Om Svanemerkede

Dagligvarebutikker



Versjon 3.0

Bakgrunn for miljømerking
4. januar 2016
Høringsforslag

Nordisk Miljømerking

Innehold

1	**Sammendrag**	**4**
2	**Grunnfakta om kriteriene**	**5**
2.1	Hva kan svanemerkes	5
2.2	Markedsføring av butikkjeder og internettbutikker	6
2.3	Motiv for svanemerking	6
2.4	Prioritering av miljøområder for dagligvarebutikker	8
2.5	Kriterienes versjon og gyldighet	12
2.6	Det nordiske markedet	12
2.7	Andre merkeordninger	15
3	**Om revisjonen**	**16**
3.1	Mål med revisjonen	16
3.2	Om denne revisjon	17
4	**Bakgrunn for kravene**	**17**
4.1	Generelt	17
4.2	Krav på opprettholdelse av lisens	19
4.3	Sortiment	20
4.4	Energiforbruk	27
4.5	Krav på avfall og matsvinn	34
4.6	Butikkens bruk av varer og tjenester	43
4.7	Overordnet poengkrav	45
5	**Endringer sammenlignet med tidligere versjon**	**45**
5.1	Oversettingsnøkkel mellom versjon 2 og 3	45
5.2	Motivering til endring av krav	47
6	**Nye kriterier**	**49**
Definisjoner og forklaringer		**51**

Bilag 1 Liste over varer som regnes som forbruksartikler
Bilag 2 Nordisk Miljømerkings retningslinjer for standard og sertifiseringssystem for fisk og skalldyr
Bilag 3 Beskrivelse av energiverktøyet og hvordan energiindex beregnes

079 Dagligvarebutikker, versjon 3.0, 4. januar 2016

Adresser

Nordisk ministerråd besluttet i 1989 å innføre en frivillig offisiell miljømerking, Svanen. Nedenstående organisasjoner/foretak har ansvaret for det offisielle miljømerket Svanen, tildelt av respektive lands regjering. For mer informasjon se web sidene:

Danmark
Miljømærkning Danmark
Fonden Dansk Standard
Portland Towers
Göteborg Plads 1
DK-2150 Nordhavn
Tel: +45 72 300 450
Fax: + 45 72 300 451
info@ecolabel.dk
www.ecolabel.dk

Finland
Miljömärkning Finland
Box 489
FI-00101 Helsingfors
Tel: +358 9 61 22 50 00
joutsen@ecolabel.fi
www.ecolabel.fi

Island
Norræn Umhverfismerking á Íslandi
Umhverfisstofnun
Suðurlandsbraut 24
IS-108 Reykjavik
Tel: +354 591 20 00
Fax: +354 591 20 20
svanurinn@ust.is
www.svanurinn.is

Norge
Miljømerking
Henrik Ibsens gate 20
NO-0255 Oslo
Tel: +47 24 14 46 00
info@svanemerket.no
www.svanemerket.no

Sverige
Miljömärkning Sverige AB
Box 38114
SE-100 64 Stockholm
Tel: +46 8 55 55 24 00
svanen@svanen.se
www.svanen.se

Dette dokument kan bare kopieres i sin helhet og uten noen form for endring. Sitat kan benyttes hvis opphavsmannen Nordisk Miljømerking nevnes.

1 Sammendrag

Dagligvarebutikker som har et bredt sortiment innen flere varegrupper og selger minst 50 % dagligvarer (basert på omsetning) kan svanemerke seg. Dagligvarebutikken kan være en enkeltstående butikk, del av en større kjede eller en internettbutikk. Grossister kan også søke om Svanen. Derimot kan ikke kiosker, vinutsalg, apotek, leverandører av matkasser eller helsekostbutikker svanemerke seg.

I versjon 3 åpner vi for svanemerking av hele dagligvarekjeder. Kravene som stilles er de samme som for enkeltstående butikker, men kravene stilles som regel på aggregert nivå for hele kjeden. For å kunne søke som en kjede må følgende forutsetninger være på plass. De aktuelle butikkene må:

- ha et felles konsept/navn/brand som i markedsføringssammenheng skiller seg fra andre deler av et butikksamarbeid
- ha et samarbeid om innkjøp
- ha en felles avtale om oppfyllelse av Svanens krav
- ha felles registrering av data relevant for kriteriene

I versjon 3 av kriteriene for dagligvarebutikker har Nordisk Miljømerking hatt fokus på å stille krav på de mest relevante områdene av butikkdriften. Det har gjort at kriteriene, sammenliknet med tidligere versjoner, fremstår tydelig på hvilke deler av butikkdriften som er viktige ut ifra et miljøhensyn. Tre områder er pekt ut som de mest sentrale å stille krav på: Sortiment, energiforbruk og avfall.

I forhold til sortiment stiller Svanen krav på salgsandel økologisk mat og drikke samt salgsandel miljømerkede forbruksartikler. I tillegg blir butikker som velger å ikke selge fisk og skalldyr fra fiske som ikke er bærekraftig premiert.

En svanemerket dagligvarebutikk har et lavt energiforbruk. I versjon 3 er det ingen øvrige krav til energiforbruk enn at butikken ligger innenfor en grenseverdi. Nordisk Miljømerking anser at denne grenseverdien er styrende nok på butikkens energiforbruk.

Tiltak som reduserer mengden matsvinn er tatt med i versjon 3 av kriteriene. At mat kastes gir store miljøkonsekvenser. Samtidig er det økonomisk ulønnsomt. Vi ser et økt fokus på matsvinn i alle ledd av produktkjeden og det er satt i gang flere initiativ på tvers av landegrenser for både å kartlegge matsvinn og redusere matsvinnet som oppstår. I tillegg er mengden restavfall like relevant som tidligere: Jo mer avfall butikken sorterer, jo mindre blir mengden restavfall.

Fordi en svanemerket butikk må "leve som man lærer bort", stilles det også krav om at butikken må bruke miljømerkede forbruksartikler og tjenester.

For å sikre at en svanemerket butikk oppfyller Svanens krav i hele lisensens gyldighetstid, må de årlig rapportere til Nordisk Miljømerking.

2 Grunnfakta om kriteriene

2.1 Hva kan svanemerkes

Dagligvarebutikker som har et bredt sortiment innen flere varegrupper og selger minst 50 % dagligvarer (basert på omsetning) kan svanemerke seg. Definisjonen av dagligvare er i denne sammenheng varer som er forventet å konsumeres eller brukes opp innen en begrenset tid. Mat, hygieneartikler, husholdningsartikler, husholdningspapir og rengjøringsmidler er eksempler på varer som regnes som dagligvarer. Se for øvrig under Definisjoner og forklaringer bak i dokumentet for en mer detaljert forklaring på hvilke typer varer som inngår i begrepet. Dagligvarebutikken kan være en enkeltstående butikk, del av en større kjede eller en internettbutikk. Grossister kan også søke om Svanen. Derimot kan eksempelvis ikke kiosker, vinutsalg, apotek, leverandører av matkasser eller helsekostbutikker svanemerke seg. Driften av slike typer utsalg skiller seg mye fra en dagligvarebutikk, og kravene i dette dokumentet er tilpasset sistnevnte. Krav til eksempelvis sortiment og energiforbruk lar seg erfaringsmessig ikke overføre til andre typer utsalg.

I versjon 3 åpner vi for svanemerking av hele dagligvarekjeder. Kravene som stilles er de samme som for enkeltstående butikker, men kravene stilles som regel på aggregert nivå for hele kjeden. For å ta høyde for at enheter innenfor en kjede fra tid til annen kjøpes og selges, er det et krav om at minst 90 % av kjedens butikker inngår i lisensen. En butikkjede må bestå av minst 5 butikker. Kun de butikker som er en del av kjedelisensen kan kalle seg en svanemerket butikk. For å kunne søke som en kjede må følgende forutsetninger være på plass. De aktuelle butikkene må:

- ha et felles konsept/navn/brand som i markedsføringssammenheng skiller seg fra eventuelle andre deler av et butikksamarbeid
- ha et samarbeid om innkjøp
- ha en felles avtale om oppfyllelse av Svanens krav
- ha felles registrering av data relevant for kriteriene

At en kjede er svanemerket skal kunne formidles til kjedens kunder på en lettforståelig måte uten fare for forvirring rundt hva lisensen omfatter. Uten et felles konsept/navn/brand blir det derfor naturlig nok en begrenset markedsverdi i en kjedelisens. Butikkene som er med i en søknad om kjedelisens må dessuten også skille seg fra eventuelle andre deler av et butikksamarbeid. Her er et eksempel som kan illustrere poenget med felles konsept/navn/brand:

Dagligvarekonsernet Bra Mat består av butikker med ulike konsept. De minste butikkene med det smaleste sortimentet kalles Bra Mat Lokal. Butikker med et litt bredere utvalg kalles Bra Mat Hverdag mens de største butikkene er med i konseptet Bra Mat Gourmet. Ofte har butikker innenfor konseptet Bra Mat Hverdag i området rundt København kampanjer sammen. Det gjør at de kan søke om Svanen for denne gruppen butikker. Dersom det isteden hadde vært slik at Bra Mat Hverdag aldri markedsfører Københavnfilialene uten butikkene på resten av Sjælland, vil det ikke gi mening å kun søke om Svanen for butikkene i Københavnområdet. På samme måte vil det ikke gi mening om butikkene i konseptet Bra Mat Hverdag søker om Svanen dersom disse butikkene aldri promoteres uten de andre konseptene i Bra Mat konsernet.

Et samarbeid om innkjøp er grunnleggende i forhold til å kunne dokumentere sortimentskrav. De to siste punktene på listen over er med for å sikre at kjeden har systemer som er en forutsetning for at kjeden oppfyller Svanens krav under hele lisensens gyldighetstid.

Internettbutikker som har bygget opp sitt distribusjonssystem med utgangspunkt i flere lagre, må søke som en kjede. Dette gjelder uansett hvor mange enheter internettbutikkens drift omfatter.

Flere butikkjeder lanserer nå sine egne internettbutikker. Varene plukkes i en av kjedens butikker og det blir da vanskelig å skille mellom hva som er tradisjonell butikk og hva som er internettbutikk. For butikkens kunder kan det også være vanskelig å skille mellom de to delene av virksomheten. Svanen stiller derfor et krav om at virksomheter som er en kombinasjon av tradisjonell butikk og internettbutikk må søke om Svanen for alle deler av virksomheten dersom de markedsføres som en enhet. I de tilfeller der internettbutikker benytter underleverandører i forbindelse med lagring og plukking av varer, kan de søke om Svanen dersom underleverandøren er svanemerket.

2.2 Markedsføring av butikkjeder og internettbutikker

En enkeltstående butikk som oppfyller Svanens krav og har lisens kan kommunisere dette i sin butikk, på sin hjemmeside og i andre tenkelige kanaler. Det er her viktig at det tydelig fremgår at det er den enkeltstående butikken som er svanemerket og ikke kjeden butikken er en del av. At butikken er svanemerket skal tydelig fremgå ved inngangen til butikken - eksempelvis på døren.

En butikkjede kan bli svanemerket dersom minst 90 % av kjedens butikker oppfyller kravene og inngår i en svanelisens. En svanemerket butikkjede kan bruke Svanemerket i sin generelle markedsføring av kjeden, men kan ikke påberope seg at alle butikker er svanemerket dersom ikke alle butikkene inngår i lisensen. På kjedens hjemmeside må det tydelig fremgå hvilke butikker som klarer Svanenes krav. Alle butikker i kjeden som er omfattet av lisensen kan markedsføre seg som en Svanemerket butikk. De av kjedens butikker som ikke inngår i lisensen, kan heller ikke markedsføre seg med Svanen.

Informasjon om butikkens eller butikkjedens lisensnummer skal finnes tilgjengelig for kunder - eksempelvis på hjemmesiden. I øvrig markedsføring holder det å ha med Svanelogoen - ingen henvisning til lisensnummeret er nødvendig.

For en svanemerket internettbutikk må det tydelig fremgå hvilke enheter/distribusjonspunkter/regioner som inngår i lisensen.

2.3 Motiv for svanemerking

For at Nordisk Miljømerking skal utvikle kriterier for et produkt eller en tjeneste er det avgjørende at:

1. det er et miljøproblem knyttet til det aktuelle produktet eller den aktuelle tjenesten (R)
2. det finnes forskjeller i bransjen som gjør at man kan skille de miljømessig sett beste aktørene fra de dårlige (P)

3. forholdene ligger til rette for at Svanen kan være et godt verktøy for å veilede forbrukeren (S)

Her følger en vurdering av disse tre forholdene for dagligvarebutikker. I Nordisk Miljømerking kalles det en RPS-analyse. R står for relevans, P for potensial og S for styrbarhet.

For Nordisk Miljømerking er det viktig å stille krav til de delene av driften der miljøproblemene er størst. Det er også viktig at det ikke stilles krav som forflytter et miljøproblem fra driften av butikken over til eksempelvis grossisten eller forbrukeren.

Relevans

En dagligvarebutikk selger mat, drikke og andre forbruksartikler. Noen dagligvarebutikker har også salg av spesialprodukter som eksempelvis kontormaskiner, maling og møbler. Alle disse varene har i sine respektive livsløp en negativ effekt på miljøet. Samtidig er det miljøproblemer forbundet med selve driften av butikken.

I forhold til butikkens sortiment viser studier at produksjon, foredling, distribusjon, salg, bruk og kast av mat er blant de menneskelige aktiviteter som har størst negativ effekt på miljøet. Effektene kommer i form av utslipp av klimagasser, miljøgifter, arealbruk, vannforbruk og trusler mot biologisk mangfold[1]. Dagligvarebutikkene er kun ett av flere ledd i kjeden fra produsent til forbruker. Men butikkene kan ha stor innflytelse på de valgene forbrukerne gjør Også forbruksartikler og spesialprodukter er forbundet med store miljøbelastninger. Her finner vi bl.a. rengjøringsmidler og hygieneprodukter som særlig forbindes med kjemikalieproblematikk. Men også produkter som eksempelvis batterier og lyspærer har negative konsekvenser på miljøet.

Selve driften av butikkene gir som nevnt over negative effekter på miljøet; butikkene forbruker energi og vann, det oppstår matsvinn og annet avfall og varer transporteres til butikk og videre til kunde. I tillegg er butikkene selv forbrukere av varer og tjenester som eksempelvis rengjøringsmidler, husholdningspapir og kontorartikler.

Potensial

Mat er et grunnleggende menneskelig behov. Samtidig kan vi som forbrukere tenke miljø i de valgene vi tar. Det finnes mat som gir større miljøbelastning enn annen mat; Rødt kjøtt gir eksempelvis betydelig større klimagassutslipp i forhold til næringsinnhold enn det fisk og fjærkre gjør. Økologisk mat produseres uten bruk av pesticider og kunstgjødsel.

Forbruksartikler og spesialprodukter kan i mange tilfeller miljømerkes og således veilede forbrukere mot de miljømessig sett beste produktene. Nordisk Miljømerking har bl.a. utviklet krav for å svanemerke matpapir, rengjøringsmidler og husholdningspapir.

Butikker har mulighet til å påvirke sine kunder både i deres valg av mat og drikke og i deres valg av forbruksartikler og spesialprodukter. Men også hvordan butikkene drifter sine lokaler, håndterer sitt avfall, foretar sine bestillinger og hvilke produkter de selv forbruker er avgjørende for deres totale miljøbelastning. Her er Nordisk Miljømerking erfaring at det finnes store forskjeller i bransjen. Det gjør at det er et potensial for Svanen til å være et verktøy for veiledning av forbrukere.

[1] European Commission: "Environmental Impact of Products (EIPRO), Analysis of the life cycle environmental impacts related to the final consumption of the EU-25", Joint Research Center, 2006

Styrbarhet

Mange forbrukere velger sin dagligvarebutikk basert på lokasjon. De handler sin mat i den butikken som er nærmest hjemmet eller der det måtte være praktisk i forhold til de daglige gjøremål. Der det er langt mellom dagligvarebutikkene, har Svanen trolig liten styrbarhet på kundenes valg. I urbane områder er styrbarheten desto større. I de store byene ligger dagligvarebutikkene tett, og forbrukere kan velge sin butikk basert på de prioriteringer de måtte ha. Eksempler på prioriteringer kan være butikkenes sortiment, service, eller miljøprofil.

Internettbutikker er en økende trend i store deler av Norden. Her utgjør den fremdeles bare en liten del av den totale dagligvarehandelen, men i Storbritannia har den vokst til 5 % de siste årene[2]. Med tanke på internettilgang og smarttelefoner, og ut ifra en generell positivitet til teknologi i den nordiske befolkningen, er det lett å tenke seg en sterk vekst i omsetningen til internettbutikker i årene som kommer. Revisjons- og rådgivingsselskapet EY spår i en rapport om fremtidens trender for dagligvarebransjen at markedet for internettsalg i Norden vil øke raskt på kort tid[3]. Og for internettbutikker kan Svanen ha stor styrbarhet på kundenes butikkvalg. Internettbutikkens hjemmeside gir gode muligheter i forhold til markedsføring av Svanen. Samtidig spiller ikke butikkens lokasjon lenger en viktig rolle slik at kunden i større grad kan fokusere på andre prioriteringer.

Relevans, potensial og styrbarhet - oppsummert

Oppsummert kan vi konkludere med at det både er høy relevans og høyt potensial for svanemerking av dagligvarebutikker. Når det gjelder styrbarhet avhenger den av hvilke reelle butikkalternativer kundene opplever at de har. Dersom de kan velge mellom flere butikker i sin hverdag, vil også styrbarheten være god. For internettbutikker vil Svanen være et godt verktøy i å veilede kundene mot de miljømessig sett beste butikkalternativene. Rapporten om fremtidens trender i dagligvarebransjen spår dessuten en utvikling mot at forbrukere vil kreve mer samfunnsansvar fra butikkene de skal velge å handle i.

2.4 Prioritering av miljøområder for dagligvarebutikker

Driften av en butikk gir en rekke ulike effekter på miljøet. Nordisk Miljømerking har i utviklingen av kravene tatt utgangspunkt i muligheten for å stille krav innen følgende åtte områder:

- Sortiment
- Energi
- Avfall og matsvinn
- Transport
- Butikkens forbruk av varer og tjenester
- Emballasje
- Vann
- Miljøledelse

[2] Dagens næringsliv: http://www.dn.no/nyheter/naringsliv/2014/06/19/Handel/spr-nettkonkurser, 2015-02.28
[3] Dagens næringsliv: http://www.dn.no/nyheter/naringsliv/2015/02/26/2150/Handel/spr-milliardjafs-for-nettmat, 2015-02-28

Utgangspunktet er at Svanen skal stille krav til deler av driften som gir opphav til et miljøproblem (relevans), der vi ser at det er muligheter for miljøforbedringer (potensial) og der vi ser at Svanen kan utgjøre en forskjell ved å stille krav (styrbarhet).

