



Kort casebeskrivelse

Virksomhedens navn, branche og antal ansatte	<p><i>GRØD ApS</i></p> <p><i>Restaurationsbranchen. 35 fuldtidsansatte.</i></p>
Motivation for deltagelse i CØ SMV	<p>Kort om jeres oprindelige grund til at deltage i projektet: <i>Som madkæde vil vi gerne tage mere ansvar hvad angår bæredygtighed fra A-Z, men vi har ikke uanede ressourcer til at undersøge hvad der giver mest mening at gøre for os på kort og lang sigt. Gennem CØ SMV kunne vi forhåbentlig for hjælp og sparring til dette.</i></p>
Hovedresultater af ressourceanalyse	<p>Hvad kendetegner forbruget / udledningen af ressourcer fra jeres virksomhed og den værdikæde, som I indgår i?: <i>Vi omsætter råvarer i vores butikker til færdig salgsprodukt til vores gæster. Så kerneforbruget er råvarer i form af fødevarer og emballage i forbindelse med salg af mad og drikkevarer.</i></p>
Hovedpunkter i jeres plan for udvikling af en cirkulær forretningsmodel / et cirkulært forretningsspor	<p>Beskriv</p> <p>a) de mål I har sat jer i forhold til ændringer i jeres (interne) produktion, jeres værdikæde og / eller jeres forretningsmodel. <i>Vi har sat en målsætning om at indsamle relevant data omkring vores nuværende råvarerforbrug. Vi skal have kendskab til råvarernes oprindelse, transport m.m. Derudover skal vi have kendskab til vores spildprocent i butikkerne - hvor mange råvarer går til spilde i produktionen? Ud fra dette kendskab har vi udarbejdet en trappemodel for hvordan vi fremadrettet vælger råvarer.</i></p> <p>b) de ændringer / reduktioner i CO₂-udledning, energiforbrug og materialeforbrug, som I forventer, at jeres plan fører med sig: <i>Vi forventer at vores CO₂ udslip bliver reduceret med min. 20tons om året qua vi vælger flere vegetabilske, lokale og økologiske råvarer.</i></p>

<p>Jeres vigtigste næste step</p>	<p>Reflekter og beskriv</p> <p>a) hvad jeres næste skridt skal være for at blive en (mere) cirkulær økonomisk virksomhed. Udvikling af "spild software" så vi kan bruge vores data til at reducere vores nuværende råvarerspild. Dertil skal vi fortsat øge vores andel af vegetabiliske, økologiske, lokale og biodynamiske råvarer.</p> <p>b) jeres forventninger til udviklingen i jeres salg, kundegrundlag og rentabilitet, som følge af at I bliver mere cirkulære: Vi har ikke en forventning om at vi kommer til at mærke en effekt nu og her - men vi tror at vores positionering fremadrettet, som grøn og bæredygtig virksomhed kan være et konkurrence parameter.</p>
<p>Det vigtigste budskab</p>	<p>Skriv kort og markant om</p> <p>a) de vigtigste indsigter / den vigtigste nye viden I har fået gennem arbejdet i projektet: at det er et enormt komplekst emne og i stedet for at overskue det hele på én gang (og dermed blive handlingslammet) , så tage små skridt af gangen.</p> <p>b) jeres bedste råd til andre SMV'er, som overvejer at begynde deres grønne / cirkulære omstilling: Det er en proces at blive cirkulær og det er vigtigt at man ikke kun gør det for her-og-nu markedsføring, men at teamet er passionerede omkring det - og at man kan se det langsigtede potentiale.</p>