



Strategiplan 2022 – 2025

# Emballasjeforsk

Navet for forskningsbasert innovasjon

Oslo mai 2022

## Innhold

|                                                              |           |
|--------------------------------------------------------------|-----------|
| <b>1. INNLEDNING.....</b>                                    | <b>3</b>  |
| <b>2. VÅRE BÆRENDE IDEER .....</b>                           | <b>4</b>  |
| VÅRT FORMÅL .....                                            | 4         |
| VÅR VISJON .....                                             | 4         |
| VÅR MISJON .....                                             | 4         |
| VÅR SIRKULÆRE VERDIKJEDE .....                               | 5         |
| VÅRE VERDIER.....                                            | 5         |
| <b>3. SITUASJONSBESKRIVELSEN OG HOVEDUTFORDRINGENE .....</b> | <b>6</b>  |
| DET GRØNNE SKIFTET SETTER AGENDAEN .....                     | 6         |
| SWOT ANALYSEN.....                                           | 7         |
| VÅRE HOVEDUTFORDRINGER .....                                 | 8         |
| <b>4. MÅL OG AMBISJONER .....</b>                            | <b>9</b>  |
| KVANTITATIVE OG KVALITATIVE MÅL .....                        | 9         |
| <b>5. STRATEGISK FOKUS.....</b>                              | <b>11</b> |
| AKTØRKART OG VÅR ROLLE .....                                 | 11        |
| VÅRE FEM STRATEGISKE FOKUSOMRÅDER.....                       | 11        |
| VÅRE FIRE HOVEDSAKER .....                                   | 15        |
| <b>6. RESSURSER OG ØKONOMI .....</b>                         | <b>17</b> |
| VÅRE RESSURSER .....                                         | 17        |
| ØKONOMI.....                                                 | 18        |
| <b>7. STRATEGISK HANDLINGSPLAN .....</b>                     | <b>19</b> |
| FIRE STRATEGISKE PROSJEKTER.....                             | 19        |
| FIRE STRATEGISKE OPPGAVER .....                              | 20        |

## 1. Innledning

---

Emballasjeforsk er et faglig nettverk i Emballasjeforeningen, offisielt etablert som «Samarbeidsrådet for Emballasjeforskning, SEF», 20. mai 1998.

Emballasjeforsk skal arbeide for å fremme bærekraftig og innovativ emballering gjennom forskning og utvikling. Gjennom samarbeid mellom næringsliv, forskningsmiljø og myndigheter skal vi bidra til økt verdiskaping og styrket konkurranseevne.

Miljøfokuset er i sterk vekst og behovet for å gjøre emballeringsløsninger bærekraftige øker. Nye myndighetskrav følger det grønne skiftet og emballasje har blitt en sterkere konkurransefaktor. Nye aktører kommer på banen; både produsenter, brukere og klynger/nettverk.

Dette stiller krav til at Emballasjeforsk blir tydeligere og synligere.

Denne strategiplanen er utviklet for å tydeliggjøre mål og retning for Emballasjeforsk i perioden 2022 – 2025.

## 2. Våre bærende ideer

---

### Vårt formål

Emballasjeforsk skal arbeide for å fremme bærekraftig og innovativ emballering gjennom forskning og utvikling, herunder:

- Være den foretrukne møteplassen i forhold til å identifisere behov og initiere FoU-prosjekter
- Formidle kunnskap, trender og forskningsresultater
- Utvide og videreutvikle samarbeidet med relevante aktører
- Være drivkraft og kontaktpunkt for forskning overfor ulike finansieringskilder