Tabell 1 under viser hvilke områder som er vurdert som viktige å stille krav på og hvilke som er prioritert ned. Argumentasjonen som ligger bak i form av en beskrivelse av relevans (R), potensial (P) og styrbarhet (S) kommer nedenfor tabellen. Miljøledelse er tatt ut av tabellen da det ansees å være nødvendig for å sikre at kravene Svanen stiller overholdes i hele lisensens gyldighetstid.

Tabell 1: Prioritering av områder Svanen har vurdert å stille krav

Overordnet prioritering	Tema	Vurdering
Høy	Sortiment	Høy R Høy P Middels S
	Avfall og matsvinn	Høy R Høy P Middels S
	Energi	Høy R Høy P Middels S
Middels	Forbruksartikler og innkjøpte tjenester	Lav R Middels P Høy S
Lav	Transport	Inn-transport: Middels R Middels P Lav S Ut-transport i regi av kunden: Høy R Middels P Lav S Ut-transport i regi av butikken: Middels R Middels P Høy S
	Vann	Middels R Lav R Lav S
	Emballasje	Tradisjonell dagligvarebutikk: Lav R Middels P Lav S Internettbutikk: Lav R Middels P Middels S

Sortiment

Miljøkonsekvensene av butikkenes sortiment kan knyttes til bl.a. energi, påvirkning på biologisk mangfold, kjemikalier og transport. Fordi dagligvarebransjen er så stor og fordi

næringsmidler utgjør en stor del av et menneskes totale miljøpåvirkning, **er relevansen høy**.

Økologisk produksjon er fri for pesticider og er bedre med tanke på å bevare det biologiske mangfoldet. Svanen, EU-Ecolabel, Bra Miljöval, GOTS og TCO er en garanti i forhold til å begrense den negative miljøpåvirkningen fra non-food produkter. Å øke omsetningen av økologiske og miljømerkede produkter vil derfor bidra til å redusere butikkenes effekt på miljøet. **Potensialet er derfor høyt**.

Selv om butikkene ikke direkte styrer kundenes valg av produkter, anses de likevel å ha gode muligheter til å påvirke kundene i kjøpsøyeblikket. **Styrbarheten er derfor ansett å være middels.**

Avfall og matsvinn

Avfall som oppstår i butikker omfatter først og fremst produktemballasje som papp og plast, skadede forbruksartikler (brekk) samt matsvinn. Matsvinn gir store konsekvenser for miljøet - **noe som gir området høy relevans.**

En norsk kartlegging av matsvinn i regi av ForMat viser at norske butikker har opp mot 7 % matsvinn i forhold til omsetning. Snittet ligger mer rundt 3,5 % [4]. **Det er derfor et høyt potensial for forbedringer for mange butikker.**

Matsvinnet oppstår bl.a. fordi butikken bestiller mer enn de omsetter for, føler de må ha store kvanta eksponert for å sikre varetrykk, har unødvendig høyt vareutvalg og mottar for store forpakninger fra sine grossister. Noen av disse årsakene kan butikkene gjøre noe med. Andre har de mindre styrbarhet over. **Samlet sett er bedømmingen at styrbarheten er middels.**

Energi

Butikkene bruker mye energi til bl.a. å kjøle og fryse varer og for å ventilere lokalene. **Det viser at det er svært relevant å stille krav til energi.**

Nordisk Miljømerkings erfaring med butikker og energi viser at det er store forskjeller i bransjen. Noen butikker er svært bevisste på sitt forbruk og har gjennomført tiltak for å redusere det. Andre har et større potensial for forbedringer. **Samlet sett er bedømmingen at potensialet for energibesparelser er middels.**

Det er en rekke parametere som er med å bestemme hvor høyt en butikks energiforbruk er. De mest sentrale er kjøle- og frysebehovet, butikkens areal og at de tekniske installasjonene i butikken fungerer optimalt. Eksempler på tiltak for å redusere energiforbruket er å ha overdekning på kjøl og frys og behovstilpasset styring av varme fra kjøl- og frysedisker. Fordi dette er tiltak som er forbundet med relativt høy kostnad, **er styrbarheten antatt å være middels.** Noen tiltak kan dessuten være utenfor butikkenes kontroll fordi de ikke selv eier og drifter sine lokaler.

Forbruksartikler og innkjøpte tjenester

Eksempler på artikler og tjenester en butikk kjøper inn er rengjøringstjenester, trykksaker, toalettpapir, kopipapir og batterier. Fordi butikkens forbruk blir liten sett i lys av de varer de selv omsetter for, **er relevansen relativt liten.**

[4] Hanssen, O., J., Schakenda, V.: "Nyttbart matsvinn i Norge 2011. Analyser av status og utvikling i matsvinn i Norge. Rapport fra ForMat-prosjektet", ForMat, 2011

Samtidig finnes det miljømerkede alternativer innenfor de fleste av de aktuelle varegruppene. Det gjør at det finnes et potensial for forbedringer samtidig som det gir butikken mulighet til å stå frem som "det gode eksempel". **Potensialet er derfor høyt.**

Butikkens styrbarhet på valg av produkter og tjenester er god.

Transport

Transport kan deles opp i transport av varer fra grossister til butikk og transport av varer fra butikk og hjem til kunden.

Når det gjelder transport av varer til butikk **er relevansen fra høy til lav** alt ettersom hva slags transport det gjelder. For inn-transport blir transporten mindre viktig sammenliknet med butikkens øvrige energiforbruk og ikke minst ut-transport i regi av kundene selv. For transport fra butikken hjem til kunden er relevansen høy. Det meste av varene transporteres av kundene selv og de fleste kjører egen bil. Det blir svært mange kjørte kilometer pr. butikk. For utkjøring av varer til kunder er relevansen middels. Fordi en bil leverer til flere husstander, blir miljøbelastningen mindre enn når hver enkelt kunde kjører egen bil.

Potensialet for forbedringer er middels for både inn- og uttransporter. Det finnes lastebiler som har mindre utslipp enn andre. Det finnes også lastebiler som går på fornybare drivstoff. Det samme gjelder kundenes biler og butikkens egne biler til hjemkjøring av varer. Sistnevnte er særlig aktuelt for internettbutikker som driver hjemkjøring.

Styrbarheten er derimot svært begrenset for nesten all transport. Nordisk Miljømerking har erfart at butikkene har liten påvirkningsmulighet på transport av varer fra grossist. Kundens eget valg av transport er heller ikke noe butikken kan styre. Styrbarheten er derimot god for butikkens egne biler.

Vann

Butikken forbruker vann i forbindelse med en rekke gjøremål. Utstyr og lokaler rengjøres og det lages mat. I tillegg forbruker toaletter og eventuelle personaldusjer vann. Mengden vann som benyttes må dog kunne sies å være liten sammenliknet med andre bransjer. **Relevansen for å stille krav til vann er derfor satt til å være middels.**

Potensialet er dog lavt. God hygiene er viktig i en dagligvarebutikk. Det forutsetter at butikken bruker tilstrekkelig vann i rengjøringen av lokaler og til å dekke de hygieniske behovene til de ansatte.

Styrbarheten er også antatt å være lav. Butikkene må oppfylle gjeldene krav til matsikkerhet og hygiene og er ikke i en posisjon til å gjennomføre tiltak for å redusere vannforbruket uten at det kan gå på bekostning av gjeldende regelverk.

Emballasje

De fleste varer i butikken har en eller annen form for emballasje. Emballasje er med på å sikre at produktene ikke blir skadet under frakt eller under oppbevaring. Dessuten gjør emballasje ofte transport av varene lettere. I forhold til matvarer, gjør emballasjen at produktene holder seg lenger[5].

[5] Aftenposten: http://www.aftenposten.no/viten/Emballasjen-minskar-matsvinn-7432221.html

Emballasje er ofte i form av papp eller plast. Og det er klart at det er miljøproblem knyttet til emballasje. Med tanke på at emballasje ofte beskytter varer, er det dog ikke alltid lett å si om emballasjen i seg selv er et gode eller et onde. Særlig gjelder dette for matvarer som frukt og grønnsaker. Sammenliknet med butikkens øvrige konsekvenser for miljøet, **må relevansen sies å være begrenset. Potensialet for å redusere miljøbelastningen knyttet til emballasje vil være høy for noen produkter og lav for andre.**

Det kan skilles mellom primær- og sekundær emballasje. Primæremballasje er den emballasjen som kommer i direkte kontakt med selve produktet. Sekundæremballasje benyttes gjerne i de tilfeller der det er nødvendig for å oppnå en mer praktisk transport og lagring av varene. Et eksempel på primæremballasje er plastflasken på en sjampo. Sekundæremballasjen er pappbrettet som sjampoflaskene settes i for å gjøre det lettere å transportere dem. Handleposer er også en form for sekundæremballasje.

Butikkenes styrbarhet på primæremballasje på varer i deres sortiment er begrenset. Det gjelder også i stor grad sekundæremballasje som benyttes fra produsent og grossist. Kundenes valg av transportemballasje er heller ikke noe butikken har nevneverdig innvirkning på. **Det er kun i forbindelse med hjemkjøring av varer for kunder at butikken har styrbarhet på pakkingen av varer.**

Basert på RPS-vurderingen ovenfor har Nordisk Miljømerking valgt å stille krav på områdene sortiment, energi, avfall og matsvinn og innkjøpte forbruksartikler og tjenester. Derimot stilles det ikke krav til vannforbruk, transport eller emballasje.

I kapittel 4 redegjøres det i detalj for de kravene Svanen stiller til butikker i versjon 3. Det er også et eget delkapittel som omhandler områder det ikke stilles krav på. Endringer i krav mellom versjon 2 og versjon 3 er gitt i kapittel 5.

2.5 Kriterienes versjon og gyldighet

Versjon 1 av kriteriene for dagligvarebutikker ble vedtatt 15. juni 2003. En revisjon resulterte i versjon 2.0 vedtatt 21. juni 2010. De største endringene som ble gjort mellom disse to versjonene var innføringen av et absolutt krav på energi samt differensierte krav mellom landene til sortiment tilpasset tilgangen på økologiske og miljømerkede produkter.

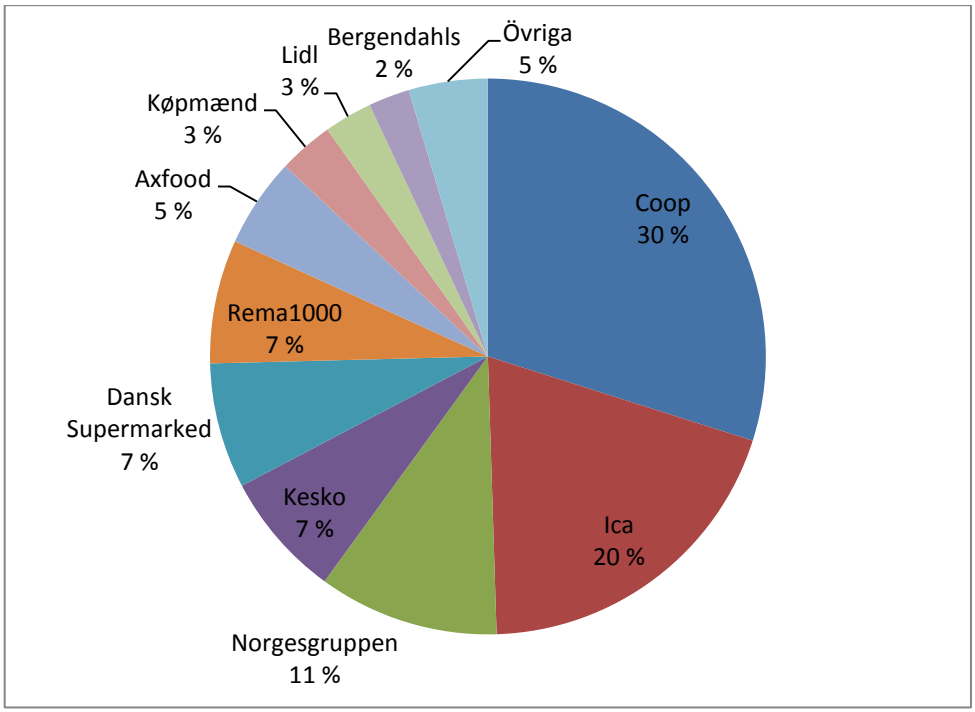
Dette dokumentet er et forslag til bakgrunnsdokument for versjon 3.0 som er antatt å vedtas i juni 2016. Det er ett år overlapp mellom versjonsnumrene, slik at versjon 2.0 vil være gyldig ett år i etterkant. Endringer mellom versjon 2 og 3 er beskrevet i detalj i kapittel 5. Slik forslaget er pr. i dag handler det i store trekk om å tilpasse kriteriene til butikkjeder og internettbutikker samt å ta bort krav som gir liten miljønytte. Det har også tilkommet krav på matsvinn.

2.6 Det nordiske markedet

Felles for samtlige nordiske land er at markedet domineres av et fåtall store kjeder med mye makt. Figur 1 viser de store nordiske kjedenes og enkeltstående butikkers markedsandeler i 2013. Islandske er ikke med i oversikten. De rundt regnet 17.450 butikkene i Norden hadde da en omsetning på 584 milliarder danske kroner. Det bor til sammen 25.5 millioner mennesker i de nordiske landene Sverige, Danmark, Finland og Norge.

I alle nordiske land ser man en utvikling mot færre, men større, butikker. Det er en hard konkurranse i bransjen med små marginer.

Netthandel utgjør fremdeles bare en liten del av markedet, men flere av de store kjedene utvider nå sin virksomhet til også å omfatte salg av produkter på nett. Nye aktører, som kun selger varer på nett, har også kommet til.



Figur 1: Den nordiske dagligvarehandelen i 2013[6]

Under følger en beskrivelse av markedet i de nordiske landene. All data er hentet fra en kartlegging av det nordiske dagligvaremarkedet for 2014 utført av Ica Nyheter[7].

Sverige

Ica dominerer svensk dagligvarehandel med 50 % av markedet. Ica-butikkene er oppdelt i profilene Ica Nära, Ica Supermarket, Ica Kvantum og Ica Maxi. Alle Maxi-butikker er svanemerket. Ica er organisert slik at respektive butikk har egen eier.

Nummer to innenfor svensk dagligvarehandel er Coop. Kjeden har litt i overkant av 20 % av markedet. Coop eies av medlemmene og er oppdelt i flere ulike konsept avhengig av butikkenes størrelse. Coop Sverige har de seneste årene mistet markedsandeler.

Tredje størst på det svenske markedet er Axfood med sine 17 %. Deres butikker er oppdelt i Hemköp, Willys, Handlar'n og Tempo. Alle Willys butikker er merket med Bra Miljöval.

[6] Dansk Handelsblad: "Dagligvaremarkedet i tal, 2013"
[7] Ica Nyheter: "Dagligvaruhandeln i Norden 2015"

En fjerde aktør på det svenske markedet er Bergendahls. De er i sterkt vekst og de fleste av deres City Gross butikker er svanemerket. Andre profiler under Bergendahls paraply er Matöppet og Matrebellerna.

Finland

Den økonomiske nedgangen har truffet den finske dagligvarehandelen hardt. I 2014 var det et tap i omsetningsvolum på 1,2 %. Med en nedgang i omsetning også i 2013 gjør det at den finske dagligvarehandelen nå har det så vanskelig økonomisk at vi må helt tilbake til tidlig på 90-tallet for en tilsvarende situasjon. De to største aktørene på markedet er S-gruppen og Kesko med sine henholdsvis 45 % og 33 % av markedet. Den store vinneren de siste årene er dog Lidl som er den eneste aktøren som har gått frem siden 2013. De har i dag omtrent 7,6 % av markedet. Suomen Lähikauppa ligger like bak med sine 6,8 %.

Danmark

Dansk dagligvarehandel er dominert av Coop og Dansk Supermarked. Coop har 38 % av markedet og har lenge hatt fokus på et godt tilbud av økologiske og nærproduserte matvarer. Dansk Supermarked har med sine 460 butikker omtrent 32 % av markedet. Både Coop og Dansk Supermarked har ligget stabilt i forhold til markedsandeler de siste årene. Danmarks tredje største dagligvarekonsern er Dagrofa med 14 % av markedet, mens Reitan Distribusjon stadig vinner betydelige markedsandeler med sine REMA 1000 butikker. Lidl ser også ut til å treffe bra i det svært så lavprisstyrte danske markedet. De har i dag 2,5 % av markedet.

Norge

Det norske dagligvaremarkedet er dominert av tre dagligvareaktører: Norgesgruppen, Rema 1000 og Coop. Frem til 2014 var Ica også en viktig aktør på det norske markedet, men grunnet røde tall over mange år solgte kjeden seg ut og butikkene ble i hovedsak kjøpt opp av Coop. Totalt sett hadde Norgegruppen omtrent 40 % av markedet i 2014. Tilsvarende tall for REMA 1000 og Coop var henholdsvis 24 % og 22. Coop Extra kjeden har svanemerket de fleste av sine butikker. I tillegg til de tre største aktørene hadde Bunnpris i 2014 en markedsandel på 3,4 %.

Svanelisenser

Svanens kriterier for dagligvarebutikker har hatt et relativt godt gjennomslag på det nordiske markedet. Tabellen under viser fordelingen av lisenser mellom landene.

Tabell 2: Oversikt over svanemerkede butikker i Norden

Land	Antall lisenser	Kommentar
Danmark	15	Kiwi, Superbrugsen, Netto og Irma
Finland	0	
Island	0	
Norge	31	De fleste lisenser er tilknyttet Coop Extra. Men det finnes også svanemerkede butikker innen merkevarene Coop Obs! og Coop Mega
Sverige	193	Flere kjeder har lisenser, men de fleste er knyttet til kjedene Ica og City Gross
Norden	239	

2.7 Andre merkeordninger

Det finnes flere merkeordninger for dagligvarebutikker som ønsker å markedsføre sin virksomhet i forhold til miljø. Her beskrives de viktigste utenom Svanen:

Bra Miljöval:

Naturskyddsföreningens miljømerke, Bra Miljöval, kom med nye kriterier for dagligvarebutikker i 2013[8]. Her stilles det krav til energi, sortiment, avfall, transport, forbruksartikler og miljøledelse. Kravene som stilles til sortiment er omfattende, og i motsetning til Svanen stilles det detaljkrav på hvilke økologiske produkter som skal finnes i ulike kategorier. For fisk er det eksempelvis et minimumskrav på antall fiskeprodukter som er KRAV- eller MSC-merket. Det stilles derimot ingen absolutte krav til energiforbruk slik Svanen gjør. Det samme gjelder for avfall; Det er krav på kildesortering, men det er ingen grenseverdi for restavfall. Drøyt 170 butikker i Sverige er merket med Bra Miljöval[9].

