minst en cirkulär strategi.

HÖGST EKONOMISK NYTTA. Mer än hälften av bolagen som arbetar med REPAIR (54%) och REMAKE (52%) genererar intäkter/besparingar med dessa strategier som bevarar värdet i redan producerade produkter.

LÄGST EKONOMISK NYTTA. Få bolag har börjat jobba med REGENERATE (25%) och av dessa är det endast 12% som genererar intäkter/besparingar. Sannolikheten att ett bolag sysslar med REGENERATE ökar med bolagets storlek, men en betydligt högre andel mindre bolag som jobbar med denna strategi skapar ekonomisk nytta.



VARIATION MELLAN BRANSCHER. Endast REPAIR genererar i hög grad intäkter/besparingar för (nästan) alla branscher. Jämfört med övriga branscher genererar en hög andel bolag i sällanköp, basmaterial och industri ekonomisk nytta från de flesta cirkulära strategier.

RECYCLE MEST EKONOMISKT POLARISERAT. För RECYCLE indikerar basmaterial, konsumentvaror och sällanköp hög nytta medan hälsovård, teknik, telekom och energi indikerar låg ekonomisk nytta för strategin.

AKTIVITET INOM PRIORITERADE OMRÅDEN

THE CIRCULARITY GAP REPORT

Sweden

URVAL OCH KATEGORISERING. Av de 363 noterade bolagen på börsens huvudlistor bedömdes 246 arbeta med ett av de sex prioriterade strategiområdena i Circular Gap Report Sweden:

- BYGG
- LIVSMEDEL
- TILLVERKNING
- UTVINNING
- MOBILITET
- KONSUMPTIONSVAROR

= *"Population CGRS"*



THE CIRCULARITY GAP REPORT

Sweden

AFFÄRSSTRATEGI. En stor majoritet (90%) av bolagen inom Population CGRS uppger att de inkluderar cirkulär ekonomi i någon mån i sina affärsstrategier. Mer än hälften av bolagen inom *Utvinning* anger att cirkulär ekonomi ingår i affärsstrategin för alla delar av verksamheten.

MÅL. Hälften av bolagen i denna grupp har formulerat minst ett mål. Alltså saknar hälften av bolagen mål.

MÄTNING. Bolag inom *Livsmedel* (100%), *Mobilitet* (67%) och *Utvinning* (64%) har i högre grad formulerat cirkulära mål. Inom *Tillverkning* (36%) har lägst andel bolag mål.

MÅL & MÄTNING. Majoriteten av bolagen som har mål och mäter arbetar med att genomföra strategierna. Ytterst få bolag som saknar mål och mätning genomför strategier.



THE CIRCULARITY GAP REPORT

Sweden

PENGAR. Ungefär hälften av bolagen genererar intäkter och/eller besparingar från minst en cirkulär strategi. Bäst presterar *Livsmedel* (67%) och *Bygg* (66%). Sämst presterar *Tillverkning* (36%).

INKÖP. 65% av CGRS-bolagen ställer cirkulära krav i en del inköp. Endast 13% ställer krav i alla eller de flesta inköpen.

Cirkulära inköpskrav är vanligast hos *Bygg* (58%) och *Konsumtionsvaror* (53%). De få bolag som systematiskt ställer cirkulära krav för ALLA inköp jobbar inom *Tillverkning* (7%) och *Konsumtionsvaror* (6%).

Många bolag inom *Tillverkning* (32%), *Utvinning* (22%) och *Bygg* (21%) köper bara cirkulärt när de tvingas till det.

ALDRIG PRÖVAT CIRKULÄRA INKÖP. En tredjedel av bolagen inom *Konsumtionsvaror* (29%) och en sjättedel inom *Mobilitet* (17%) har aldrig prövat cirkulära inköpskrav.



THE CIRCULARITY GAP REPORT

Sweden

VANLIGASTE STRATEGIerna. De flesta bolag inom de sex områdena tillämpar REDUCE (92%), RECYCLE (73%) och REDESIGN (66%).

STÖRST BREDD. Inom *Tillverkning* (64%) och *Bygg* (63%) arbetar högst genomsnittligt antal bolag med flest strategier.

BEHOV. Bolagen indikerar att de jobbar för lite med REDESIGN, RETHINK & REPAIR. Dessa strategier kan vara lämpliga områden för stödåtgärder.

PRESTATION. REDUCE, REUSE, REMAKE, RECYCLE och REGENERATE är cirkulära strategier där bolagen anser sig göra aningen mer än vad de indikerat att strategierna betyder för dem. För att bolagens bedömning av dessa strategiers betydelse ska förändras behöver de sannolikt se bättre potential till intäkter och besparingar – eller lagkrav.



THE CIRCULARITY GAP REPORT

Sweden

KONKURRENS. Företagen bedömer generellt att den egna cirkulära förmågan är låg i förhållande till den förmåga de bedömer att konkurrenterna kommer utveckla inom 5 år. Detta indikerar att bolagen tror att cirkularitet kommer bli betydligt viktigare för branschen och bolaget i framtiden. Störst risk för att de svenska bolagen halkar efter i förefaller främst finnas för REDESIGN, RETHINK och REUSE.

DRIVKRAFTER. *Affärsmöjligheter* är den starkaste drivkraften för cirkulära strategier för CGRS-bolagen. Därefter *minskade klimatutsläpp, besparingar och kundkrav.*

HINDER. *Bristande kunskap, osäkra affärscase, låg efterfrågan och befintlig (linjär) affärsmodell* anses generellt vara de största hindren.



THE CIRCULARITY GAP REPORT

Sweden

OM CIRCULAR ECONOMY OUTLOOK 2024 SWEDEN

LÄNK	rapporten kan laddas ner i sin helhet hos RE:Source , RISE och Cradlenet
SYFTE	undersökning av aktiviteter för och attityder om cirkulär omställning hos noterade företag
MÅLGRUPP	samtliga företag som är noterade på LargeCap, MidCap och SmallCap (363 företag)
FORM	kvantitativ studie riktad till samtliga i målgrupp + kvalitativa intervju med mindre urval
VEM	studien är riktad till cirkulärt ansvariga vilket hos många bolag är hållbarhetschefer
SVARSFREKVENNS	138 bolag (38%) svarade på den kvantitativa enkäten i studien
GENOMFÖRANDE	Cradlenet och RISE med stöd av RE:Source
FINANSIERING	studien har finansierats med sponsorbidrag från: <i>Avfall Norge, Avfall Sverige, Foxway, Helsinki Circular Valley, Håll Sverige Rent, Nordic Circular Hotspot, Nordic Innovation, Ragn-Sells, RE:Source, Skanska Sverige, Södra Skogsägarna, Teknikföretagen, Återvinningsindustrierna</i>
NORDEN	CEO 2024 är en delrapport i en nordisk studie som även omfattar våra nordiska grannar. Ledande forskningsinstitut hjälper till med genomförande av studien i respektive land: DTI i Danmark, VTT i Finland och NORCE i Norge.



CIRCULAR ECONOMY OUTLOOK 2024

De börsnoterade företagens strategier
och aktiviteter i den cirkulära omställningen

MICHEL BAJUK

MARCUS LINDER