

Kan forskning gi oss et plastfritt samfunn?

Årlig produseres det 400 millioner tonn plast. 12 millioner tonn av plasten havner i havet. Orkla og NHHs forskningsprosjekt viser hvordan forskning kan gi oss mindre plast, et renere miljø og samtidig skape nye jobber.

Forskningsprosjektet SustainX utforsket hvordan de kunne skape Zalo-lignende produkter uten plast og hvordan de kunne designe bort avfallet. (Foto: På(fyll))

Ifølge en rapport fra 2020 blir 97 prosent av ressursene som forbrukes her i landet ikke sirkulert tilbake i kretsløpet. Norge ligger langt etter mange europeiske land på dette området. Samtidig øker plastproduksjonen hvert år.

Forskning og innovasjon er viktig for å løse dagens samfunnsutfordringer. Et eksempel på dette er forskningsprosjektet SustainX ledet av NHH, i samarbeid med Orkla Home and Personal Care, Høgskolen i Innlandet og Carrot. Målet var å finne smarte måter å ta vare på miljøet på, som å produsere mindre plast og bli bedre på håndtering av søppel.

Prosjektet varte fra 2019 til 2022 og har fått 9,5 millioner i støtte fra Forskningsrådet.

– Vi kan endre atferd på kjøkkenet, men det er ikke der vi skaper et bærekraftig samfunn. For å skape et bærekraftig samfunn er vi avhengig av at bedrifter finner nye og innovative løsninger som kan hjelpe forbrukere å leve mer bærekraftige liv. Det må skje stort, skalert, i bedrifter – i stort monn! Slike løsninger trengs på tvers av alle produkt- og tjenestekategorier, sier Lars Jacob Tynes Pedersen, professor ved NHH og prosjektleder for SustainX.

Gjøre grønne valg attraktivt og enkelt

Orkla, en ledende aktør i det nordiske markedet, initierte samarbeidet med et forskerteam for å utforske muligheter for å redusere plastbruk i produktene sine. Dette initiativet var drevet av en visjon om å gjøre Orkla plastfri, eller i det minste redusere bruken av plast.

– Vi utforsket hvordan vi kunne skape Zalo-lignende produkter uten plast og hvordan vi kunne designe bort avfallet. Samtidig jobbet vi med forbrukervaner. Mange vil leve grønnere, men få er klare for en stor livsstilsendring, som å fylle på såpeflasker eller bruke bærenett. Det handler om å forenkle grønne valg og gjøre dem mer tiltalende, akkurat som med elbiler. Å gjøre bærekraft tilgjengelig, attraktivt og enkelt er nøkkelen til grønnere valg, sier Lars Jacob.

Eksperimentell tilnærming for å finne svar

Et kjerneelement i prosjektet var å kjøre en serie med eksperimenter. Blant dem var testing av påfyllstasjoner for rengjøringsmiddel på Coop-butikken på Bislett og hjemmetjenesten i Asker og Bærum hvor hjemmehjelpen fylte på såpe, og kundene betalte for mengden. Dette var en praktisk tilnærming til å redusere plastbruk og avfall.

Forsker som bruker hårføner til å tørke ketsjup på papptallerkener, som del av forskningsprosjekt.

Gjennomføringen av felteksperimentet på grønn kundeatferd krevde at forskerne smurte ketsjup på hundrevis av tallerkener og lot det tørke, før deltakerne i eksperimentet måtte forsøke å vaske det bort med enten bærekraftig eller vanlig oppvaskmiddel. (Foto: På(fyll))

– Prosjektet utforsket hvordan forskning og forretningsbehov kan forenes. Noen resultater var direkte nyttige for bedriftene, mens andre var mer interessante rent forskningsmessig. Det ble en samling av ulike eksperimenter som til sammen førte til en felles innovasjonsreise, trass i ulike utgangspunkt, sier Lars Jacob.

Påfyll – Orklas svar på plastutfordringen

Orklas tjeneste På(fyll) er et direkte resultat av forskningsprosjektet og en forlengelse av eksperimentene de gjorde i SustainX. På(fyll) er en tjeneste som leverer såpe i gjenbrukbare beholdere rett til døren din, og når du trenger mer, fyller de dem opp igjen.

– Engangsplast, spesielt engangsemballasje, fører til store samfunnsutfordringer. Det bidrar både til dagens avfallsproblemer og klimagassutslipp knyttet til plastproduksjon. På(fyll) tilbyr en løsning på dette problemet. Ved å levere dagligvarer hjem i gjenbrukbare beholdere, reduserer vi plastforbruket og forenkler hverdagen for husholdningene, sier Bård Bringsrud Svensen, daglig leder i På(fyll).

Selskapet På(fyll), som ble etablert i 2021, springer ut av Orkla Home and Personal Care og et godt eksempel på hvordan forskning kan gi opphav til nye, bærekraftige forretningsmodeller. Ikke minst viser det hvordan store selskaper kan ta ledelsen i miljøvennlige endringer.

– SustainX-prosjektet har vært en katalysator for vår kompetanseøkning innen eksperimentering med sirkulære forretningsmodeller, et kritisk verktøy for å takle dagens omfattende bærekraftsutfordringer. Vi har måttet utfordre oss selv og se dagens forretningsmodell fra et radikalt nytt perspektiv. Kompetansen som ble bygget opp i dette prosjektet har ikke bare vært viktig – den har vært avgjørende for å sette oss på denne transformative reisen, forklarer Bård Bringsrud Svensen.

Effektiv avfallshåndtering

I SustainX-prosjektet har samarbeidspartnerne også jobbet med avfallshåndtering, spesielt på kjøpesentre og ved store arrangementer. I samarbeid med Thon Gruppen og Carrot utviklet de digitale avfallssystemer som ble testet ved Vestkanten Storsenter i Bergen, Sandvika Storsenter og Ski Storsenter.

Systemet forbedret søppelsorteringen og gjenvinningsgraden. Samtidig bidro det til økt miljøbevissthet hos de ansatte ved kjøpesentrene. Med digitale enheter som sporer nøyaktig avfallsmengde og -type, kunne kjøpesentrene raskt forbedre avfallshåndteringen.

– For eksempel kunne de se nøyaktig hvor mye plast som ble kastet fra en bestemt butikk på et bestemt tidspunkt. Dette kan føre til smartere avfallsstrategier og lavere leiekostnader for butikker som sorterer godt, ettersom Thon Gruppen betaler avfallshåndteringskostnader. Hvis alle sorterer kjempebra så vil den totale kostnaden for Thon bli lavere, forklarer Lars Jacob.

Forskning som gir positive ringvirkninger

Et annet viktig resultat fra prosjektet er en rekke studier knyttet til bruk av resirkulert emballasje for rengjøringsprodukter. Disse studiene ble publisert i anerkjente tidsskrifter og demonstrerte viktigheten av bærekraftig produktutvikling.

SustainX-prosjektet har også bidratt til å spre kunnskap gjennom seminarer, workshops, nettverksbygging og foredrag for næringslivet knyttet til hvordan man kan lykkes med sirkulære forretningsmodeller. På næringsfronten har Orklas På(fyll) inspirert store kjeder som Coop og Rema 1000 til lignende miljøtiltak, og viser prosjektets evne til å skape positive ringvirkninger i hele bransjen.