Miljøfyrtårn:

Miljøfyrtårn er en norsk merkeordning spesielt rettet mot små og mellomstore bedrifter. Målet er at virksomheten skal få hjelp med å gjøre en miljøanalyse og sette opp en handlingsplan for å redusere sin miljøbelastning. Det stilles krav som alle Miljøfyrtårn-sertifiserte bedrifter må oppfylle samt spesifikke bransjekrav. Sertifiseringen er gyldig i 3 år. Pr. 12. desember 2014 var det 185 miljøfyrtårn-sertifiserte dagligvarebutikker i Norge[10]. Generelt er kravene Miljøfyrtårn stiller mindre strenge enn Svanens krav. De bransjespesifikke kravene til dagligvarebutikker omfatter sortimentskrav og energikrav. Miljøfyrtårn har ingen grenseverdi for energi, men stiller teknikkstyrende krav til eksempelvis at varme fra kjøl- og fryseanlegg skal gjenvinnes. Tilsvarende er det for krav til avfall; Det er ingen grenseverdi for restavfall eller matsvinn, men butikken skal sortere avfall og lage en plan for å redusere matsvinn.

KRAV:

KRAV er en svensk merkeordning for mat, men det finnes kriterier også for dagligvarebutikker. Det finnes rundt regnet 800 KRAV-sertifiserte dagligvarebutikker[11]. Hovedfokuset i kriteriene er på salg av KRAV-merkede produkter gjennom tydelig skilting av produkter og god kunnskap hos personalet. Butikkene skal også arbeide for å redusere sitt energiforbruk, men det finnes ingen grenseverdi for hvor mye energi butikken kan bruke.

Grøn Butik:

Grøn Butik er et dansk konsept som er et resultat av et samarbeid mellom Københavns Miljønetværk, Albertslund Kommune og Energitjenesten[12]. Energitjenesten, hvis mål er å fremme energibesparelser og legge til rette for overgangen til en bæredyktig energiforsyning, drifter i dag ordningen. Grøn Butik er i hovedsak et miljøledelsessystem der butikkene gjør en energi- og miljøgjennomgang. Basert på konklusjoner fra denne skal butikken velge seg minst 3 satsningsområder årlig, eksempelvis elforbruk, varmeforbruk, vannforbruk, kjemiske stoffer, transport eller avfallshåndtering. Butikken skal delta i, eller selv gjennomføre, en miljøkampanje i året. Sertifikatet utstedes for ett år,

[8] Naturskyddsföreningen, Bra Miljöval, Livsmedelsbutik Kriterier 2013:3
[9] www.naturskyddsföreningen.se/bra-miljoval/butiker, 2015-01-30
[10] www.miljofyrtarn.no, 2015-01-30
[11] www.krav.se/sok-foretag, 2015-01.30
[12] www.energitjenesten.dk/hvem-star-bag-gron-butik.html, 2015-01-30

deretter vurderes butikkens resultater i forhold til de valgte satsningsområder før nytt sertifikat gis.

LEED/BREEAM:

Det er mulig å sertifisere butikker etter ulike standarder for bygg. Det er selve bygget som sertifiseres, ikke driften. Eksempler på standarder er BREEAM og LEED. I Finland har flere aktører på dagligvaremarkedet LEED-sertifiserte bygg. I Danmark begynner også enkelte kjeder å LEED-sertifisere seg.

ISO 14001/EMAS:

Et miljøledelsessystem skal hjelpe en virksomhet til å ha "orden i eget hus". Med et miljøstyringssystem kan en bedrift vise at de jobber med å redusere miljøbelastningen sin og at de oppfyller myndighetenes krav. Bedriften setter seg noen miljømål, og lager så en strategi for hvordan målene skal nås. Miljøstyringssystemer setter ingen krav til bedriftens ambisjonsnivå. De mest vanlige miljøledelsessystemene er den internasjonale standarden ISO 14001 og EMAS som er utviklet av EU. Dagligvarebutikker kan sertifisere seg etter begge disse systemene, men det er lite utbredt.

3 Om revisjonen

3.1 Mål med revisjonen

Hovedmål

Revisjonens overordnede mål har vært å ta frem en ny versjon av kriterier for svanemerking av dagligvarebutikker - versjon 3. I den forbindelse har også arbeidet med å utvikle et nytt webbasert søknadsverktøy til behandling av søknader stått sentralt. I dette søknadsverktøyet inngår et energiverktøy til beregning av butikkenes energieffektivitet. Dette verktøyet har også blitt oppdatert i henhold til de justeringene som er foreslått for kravene til energi.

Delmål

Revisjonen av versjon 2 av kriteriene for dagligvarebutikker er gjort ut ifra følgende delmål:

- Det skal utvikles en ny kriteriemodell som gjør det mulig å svanemerke hele butikkjeder. Produktgruppedefinisjonen skal inkludere en liste over de grunnforutsetninger som må være på plass for at en kjede skal kunne søke. Den nye kriteriemodellen skal avstemmes med store nordiske butikkjeder i forkant av høring.
- Krav med lav RPS skal fjernes for å redusere arbeids- og dokumentasjonsbyrden knyttet til en søknad. Evalueringen pekte på en rekke krav som ikke kan sies å ha gitt ønsket miljøeffekt. Revisjonen vil arbeide videre ut ifra de konklusjonene som der ble lagt frem.
- Energiverktøyet skal videreutvikles i forhold til hvordan resultatene presenteres. Det skal bli mulig for kundene å sammenlikne seg med et gjennomsnitt for andre svanemerkede butikker samt å følge sitt eget energiforbruk kvartalsvis.
- Om mulig skal det tas frem et krav på omsetning av økologiske og miljømerkede produkter. Kravet til sortiment skal forøvrig skjerpes for Sverige og Danmark.

Definisjonen av økologisk og hvilke merkeordninger som skal regnes som miljømerket skal gjennomgås og samkjøres med arbeidet som ble gjort under revisjonen av kriteriene for hotell, restaurant og konferanse der det er relevant.

- Grenseverdiene for avfall skal skjerpes. Samtidig må grensene oppdateres i forhold til matpriser og valuta.
- Muligheten for å ta frem et krav på matsvinn skal undersøkes. Dersom vi ser at det ikke er mulig å innføre en grenseverdi, skal det vurderes å inkludere krav som kan styre mot mindre matsvinn.
- Kravene til miljøledelse skal gjennomgås med tanke på å gjøre de relevante og nyttige for butikker/kjeder. Mer bruk av internkontroll skal være et fokuspunkt.

Målet om at butikker skal kunne sammenlikne sine energiindex-verdier med andre svanemerkede butikker er en funksjon i søknadsverktøyet Nordisk Miljømerking har utviklet for dagligvarebutikker.

3.2 Om denne revisjon

Prosjektet er gjennomført som et internt prosjekt i Nordisk Miljømerking. P2 Energi, tidligere Partor, har vært innleid for å foreta justeringer i energiverktøyet. Det var også de som utviklet verktøyet i forbindelse med versjon 2.

Marte Kjølberg Thommesen har vært prosjektleder under revisjonen. Faglig rådgiver har vært Per Sandell. I øvrig har input fra bransjen blitt samlet inn via de respektive nasjonale sekretariatene der Lise Glad (D), Anders Ødegaard Gammelsrud (N), Harri Hotulainen (F) og Elsa Levinson (S) har vært kontaktpersoner mot dagligvarebutikkene.

Under høringen vil kravene og søknadsverktøyet testes på et utvalg dagligvarebutikker. På bakgrunn av høringskommentarer og resultatene fra testingen av kravene, vil det bli gjort justeringer i forslaget som deretter skal opp til beslutning i Nordisk Miljømerkingsnemd.

4 Bakgrunn for kravene

4.1 Generelt

I delkapittelet "Hva kan svanemerkes" i kriteriedokumentet for dagligvarebutikker står det innledningsvis at butikken skal ha et bredt sortiment innenfor flere varegrupper og at omsetningen av dagligvarer skal være minst 50 % av total omsetning.

Bakgrunnen for et slikt utgangspunkt i produktgruppedefinisjonen er å sikre at Nordisk Miljømerking sertifiserer butikker der vi har identifisert at det er relevant å stille miljøkrav, der vi ser vi det er forskjeller i bransjen og der Svanen kan være med å skille ut de miljømessig sett beste butikkene.

4.1.1 Andel dagligvare av total omsetning

Kravene Nordisk Miljømerking stiller skal være aktuelle for alle som søker. Eksempelvis er kravene til sortiment satt ut ifra forutsetningene en tradisjonell dagligvarebutikk har til å selge miljømerkede produkter. For et stormarked der store deler av omsetningen

kommer fra salg av varer som støvsugere, stekepanner, klær etc., er utgangspunktet for å oppfylle Svanens krav på dette området et helt annet.

Krav O1 har til hensikt å skille ut de butikkene som selger en høy andel varer som ikke er dagligvarer.

O1 Andel dagligvare av total omsetning

Virksomheten som søker om lisens skal ha en omsetning av dagligvarer som utgjør mer enn 50 % av virksomhetens totale omsetning.

Butikkjeder skal oppfylle kravet på kjedenivå. Det innebærer at andelen dagligvare av total omsetning skal beregnes for kjeden som helhet.

Dagligvarer er i denne sammenheng definert som varer som er forventet å konsumeres eller brukes opp innen en begrenset tid. En dagligvare kan være enten mat/drikke eller en forbruksartikkel. En liste over hvilke varer som regnes som forbrukesartikler er gitt i bilag 1 i dette dokumentet. Noen eksempler er husholdningspapir, rengjøringsmidler og hygieneartikler.

✉ Oppgi virksomhetens totale omsetning av dagligvarer eksklusiv moms i Svanens elektroniske søknadsguide. Utgå fra de siste 12 måneders salgsstatistikk.

4.1.2 Sortimentsbredde

Krav O2 har til hensikt å skille ut de butikker som kun selger varer innenfor et fåtall produkter, eksempelvis brødbutikker, frukt- og grøntbutikker eller internettbutikker som kun selger sjokolade. Igjen handler avgrensningen om å sikre at kravene Nordisk Miljømerking er relevante for alle søkere. Å stille et energikrav som er relevant for både en tradisjonell dagligvarebutikk med et stor kjøle- og frysebehov og en spesialbutikk som kun selger en varetype og der kjøle- og frysebehovet er begrenset, ville vært svært vanskelig.

Nordisk Miljømerking har valgt å skille ut spesialforretningene gjennom et krav om at butikken må selge varer innenfor minst 10 av 18 oppgitte produktkategorier - et nivå Nordisk Miljømerking må oppfylles for å sikre kravenes relevans.

O2 Sortimentsbredde

Dagligvarebutikken skal selge dagligvarer innenfor minst 10 av produktkategoriene i tabellen under.

Butikkjeder skal oppfylle kravet for samtlige enheter som inngår i lisensen. Det kan enten gjøres ved at kjedens butikker selger varer innenfor samme kategorier, eller ved at butikkene i kjeden har en felles avtale om å selge varer innenfor minst 10 kategorier og der disse kan variere fra en butikk til en annen.

	Produktkategorier med eksempler på varer
1	Frukt og grønt inkl. ferske urter og krydder
2	Kjøtt og fisk - ferskt/konservert: Rene kjøtt- og fiskeprodukter, kjøtt- og fiskeboller, kjøtt- og fiskekaker, pølser, konservert sild, fersk pasta Ferdigmat: Ertesuppe, grøt, pannekaker
3	Pålegg: Ost, tofu, sylte, leverpostei, skinke, pølse, kryddersmør, kaviar
4	Meieri: Melk, rømme, syrnede melkeprodukter, yoghurt, fløte, creme fraiche, smør, egg og juice
5	Bakervarer:

	Ferske brød, knekkebrød, kjeks, kaker, strøbrød
6	Drikke: Øl, brus, mineralvann saft, soya- ris- og havredrikk
7	Kaffe, te, kakao
8	Konserver på glass, boks og papp, krydder, tørrhalvfabrikat
9	Barnemat inkl. grøt, velling, mellommåltider og drikke
10	Korn- og bakervarer: Gryn, mel, ris, pasta, quinoa, couscous, frokostblandinger, sukker, melis, sirup, honning, vaniljesukker, nøtter, tørket frukt
11	Sjokolade, godteri, snacksnøtter og potetchips
12	Frysevarer: Grønnsaker, fisk, kjøtt og ferdigretter
13	Iskrem og fryste bær
14	Kontorpapir, skriveblokker, konvolutter, tegneblokker, bøker, gratulasjonskort, innpakningspapir, aviser
15	Lyskilder og batterier
16	Husholdnings- og toalettpapir, papirlommetørklær, servietter, levende lys, bakepapir, muffinsformer, kaffefilter
17	Husholdningskjemikalier: Maskinoppvask, håndoppvask, allrengjøring, sanitærrengjøring, tekstilvaskemidler, spesialrengjøring
18	Hygieneprodukter: Sjampo, håndsåpe, dusjsåpe, kosmetikk, tamponger, truseinnlegg, bleier, bomull, bomullspinner

✉ Bekreft at dagligvarebutikken selger varer innenfor minst 10 av de oppgitte produktkategoriene i Svanens elektroniske søknadsguide.

4.2 Krav på opprettholdelse av lisens

4.2.1 Årlig rapportering

Troverdigheten er viktig dersom et miljømerke skal fungere i markedet. Lisensinnehaverne må derfor vise at de ikke bare oppfyller Svanens krav ved tidspunktet for søknad. De må også kunne vise at de gjør det i hele lisensens gyldighetstid.

Det er ikke bare interne beslutninger som er avgjørende for om en butikk skal oppfylle Svanens krav i hele lisensens gyldighetstid. Krav fra myndigheter og forandringer på markedet kan endre forutsetningene butikken har for å oppfylle sin forpliktelse i forhold til Svanemerket. Her er to eksempler:

- Et EU-direktiv om utfasing av kjølemedier gjør at de fleste butikker kommer til å behøve å bygge om sine kjøl- og fryseanlegg. Det kan medføre en stor forandring i butikkens energieffektivitet og er noe som må følges opp.
- Etterspørselen etter økologiske produkter har økt kraftig de seneste årene. Markedet kan av ulike årsaker endres slik at tilbudet av økologiske varer i en periode er lavere enn ved søknadstidspunktet.

I en dagligvarebutikk, så vel som på de fleste arbeidsplasser, har de fleste ansatte flere arbeidsoppgaver som pågår samtidig. I en slik verden er det viktig at det finnes en kontrollfunksjon som sikrer at Svanens krav overholdes over tid. Nordisk Miljømerking anser at den beste måten å gjøre dette på er at lisensinnehavere årlig rapporterer på sentrale parametere for Svanelisensen. Dette gjøres i Svanens elektroniske søknadsguide.

Lisensinnehavere vil motta mail som påminnelse om frist for rapportering. Dersom det oppdages avvik i forbindelse med årlig rapportering, vil lisensinnehaver få tilbakemelding om dette og en frist for å rette opp avviket. Om avviket ikke rettes opp, kan Nordisk Miljømerking trekke lisensen.

O3 Årlig rapportering

Butikken skal ved årlig rapportering til Nordisk Miljømerking sikre at kravene etterleves i hele lisensens gyldighetstid.

Områder butikken skal rapportere på vil varierer fra år til år og kan eksempelvis være salgsandel av økologisk mat og drikke, energiforbruk og avfallsmengder.

Lisensinnehavere mottar mail om når rapportering skal skje.

✉ Rapporter på de områder det ønskes opplysninger om i Svanens elektroniske søknadsguide innen fristen for rapporteringen går ut.

4.2.2 Ansvarlige personer mot Nordisk Miljømerking

I dagligvarebransjen kan høy turn-over blant personalet være en utfordring. Så også i forhold til svanemerking av butikken. Når en person som har hatt ansvar for å ta frem dokumentasjon og å gjennomføre årlige rapporteringer slutter, kan viktige erfaringer gå tapt. Videreføring av informasjon og kunnskap til etterfølgende ansvarsperson blir da viktig.

En ansvarlig person skal påse at Svanens krav oppfylles i hele lisensens gyldighetstid og at de årlige rapporteringene gjennomføres. Butikkjeder og internettbutikker som består av flere enheter skal i utgangspunktet ha utpekt én ansvarlig person for lisensen. Men dersom det, ut ifra organisatoriske hensyn, gir mer mening å ha en ansvarlig person per. butikk, kan det søkes om dispensasjon.

Det er verdt å merke seg at ansvarlig person og kontaktperson i denne sammenheng ikke nødvendigvis er den samme. Kontaktpersoner etterspørres i forbindelse med utfylling av søknaden om Svanemerket og er kommunikasjonsleddet mellom butikken og Nordisk Miljømerking. Dersom en søker velger å ha den ansvarlige for lisensen som kontaktperson mot Nordisk Miljømerking, så er det selvfølgelig helt i orden.

O4 Ansvarlige personer

Butikken skal utse en person som er ansvarlig for opprettholdelsen av svanelisensen. Butikken skal underrette Nordisk Miljømerking om personen byttes ut.

Butikkjeder og internettbutikker som består av flere enheter kan angi ansvarlig person for respektive enhet etter avtale med Nordisk Miljømerking.

✉ Oppgi hvem som er ansvarlig for opprettholdelse av lisensen ved søknad om Svanemerket.

4.3 Sortiment

4.3.1 Salg av økologiske produkter

Økologisk mat og drikke

Økologisk mat og drikke gir mindre bruk av bekjempningsmiddel og kunstgjødsel enn konvensjonelle produkter. Samtidig er økologisk produksjon en garanti mot utbredelsen av monokulturer og trusselen mot det biologiske mangfoldet. I en britisk studie fra 2014 fant forskere fra Universitetet i Oxford at økologiske produksjonsgårder økte

artsmangfoldet blant pollinatorer (eksempelvis honningbier) med 30 % sammenliknet med konvensjonelle gårdsbruk[13].