### Vår visjon

**«Vi skaper fremtidens grønne emballeringsløsninger gjennom kunnskap og samarbeid»**

### Vår misjon

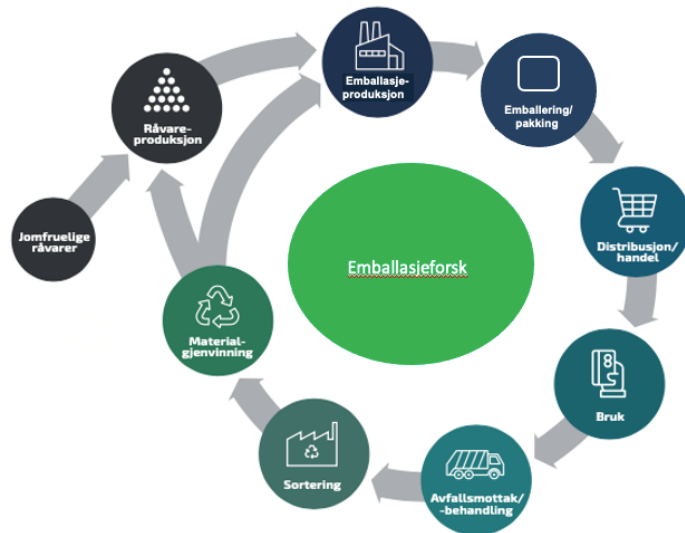
**«Emballasjeforsk - navet for forskningsbasert innovasjon»**

Vi skal være en arena for samhandling og stimulere til felles forskningsprosjekter samt formidle resultater, erfaringer og kunnskap innen emballering. Våre aktiviteter skal bidra til miljøvennlige emballeringsløsninger.

### Fem ting vi tror på

1. Våre medlemmer har felles emballeringsutfordringer og behov for faktabasert kunnskap
2. Forskningsbasert kunnskap bidrar til kompetanseløft i hele industrien og gir grunnlag for bedre beslutninger og løsninger
3. Forskning er drivkraft til innovasjon, utvikling og styrket konkurranseevne
4. Sterk nasjonal forskning er en viktig del av internasjonalt forskningssamarbeid
5. Samarbeid er viktig på tvers av forskningsinstitusjoner, bransjer og verdikjeder

## Vår sirkulære verdikjede

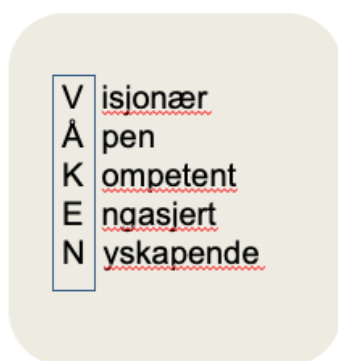


Vi er navet i verdikjeden knyttet til forskning på emballering, og følger hele prosessen

Vi har hovedfokus på de som produserer og leverer emballasje og de som bruker emballasjen

## Våre verdier

For å nå vår visjon bygger vi vår kultur rundt verdiene



### Visjonær

Vi er opptatt av miljøperspektivet og ser etter bærekraftige løsninger på alle områder

### Åpen

Vi inviterer til samarbeid og deler informasjon og læring

### Kompetent

Vi har overblikket og knytter til oss de beste forskningsmiljøene

### Engasjert

Vi avdekker behov og tar initiativ til forskning for løsninger

### Nyskapende

Vi tenker nytt og jobber med løsninger som ikke finnes i dag

### 3. Situasjonsbeskrivelsen og hovedutfordringene

---

#### Det grønne skiftet setter agendaen

FNs bærekraftsmål, EUs handlingsplan for sirkulær økonomi med tilhørende plaststrategi ligger til grunn for fremtidens forskning på emballering.

Emballasjeforsk har siden starten i 1998 jobbet med å avdekke industriens felles forskningsbehov og utarbeidet prosjektsøknader. Vi har oversikt over aktuelle utlysninger og vi gir strategiske innspill til finansieringsaktørene.

Emballasjeforsk leverer direkte på fire av FN's bærekraftsmål.

|               |                                 |
|---------------|---------------------------------|
| <b>Mål 9</b>  | Innovasjon og infrastruktur     |
| <b>Mål 12</b> | Ansvarlig forbruk og produksjon |
| <b>Mål 13</b> | Stoppe klimaendringene          |
| <b>Mål 17</b> | Samarbeid for å nå målene       |

Innen 2030 skal 55 prosent av plastemballasjen materialgjenvinnes. Forum for sirkulær plastemballasje i Emballasjeforeningen avdekket i 2019 at i underkant av 1/3 av EUs krav til materialgjenvinning ble oppnådd.

