

Dag 3: 20. august. DNV: Næringsliv og bærekraft: Muligheter og nyskaping

Dagens sekretær:

Fraværende denne dagen:

Litteratur:

Bakgrunn: Forelesning gitt av Sven Mollekleiv

Mål for dagen: Forstå og drøfte hvordan virksomheter kan innovere for å bidra til å nå målene

Tidsplan og oppgaver for dag 3:

Første økt (starter etter lunsj)	
12.00 – 14.00	▪ 3 caser (se under) ▪ Gruppene kan velge case selv og må løse oppgaven på gitt tid ▪ Presentasjon av løsning i plenum (publikum er oppdragsgiver) – Velg format selv – 3 min/elevator pitch – Sannsynligvis presenterer dere deler av løsningen i plenum, mens resten presenteres i rapporten ▪ Publikum gir respons på presentasjonen gjennom håndsopprekning
Andre økt	
15.00 – 16.00	▪ Gruppene jobber med sluttrapporten. Sluttrapporten skal også inneholde den umiddelbare tilbakemeldingen fra oppdragsgiver
Dagens rapport: Leveres i Canvas 22/8 før kl. 14	Sluttrapport. Gruppen skal innledningsvis gi en oversikt over hvem som er dagens sekretær og hvem som evt. er fraværende denne dagen. Gruppen skal skrive en rapport som oppsummer og begrunner det forslag som ble presentert i plenum. Omfang: Ca. 500 ord. Minst én side.

Business case 1

- "Hjemme AS" tilbyr hjeminnredningsprodukter til sine kunder og har butikker i Norge, Sverige og Danmark. De kjøper råvarer fra ulike leverandører, designer og produserer produktene sine selv, transporterer de fra sentralt plasserte fabrikker i de ulike landene og markedsfører seg med en grønn profil. De har flere konkurrenter i markedet og har fått gjort en vurdering av konkurransen som sa at de kan få et fortrinn dersom de satser sterkere på sin grønne profil og ved å knytte seg mot bærekraftsmålene. De er inne i en strategiprosess hvor de skal definere mål for 2019 – 2021 og har utarbeidet et forslag som de ønsker hjelp til å konkretisere:

1. Vi skal markedsføre oss internt og eksternt med en tydeligere grønn profil
2. Vi skal påvirke våre leverandører og interessenter til å bidra til vår grønne profil
3. Vi skal spare kostnader i alle ledd

- Oppgave:

- Definer hvilke bærekraftsmål det er riktig at "Hjemme AS" knytter seg til og begrunn valget
- Utarbeid en oversikt med konkrete forslag til hvordan bærekraftsmålene påvirker "Hjemme AS" sine mål, hvilken gevinst/risiko dette kan få og hva de må gjøre for å oppnå ønsket gevinst

Business case 2

- Solcelleprodusenten "Sunpower AS" er en etablert leverandør i Norge og har god inntjening i det private markedet. De har et godt nettverk av leverandører på produksjon, transport og montering. Markedet har stort potensiale og de ønsker at flere skal bidra til å begrense klimaavtrykket ved å bruke solceller. De har et brennende ønske om å bidra med sin kompetanse til å løse energiutfordringer i utviklingsland og bruke erfaringene sine inn i samarbeidsprosjekter lokalt og internasjonalt. De ønsker også å bevege seg inn på markedet for elbiler og tilby ladeløsninger for det private markedet. De skal nå utarbeide en plan for videre satsning og ønsker en vurdering på hvor de bør satse. Fra starten av har de ønsket å bidra til en grønnere planet, men har ikke definert en klar strategi for dette. De ønsker å bli en global opportunity partner og få vist seg frem i tilknytning til FN's bærekraftsmål.

- Oppgave:

- Gjør en vurdering av selskapets ønsker for videre satsning og definer hva som skal til for å få suksess på de ulike områdene
- Velg det satsningsområdet dere vil anbefale solcelleprodusenten å satse videre i, definer hvilke SDG'er som kan bidra til at de får en tydeligere profil og foreslå tiltak som må til for å nå målene. Foreslå en strategi som selskapets drift for perioden 2019 - 2021

Business case 3

- «God Sjømat AS» er en sjømatprodusent som både har lakseoppdrett og lager ferdige produkter til forbruker. De har utmerket seg i lokalmiljøet som en hjørnestensbedrift som ivaretar miljøet og har satt seg mål om å vokse inn i nye markeder. Det har vært endel problemer med lakselus siste kvartal og arbeidstilsynet har avdekket at de ansatte ikke har brukt riktig verneutstyr i produksjon.
- For å vokse må de lande en kontrakt med en av de store innkjøperne (dagligvarekjedene) og gå inn i nye markeder. Markedsavdelingen har derfor fått i oppgave å utvikle et nytt bærekraftig konsept som også skal ha en tydelig SDG profil for å differensiere seg i markedet og sikre økt salg. Konseptet må kommunisere bærekraft med fokus på miljø, trygg mat og ansattes rettigheter. De har leid inn dere som konsulenter for å bistå i arbeidet.
- Oppgave:
 - Hvilke SDG'er bør «God sjømat AS» sikte seg inn på når de skal jobbe frem det nye konseptet
 - Hvilke tiltak må de gjøre for å sikre at produktet ivaretar det de ønsker å kommunisere
 - Skisser et konsept som tilfredstiller kravene markedsavdelingen har fått