Med økologisk mat og drikke mener Nordisk Miljømerking i denne sammenhengen produkter som er merket etter EUs forordninger EG 834/2007 og EG 203/2012, eksempelvis KRAV, Luomu (Solmärket), Debio, Ø-mærket og Tún-lífrænt.

Markedet for økologisk mat og drikke har økt kraftig siden 2000 verden over. I følge det britiske analyseforetaket Organic Monitor skal markedet ha mer enn tredoblet seg fra 2000 til 2009[14]. Grunnet den økonomiske krisen i 2009 stagnerte veksten noe, men de nordiske markedene har ikke merket effekten av den økonomiske nedgangen på samme måte mange andre av verdens markeder.

Det er store forskjeller mellom de nordiske land når det gjelder salgsandelen økologisk. En kartlegging av produksjon og salg av økologiske varer utført av Bioforsk på oppdrag fra Nordisk Miljømerking for 2013 viser at det selges mest økologiske produkter i Danmark. Her var 8 % av den totale omsetningen av mat og drikke knyttet til økologiske produkter. Tabellen under viser tilsvarende tall for de andre nordiske landene. Det har ikke lyktes å oppdrive data for Island.

Tabell 2: Tabellen viser henholdsvis omsetningen av økologisk mat og drikke samt den prosentvise andelen økologisk av total omsetning for nordiske land for 2013[15].

	Omsetning av økologisk (mill. €)	% økologisk av total omsetning
Danmark	758	8,0
Finland	202	1,6
Norge	162	1,2
Sverige	870	3,8

En status for salg av økologisk mat og drikke fra svenske Ecoweb for første halvår av 2015 viser en markant oppgang i Sverige de siste par årene. Ved årskiftet 2014/2015 stod salget av økologisk mat og drikke for 5 % av total omsetning. Status et halvt år senere var 7,5 % [16]. Samme kilde oppgir at Danmark antas å lande på 8 % for 2015. For Sverige sin del omfatter tallene også KRAV-merket fisk - d.v.s. villfanget fisk sertifisert etter KRAV sin standard.

Bærekraftig fiske

Det marine økosystemet utsettes for en rekke ulike trusler som eksempelvis overfiske, klimaforandringer, overgjødsling og forurensing. På tross av at det internasjonale fisket reguleres gjennom internasjonale fiskeavtaler og nasjonale konsesjoner og kvoter, er bestandssituasjonen for noen kommersielt utnyttede fiskebestander utilfredsstillende. I følge en rapport om biodiversitet som Albaeco, Sensegroup og U&We skrevet på oppdrag for Nordisk Miljømerking i 2012, var 84 % av verdens fiskerier fullt utnyttet eller overutnyttet i 2008. Tilsvarende tall for 1995 var 66 % [17].

[13] Tuck, S., L., Winqvist, C., Mota, F., Ahnström, J., Turnbull, L., A., Bengtsson, J.:"Land-use intensity and the effects of organic farming on biodiversity: a hierarchical meta-analysis", Journal of Applied Ecology, 2014, 51, s 746-755
[14] www.ekomatcentrum.se/index.htm
[15] Solemdal, L., Friis Pedersen, S., "Økologisk mat i de nordiske landene - tilgang på råvarer og faktorer som påvirker omsetning av økologisk mat", Biofosk, 2014
[16] Ecoweb; "Halvårsrapport 2015"
[17] Albaeco, Sensegroup, U&We:

EU-forordningene EG 834/2007 og EG 203/2012 gir et regelverk for hvordan produkter som skal kalles økologiske må være produsert. Viltfanget fisk og skalldyr er ikke en del av denne forordningen - noe som innebærer at viltfanget fisk og skalldyr ikke kan kalles økologisk etter de nevnte forordninger. Derimot finnes det sertifiseringsordninger for fisk og skalldyr. Sertifiseringene skal sikre at råvaren kommer fra et bærekraftig fiske. Det kan være store forskjeller mellom ulike sertifiseringsordninger og derigjennom de krav de stiller på fiskeriene som ønsker å sertifiseres. Nordisk miljømerking har satt opp et sett med krav til standard og sertifiseringssytem for fiskeri. De er gitt i bilag 2 til dette dokumentet. For at Nordisk miljømerking skal kunne godkjenne et produkt som sertifisert, så må standarden og systemet det er sertifisert etter, oppfylle de oppsatte krav. For fiskeri har Nordisk Miljømerking per i dag har godkjent KRAV, Debio og MSC.

Motiv for krav

Vurderingen av relevans, potensial og styrbarhet i kapittel 2 i dette dokumentet peker ut sortimentet som et av de mest sentrale miljøområdene for en butikk. Her er relevansen høy, potensialet stort, mens styrbarheten er middels. Sistnevnte skyldes at det i stor grad er kundenes etterspørsel som styrer butikkenes valg av varer i hyllene. Og dersom butikken ikke tilbyr sine kunder det de ønsker, vil de velge å gjøre sine innkjøp i en annen butikk. På den annen side er det flere tiltak butikkene kan gjøre for å øke salget av en vare. Eksempler på dette er å gi kunden informasjon om hvor de finner de aktuelle produktene eller å avholde kampanjer for å øke salget.

Nordisk Miljømerking ønsker å stimulere til økt produksjon og salg av økologiske produkter og sertifisert fisk. Dette gjør vi delvis gjennom et obligatorisk krav til hvor stor andel av total omsetning som må komme fra salg av økologiske produkter og sertifisert fisk. I tillegg gis det poeng dersom butikkens omsetning av økologiske varer og sertifisert fisk er over det obligatoriske nivået. Desto høyere andel økologisk/sertifisert, desto flere poeng gis.

For å ta hensyn til forskjeller mellom de nordiske landene når det gjelder både tilbud og etterspørsel av økologisk mat og drikke, er kravet differensiert. Det stilles strengere krav til de danske og svenske dagligvarebutikkene enn det gjør til de finske, norske og islandske. Dersom vi ikke hadde skilt mellom landene på denne måten ville kravet enten blitt for lett for svenske og danske butikker å oppfylle eller for vanskelige for finske, islandske og norske butikker å klare.

Nivåene i det obligatoriske kravet er satt litt over det som er den gjennomsnittlige salgsandelen økologisk/sertifisert i de respektive landene - se tabell 2 samt statusrapport fra Ecoweb for første halvår av 2015. Poengkravet er bygget opp på en måte som særlig skal stimulere til økt salg for de butikker som ligger lavt i andel økologisk/sertifisert.

For butikkjeder som består av flere enheter, skal det obligatoriske kravet oppfylles på kjedenivå. Salgsandel økologisk/sertifisert blir da kjedens totale omsetning av økologisk mat og drikke og sertifisert fisk sett i forhold til kjedens totale omsetning av all mat og drikke (økologisk + sertifisert + konvensjonell). Kjeden skal kunne dokumentere sin omsetning av økologiske og sertifiserte produkter ved å vise til kjedens salgsstatistikk eller tilsvarende.

O5 Salg av økologisk mat og drikke og produkter fra bærekraftig fiske

Salgsandelen av økologisk mat og drikke samt produkter fra bærekraftig fiske skal være minst 1,7 % for norske og finske butikker, 6 % for svenske butikker og minst 8,5 % for danske butikker. Det stilles ikke et obligatorisk krav til islandske butikker.

Salgsandelen beregnes på følgende måte:

$$x\,\% = \frac{Omsetning\ av\ økologiske\ mat\ og\ drikke + omsetning\ av\ produkter\ fra\ bærekraftig\ fiske}{\text{Total omsetning av mat og drikke}}$$

Salgsandelen skal beregnes ut i fra omsetningen eksklusiv moms.

Butikkjeder og internettbutikker som består av flere enheter skal oppfylle kravet på kjedenivå. Det innebærer at salgsandelen skal beregnes for de butikker som inngår i søknaden som helhet.

Salgsandelen skal baseres på statistikk fra de siste 12 måneder. Nordisk Miljømerking kan, etter avtale, akseptere statistikk for en kortere periode dersom perioden er representativ for normal drift.

Kravet kan også oppfylles basert på innkjøpsandel.

Med økologisk mat og drikke menes i denne sammenhengen produkter som er merket etter EUs forordninger EG 834/2007 og EG 203/2012, eksempelvis EU-merket for økologi, KRAV, Luomu, Debio, Ø-mærket og Tún-lífrænt.

Bærekraftig fiske er her definert som MSC-sertifisert fiske, eller fiske sertifisert etter KRAV sine regler for viltfanget fisk og skalldyr. Andre standarder for bærekraftig fiske kan godkjennes ved behov av Nordisk Miljømerking. De skal da oppfylle kravene på standard og sertifiseringssystem gitt i bilag 2.

✉ Oppgi omsetningen av økologisk mat og drikke samt produkter fra bærekraftige fiske eksklusiv moms i Svanens elektroniske søknadsguide.

✉ Oppgi total omsetning av mat og drikke eksklusiv moms i Svanens elektroniske søknadsguide.

✉ Last opp underlag som bekrefter salgsstatistikken som etterspørres i Svanens elektroniske søknadsguide.

P1 Høyt salg av økologiske produkter og produkter fra bærekraftig fiske

Butikken får poeng i henhold til tabellen under dersom salgsandelen av økologisk mat og drikke og produkter fra bærekraftig fiske er høyere enn det obligatoriske kravet tilsier. Butikkjeder og internettbutikker som består av flere enheter får poeng på bakgrunn av kjedens salgsandel beregnet i O5.

Poeng	Island	Danmark	Norge	Finland	Sverige
1	≥ 0,5 %	≥ 8,8 %	≥ 1,8 %	≥ 1,8 %	≥ 6,5 %
2	≥ 0,6 %	≥ 9,0 %	≥ 1,9 %	≥ 1,9 %	≥ 7,0 %
3	≥ 0,8 %	≥ 10 %	≥ 2,2 %	≥ 2,2 %	≥ 8,0 %
4	≥ 1,0 %	≥ 11 %	≥ 2,5 %	≥ 2,5 %	≥ 9,0 %
5	≥ 1,5 %	≥ 13 %	≥ 2,9 %	≥ 2,9 %	≥ 10 %
6	≥ 2,0 %	≥ 15 %	≥ 3,3 %	≥ 3,3 %	≥ 12 %
7	≥ 2,5 %	≥ 17 %	≥ 3,7 %	≥ 3,7 %	≥ 14 %
8	≥ 3,2 %	≥ 20 %	≥ 4,5 %	≥ 4,5 %	≥ 16 %
9	≥ 3,9 %	≥ 23 %	≥ 5,3 %	≥ 5,3 %	≥ 18 %
10	≥ 4,6 %	≥ 26 %	≥ 6,1 %	≥ 6,1 %	≥ 20 %

Det gis ulikt antall poeng fra land til land grunnet forskjeller i tilgjengeligheten av økologiske produkter og produkter fra bærekraftig fiske.

Svanens elektroniske søknadsguide regner automatisk ut antall poeng basert på opplysninger gitt i O5.

4.3.2 Salg av miljømerkede produkter

Ulike miljømerker

Produksjon og bruk av de fleste forbruksartikler og spesialprodukter gir en negativ miljøpåvirkning. Hvor stor den er, varierer fra ett produkt til et annet. For å styre forbrukere mot de miljømessig sett beste produktene, finnes det mange ulike miljømerker på markedet. Flere av disse er vanlige å se i en dagligvarebutikk. Noen merkeordninger er mer for egenerklæringer å regne. Andre gir en garanti for kun en del av produktets livsløp. Andre igjen er livsløpsbaserte sertifiseringsordninger i regi av en uavhengig tredjepart og i tråd med ISO14024 standardens type 1 miljømerker. Det kan altså være store forskjeller i hva et miljømerke forsøker å formidle forbrukerne.

Her følger en oversikt over noen typer miljømerker og hva som kjennetegner de:

Miljømerker type 1 etter ISO 14024-standarden: Det er mange krav som stilles til et miljømerke av denne typen. Helt sentralt er det at det er en livsløpsbetraktning bak de krav som stilles. Utover det skal kravene være målbare og tidsbestemte. Sertifiseringen skal dessuten utføres av en uavhengig tredjepart. Svanen er et slikt miljømerke. Andre eksempler er EU-Ecolabel og Bra Miljöval.

Merkeordninger som gir en garanti for en begrenset del av produktets livsløp: I denne kategorien finnes det mange merker. FSC (Forest Stewardship Council) er en av disse. FSC er en sertifiseringsordning for treråvare og er en garanti for at skogsdriften er bærekraftig. Den sier derimot ingenting om produktet råvaren er videreforedlet til. Papir og møbler kan bære et FSC-merke. Det betyr altså at treråvaren er bærekraftig, men produksjonen av papiret eller møbelet vet man ingenting om.

Private merkeordninger: Merker som er utviklet av en produsent eller en leverandør med tanke på å markedsføre seg på miljø. Her er det sjelden åpenhet rundt hvilke krav som gjelder. Det er dessuten produsenten selv som "går god" for produktet slik at merket er mer som en egenerklæring å regne.

Motiv for krav

Nordisk Miljømerking ønsker å minske miljøpåvirkningen og hjelpe kundene å velge miljømessig sett bedre alternativer gjennom å stimulere til økt salg av miljømerkede produkter. Dette gjør vi delvis gjennom et obligatorisk krav til hvor stor andel av total omsetning som må komme fra salg av miljømerkede forbruksartikler (O6). I tillegg gis det poeng dersom butikkens omsetning av miljømerkede forbruksartikler er over det obligatoriske nivået (P2). Desto høyere andel miljømerket, desto flere poeng gis.

Noen dagligvarebutikker har en høy omsetning av spesialprodukter. Spesialprodukter er i denne sammenhengen definert som produkter som ikke er dagligvare og som man ikke nødvendigvis kan forvente å finne i en vanlig dagligvarebutikk. Eksempler på spesialprodukter er kopipapir, tegneblokker, penner, møbler og maling. For de fleste dagligvarebutikker er omsetningen av slike produkter relativt begrenset og sjelden over 10 %. Men i de tilfeller der omsetningen er høy, blir det også desto mer relevant for Nordisk Miljømerking å stille krav. Krav O7 stilles derfor kun til butikker med en omsetning av spesialprodukter på over 10 % og sikrer at det er et tilbud av miljømerkede

produkter også her. Bakgrunnen for at spesialprodukter er holdt utenfor krav O6 og P2, er den relativt høye kostprisen knyttet til varer i denne kategorien. Når det samtidig pr. i dag er et begrenset utvalg av miljømerkede spesialprodukter, så ville butikker med høy omsetning spesialprodukter kommet svært dårlig ut dersom O6 og P2 også omfattet spesialprodukter.

For å være sikker på at salget av miljømerkede produkter faktisk gir miljøgevinst, har Nordisk Miljømerking valgt å kun godkjenne type 1 merker etter ISO 14024 som miljømerker. Ut ifra en vurdering av hvilke type 1 miljømerker som er vanlige på det nordiske markedet, regnes Svanemerket, EU-Ecolabel, Bra Miljöval, TCO og GOTS som godkjente miljømerker i denne sammenhengen. TCO er en sertifiseringsordning for IT-produkter, mens GOTS er en sertifiseringsordning for tekstiler. Begge merkene er altså knyttet til det vi kaller spesialprodukter. Dette er grunnen til at kun Svanemerket, EU-Ecolabel og Bra Miljöval nevnes i kravet til forbruksartikler, mens alle fem er med i definisjonen av miljømerker i kravet til spesialprodukter.

For å ta hensyn til forskjeller mellom de nordiske landene når det gjelder både tilbud av miljømerkede produkter, er kravene differensiert. Det stilles strengere krav til de danske og svenske dagligvarebutikkene enn det gjør til de finske, norske og islandske. Dersom vi ikke hadde skilt mellom landene på denne måten ville kravet enten blitt for lett for svenske og danske butikker å oppfylle eller for vanskelige for finske, islandske og norske butikker å klare.

Kravnivåene er satt ut ifra salgsstatistikk fra bransjen.

For butikkjeder som består av flere enheter, skal det obligatoriske kravet oppfylles på kjedenivå. Salgsandel miljømerket blir da kjedens totale omsetning av miljømerkede forbruksartikler sett i forhold til kjedens totale omsetning av alle forbruksartikler. Kjeden skal kunne dokumentere sin omsetning av miljømerkede produkter ved å vise til kjedens salgsstatistikk eller tilsvarende.

O6 Salg av miljømerkede forbruksartikler

Salgsandelen av miljømerkede forbruksartikler skal være minst 20 % for svenske og danske butikker, 15 % for norske butikker og 9 % for finske butikker. Det stilles ikke et obligatorisk krav til islandske butikker.

Salgsandelen beregnes på følgende måte:

$$\text{x \%} = \frac{\text{Omsetning av miljømerkede forbruksartikler}}{\text{Total omsetning av forbruksartikler}}$$

Salgsandelen skal beregnes ut i fra omsetningen eksklusiv moms.

Butikkjeder og internettbutikker som består av flere enheter skal oppfylle kravet som et gjennomsnitt på kjedenivå. Det innebærer at salgsandelen skal beregnes for de butikker som inngår i søknaden som helhet.

Salgsandelen skal baseres på statistikk fra de siste 12 måneder. Nordisk Miljømerking kan, etter avtale, akseptere statistikk for en kortere periode dersom perioden er representativ for normal drift og dersom kravet til salgsandel oppfylles med god margin.

Kravet kan også oppfylles basert på innkjøpsandel.

Som miljømerket regnes i denne sammenheng produkter merket med Svanen, EU-Ecolabel og Bra Miljöval.

En liste over hvilke varer som er definert som forbruksartikler er gitt i bilag 1.

✉ Oppgi omsetningen av miljømerkede forbruksartikler eksklusiv moms i Svanens elektroniske søknadsguide.

☒ Oppgi total omsetning av forbruksartikler eksklusiv moms i Svanens elektroniske søknadsguide.

☒ Last opp underlag som bekrefter salgsstatistikken som etterspørres i Svanens elektroniske søknadsguide.

P2 Høyt salg av miljømerkede forbruksartikler

Butikken får poeng etter tabellen under dersom salgsandelen av miljømerkede forbruksartikler er høyere enn det obligatoriske kravet tilsier. Butikkjeder og internettbutikker som består av flere enheter får poeng på bakgrunn av salgsandelen beregnet i O6.