Cirka 70 prosent av det som emballeres i Norge går til næringsmidler og en stor andel av dette emballeres i plast. En overgang til mer bruk av fornybare ressurser og resirkulerte materialer til emballasje vil være viktig i årene fremover. Det vil få store innvirkninger for aktørene i emballasjens verdikjede, der å ivareta produktet for å forhindre produktsvinn står sentralt.

## SWOT analysen

### Våre interne styrker og svakheter

#### Styrker

- ✓ Samler industri/næring og forskningsorganisasjoner i samme nettverk
- ✓ God oversikt over emballasjeforskningen i Norge
- ✓ God bredde og kompetanse innen emballeringsløsninger og forskning
- ✓ Eneste nettverksorganisasjon innen emballering i Norge som fokuserer på forskning
- ✓ God kunnskap om virkemiddelapparatet

#### Svakheter

- ✓ For uklart budskap
- ✓ Emballasjeforsks aktivitet er for lite synlig.
- ✓ Vi er for lite kjent i våre målgrupper
- ✓ For lite forankring og medvirkning i enkelte medlemsbedrifter
- ✓ Mangel på akademisk involvering
- ✓ Begrenset med tid og ressurser
- ✓ Mangler rolleavklaring i forhold til nettverk /klynger.

### Eksterne trusler og muligheter som viser endringer i omgivelsene/rammebetingelsene som styrker eller svekker vår konkurransekraft

#### Muligheter

- ✓ Økende krav til sirkularitet, materialer, trygghet og forbedringer i ulike bransjer
- ✓ Flere ser viktigheten av Emballasjeforsk sitt arbeid og ønsker å bli medlem og være med i forskningsprosjekter
- ✓ Det er behov for mer kunnskap om emballasje
- ✓ Økte bevilgninger fra finansieringsaktørene
- ✓ Negativ omtalte i media rundt emballasje

#### Trusler

- ✓ Offentlig støtte til forskningsprosjekter svekkes da flere aktører søker om de samme pengene
- ✓ Ressursbegrensninger (tid og penger) hos medlemmer.
- ✓ Økt konkurranse fra andre nettverk /aktører som kjemper om oppmerksomheten

Hovedutfordringene er utledet fra denne SWOT analysen

## Våre hovedutfordringer

1. Hvordan operasjonaliserer vi vår rolle i forhold til nettverk/klynger ved å finne unikheter, synergier og komplementerende kompetanse/fokus?  
Hvordan dra nytte av og få ressurser ut av eksisterende relevante fagmiljøer?  
Midler og kompetanse.  
(Rolle og ressurser)
2. Hvordan synliggjøre Emballasjeforsk som «leverandør» av faktabasert kunnskap for våre viktigste interessenter? Gjennom kommunikasjon og aktivitet.  
Hvordan kan Emballasjeforsk øke formidling av forskningsresultater, og bidra til å fremme ønsket om å dele?  
(Synlighet)
3. Hvordan bli bredere og mer nyttige gjennom å utvide med forskning på emballering knyttet til flere bransjer enn næringsmiddelbransjen?  
Hvordan få flere virksomheter til å se at medlemskap i Emballasjeforsk øker deres muligheter for å løfte prosjektene til forskningshøyde og på den måten få ekstern finansiering  
(Rekruttering /bredde)
4. Hvordan påvirke virkemiddelapparatet til å finansiere forskning /øke forskningsmidlene?  
(Påvirkning)

