

Fra grått til grønt: 10 prinsipper for grønt innkjøpsvett

Innkjøpsmakten er helt sentral i omstillingen til nullutslippssamfunnet. Offentlig sektor kjøper inn varer og tjenester for over 740 milliarder kroner årlig (SSB 2023), og fra 1. januar 2024 skal klima- og miljøhensyn som hovedregel vektes med *minimum* 30 prosent. Dette utgjør en markant innkjøpsmakt, og legger vi til innkjøp i det private næringsliv, vil effekten bli betydelig større.



Sivilingeniør
Bjørn Kjærland Haugland
Adm.dir. i Skift

Grønne innkjøp er løftet frem av EU, nasjonale myndigheter, miljøorganisasjoner og næringsliv som et av de mest sentrale virkemidlene for å drive frem det grønne skiftet.

Overgangen fra grå innkjøp, som kun fokuserer på pris, til grønne innkjøp, som tar hensyn til klima, miljø og menneskerettigheter, er ikke bare avgjørende for å redusere CO₂-utslipp, men vil også fremme bærekraftige løsninger og styrke konkurransekraften til norske bedrifter. En bedre innkjøpspraksis har derfor stor betydning for å redusere klimagassutslipp nasjonalt og globalt.

Skift – Næringslivets klimaledere har laget en veileder med anbefalinger og hensyn man bør ta i innkjøpsprosesser, som alle virksomheter kan strekke seg etter.

De 10 prinsippene for grønt innkjøpsvett er:

1. Gjør grønne innkjøp til en del av forretningsstrategien.

Grønne innkjøp er innkjøp som bygger på FNs 17 bærekraftsmål og spiller på lag med klima, natur, arbeids- og menneskerettigheter, og bidrar til innovasjon og konkurransekraft.

Sammenlignet med varer og tjenester som ellers ville blitt kjøpt, er grønne innkjøp prosesser for å kjøpe varer og tjenester med en lav miljømessig påvirkning i levetiden. Det betyr å se bort fra prioriteringen av det som gir mest besparelse i øyeblikket og i stedet tenke verdi i et livs- syklusperspektiv. Grønne innkjøp betyr å hensynta sirkulærøkonomien, og forbedre oss på å gå fra en lineær til en sirkulær økonomi. Innkjøper bør spørre hvor lenge varen eller tjenesten dekker behovet, i hvilken grad innkjøpet gjenbraker allerede produserte varer og tjenester, og om innkjøpet kan bygges videre på senere.

2. Sett konkrete mål, målbare, ambisiøse og realistiske mål for virksomhetens innkjøp

Målsettinger er nødvendige for å etablere en plan med konkrete milepæler for gjennomføring og oppfølging av virksomhetens grønne innkjøpsstrategi. Definer utvalgte grunnprinsipper og hovedmål, f.eks. utslippsfri byggeplass, klimanøytralitet, nullutslippskjøretøy eller lignende som er tilpasset virksomheten. La miljø og bærekraft være en del av evalueringsskravene når leverandør velges ut. Kommuniser virksomhetens innkjøpsstrategi og evaluering metode til markedet, slik at du skaper forutberegnelighet og gir incentiver til markedet.

3. Invester i organisasjons- og kompetanseutvikling for grønne innkjøp

Videreutvikle eksisterende innkjøpskompetanse i virksomheten for å gjøre innkjøpene bærekraftige og miljøvenn-

lige. Bruk og videreutvikle virksomhetens eksisterende metoder, verktøy og modeller for å sikre bærekraft- og miljøeffekter av innkjøpene. Utveksle erfaringer og innsikt fra innkjøpsprosessene med leverandørene.

4. Tenk sirkulær økonomi når innkjøp planlegges og gjennomføres

Sirkulær økonomi handler om å bevege seg fra en økonomi hvor vi utvinner ressurser, produserer, forbruker, og kaster, til en økonomi hvor vi forvalter ressursene på en slik måte at vi forebygger at avfall oppstår.

Tilstreb å etterspørre løsninger som er designet for gjenvinning. Utnytt påvirkningskraften ved å gi uttelling for leverandører som tilbyr resirkulerbare produkter eller materialer – se muligheter og potensial i både produktets emballasje og produktets levetid. Reflekter over om innkjøpet er nødvendig eller om det kan reduseres, utsettes eller avlyses. Kan materialer eller ressurser gjenbrukes, ombrukes, repareres eller oppgraderes i stedet for å kjøpe nytt? Kan en leie fremfor å eie?

5. Sikre at innkjøpsbetingelse fremmer miljø- og bærekraft i samsvar med virksomhetsstrategien

Sikre at miljø, arbeids- og menneskerettigheter og plikter er klart definert i kontrakten og rammebetingelser. Sikre også rettigheter ved brudd på miljørettslige plikter og krav. Vurder incentivordninger eller kontraktsvilkår som gir bonus der-

som leverandøren tilbyr eller utvikler mer miljøvennlige alternativer.