Poeng	Island	Danmark	Norge	Finland	Sverige
1	≥ 2,5 %	≥ 21 %	≥ 16 %	≥ 10 %	≥ 21 %
2	≥ 3,0 %	≥ 22 %	≥ 17 %	≥ 11 %	≥ 22 %
3	≥ 4,0 %	≥ 24 %	≥ 19 %	≥ 12 %	≥ 24 %
4	≥ 5,0 %	≥ 26 %	≥ 21 %	≥ 14 %	≥ 26 %
5	≥ 7,0 %	≥ 29 %	≥ 24 %	≥ 16 %	≥ 29 %
6	≥ 9,0 %	≥ 32 %	≥ 27 %	≥ 18 %	≥ 32 %
7	≥ 11 %	≥ 35 %	≥ 30 %	≥ 21 %	≥ 35 %
8	≥ 15 %	≥ 40 %	≥ 35 %	≥ 23 %	≥ 40 %
9	≥ 19 %	≥ 45 %	≥ 40 %	≥ 27 %	≥ 45 %
10	≥ 23 %	≥ 50 %	≥ 45 %	≥ 32 %	≥ 50 %

Det gis ulikt antall poeng fra land til land grunnet forskjeller i tilgjengeligheten av miljømerkede produkter.

Svanens elektroniske søknadsguide regner automatisk ut antall poeng basert på opplysninger gitt i O6.

O7 Salg av miljømerkede spesialprodukter

Kravet gjelder butikker med en omsetning av spesialprodukter på mer enn 10 % av total omsetning. Det stilles ikke et obligatorisk krav til islandske butikker.

Butikken skal ha minst det antall miljømerkede produkter innen respektive kategori som er oppgitt i tabellen nedenfor. Dersom butikken ikke har et sortimentsutvalg i en kategori, stilles det ingen krav på antallet miljømerkede produkter.

Butikkjeder og internettbutikker som består av flere enheter bedømmes som en helhet. Det innebærer at samtlige enheter som inngår i lisensen må ha en felles policy i forhold til produkter i tabellen under og gis poeng etter det.

Kategori	Danmark	Norge	Finland	Sverige
Tegnebøker, bøker, innpakningspapir, lim, penner, hobbymaling, vannfarger, fingermaling og kritt	3	3	2	6
Klær, sko, frotté og sengetøy	1	2	1	2
Møbler, utemøbler, leketøy, utendørs lekeredskaper, gulv, vedovn, maling, avfettingsmiddel, bilpleiemiddel og spylervæske	2	2	1	2
TV, PC, skjermer og skrivere	1	1	1	1

Med spesialprodukter menes i denne sammenhengen produkter som hverken er mat/drikke eller forbruksartikler.

Som miljømerket menes produkter merket med Svanen, EU-Ecolabel, Bra Miljöval, GOTS og TCO.

Kravet vil kun vises i søknadsguiden dersom søker har en omsetningen av spesialprodukter på over 10 %. Andel av omsetningen som kommer fra salg av spesialprodukter beregnes på bakgrunn av opplysninger gitt i søknaden og i O1.

☒ Oppgi hvilke produktkategorier det selges varer i Svanens elektroniske søknadsguide.

☒ Oppgi hvilke miljømerkede produkter som selges innen hver produktkategori i Svanens elektroniske søknadsguide. Oppgi lisensnummer for Svanemerkede produkter.

☒ Last opp bilder som viser de miljømerkede produktene i butikkhyllene i Svanens elektroniske søknadsguide.

4.4 Energiforbruk

Energiforbruk i dagligvarebutikker

Dagligvarebutikker bruker forholdsvis mye energi sammenliknet med øvrig handel. Dette skyldes først og fremst at dagligvarebutikker bruker mye elektrisitet for å drifte sine kjøle- og frysedisker. Tabellen under viser gjennomsnittlig elforbruk hos små, mellomstore og store butikker. Dataene er hentet fra butikker med svanelisens etter versjon 2 og er oppgitt i kWh og millioner svenske kroner. Tallene viser at butikkenes energiforbruk er et relevant område for Nordisk Miljømerking å stile krav.

Tabell 3: Tabellen viser at dagligvarebutikker bruker mye elenergi. Noter at det ikke finnes noe lineær sammenheng mellom omsetning og elforbruk.

Størrelse	Omsetning	Gjennomsnitt
Store	Mer enn 300 MSk	3.400.000 kWh
Mellomstore	Mellom 100 og 300 MSk	2.000.000 kWh
Små	Mindre enn 100 MSk	740.000 kWh

Nesten alt av energiforbruk i en dagligvarebutikk er elektrisitet. Data fra 271 svanemerkede butikker viser at ca. 95 % av energiforbruket er nettopp el. Av de resterende 5 %, dekkes det meste av fjernvarme. Et fåtall butikker bruker olje for oppvarming og fjernkjøling til kjøl og frys.

Siden 2010 har Nordisk Miljømerking stilt krav på energiforbruk i kriteriene for dagligvarebutikker. Under den perioden har vi behandlet mange hundre søknader og i den forbindelse sett hvilke store forskjeller det finnes i bransjen når det gjelder energioptimalisering. Det viser at det finnes et stort potensial for energieffektivisering hos mange virksomheter.

Finske dagligvarebutikker og energieffektivitetsavtaler

Butikker i Finland er omfattet av de nasjonale energieffektivitetsavtalene[18], som er et viktig verktøy for å fremme energieffektiviteten i Finland. Avtalesystemet spiller en sentral rolle i forhold til Finlands gjennomføring av EUs energieffektivitetsdirektiv, 2012/27/EU.

Gjennom avtalene forplikter virksomhetene seg til en stadig forbedring av energieffektiviteten. Dette forutsetter blant annet at virksomhetene kjenner til og følger

[18] http://www.energiatehokkuussopimukset.fi/sv/

opp sitt energiforbruk og er bevisste i forhold egne muligheter til å spare energi. En energikartlegging skal gjennomføres hvert fjerde år. Mulighetene for en mer effektiv bruk av energi skal evalueres hvert år.

I henhold til energieffiktivetsavtalen rapporterer butikkjedene sitt energiforbruk i kWh/m^2.

Nordisk Miljømerking har valgt å ta frem et særfinsk energikrav som baserer seg på måten butikkene i Finland rapporterer sitt energiforbruk på. En forutsetning for at finske butikker skal kunne benytte det særfinske kravet, er at deres data for energiforbruk inkluderer energi i ventilasjon og oppvarming. Dersom de ikke gjør det, eksempelvis fordi butikken ligger som en del av et større kjøpesenter og betaler for deler av sitt energiforbruk gjennom sin leieavtale, så innebærer det at store deler av deres faktiske energiforbruk er ukjent. I slike tilfeller må de finske butikkene oppfylle samme krav som butikker i øvrig Norden som vurderes ut ifra en beregnet energiindex.

Å beregne en butikks energiindex

En dagligvarebutikks energiforbruk bestemmes av mange ulike forhold. Beregningen av en butikks energiindex gjøres i to steg:

I steg 1 regner Nordisk Miljømerking ut hvor mye energi butikken burde bruke forutsatt velfungerende teknikk og at butikkens kjøl- og fryseanlegg har overdekning døgnet rundt. Følgende parametere tas det hensyn til ved beregning av hvor stort energiforbruket bør være.

- Butikkens areal inkludert kontor og lager
- Årsmiddeltemperatur
- Antall meter av ulike typer kjøledisker
- Antall meter av ulike typer frysedisker
- Antallet kjølerom og arealet av disse
- Antallet fryserom og arealet av disse
- Antallet porsjoner mat som butikken lager
- Størrelsen på bakerovner
- Størrelsen på kyllinggriller

Hvor mye produksjon av ferdigmat, bakerovner eller kyllinggriller bidrar med til det totale energiforbruket, varierer mye fra butikk til butikk. Tallmateriale fra butikker med svanselisens viser at i butikker som selger mye ferdigmat kan matlagning gi opphav til opp mot 20 % av det totale elforbruket. Tilsvarende tall for butikker med stort salg av brød som bakes i butikk er 14 %.

I steg 2 sammenliknes det beregnede energibehovet fra steg 1 med hvor mye energi butikken faktisk bruker. Ettersom mange butikker er en del av en større bygningsmasse, har de ikke alltid har kontroll på energien som går til oppvarming og ventilasjon. Mange dagligvarebutikker betaler et tillegg i husleien som dekker ventilasjon og oppvarming, men hvor mye energi som går til å dekke butikkens behov er vanskelig å skille ut. Dersom energi til ventilasjon og oppvarming ikke inngår i en butikks elfaktura, legges det derfor til et tillegg for dette. Hvor stort tillegget er avhenger av butikkens areal og årsmiddeltemperatur.

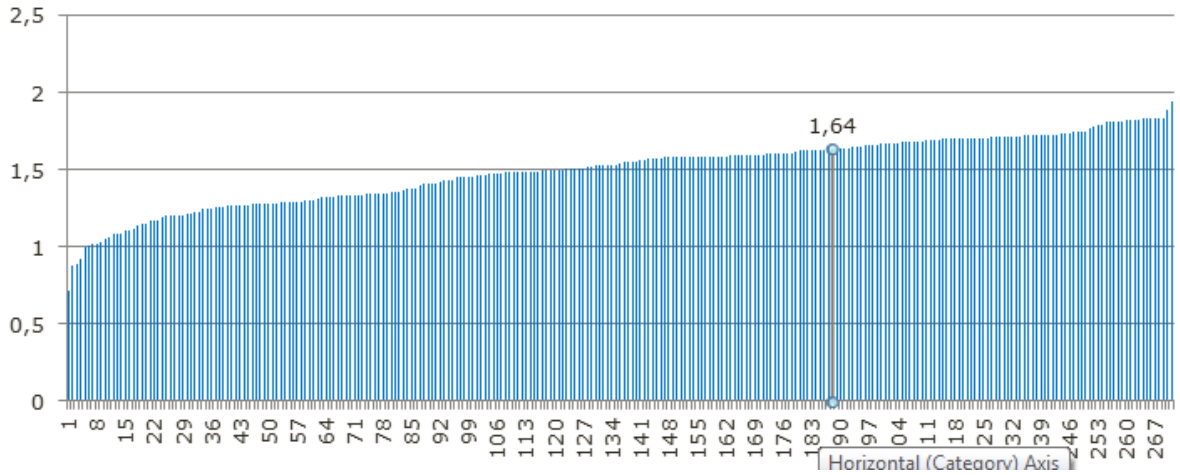
Eksempel:

I steg 1 er energibehovet for en dagligvarebutikk beregnet til å være 800.000 kWh. Butikken kjøper årlig inn 1.000.000 kWh elektrisitet. Ettersom butikken ligger som en del av et kjøpesenter, og ventilasjon og oppvarming ikke inngår i det oppgitte energiforbruket, legges det til et tillegg på 200.000 kWh. Det faktiske energiforbruket blir altså 1.200.000 kWh. Butikken bruker derfor 400.000 kWh mer enn det energibehovet som er beregnet under steg 1.

I forbindelse med revisjonen av versjon 2 av kriteriene for dagligvarebutikker, er det gjort en del forenklinger og justeringer av hvordan energiindexen regnes ut. En oversikt over endringene som er gjort er beskrevet i bilag 3. Endringene har dessverre gjort at det ikke lenger er mulig å sammenlikne en butikks resultater fra versjon 2 til versjon 3.

Diagrammet nedenfor viser energiindex for 271 svanemerkede butikker i perioden 2010 til 2014. Den vertikale aksen representerer index-verdien.

Dersom en butikk har en energiindex på 1, innebærer det at butikken er veldrevet med tanke på energi. En energiindex på 2 representerer en butikk som forbruker dobbelt så mye energi som de egentlig behøver å bruke.



Figur 1: Diagrammet nedenfor viser energiindex for 271 svanemerkede butikker i perioden 2010 til 2014.

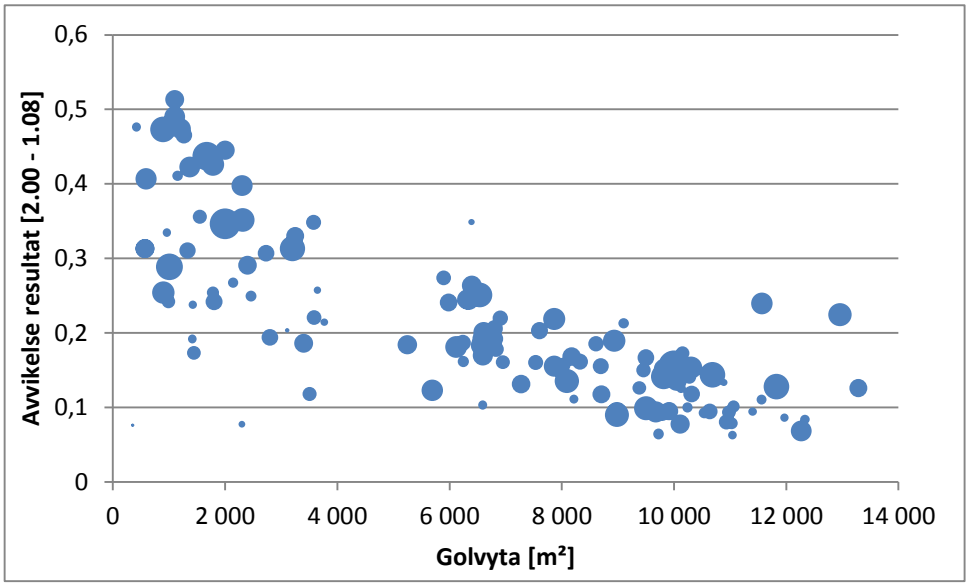
Motiv for krav

Nordisk Miljømerking ønsker å premiere dagligvarebutikker som, ut ifra sine respektive forutsetninger, har et lavt energiforbruk. Det gjøres delvis gjennom et obligatorisk krav til hvor høy index-verdien kan være. Deretter premieres butikker med index-verdier som er lavere enn den obligtoriske grenseverdien i et poengkrav. For finske dagligvarebutikker er det egne grenser som er tilpasset energieffektivitetsavtalene og den rapporteringen som der skjer.

Beregningen av energiindex er avhengig av en rekke forhold i den enkelte butikk, der antall meter kjøle- og frysedisker er helt sentralt. Det gjør at butikkjeder og internettbutikker som består av flere enheter må beregne energiindexen for hver enkelt butikk før resultatene så vektes og gir et resultat for kjeden som helhet. Fordi å sikre at det ikke er enheter innenfor en kjede som har et uforholdsmessig høyt energiforbruk, er det lagt til et krav om at ingen enhet kan avvike mer enn 25 % fra grenseverdien. Det

samme prinsippet gjelder også for finske dagligvarebutikker: Ingen av enhetene i en kjede kan ha et energiforbruk som tilsvarer mer enn 25% av den obligatoriske grenseverdien.

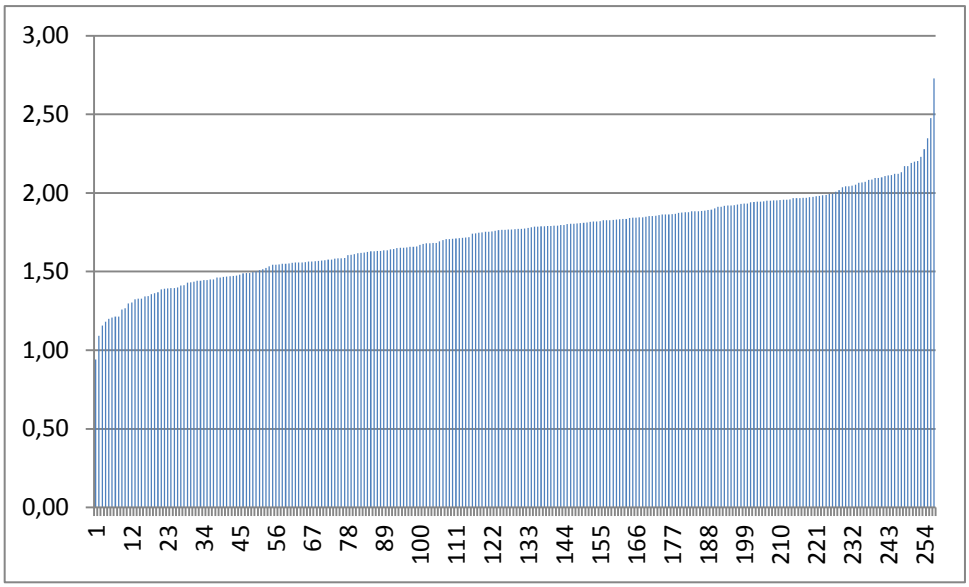
Motivering av kravgrense for danske, svenske, islandske og norske dagligvarebutikker: I versjon 2 ble det obligatoriske kravet strammet flere ganger under gyldighetstiden, og vi ser at nivået med en grenseverdi på 1,6 er et bra nivå for en svanemerket butikk. Vi har derfor hatt et utgangspunkt om å ikke stramme kravgrensen nevneverdig i denne versjonen av kriteriene. Derimot har de tidligere nevnte justeringene av forutsetningene i energiverktøyet gjort at også kravgrensen må justeres. Testing av energiverktøyet viser at butikkene må regne med en høyere energiindex med denne utgaven av energiverktøyet. Det betyr ikke at butikkene nå bruker mer energi eller at kravet er mindre strengt. Figur 2 under viser et utvalg av butikker og hvordan deres resultater varierer med hvilken versjon av energiverktøyet som benyttes. De innmatede data er de samme i begge versjoner av verktøyet, men det er altså forutsetningen i verktøyet som gjør at verdiene endrer seg.



Figur 2: Figuren viser et utvalg butikker og hvor stor avvikelse de har i energiindex når de går fra å bruke energiverktøyet under versjon 2 til å bruke energiverktøyet under versjon 3. Punktenes størrelse indikerer butikkenes resultat - jo større punktet er, jo høyere var energiindexen.

Som figuren viser øker ikke energiindexen like mye for alle butikker. Endringen ligger i intervallet 0,06 til 0,51. Det er først og fremst mindre butikker med et høyt kjølebehov som kommer dårligere ut i ny versjon av energiverktøyet. For noen butikker vil det innebære at de ikke lenger klarer energikravet på tross av at de tidligere har gjort det og på tross av målet om å opprettholde kravnivået fra versjon 2.

Figur 3 viser resultatene for alle butikker med lisens dersom vi overfører alle data til ny versjon av energiverktøyet.



Figur 3: Figuren viser resultater for et utvalg butikker når data overføres til ny versjon av energiverktøyet.