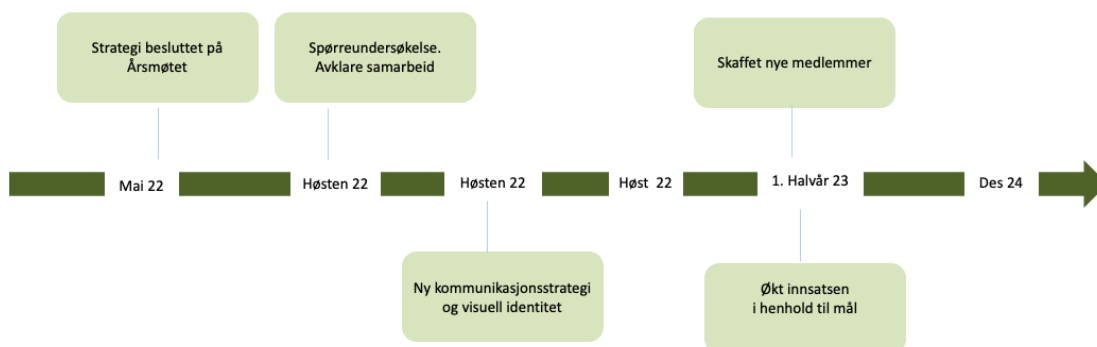
## 4. Mål og ambisjoner

### Kvantitative og kvalitative mål

Våre mål er knyttet opp mot våre hovedutfordringer, og konkretiserer vårt fokus og våre ambisjoner. For flere av målområdene mangler vi verktøy for å etablere et nullpunkt og måle utviklingen. Det vil bli utviklet metoder og verktøy vi trenger for å måle vår fremgang.

| Hovedutfordring         | Mål | Måles på                                                                                                                                                                                                                     | Kommentar                                                                                                                                                                                                                                                            | Type mål                    |
|-------------------------|-----|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------|
| ROLLE OG RESSURSER      | 1   | Tydelige synergier til beste for medlemmene. Hva har vi fått til sammen med andre nettverk i 2022?                                                                                                                           | Medlemsundersøkelse/temperaturmåler?                                                                                                                                                                                                                                 | Kvalitativt / Kvantitativt  |
|                         | 2   | Økt tilgang til ressurser; tid, kompetanse og penger                                                                                                                                                                         | Kartlegge dagens ressurser og avdekke hva vi trenger for å nå målene våre?                                                                                                                                                                                           | Kvantitativt/kvalitativt    |
| SYNLIGHET               | 3   | Øke antall innlegg, publisering i sosiale medier og bransjeblader mm<br>Antall klikk, andel lest og til hvem?<br>Vi skal kommunisere sakene vi fokuserer på i vår forskning og fordelene ved å være medlem i Emballasjeforsk | System for registrering og telling                                                                                                                                                                                                                                   | Kvantitativt                |
|                         | 4   | Kjennskap, kunnskap og preferanse hos våre viktigste målgrupper.<br>(Konkrete bransjer og hos konkrete myndigheter (f.eks. næringsmiddel, bygg, hygiene og kosmetikk, etc)                                                   | Måle nullpunkt (dagens nivå) og sette konkrete mål deretter<br>(spørreundersøkelser)                                                                                                                                                                                 | Kvantitativt                |
|                         | 5   | Økt aktivitet i form av workshops, seminarer etc                                                                                                                                                                             |                                                                                                                                                                                                                                                                      | Kvantitativt                |
| REKRUTTERING/<br>BREDDE | 6   | 7 nye mellomstore og store bedrifter som medlemmer innen eksisterende bransjer og nye bransjer innen 2023                                                                                                                    | Bransjer og virksomheter som <ul style="list-style-type: none"> <li>○ Har en del emballasje</li> <li>○ Har utfordringer vi kan hjelpe til med</li> <li>○ Er av en viss størrelse</li> <li>○ De kan bruke resirkulert materiale som ikke kan brukes på mat</li> </ul> | Kvantitativt                |
| PÅVIRKNING              | 7   | Økning i forskningsvolum fra 100 mill – 130 mill innen 2023                                                                                                                                                                  | Aktivitet mot forskningsrådet.                                                                                                                                                                                                                                       | Kvantitativt og kvalitativt |

## Milepæler



## 5. Strategisk fokus

### Aktørkart og vår rolle

Emballasjeforsk har en rolle både innenfor og utenfor Emballasjeforeningen. Posisjoneringskartet viser aktører og hvordan vi oppfatter deres rolle og fokus. Et strategisk prosjekt settes i gang for å gå i dialog med aktørene, tydeliggjøre rollene og se på muligheter for et samarbeid.