6. Sett av nok tid til å gjøre en grundig behovsanalyse, kartlegg markedet og planlegg anskaffelser

Mulighetene til å sette klima- og miljøkrav må gjøres til en fast del av bestil- lers behovsanalyse slik at hensynene blir vektlagt gjennom hele prosessen. Det dyreste og minst bærekraftige av alt er å produsere noe som ikke kommer til nytte. Ha et bevisst valg til forretningsmulighe- ter og ulike alternativer. Fremskaff et tilstrekkelig og godt datagrunnlag. God planlegging forutsetter at det settes av nok tid, og at beslutningstakerne er tidlig og riktig involvert. Anskaffelsen bør først gjennomføres når innkjøper kjenner behovet, brukerne og markedet.

7. Jobb sammen med leverandørene og legg til rette for løpende og konstruktiv dialog

Dialog gir mulighet til å orientere seg om hva som finnes i markedet og utfordrer leverandørene til å strekke seg lenger på miljø og innovasjon. Bruk markedsundersøkelser, informasjons- forespørsler, leverandørkonferanser, en-til-en møter og høring (av f.eks. konkurransegrunnlag) for å gjøre innkjøpet grønnere. Legg til rette for forhandlinger underveis i innkjøpet om mulig – det øker normalt mulighetsrommet, og reduserer risikoen for misforståelser og mislykkede tilbud.

8. Sett av tilstrekkelig med ressurser til å gjøre innkjøpet grønt

Innovasjon, bærekraft og konkurranse- kraft er tre sider av samme sak. Riktig ressursbruk øker innovasjonstakten, bærekrafteffekten og konkurransekraf- ten. Sett av tilstrekkelig med menneske- lige ressurser til å sikre god planlegging, leverandørdialog, gjennomføring og kontraktsoppfølging. Sett av tilstrekke- lig med økonomiske ressurser. En kort- varig besparelse kan være en langsiktig utgift, og ved å tenke i et livssyklusper- spektiv reduseres de totale kostnadene og verdien av innkjøpet økes.

9. Følg opp kontrakten og rapporter på miljø- og bærekrafteffekter

Følg opp kontrakten og leveransen med hensyn til miljø- og bærekraftsspesifika- sjoner- og krav. Håndhev kontraktens sanksjonsbestemmelser når miljø- og bærekraftsplikter eller krav ikke følges opp av leverandøren. Mål og rapporter på miljø- og bærekrafteffekter underveis og/ eller etter at innkjøpet er gjort, slik at inn- kjøpsorganisasjonen lærer av prosessen.

10. Bruk etablerte standarder, sertifise- ringssystemer, og merkeordninger for å etablere god kontroll og kvalitetssikring av det grønne innkjøpet

Bruk av etablerte standarder, systemer og ordninger skaper en enhetlig tilnærming for innkjøpere som slipper å utvikle egne miljøkrav. Det gjør også konkurransen og evalueringen mer forutsigbar for leveran- dører og enklere for innkjøper. Still krav til leverandør om bruk av etablerte tredje- partsstandarder, -systemer og -ordninger, f.eks. EUs EMAS eller Miljøfyrtårn. Still krav slik at varer og tjenester som skal leveres, bruker etablerte tredjepartsstan- darder og merkeordninger på produkt- nivå (eks. det nordiske Svanemerket, EUs Eco-label, Ø-merket, Fairtrade, DFØs kriterieiviser).

Har du flere spørsmål om grønne inn- kjøp? Benytt deg av vår guide med «ofte



stilte spørsmål», utviklet av Arntzen de Besche, eller les våre eksempler på beste praksis på gronneinnkjop.no

Referanser:

www.regjeringen.no/no/aktuelt/histo- risk-endring-na-skal-klima-og-miljo- vekttes-minst-30-i-offentlige-anskaffel- ser/id2990427/

www.gronneinnkjop.no/

www.gronneinnkjop.no/ofte-stilte- sporsmal

Beste praksis for et bærekraftig næringsliv

Skift – Næringslivets klimaledere samler toppledere i norsk næringsliv for å peke på mulighetene som ligger i nullutslippssamfunnet og virkemidlene vi trenger for å komme oss dit. Nettverket består av over 60 virksomheter som jobber sammen, på tvers av sektorer og bransjer, for å øke tempoet i omstillingen av Norge.

Skifts læringsarenaer retter seg mot virksomheter som ønsker å engasjere seg og bidra til et mer bærekraftig næringsliv. Læringsarenaene er ment som en inspirasjon og består av enkle veiledere som alle virksomheter kan strekke seg etter. Totalt er det sju læringsarenaer innenfor områder som: sirkulærøkonomi, grønne innkjøp, matskiftet, klimatilpasning (strakstiltak), grønne økonomer, god bærekraftskommunikasjon (grønnvaskingsplakaten) og natur.

Finn ut hvor du vil engasjere deg, og bli med i fellesskapet vårt! Les mer på www.skiftnorge.no