En grenseverdi på 1,95 er satt ut ifra en vurdering av resultatene fra figur 3 og målet om at like mange butikker skal klare kravet som tidligere. Merk at resultatene er fra butikker som har eller har hatt lisens etter versjon 2. Noen av butikkene klarte ikke den partielle skjerpelsen av energikravet i versjon 2. Oppsummert vil en grenseverdi på 1,95 innebære at omtrent like mange av butikkene i datamaterialet over vil klare kravet som antall butikker som klarte grenseverdien på 1,6 etter versjon 2 av kriteriene.

Motivering av kravgrense for finske butikker: Et særfinsk energikrav er nytt med denne versjonen av kriteriene. Det gjør at vi ikke har tidligere lisensdata å basere oss på når grenseverdi skal fastsettes.

I forbindelse med de finske energieffektivitetsavtalene rapporterer butikkene sitt energiforbruk i kWh/m^2. Underlag fra lisensdata viser dog at det ikke er tilstrekkelig å kun relatere energiforbruket til butikkens størrelse og salg av varer. Butikkens sortiment, og i særlig grad hvor mye kjøle- og frysevarer butikken har, innvirker i høy grad på energiforbruket. For å ta hensyn til denne variasjonen har vi i det finske særkravet innført en korrelasjonsfaktor F som representerer andelen kjøle- og frysevarer av den totale mengden solgte dagligvarer. Kjøle- og frysevarer angis etter EAN-koder og er varer innen kategoriene meieriprodukter, fisk, kjøtt, kjølekonsveresprodukter, deli og frysevarer. Det er viktig at butikken oppgir eksakte salgsdata ettersom et grovt overslag ikke gir tilstrekkelig datakvalitet.

En andel kjøle- og frysevarer på 40 % er vanlig i den finske dagligvarebransjen. Det representerer en F-faktor på 1. F-faktoren beregnes på følgende måte:

F = AKF/40 der

AKF = andel kjøle- og frysevarer i % av omsetningen av dagligvarer

Beregning av butikkens relative energiforbruk skjer på følgende måte:

BREY = (E/(F*Eel + Evärme)) * E,

E = butikkens innkjøpte energi i kWh/m2

Eel = butikkens innkjøpte el i kWh/m2

Evarme = butikens innkjøpte varme i kWh/m2

Korrelationsfaktor F= AKF/40

AKF = butikkens andel kjøle- og frysevarer i prosent av omsetningen av dagligvarer

Andelen kjøle- og frysevarer har kun innvirkning på butikkens elforbruk, ikke på forbruket av eventuell varme. Det er derfor F-faktoren kun skal multipliseres med elforbruket.

Her følger et eksempel for beregning av det relative energiforbruket til en finsk dagligvarebutikk:

En dagligvarebutikk har et elforbruk på 320 kWh/m^2 og et varmeforbruk på 120 kWh/m^2. Deres andel av kjøle- og frysevarer er 33% av total omsetning av dagligvarer. Beregningen blir da som følger:

F = 33/40 = 0,83

E = 320 kWh/m^2 + 120 kWh/m^2 = 440 kWh/m^2

BREY = (440 kWh/m^2/((0,83 * 320 kWh/m^2) + 120 kWh/m^2) * 440 kWh/m^2)

= 502 kWh/m^2

Et relativt energiforbruk på 502 kWh/m^2 innebærer at butikken klarer grensen på 600 kWh/m^2.

Kravgrensen på 600 kWh/m^2 er satt ut ifra opplysninger om energiforbruk, areal og andel kjøle- og frysevare hos butikker i en representativ finsk dagligvarekjede.

O8 Index for energieffektivitet

Danske, svenske, islandske og norske butikker skal oppfylle del a) av kravet. Finske butikker kan oppfylle kravet i del b) under forutsetning av at ventilasjon og oppvarming er inkludert i butikkens innkjøpte energi. Finske kjeder kan kun benytte alternativ b) dersom samtlige butikker som inngår i lisensen kan bekrefte at ventilasjon og oppvarming er inkludert.

a) Butikkens energiindex skal være maksimalt 1,95. Indexen beregnes i Svanens elektroniske søknadsguide.

Butikkjeder og internettbutikker som består av flere enheter skal oppfylle kravet som et vektet gjennomsnitt på kjedenivå. Respektive butikk/enhet får dog ikke ha et energiforbruk som ligger mer enn 25 % over den obligatoriske indexen - noe som tilsvarer en index på 2,44. Det innebærer at statistikk må oppgis for hver butikk/enhet.

For informasjon om hvordan søknadsguiden beregner energiindex, se bilag 3 til dette kriteriedokumentet. Her er det også redegjort for hvordan indexresultatene for de enkelte butikkene vektes i forhold til hverandre.

b) Butikkens relative energiforbruk kan ikke være høyere enn 600 kWh/m^2. Det relative energiforbruket beregnes på følgende måte:

$BREY = E/(F*E_{el} + E_{varme}) * E$,

E = butikkens innkjøpte energi i kWh/m²

E_{el} = butikkens innkjøpte el i kWh/m²

E_{varme} = butikkens innkjøpte varme i kWh/m²

Korrelationsfaktor F= AKF/40 der F_{max}= 1,25 og F_{min}= 0,75

AKF = butikkens andel kjøle- og frysevarer i prosent av omsetningen av dagligvarer

Butikkjeder og internettbutikker som består av flere enheter skal oppfylle kravet som et gjennomsnitt på kjedenivå. Respektive butikk/enhet får dog ikke ha et energiforbruk som ligger mer enn 25 % over det obligatoriske kravet - noe som tilsvarer et relativt energiforbruk på 750 kWh/m². Det innebærer at statistikk må oppgis for hver butikk/enhet.

Kjøle- og frysevarer omfatter i denne sammenhengen varer innenfor kategoriene meieriprodukter, kjøtt, fisk, kjølekonserveresprodukter, deli og frysevarer.

For alternativ a):

☒ Oppgi alle relevante data for beregning av index for energieffektiviteten i Svanens elektroniske søknadsguide.

☒ Last opp dokumentasjon som bekrefter butikkens gulvareal i Svanens elektroniske søknadsguide. Dette kan være leieavtale eller tilsvarende.

☒ Last opp dokumentasjon som viser en beregning av mengden mat som butikkens kjøkken produserer i Svanens elektroniske søknadsguide.

☒ Last opp dokumentasjon som bekrefter at energi til ventilasjon og oppvarming er inkludert i det oppgitte energiforbruket. Dette kan være en bekreftelse fra byggherre eller tilsvarende.

☒ Last opp dokumentasjon som bekrefter mengde innkjøp energi i Svanens elektroniske søknadsguide. Dette kan være faktura fra energileverandørene eller tilsvarende. Utgå fra de siste 12 måneders energiforbruk.

For alternativ b):

☒ Bekreft i Svanens elektroniske søknadsguide om ventilasjon og oppvarming inngår i tallene for innkjøpt energi. Butikkjeder må bekrefte dette for samtlige enheter som inngår i lisensen.

☒ Oppgi alle relevante data for beregning av relativt energiforbruk i et exelark som tilsendes fra Nordisk Miljømerking. Last deretter opp dokumentasjon som bekrefter energiforbruket, butikkens gulvareal samt andelen kjøle- og frysevarer i forhold til total omsetning av dagligvarer i Svanens elektroniske søknadsguide.

P3 God energieffektivitet

Butikken får poeng etter tabellen under dersom energieffektiviteten er bedre enn det det obligatoriske kravet tilsier. Danske, svenske, islandske og norske butikker bedømmes etter tabell a), mens finske butikker bedømmes etter tabell b) dersom de benytter beregningsmetode b) i krav O8. Butikkjeder får poeng på bakgrunn av det vektede snittet beregnet i O8.

Tabell a): Poengtabell for danske, svenske, islandske og norske butikker.

Poeng	**Energiindex**
1	≤ 1,94
5	≤ 1,80
10	≤ 1,60
15	≤ 1,40

20	≤ 1,15

Tabell b): Poengtabell for finske butikker dersom de benytter beregningsmetode b) i krav O8.

Poeng	**Relativ energiforbruk i kWh/m2**
1	≤ 595
5	≤ 580
10	≤ 540
15	≤ 510
20	≤ 400

Svanens elektroniske søknadsguide regner automatisk ut antall poeng basert på opplysninger gitt i O8.

Hva energiindexen ikke tar hensyn til

Energiindexen vekter ikke ulike energityper opp mot hverandre - hverken i forhold til primærenergi eller til klimapåvirkning. Selv om eksempelvis fjernvarme og elektrisitet har ulike verdier for primærenergi og for CO_2, har Nordisk Miljømerking gjort vurderingen at en vekting ikke behøves ettersom butikkenes energibehov først og fremst dekkes av elektrisitet.

Beregningen av energiindexen tar ikke hensyn til butikkens omsetning. Det er fordi vi ikke kan finne noen sikker sammenheng mellom høy omsetning og energieffektivitet.

Oppsummert vurderer Nordisk Miljømerking at kravene som stilles til butikkens energieffektivitet er et velfungerende og en teknikknøytral måte å bedømme butikkene på.

4.5 Krav på avfall og matsvinn

Det oppstår mye avfall i dagligvarebutikker. Det meste av avfallet kan deles inn i følgende fraksjoner:

Plast

Plastemballasje fra handel og industri har en annen sammensetning enn plastemballasje fra private husholdninger. I husholdningsemballasje dominerer produktemballasje og salgsemballasje, mens transportemballasje utgjør den største mengden i næringslivet. Dette innebærer at emballasjen fra næringslivet er langt mer homogen og mye renere enn emballasjen fra de private hjem, noe som gjør den mer egnet for materialgjenvinning.

Glass og metall

Glass og metall er ettertraktede råvarer. Returglass kan smeltes om til nye glassprodukter, men har også en rekke andre bruksområder. Eksempler er isolasjonsmateriale og fyllmasse i veiprosjekter. Den største fordelen med returglass er at det kan smeltes ved lavere temperatur enn jomfruelig glass. Dette gjør returglass mer energieffektivt og billigere.

Også skrotmetall har mange bruksområder og etterspørselen er stor. Metallet selges videre til metallindustrien og brukes som råvare i en rekke ulike produkter. Bruk av

gjenvunnet materiale i aluminiumsproduksjon gir et energibehov som kun er 5 % av behovet ved bruk av primær aluminium[19]. Også stål egner seg bra for materialgjenvinning. Omtrent halvparten av verdens behov for stål dekkes av gjenvunnet materiale.

Tre

Tre, eksempelvis trepaller, kan gjenbrukes, materialgjenvinnes eller energigjenvinnes. Rene fraksjoner av tre kan gå til produksjon av trefiberplater og de mindre rene kan gå til forbrenning i forbrenningsanlegg.

Organisk avfall

Mat som av en eller annen grunn ikke kan selges, kan sorteres ut som organisk avfall. Rene fraksjoner uten animalsk protein (frukt, grønt og bakervarer) kan sorteres ut og benyttes som dyrefor, mens det resterende matsvinnet kan brukes til produksjon av biodrivstoff eller det kan komposteres.

4.5.1 Restavfall

Restavfall er det avfallet som ikke kan sorteres og som går til forbrenning eller deponi. Også det avfallet som sorteres ut med tanke på at det skal forbrennes, regnes som restavfall. Det er ulik praksis i dagligvarehandelen i forhold til hvor mye av avfallet som ender som restavfall. En butikk som sorterer ut mange fraksjoner, har som oftest lite restavfall, mens en butikk som eksempelvis ikke sorterer ut matavfall, har mye restavfall. Sortering av avfallet er en forutsetning for materialgjenvinning, og således er det viktig at mengden restavfall begrenses.

Motiv for krav

Nordisk Miljømerking ønsker å stimulere til økt sortering av avfall. Dette gjøres i tre trinn. For det første stilles det et obligatorisk krav til hvor mye restavfall butikken kan ha i forhold til omsetning (O9). Deretter gis det poeng dersom mengden restavfall er mindre enn det obligatoriske kravet tilsier (P5). Avslutningsvis premieres butikker ut ifra hvor mange fraksjoner de sorterer i (P6).

For butikker som ligger i land der matprisen er høy går det mindre varer igjennom butikken pr. million krone/€. Det gir igjen opphav til mindre avfall pr. omsetning. Nordisk Miljømerking har derfor satt kravene til avfall med tanke på variasjonene i matpriser. I følge Statistisk Sentralbyrå i Norge var matvareprisene i 2012 som følger:

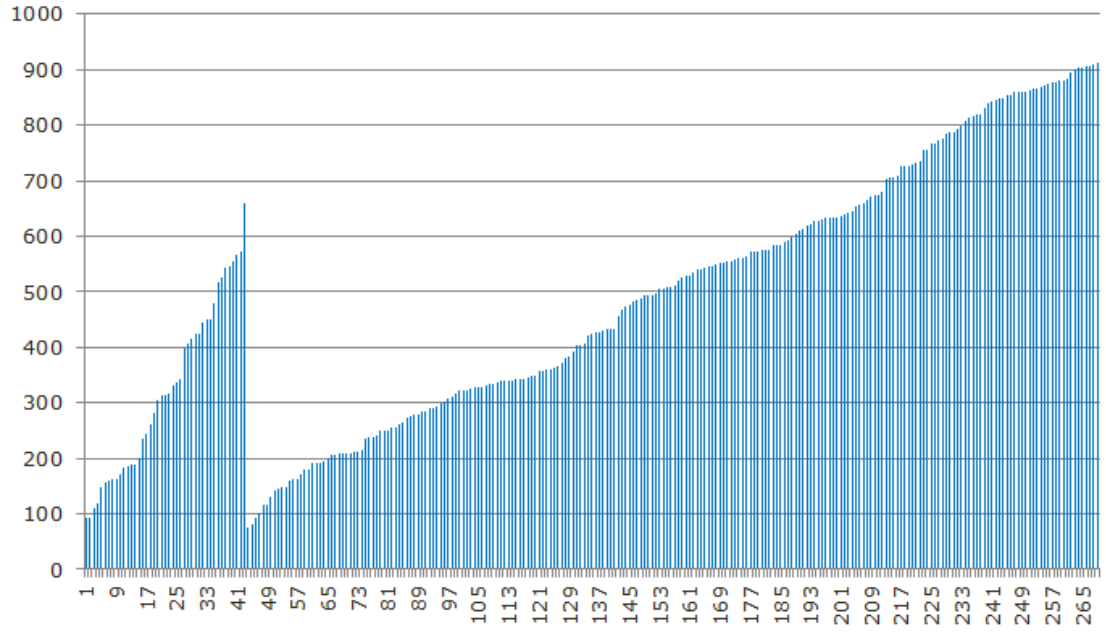
Tabell 4: Matvareprisene i de nordiske landene i 2012[20]. Tallene er i % over gjennomsnittet for EU27.

Land	% over gjennomsnittet i EU27
Norge	86
Sverige	24
Danmark	43
Finland	19
Island	18

[19] Norsk Hydro: http://www.hydro.com/no/Hydro-i-Norge/Om-aluminium/Aluminiumens-livssyklus/Resirkulering/, 2015-03-07
[20] Statistisk sentralbyrå: http://www.ssb.no/priser-og-prisindekser/artikler-og-publikasjoner/norge-har-europas-hoeyeste-matvarepriser?tabell=125039, 2015-03-07

Kravnivåene er satt ut ifra data fra de butikker som har lisens etter versjon 2. De er skjerpet noe da statistikken viser at det er rom for å stramme kravene. Fordi matvareprisene har endret seg fra versjon 2 ble vedtatt i 2010, kan ikke kravgrensene i denne versjonen sammenliknes direkte med kravgrensene i foregående versjon. Men dersom vi ser bort i fra matvareprisens innvirkning på mengden restavfall som oppstår, så ligger skjerpelsen på mellom 0 og 30 %. Det er nivåene for butikker i Norge som strammes mest. Kravene til butikker på Island beholdes som i versjon 2.

Diagrammet under viser resultatene for butikker med lisens etter versjon 2. Den vertikale aksen er kg restavfall pr. omsatt million kroner (i lokal valuta). Fordi valutaen ikke er den samme og fordi matvareprisene er forskjellige i de ulike nordiske land, så er det i diagrammet skilt mellom norske og svenske lisenser. De norske lisensene er til venstre i diagrammet, de svenske til høyre. De tre danske lisensene er ikke med i tabellen av fortrolighetsmessige årsaker da datautvalget er svært begrenset.



Figur 4: Mengde restavfall i svanemerkede butikker i kg pr. omsatt million krone (lokal valuta). Norske butikker sees til venstre i diagrammet, svenske butikker til høyre.

Ikke alle butikker få oppgitt sitt restavfall i kg fra sin avfallsentreprenør. Først og fremst er det mindre butikker som ikke har opplysninger om vekt. Grunnen til dette er at det restavfallet hentes i beholdere i ulik størrelse som ikke veies før de tømmes over i søppelbilene. Det har etter hvert begynt å bli vanlig for søppelbilene å ha vekt, men det er langt fra alle som har det. I større butikker presses ofte avfallet sammen i store komprimatorer. Ved tømming av komprimatoren veies restavfallet og butikken betaler så for det avfallet som entreprenøren tar med seg.

Nordisk Miljømerking har tatt frem referanseverdier for å kunne regne om volum til vekt. Disse er hentet fra Avfalls Sveriges rapport "Volymvikter för avfall"[21]. Rapporten redegjør for ulike typer avfall fra ulike typer virksomheter. Det må dog understrekes at dataunderlaget her er begrenset. Nordisk Miljømerking vurderer likevel at det er godt nok til å benyttes for butikker som må regne om sitt restavfall fra volum til vekt. Fordi

[21] Avfall Sverige: "Volymvikter för avfall", Rapport U2013:19

matavfall veier mer enn annet restavfall, skilles det mellom disse fraksjonene. Referanseverdiene er som følger:

Matavfall: 380 kg/m^3

Brennbart avfall: 120 kg/m^3

Beregningen skjer på følgende måte:

Butikkens restavfall i kg = Volumet av restavfallet * ((andel matavfall * 380) + (øvrig andel * 120))

Søker må oppgi andelen matavfall i forhold til annet restavfall for at volum skal kunne regnes om til vekt. Nordisk Miljømerking godkjenner grove overslag. Dersom matavfall sorters ut som organisk, er andelen matavfall 0.