|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <p><u>Avfallsforsk</u></p> <p>Det ledende nettverket i Norge for avfallsrelatert forskning og utvikling. Hensikten er å stimulere FoU- og innovasjonsprosjekter som fremmer sirkulær økonomi i avfalls- og gjenvinningsbransjen og i samarbeid med andre bransjer. Styret består av representanter fra forskningsinstitusjoner, avfallsvirksomheter og organisasjonene i avfallssektoren. Avfall Norge er sekretariat for <u>Avfallsforsk</u>, en del av Avfall Norge.</p> | <p><u>Emballasjeforsk</u></p> <p>Sammen med industrien, avdekke forskningsbehov og gjennomføre workshops i forbindelse med det. Hvis behov som dukker opp ikke er forskning men et utviklingsprosjekt, går vi i dialog med CPC. Ta initiativ, være aktiv og søke dialog med de som har ideer. Være en nøytral aktør, og synliggjøre dette ved å følge <u>Konfidensialprinsippet</u> ved henvendelser. Påvirke <u>finansierer</u> til å allokere midler. Formidle resultater og prosjekter.</p> <p>Emballasjeforeningen er sekretariat for <u>Emballasjeforsk</u>.</p> |
| <p>Forum for sirkulær plast</p> <p>Følger opp aktørenes forpliktelser som er beskrevet i veikartet. Myndighetskontakt.</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 | <p><u>Circular Packaging Cluster (CPC)</u></p> <p>Samler industrien og aktører rundt felles problemstillinger. Jobber med å avdekke og forløse blokkeringer i emballasjens verdikjede. Initierer prosjekter. Hvis forskningsbehov – så ønsker vi at de går i dialog med <u>Emballasjeforsk</u>.</p>                                                                                                                                                                                                                                                                   |

### Våre fem strategiske fokusområder

1

#### Posisjonere Emballasjeforsk som navet i all forskning knyttet til emballering i alle bransjer

- Dette arbeidet starter med rollepresisering og rolleavklaring med nettverkene, i Emballasjeforeningen og eksternt

- Operasjonalisering gjøres ved løpende samarbeidsdiskusjoner i regi av Emballasjeforeningen og eventuelt årlige samlinger
- Vi skal samtidig øke vårt aktivitetsnivå og gi innspill til virkemiddelapparatet. Det er viktig å oppmuntre nye aktører, sikre konfidensialitet og dele erfaringer
- Vår kommunikasjon utad skal også bygge opp rundt vår ønskede posisjon. Den skal være enkel og levende. Vi har mange gode resultater vi kan presentere

**2****Utvikle samarbeid med virksomheter og organisasjoner som kan bidra til at vi når våre mål og får tilgang til ressurser**

- Være visjonære og tenke bredere for å bli større. Engasjere oss i nye bransjer og nye virksomheter som gir oss enda større tilgang til prosjekter og forskningsressurser
- Lete etter samarbeidspartnere som kan øke antall forskningsprosjekter
- Utnytte FOU prosjekter for synliggjøring av Emballasjeforsk
- Bruke medlemmene aktivt, få de til å snakke om oss. Tilrettelegge for at de kan bruke vår forskning i deres egen markedsføring. Nå frem til medlemmenes nettverk gjennom enkel kommunikasjon, budskap og form

**3****Øke synligheten av Emballasjeforsk for alle interessenter i verdikjeden**

- Utvikle en kommunikasjonsstrategi, med ny visuell identitet, som plattform for å gjøre oss kjente og tydelige
- Være aktive i digitale kanaler, inkludert sosiale medier. I dette ligger blant annet webinarer, «frokoster», podcast alene og i samarbeid med samarbeidspartnere som eksempelvis CPC
- Bruke medlemmene aktivt; jobbe for at de bringer vårt budskap ut og bruke deres historier som sannhetsvitner
- Øke aktiviteten og dermed synligheten gjennom atferd

## 4

**Rekruttere medlemmer ved å synliggjøre effekter av forskning, vise hva Emballasjeforsk bidrar med og senke inngangsterskelen**

- Vi skal tydeliggjøre HVORFOR bli medlem, slik at dette oppfattes attraktivt. Det vil si sakene vi setter søkelys på i vår forskning og fordelene ved å være medlem i Emballasjeforsk
- Vi skal være relevante og synlige gjennom aktiviteter som for eksempel Forskningsfrokost/researchbreak
- Vi skal være aktive i å avdekke forskningsbehov i nye bransjer, og invitere til workshops/seminarer med tema som appellerer til nye bransjer
- Vi skal gå ut til «alle» bransjer, etter prioritet. En prioritert liste skal utarbeides med tydelig kommunikasjon til hver bransje. Vi velger bransjer som
  - Har en del emballasje
  - Har utfordringer vi kan hjelpe til med
  - Er av en viss størrelse
  - Kan bruke resirkulert materiale som ikke kan brukes til mat

**Noen interessante nye bransjer for Emballasjeforsk**

|                                                                                                                   |                                                                                                |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Bygg</b><br>Produsenter av byggematerialer som Isola, Oldroyd, Rockwool, Glava, Moelv, dører/vinder, Huntonitt | <b>Kjemisk industri</b><br>Jotun, Ineos, Yara etc                                              |
| <b>Sjømatnæringen</b><br>Lakseprodusenter (MOWI, Salmar etc). Villfiskprodusenter                                 | <b>Home and DIY</b><br>Jernia og lignende. Byggevarerekjedene: Maxbo, Byggmakker Møbelindustri |
| <b>Netthandel</b><br>ODA, Matkasser, Komplett etc                                                                 | <b>Logistikk</b><br>Postnord, Bring osv                                                        |

## Hos eksisterende interessentgrupper har vi følgende vekstmuligheter

- Flere næringsmiddelprodusenter
  - Findus, Synnøve Finden, Nortura
- Mat-farta-steder
- Blomsterbutikker
- Flere emballasjeprodusenter
- Flere råvareleverandører
- Flere «brokere» /emballasjegrossister

## Flere mulige FOU aktører å koble på

- Forbrukerorientert forskning
- Samfunn, policy, atferd

### 5

## Sørge for god bredde og sterk kompetanse i styret til enhver tid

- Vi skal evaluere styrets kompetanse og erfaring knyttet til ny strategisk retning
- Kartlegge: Hva har vi, hva trenger vi, hva mangler vi og hvordan tilfører vi nødvendig kompetanse?
- Bruke valgkomiteen til å holde i kartleggingen og fordele oppgaver
- Bruke styrets kompetanse i prioritering av nye bransjer

## Våre fire hovedsaker

Emballasjeforsk leverer direkte på fire av FNs Bærekraftsmål, og disse er våre 4 hovedsaker.

### 1. Samarbeid for å nå målene



**Vi tar initiativ til å samle næringslivet og forskningsinstitusjonene i et samarbeid for å oppnå bærekraftig utvikling.**

Bærekraftsmålene kan kun realiseres dersom vi har et sterkt engasjement for nasjonalt og globalt partnerskap og samarbeid.

I dag er verden mer sammenkoblet enn noen gang før. Bedre tilgang til teknologi og kunnskap er avgjørende for å dele ideer og stimulere til innovasjon.

### 2. Stopp klimaendringene



**Vi avdekker forskningsbehov innen emballering som har til hensikt å finne løsninger som reduserer CO<sub>2</sub> utslipp og klimagasser.**

I stor grad handler bærekraftsmål 13 om å stoppe eller reversere de store klimaendringene som er her og som spås for fremtiden.

Klimagassutslippet er paradoksalt 50% høyere enn det det var i 1990. Selskaper som satser på fornybar energi er på mange måter i forsetet av en agenda om å stoppe klimaendringene.

### 3. Ansvarlig forbruk og produksjon



**Vi er navet i den sirkulære verdikjeden knyttet til forskning på emballering, og følger hele prosessen fra a til å. Målet er å få bukt med globalt overproduksjon- og forbruk, i en tid hvor verdens ressurser synker.**

Bærekraftsmål 12 omhandler alt fra avfall, kildesortering og matsvinn til omstrukturering av forbruks- og produksjonsmønstre.

Per dags dato forbruker vi mye mer enn det som er miljømessig bærekraftig. Vi kaster ca en tredjedel av all mat som produseres og kjøper billigproduserte kjedeverer som aldri før. Denne trenden er ikke bærekraftig da vi allerede er i minus med tanke på jordens ressurser

Emballasjeforsk jobber for optimalisert bruk av emballasje, og ombruk/materialgjennvinning.

#### 4. Industri, innovasjon og infrastruktur



**Vi driver innovasjon gjennom praktisk anvendbar forskning, med fokus på både miljø og kommersiell bærekraft**

Dette målet handler om å oppgradere infrastruktur og omstille næringslivet til å bli mer bærekraftig. Dette gjøres gjennom en mer effektiv bruk av ressurser og større anvendelse av miljøvennlige teknologiformer og industriprosesser, der Norge gjør en innsats etter egen evne og kapasitet.