Eksempel:

En butikk har et restavfall på 10 m^3 pr. million omsatt krone. Av dette anslår butikken at halvparten er matavfall. Da blir beregningen som følger:

Butikkens restavfall i kg = 10 * ((0,5 * 380) + ((1 - 0,5) * 120)) = 2500 kg/omsatt million krone

Det er alltid en risiko for at bruk av referanseverdier ikke vil gi et representativt resultat for butikken. Derfor kan butikker som ikke kan vise til målinger av restavfall i vekt veie sitt restavfall under to uker som er representative for normal drift. Resultatet multipliseres deretter med 12 for å få mengden restavfall for et helt år. Dersom butikken ønsker en slik tilnærming, skal det skje etter godkjenning fra Nordisk Miljømerking.

For butikkjeder og internettbutikker som består av flere enheter, skal grenseverdiene oppfylles som et gjennomsnitt for de enheter som inngår i søknaden. Fordi det er krav om at ingen av enhetene kan ha mer restavfall enn 25 % av maksimal mengde, må det oppgir mengder for hver enkelt enhet. Gjennomsnittet regnes så ved at mengdene summeres og divideres på kjedens totale omsetning.

O9 Restavfall

Butikken skal ikke ha mer restavfall enn det tabellen under oppgir.

Butikkjeder og internettbutikker som består av flere enheter skal oppfylle kravet som et gjennomsnitt på kjedenivå. Respektive butikk/enhet får dog ikke ha mer restavfall enn 25 % over det obligatoriske kravet. Det innebærer at statistikk må oppgis for hver butikk/enhet.

	Island	**Danmark**	**Norge**	**Finland**	**Sverige**
Lokal valuta	ISK	DKK	NOK	Euro	SEK
Mengde restavfall i kg/omsatt lokal valuta eks. moms	70	920	570	8300	850

Mengden restavfall beregnes på følgende måte:

$$\text{Mengde restavfall} = \frac{\text{Mengde usortert avfall i kg}}{\text{Butikkens totale omsettning i millioner kroner av lokal valuta}}$$

Mengden restavfall skal baseres på statistikk fra de siste 12 måneder. Nordisk Miljømerking kan, etter avtale, akseptere statistikk for en kortere periode dersom perioden er representativ for normal drift og dersom kravet til mengde restavfall oppfylles med god margin.

Dersom butikken kun har informasjon om mengde restavfall i volum, ikke i vekt, kan volum regnes om til vekt med følgende formel:

Butikkens restavfall i kg =

Volumet av restavfallet * ((andel matavfall * 380) + (andel øvrig avfall * 120))

Benytter butikken avfallspresse og benytter vektberegningen ovenfor, multipliseres den beregnede vekten med 4.

Alternativt kan butikken selv veie sitt usorterte avfall under en 2 ukers periode som er representativ for normal drift.

Med restavfall menes her avfall som ikke sorteres ut med tanke på materialgjenvinning og som går til forbrenning/ deponi.

☒ Oppgi mengden restavfall i Svanens elektroniske søknadsguide.

☒ Dersom butikken kun har statistikk for volumet av restavfallet: Oppgi volumet av restavfallet samt andelen matavfall av dette i Svanens elektroniske søknadsguide.

☒ Last opp dokumentasjon fra avfallsentreprenør som bekrefter opplysningene om mengde restavfall i Svanens elektroniske søknadsguide.

P4 Lite restavfall

Butikken får poeng etter tabellen under dersom mengden restavfall er lavere enn det obligatoriske kravet tilsier. Butikkjeder får poeng på bakgrunn av kjedens gjennomsnittlige mengde restavfall beregnet i O9.

Poeng	Island	Danmark	Norge	Finland	Sverige
2	≤65	≤900	≤ 550	≤8300	≤ 820
4	≤60	≤750	≤ 480	≤7500	≤ 750
6	≤50	≤500	≤ 350	≤5000	≤ 500
8	≤35	≤300	≤ 200	≤3500	≤ 300

Alle tall er i mengde restavfall i kg pr. omsatt lokal valuta eks. moms.

Svanens elektroniske søknadsguide regner automatisk ut antall poeng basert på opplysninger gitt i O9.

4.5.2 Avfallssortering

I 4.5.1 over er motivet for kravet til avfallssortering beskrevet. I krav P6 kan butikker få opp til 5 poeng dersom de sorterer sitt avfall. Det gis 1 poeng pr. fraksjon. Fraksjonene som er listet i kravet er de som er mest vanlige i en dagligvarebutikk. Dersom fraksjoner sorteres sammen for senere å separeres på avfallsmottaket, gir dette 2 poeng. I Norge er det eksempelvis slik at glass og metall sorteres sammen for så å separeres på et senere stadium. Et slikt system gir et like godt utgangspunkt for materialgjenvinning som dersom glass og metall sorteres hver for seg.

Butikkjeder bedømmes som en helhet. Det innebærer at samtlige enheter som inngår i en kjedelisens må ha en felles policy og praksis i forhold til hvilke fraksjoner de skal sortere ut.

P5 Avfallsortering

Butikker som sorterer ut følgende avfallsfraksjoner tildeles 0,5 poeng pr. fraksjon (max 2 poeng):

Metall, hardplast, mykplast, papir, farget glass, ufarget glass, tre, fett, keramikk og batterier.

Butikkjeder og internettbutikker som består av flere enheter bedømmes som en helhet. Det innebærer at samtlige enheter som inngår i lisensen må ha en felles policy og praksis i forhold til antallet fraksjoner som sorteres ut.

✉ Oppgi i Svanens elektroniske søknadsguide hvilke avfallsfraksjoner butikken sorterer ut. Butikkjeder har mulighet til å oppgi fraksjoner for alle enheter under ett ved å krysse av for at de valgte kategoriene er aktuelle for samtlige av enhetene som inngår i lisensen. Butikkjeder, der de enkelte butikker ikke nødvendigvis sorterer ut de samme fraksjoner, må dokumentere kravet ved å laste opp dokumentasjon som viser hvilke fraksjoner den enkelte butikk sorterer ut.

✉ Last opp bilder som viser sortering av fraksjoner i butikken i Svanens elektroniske søknadsguide.

4.5.3 Matsvinn

Matsvinn - et globalt miljøproblem

Matsvinn kan defineres som mat som kastes, men som kunne blitt spist dersom den var håndtert på en annen måte. Det oppstår gjennom hele matkjeden: hos produsent, grossist, under transport, i dagligvarebutikk og i de private hjem. Typiske årsaker til at vi kaster mat som egentlig kunne bli spist, er at den har gått ut på dato, at maten oppbevares feil eller ødelegges under transport.

FAO oppgir at mellom en tredjedel og halvparten av all mat som produseres kastes[22]. Ikke bare er dette et etisk dilemma i forhold til at en stor del av verdens befolkning har for lite mat. Produksjon av mat og drikke er dessuten en av de mest sentrale årsakene til utslipp av klimagasser. EU-Kommisjonen anslår klimagassutslippene knyttet til matvarekjeden til å være 17% av EUs totale utslipp[23]. I tillegg gir produksjonen av mat og drikke konsekvenser i forhold til redusert biologisk mangfold, vannforbruk, bruk av ressurser og landområder og utslipp av miljøgifter.

Med en raskt økende befolkning, har myndigheter verden over innsett at matsvinn er en av de viktigste utfordringene på veien mot et bærekraftig samfunn. EU-Parlamentet foreslo i 2012 et mål for å redusere matsvinn med 50 % innen 2025. EU- prosjektet FUSIONS (Food Use for Social Innovation by Optimazing Waste prevention Strategies) jobber for praktisk å legge til rette for at et slikt mål kan nås bl.a. gjennom harmonisering av matsvinnsrapportering. Dette skjer i et samarbeid med 21 prosjektdeltagere fra universiteter, forbrukerorganisasjoner og foretak. På listen over prosjektdeltagere finner vi flere nordiske aktører: MTT, Østfoldforskning, Swedish Institute for Food and Biotechnology, Stop Wasting Food, Communiqué og Swedish Environmental Research Institute.

Matsvinn i dagligvarebutikker

Det meste av matsvinnet oppstår i de private hjem. I Sverige anslår Naturvårdsverket at så mye som 65 % av alt matsvinn oppstår her[24]. Samme kilde oppgir at

[22] FAO: "Food wastage footprint-ompact on natural resources", 2013
[23] www.eu-fusions.org/about-food-waste, 2015-02.09
[24] Naturvårdsverket: "Förslag till etappmål för minskad mängd matavfall". 2013

dagligvarehandelen står for ca. 7 % av matsvinnet. Men selv om detaljhandelens bidrag er lite i det store bildet, er det likevel snakk om store mengder mat som hvert år kastes. En av de viktigste årsakene til at det oppstår matsvinn i dagligvarebutikker er vanskeligheter med å bestille riktig mengde varer. Ofte kan det resultere i at det bestilles for mye mat som ikke blir solgt før utløpsdatoen. En annen årsak er at butikkene ønsker å tilby sine kunder et bredt sortiment produkter - noe som vanskeliggjør det å bestille riktig mengde varer enda mer. Det meste av matsvinnet er frukt og grønt og brød. Frukt og grønt skades lett, og kunder velger ikke epler eller tomater med små skader. Det økonomiske insentivet til å bestille varer etter kundeetterspørselen, er heller ikke nødvendigvis til stede da det ofte koster lite å sende varer tilbake til grossist/leverandør.

Naturvårdsverket har i sin studie "Svinnreducerande åtgärder i butik" evaluert seks ulike tiltak butikkene kan gjøre for å redusere sitt matsvinn. Tiltakene er vurdert i forhold til både økonomisk og miljømessig gevinst. Det vises til rapporten for de forutsetninger som ligger til grunn for de enkelte beregninger [25]. Merk dog at det ikke er en proporsjonal sammenheng mellom vekt av mat som spares ved hvert tiltak og den dertilhørende CO_2-besparelse. Dette skyldes bl.a. at ulike matvarer gir ulik klimabelastning.

Innføre tak for reklamasjoner på frukt og grønt: Frukt og grønt som ikke svarer til butikkens kvalitetskrav sorteres ut av personalet og kastes. Butikken får så tilbake pengene for de reklamerte varene gjennom avdrag på neste faktura fra grossisten. Fordi det økonomiske ansvaret for reklamasjoner legges på grossisten, er det en fare for at systemet bidrar til at butikkene forsøker å redusere sine kostnader ved økt bruk av reklamasjoner. Dersom butikken er det minste usikker på om varen kommer til å bli solgt, blir den kastet. Ved å innføre et tak for reklamasjoner på frukt og grønt kan en slik trend brytes og matsvinnet reduseres med 35 tonn pr. butikk. Det tilsvarer 28 tonn CO_2-ekvivalenter pr. butikk.

Donere bort mat som ikke kan selges til veldedige formål: Butikkpersonalet kan ha som rutine å gå igjennom matsvinnet og sortere ut mat som kan spises. Dette kan så doneres til veldige formal. Det finnes flere organisasjoner som tar imot og distribuerer mat til veldedige formål. Donering av mat kan forhindre at 30 tonn mat kastes som avfall. Det tilsvarer 46 tonn CO_2-ekvivalenter pr. butikk.

Øke aktiviteten i automatiske bestillingssystemer: Automatiske bestillingssystemer baserer seg på salgsstatistikk, statistikk over hva som allerede finnes på lager samt et overslag over hvor lang tid det vil ta før lageret er tomt. Men butikkene kan også selv gå inn å justere et sett med parametere for å optimalisere bestillingene. Det kan eksempelvis være å gjennomføre lagertelling for å sikre at lagerstatistikken er oppdatert eller å justere forutsetningen for antagelsen om hvor lang tid det vil ta før lageret er tomt. En økt aktivitet i forhold til et automatisk bestillingssystem kan redusere matsvinnet med 6 tonn pr. butikk. Det tilsvarer 32 tonn CO_2-ekvivalenter pr. butikk.

Fryse ned og selge kjøtt på annenhåndsmarkedet: Det finnes butikker som inngår kjøpssamarbeid med restauranter/cateringvirksomheter. Når en kjøttvare nærmer seg best-før datoen fryses varen ned i butikk hvor restauranten senere kan hente den. Tiltaket kan redusere butikkens matsvinn med 230 kg. Noe som tilsvarer 4,7 tonn CO_2-ekvivalenter pr. butikk.

[25] Eriksson, M., Strid, I.,: "Svinnreducerande åtgärder i butik. Effekter på kvantitet, ekonomi och klimatpåverkan.", Naturvårdsverket, 2013

Innføre stopp for kampanjer innom frukt og grønt. Studier viser at svinnet vanligvis øker for både kampanjevarer og for andre varer innenfor samme produktkategori under en kampanje. Å innføre stopp for kampanjer kan redusere matsvinnet med 650 kg. Det tilsvarer 580 kg CO_2-ekvivalenter pr. butikk.

Selge fryst kjøttdeig istedenfor fersk: På tross av et økt energiforbruk knyttet til frysingen av produktene, kan salg av fryst kjøttdeig redusere mengden matsvinn som oppstår med opptil 0,10 tonn. Dette tilsvarer 2,1 tonn CO_2-ekvivalenter pr. butikk. Effekten varierer med hva slags type kjøttdeig det er. Nisjeprodukter gir mindre matsvinn enn det som selges i bulk.

I forhold til hvilke av de seks tiltakene over som er gir størst kostnytteeffekt, utpeker økt aktivitet i automatiske bestillingssystemer og salg av fryst kjøtt på annenhåndsmarkedet seg.

Motiv for kravene på matsvinn

Nordisk Miljømerking har ikke tidligere stilt krav til matsvinn i dagligvarebutikker. En viktig årsak har vært manglende dataunderlag og kunnskap om problemet. Med et økt fokus i bransjen og internasjonale initiativer til harmonisering av hvordan matsvinn kan måles, ser vi at det nå er muligheter for å kunne stille krav til butikker også på dette området.

Ulike typer krav kan stilles for å redusere mengden matsvinn som oppstår. Helt grunnleggende kan det stilles krav til at butikken skal måle og føre statistikk over matsvinnet. Det vil kunne gjøre butikkene mer bevisste og legge et grunnlag for å se fremtidige forbedringer av tiltak. Rapportering av matsvinn gir dog alene ingen direkte miljøgevinst.

Teknikkstyrende krav kan derimot gi reduserte svinnmengder - og derigjennom gi redusert miljøpåvirkning. Eksempler på teknikkstyrende krav kan være et forbud mot kampanjer på frukt og grønt eller krav om at spiselig matsvinn skal gå til veldedige formål.

Nordisk Miljømerking har valgt å stille et obligatorisk krav til måling av matsvinn samt et poengkrav som premierer ulike tiltak for å redusere matsvinnet. Poengene som gis for de enkelte tiltak reflekterer den effekten tiltakene er vurdert å ha. Den vurderingen bygger i stor grad på rapporten "Svinnreducerande åtgärder i butik" som det refereres til over. Det er her verdt å nevne at ikke alle tiltakene som der nevnes er mulige å gjennomføre med dagens regelverk. Eksempelvis er det ikke tillatt å fryse inn vare som er ment å selges som ferskvare.

Det kan være andre tiltak en butikk gjør som gir reduserte mengder matsvinn enn de som er nevnt i tabellen i P6. Nordisk Miljømerking vil vurdere andre tiltak fra sak til sak og gi inntil 2 poeng ut ifra forutsetningen om at tiltaket skal gi en betydelig reduksjon i matsvinnet som oppstår.

Det å måle matsvinnet i en butikk kan gjøres på mange ulike måter. Noen butikker inkluderer eksempelvis brød og bakervarer, mens andre utelater det fra statistikken fordi deres leverandør av produktene henter de varene som ikke har blitt solgt. Og mens noen butikker måler matsvinn i kg, måler andre det i antall usolgte produkter. Atter igjen er det noen butikker som veier inn løsvekt smågodt som faller på gulvet og registrerer dette som matsvinn, mens andre regner dette som ødelagt vare. Det finnes mange flere

eksempler på hvordan en butikks målinger kan skille seg fra en annen. Merk at kravet til måling av matsvinn skal gjøres for butikkens synlige matsvinn - dvs. det matsvinnet som kastes fordi det har blitt for gammelt eller av andre årsaker ikke kan selges til kunde. Svinn i form av tyverier, administrative feil i lagerføring av varer etc. regnes ikke med som synlig svinn.

Høsten 2015 er det forventet at FUSIONS skal legge frem et sett med retningslinjer for hvordan måle matsvinn langs hele produktkjeden. Her vil det også være retningslinjer for måling av matsvinn i dagligvarebutikker. Frem til slike retningslinjer på plass, er det vanskelig å stille krav til hvordan butikkene skal måle. Derimot er det mulig å stille krav om at matsvinnet skal måles og statistikkføres - uansett målemetode. Det er det Nordisk Miljømerking har valgt å gjøre i denne versjonen av kriteriene. Vi ønsker at butikkene skal være bevisste på den mengden mat som kastes og ha et verktøy til å vurdere effekten av ulike tiltak de iverksetter for å redusere mengdene av matsvinn.

O10 Måling av synlig matsvinn

Butikken skal måle mengden synlig matsvinn som oppstår. Butikken kan selv velge om matsvinnet skal måles i mengde (kg), innkjøpsverdi (kr, €) eller tapt omsetning (kr, €).

Butikken skal gjøre rede for hva som omfattes av målingen av matsvinn. Spørsmål om reklamasjoner på varer fra grossist, brød og bakervarer og bein og avskjær fra butikkens kjøtt- og fiskavdeling inngår i målingen skal besvares spesifikt.

Det skal føres statistikk over de måleresultater som er gjort kvartalsvis eller oftere. Nordisk Miljømerking kan etterspørre resultatene i forbindelse med årlige etterkontroller.

Butikkjeder og internettbutikker som består av flere enheter må måle det synlige matsvinnet med samme metodikk for alle enheter som inngår i lisensen.

Matsvinn er her definert som mat som på et tidspunkt kunne vært benyttet til menneskeføde.

Synlig matsvinn er den delen av matsvinnet som kastes fordi det har blitt for gammelt eller av andre årsaker ikke kan selges til kunde. Svinn i form av tyverier, administrative feil i lagerføring av varer etc. regnes ikke med som synlig svinn.

☒ Bekreft i Svanens elektroniske søknadsguide at det synlige matsvinnet måles og journalføres.

☒ Oppgi om matsvinnet måles i mengde (kg), innkjøpsverdi (kr, €) eller tapt omsetning (kr, €) i Svanens elektroniske søknadsguide.