Med andre ord skal norske selskaper ta i bruk teknologi og innovasjon som fremmer en mer bærekraftig forretningsmodell.

## 6. Ressurser og økonomi

---

### Våre ressurser

**Emballasjeforeningen er Emballasjeforsk sitt sekretariat. Følgende oppgaver løses der:**

- Kommunikasjon, implementering av kommunikasjonsstrategien
  - «Redaksjonsråd»
- Utvikling av Kommunikasjonsstrategien med visuell identitet bør vurderes utført av ekstern aktør
- Oppsøkende virksomhet, jobbe for å få kontakt med nye bransjer og rekruttere nye medlemmer
- Invitere til fagseminar

**Ønske om fremtidig ny ressurs; dedikert til Emballasjeforsk for**

- Fast mottak for henvendelser
- Lete etter mulige prosjekter
- Holde foredrag
- Fronte Emballasjeforsk
- Aktivt jobbe med å få flere bransjer inn

**Styrets medlemmer har ressurser og kan**

- Bidra til verving av nye medlemmer
- Kommunisere vårt budskap i egne kanaler
- «Like/dele/kommentere» på sosiale medier

**Dagens medlemmer har et stort nedslagsfelt**

- Verve/tips aktivitet
- Tipse om våre arrangementer
- Kommunisere vårt budskap i egne kanaler
- «Like/dele/kommentere» på sosiale medier

I tillegg er en av våre strategier å samarbeide med virksomheter som gir oss tilgang til kompetanse og ressurser.

## Økonomi

Dagens medlemsinntekter er kr 300.000, som er satt av til sekretariatdrift.

I tillegg til å benytte nettverkets og sekretariatets ressurser er vi avhengig høyere inntekter for å gjennomføre strategiplanen.

For å balansere økonomien vil det bli jobbet med følgende muligheter

- Rekruttering av nye medlemmer
- Diskutere økte medlemsinntekter
- Vurdere mulighet for å søke midler hos eksterne finansieringsaktører som for eksempel Innovasjon Norge og Dagligvarehandelens Miljøfond
- Søke midler via Forskningsrådet for å finansiere konkrete arrangementer

## 7. Strategisk handlingsplan

Fire strategiske prosjekter og fire strategiske oppgaver er sentrale i implementeringen av den nye strategiplanen.

### Fire strategiske prosjekter

|   | Strategiske Prosjekter                  | Innhold                                                                                                                                                                                                                       |
|---|-----------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 1 | <b>Utarbeide kommunikasjonsstrategi</b> | Ny visuell identitet (som del av kommunikasjonsstrategi)<br>Kommunisere resultater på en forståelig måte til våre målgrupper                                                                                                  |
| 2 | <b>Strategi for samarbeide</b>          | Hvem skal vi samarbeide med og hvordan? Rolleavklaring / samarbeid Emballasjeforsk og klyngen/nettverk. Avdekke hva som skal til for å bli en nær samarbeidspartner og få til synergier? Se på alle mulige samarbeidspartnere |
| 3 | <b>Rekruttere flere medlemmer</b>       | Prioriterte bransjer<br>Fortelle om gode resultater fra forskning og deltakelse i EF, nytten etc                                                                                                                              |
| 4 | <b>Øke forskningsaktiviteten</b>        | Ved å avdekke de viktigste behovene framover. Analyseprosjekt                                                                                                                                                                 |

## Fire strategiske oppgaver

|   | Strategiske Oppgaver                                                        | Ansvarlig     |
|---|-----------------------------------------------------------------------------|---------------|
| 1 | Kartlegge/evaluere styrets kompetanse og tilføre kompetanse ved behov       | Styret        |
| 2 | Lage analyseopplegg for måling av kjennskap og kunnskap blant interessenter | Sekretariatet |
| 3 | Lage analyseopplegg for medlemsundersøkelse                                 | Sekretariatet |
| 4 | Lage en plan for økt aktivitetsnivå – som en del av en markedsplan          | Sekretariatet |