☒ Last opp underlag som viser hva målingene av matsvinn omfatter i Svanens elektroniske søknadsguide. Underlaget skal nevne spesifikt om reklamasjoner på varer fra grossist, brød og bakervarer og bein og avskjær fra butikkens kjøtt- og fiskeavdeling inngår i målingen.

P6 Tiltak for reduksjon av synlig matsvinn

Butikken mottar poeng dersom tiltakene i tabellen under er en vanlig del av driften. Butikkjeder og internettbutikker som består av flere enheter må ha gjennomført tiltakene i 90 % av butikkene som inngår i lisensen for å få poeng.

Tiltak	Poeng (max 10 poeng)
Butikken har en fast avtale med en veldedig organisasjon om henting av mat som ikke kan selges.	5
Butikken benytter råvarer som nærmer seg utløpsdato i tilberedning av ferdigretter til salg i butikk eller til servering til personalet	5
Butikken selger varer som nærmer seg utløpsdato til redusert pris.	5

Butikken benytter seg ikke av kampanjer som gir kvantumsrabatt for frukt og grønt eller kjølevarer.	3
Andre tiltak som gir betydelig reduksjon i matsvinnet kan gi poeng etter godkjenning fra Nordisk Miljømerking.	Max 2 poeng

☒ Butikkjeder skal laste opp en liste over de enkelte butikker som inngår i kjeden som har gjennomført de ulike tiltakene.

☒ Last opp avtale om henting av mat med en veldedig organisasjon i Svanens elektroniske søknadsguide.

☒ Oppgi om butikken systematisk bruker råvarer som nærmer seg utløpsdato i tilberedningen av ferdigretter til salg i butikk eller til servering til personalet i Svanens elektroniske søknadsguide.

☒ Last opp bilder av varer som selges til redusert pris grunnet utløpsdato i Svanenes elektroniske søknadsguide.

☒ Oppgi om butikken ikke benytter kampanjer som gir kvantumsrabatt på frukt og grønt eller kjølevarer i Svanens elektroniske søknadsguide.

☒ Last opp dokumentasjon som bekrefter andre tiltak som har blitt gjort og som har ført til en betydelig reduksjon i matsvinnet.

4.6 Butikkens bruk av varer og tjenester

I driften av en dagligvarebutikk brukes mange ulike typer forbruksartikler. Eksempler er produkter til rengjøring av lokalene, batterier, lyskilder, tørkepapir, toalettpapir og skriveredskaper. Dagligvarebutikker er også innkjøpere av diverse tjenester. Noen butikker rengjør ikke selv, men betaler et rengjøringsbyrå for jobben. Andre tjenester butikker kjøper inn er vask av tekstiler og entrématter, trykking av reklamemateriell og hotellovernatting.

Forbruksartikler er forbundet med et miljøproblem. For en del produkter er problemet knyttet til produksjonen og for andre er de knyttet til selve bruksfasen. Andre igjen gir opphav til problemer i avhendingsfasen. I tillegg til at forbruksartikler er forbundet med et miljøproblem, kan de også gi opphav til helseproblemer - både i produksjonsfasen og i bruksfasen.

Fordi mengden forbruksartikler butikken bruker er liten sammenliknet med de varemengdene som selges til kunder, har Nordisk Miljømerking vurdert relevansen for å stille krav på butikkens egen bruk av varer og tjenester som lav. Potensialet for miljøgevinst varierer mye fra butikk til butikk avhengig av hvilke produkter og tjenester som brukes. Men fordi det finnes miljømerkede alternativer for mange av de varekategoriene en dagligvarebutikk har behov for, så ansees potensialet å være middels. Styrbarheten er dog høy. Butikken velger i stor grad selv hvilke produkter de ønsker å bruke.

Motiv for krav

Fordi styrbarheten er høy og fordi det er viktig at en svanemerket dagligvarebutikk "lever som man lærer", stiller Nordisk Miljømerking krav til de forbruksartikler og tjenester som kjøpes inn. Innenfor utvalgte kategorier må svanemerkede butikker har et høy andel av svanemerkede varer og tjenester.

Flere butikker dekker deler av sitt behov for forbruksartikler ved å bruke ødelagte varer (brekk). Nordisk Miljømerking anser at det er bedre at ødelagte varer brukes enn at de kastes. Brekk holdes derfor utenom beregningene av hvor mye miljømerkede forbruksartikler butikken benytter.

En svanemerket leverandør av rengjøringstjenester har strenge krav på seg til hvor mye miljømerkede produkter som benyttes under rengjøringen. Det gis derfor ikke poeng for miljømerkede rengjøringsprodukter for de butikker som kjøper svanemerkede rengjøringstjenester.

Nordisk Miljømerking har valgt å ikke stille krav på de forbruksartikler som ikke kan miljømerkes. Det gjelder eksempelvis plastfolie til pakking av ferskvarer og plasthansker. Det gjelder også ulike typer spesialprodukter til rengjøring, som rengjøringstabletter til ovner og ulike desinfeksjonsmidler. Bakgrunnen for at vi ikke stiller krav på disse produktene er en kombinasjon av at butikkene har behov for slike forbruksartikler sammen med det faktum at det ikke nødvendigvis finnes alternativer på markedet som er bedre for miljøet.

O11 Miljømerkede forbruksartikler og tjenester

Butikken skal samle minst 5 poeng fra tabellen under for bruk av miljømerkede forbruksartikler og tjenester. Det stilles ikke et obligatorisk krav til islandske butikker.

Butikkjeder bedømmes som en helhet. Det innebærer at samtlige enheter i kjeden må ha en felles policy i forhold til produkter i tabellen under og gis poeng etter det.

Forbruksartikler ≥ 90 % av innkjøpsvolumet i hver kategori	**Poeng**
Rengjøringsprodukter: Gulvrengjøring, sanitærrengjøring, allrengjøring, maskinoppvaskmiddel, håndoppvaskmiddel, håndsåpe og mikrofiberkluter- og mopper	3
Papirprodukter: Toalettpapir, tørkepapir og kopieringspapir	2
Tekstiler: Arbeidsklær	2
Tjenester ≥ 90 % av innkjøpsvolumet i hver kategori (om ikke noe annet oppgis)	
Vask av arbeidsklær (≥ 90 % av antallet plagg - grovt overslag er tillatt)	2
Vask av entrématter	2
Rengjøringstjenester (≥ 90 % av det totale butikkarealet)	4
Hotellovernatting	1
Trykksaker	1

Dersom butikken bruker svanemerkede rengjøringstjenester, gis det ikke samtidig poeng for miljømerkede rengjøringsprodukter.

Som miljømerket regnes i denne sammenheng produkter og tjenester merket med Svanen, EU-Ecolabel og Bra Miljöval.

Brekk, dvs. skadet vare, holdes utenom beregningen av innkjøpsvolum.

✉ Oppgi produktnavn og lisensnummer på de miljømerkede produktene butikken bruker i Svanens elektroniske søknadsguide. Butikkjeder, der de enkelte butikker ikke nødvendigvis benytter de samme produkter, må dokumentere innkjøpte produkter per butikk.

✉ Oppgi foretaksnavn og lisensnummer på leverandørene av de miljømerkede tjenestene butikken kjøper inn i Svanens elektroniske søknadsguide. Butikkjeder, der de enkelte

butikker ikke nødvendigvis benytter tjenester fra de samme leverandørene, må dokumentere innkjøpte tjenester per butikk.

4.7 Overordnet poengkrav

Poengene man kan hente i P1 - P6 er vektet ut ifra hvor høy relevansen, potensialet og styrbarheten er i de respektive krav. Utgangspunktet er at sortiment, energiforbruk og avfall inkludert matsvinn utgjør de tre grunnsteinene i dette kriteriedokumentet og således gir like mange poeng.

Til sammen kan butikken hente 60 poeng. Kravet om at 25 av disse 60 skal oppnås er satt ut ifra Nordisk Miljømerkings erfaring og kjennskap til bransjen. Under høringen vil kravene testes på en rekke piloter. En svært viktig del av det arbeidet blir å kontrollere at det overordnede poengkravet oppfyller sin funksjon - nemlig å skille ut de miljømessig sett beste dagligvarebutikkene.

O12 Butikkens totale poengsum

Butikken skal samle minst 25 poeng. Tabellen viser hvor mange poeng det er å hente i de forskjellige poengkravene.

Krav	Kravoverskrift	Maxpoeng
P1	Høyt salg av økologiske produkter og produkter fra bærekraftig fiske	10
P2	Høyt salg av miljømerkede forbruksartikler	10
P3	God energieffektivitet	20
P4	Lite restavfall	8
P5	Avfallssortering	2
P6	Tiltak for reduksjon av synlig matsvinn	10
Maxpoeng totalt		60

Poengsammenstillingen gjøres automatisk i Svanens elektroniske søknadsguide.

Merk at krav O11 er et obligatorisk krav og således ikke inngår i poengsammenstillingen over.

5 Endringer sammenlignet med tidligere versjon

I dette kapittelet er endringer sammenliknet med versjon 2 av kriteriene for dagligvarebutikker beskrevet. I kapittel 5.1 er det tatt frem en "oversettingsnøkkel" mellom versjon 2 og versjon 3. Målet med den er å gjøre det enkelt for alle som tidligere har hatt kjennskap til våre tidligere versjoner av kriteriene å sette seg inn i hvilke krav som er tatt bort, hvilke som er behold, hvilke som er omarbeidet og hvilke som er nye. I kapittel 5.2 redegjøres det i noe mer detalj om hvorfor krav er omarbeidet eller tatt bort.

5.1 Oversettingsnøkkel mellom versjon 2 og 3

I tabell 5 fremgår det hva som har skjedd med samtlige krav fra versjon 2 til versjon 3.

Tabell 5: Oversettingsnøkkel mellom versjon 2 og versjon 3

Krav i v 2	Kravoverskrift	Hva har skjedd?	Motivering av endring	Krav i v 3
O1	Beskrivelse av butikken	Omarbeidet	Tatt ut av kriteriene, men danner grunnlag for opprettelsen av en søknad i Svanens elektroniske søknadsguide.	
O2	Antall poeng	Omarbeidet	Ny metode for å stille krav på sortiment er innført.	O5
O3	Tydelig merking av miljømerkede og økologiske varer	Tatt bort	Kravet vurdert å være overflødig ettersom nytt sortimentskrav er innført.	
P1	Poeng bra sortiment	Omarbeidet	Kravet er oppdatert i relasjon til nytt sortimentskrav.	P1
P2	Måling av salgsandel økologisk/miljømerket	Omarbeidet	Kravet er gjort obligatorisk i og med nytt sortimentskrav.	Inngår som en del av O5
P3	Aktivt klor	Tatt bort	Dårlig styrbarhet motiverer å ta bort kravet.	
P4	Bekjempningsmiddel	Tatt bort	Dårlig styrbarhet motiverer å ta bort kravet.	
P5	PVC	Tatt bort	Dårlig styrbarhet motiverer å ta bort kravet.	
P6	Fisk	Omarbeidet	IUCNs liste benyttes istedenfor WWFs.	P2
O4	Energieffektivitet samt redegjøring for butikkens energiforbruk og karbondioksidutslipp	Omarbeidet	Kravet er forenklet og krav på butikkens karbondioksidutslipp er tatt bort. Bakgrunnen er lite potensial da det meste av energiforbruket i en butikk er elektrisitet.	O8
O5	Belysning	Tatt bort	Kravet på energieffektivitet vurderes som tilstrekkelig.	
P7	Vurdering av butikkens energiforbruk	Omarbeidet	Kravet er oppdatert i forhold til omarbeidet energikrav.	
P8	Vurdering av butikkens karbondioksidutslipp	Tatt bort	Se O4	
P9	Kontroll av energiforbruket (max 4p)	Tatt bort	Dårlig styrbarhet motiverer å ta bort kravet.	
O6	Overdekning av kjøl- og frysedisker	Tatt bort	Kravet på energieffektivitet vurderes som tilstrekkelig.	
P10	Kjølemedium (Max 1,5p)	Tatt bort	Nytt EU-direktiv ansees å være styrende nok.	
O7	Restavfall	Justert	Grenseverdien er justert.	O9
O8	Butikkens kildesortering	Tatt bort	Liten relevans motiverer å ta bort kravet.	
O9	Kildesortering for kunder	Tatt bort	Lav relevans og dårlig styrbarhet motiverer å ta bort kravet.	
P11	Restavfall	Justert	Poenggrensene er justert.	P5
P12	Kildesortering	Justert	Avfallsfraksjonene er evaluert og justert.	P6
P13	Kildesortering for kunder	Tatt bort	Lav relevans og dårlig styrbarhet motiverer å ta bort kravet.	
P14	Organisk avfall	Tatt bort	Kravet på restavfall er tilstrekkelig styrende.	
O10 \ P15	Transporter	Tatt bort	Dårlig styrbarhet motiverer å ta bort kravet.	
P16	Transportører – lastebiler	Tatt bort	Dårlig styrbarhet motiverer å ta bort kravet.	
P17	Drivstoff til kjøretøy	Tatt bort	Dårlig styrbarhet motiverer å ta bort kravet.	
P18	Kjølemedium i lastebilene	Tatt bort	Nytt EU-direktiv ansees å være tilstrekkelig styrende.	
P19	Ladestasjon for elbiler	Tatt bort	Dårlig styrbarhet motiverer å ta bort kravet.	
O11	Miljømerkede produkter	Omarbeidet	Kravet er slått sammen med flere krav.	O11
O12	Plastfilm og engangshansker av	Tatt bort	Dårlig styrbarhet for plastfilmen motiverer å ta	

	plast		bort kravet. Liten relevans for hanskene motiverer å ta bort kravet.	
O13	Rengjøringsmiddel	Tatt bort	Liten relevans motiverer å ta bort kravet.	
P20	Engangshansker av plast	Tatt bort	Liten relevans motiverer å ta bort kravet.	
P21	Plastfilm	Tatt bort	Dårlig styrbarhet motiverer å ta bort kravet.	
P22	Rengjøring uten kjemikalier	Tatt bort	Liten relevans motiverer å ta bort kravet.	
P23	Inventar, forbruksartikler og tjenester	Omarbeidet	Kravet er slått sammen med flere krav.	O11
P24	Reklametrykksaker	Omarbeidet	Kravet er slått sammen med flere krav.	O11
O14	Miljøpolicy	Tatt bort	Dårlig styrbarhet motiverer å ta bort kravet.	
O15	Miljømål og handlingsplan	Tatt bort	Dårlig styrbarhet motiverer å ta bort kravet.	
O16	Organisasjon og ansvar	Omarbeidet	Kravet er forenklet.	O4
O17	Myndighetskrav	Tatt bort	Oppfyllelse av myndighetskrav omfattes av søknadsskjemaet.	
O18	Oppfølging	Omarbeidet	Kravet er forenklet.	O3
O19	Vedlikehold	Tatt bort	Kravet på energieffektivitet ansees å være tilstrekkelig.	
O20	Informasjon til personalet om butikkens miljøstatus	Tatt bort	Lite potensial motiverer å ta bort kravet.	
O21	Kommunikasjon til kunder	Tatt bort	Liten relevans motiverer å ta bort kravet.	
O22	Salgsinnretning	Tatt bort	Dårlig styrbarhet motiverer å ta bort kravet.	
O23	Markedsføring	Tatt bort	Oppfyllelse av Svanens markedsføringsregler er omfattet av søknadsskjemaet.	

5.2 Motivering til endring av krav

I de tilfeller det er behov for en noe mer inngående beskrivelse av motiveringen til hvorfor et krav er omarbeidet eller tatt bort, så er det beskrevet i dette delkapittel. Kravnumrene refererer til versjon 2 av kriteriene for dagligvarebutikker.

O1 Beskrivelse av butikken

Informasjon om butikken som er relevant for søknaden er nå holdt utenfor kriteriene. Isteden må butikken opplyse om en rekke forhold i forbindelse med opprettelse av søknaden i Svanens elektroniske søknadsguide.

O2 Antall poeng

Nordisk Miljømerking har valgt å helt omarbeide kravene til økologisk og miljømerket sortiment. I versjon 2 ble det stilt krav om at butikken skulle ha et visst sortiment på hyllen. I versjon 3 stilles isteden kravene på hvor mye økologisk og miljømerket butikken omsetter for. Et bredt sortiment i seg selv gir ingen miljøgevinst. Det gjør derimot høy omsetning.

O3 Tydelig merking av miljømerkede og økologiske varer

Å skilte økologiske og miljømerkede varer var et av de mest sentrale kravene i versjon 2 ettersom sortimentskravene baserte seg på sortimentsbredde og ikke faktisk salg. I og med at Nordisk Miljømerking i versjon 3 har valgt å stille krav til hvor mye økologisk og miljømerket butikken selger, er tydelig skilting for å drive salget av disse varene utspilt sin rolle. Nordisk Miljømerking går ut ifra at butikkene likevel velger å skilte økologiske og miljømerkede produkter for å kunne opprettholde salgsandelen og på den måten sikre at kravene på sortiment etterleves i hele lisensen gyldighetstid.

O4 Energieffektivitet samt redegjørelse for butikkens energiforbruk og karbondioksidutslipp

Kravet er forenklet og noen deler er tatt bort. Endringene som er gjort omfatter:

- I versjon 2 var det krav til både energiforbruk (omregnet til primærenergi) og til utslipp av karbondioksid. Men fordi dagligvarebutikker først og fremst dekker sitt energibehov med elektrisitet, er det samvariasjon mellom resultatene på disse to områdene. Det er kun dersom butikkene har store utslipp av kjølemedier at det ikke er samvariasjon mellom butikkens resultat i energiforbruk og karbondioksidutslipp. Kjølemedier med høye GWP-verdier vil nå i årene fremover fases ut gjennom et nytt EU-direktiv. Det er derfor ikke et poeng å ha med et krav på utslipp av karbondioksid. Ut ifra samme argument er det heller ikke et poeng å regne om energiforbruk til primærenergi. Nordisk Miljømerking er innforstått med at det kan være søkere som gjennom disse forenklingene kommer dårligere ut - det kan eksempelvis gjelde noen butikker med fjernvarme. Men fordi styrbarheten på valg av energisystem ofte er dårlig, mener vi det likevel er berettiget å ta bort både primærenergifaktorer og kravet til karbondioksid.
- I versjon 2 ble det antatt at alle kjøledisker var overdekte når butikken var stengt for kunder minus 1 time. I versjon 3 utgår beregningene for at butikken har overdekning døgnet rundt på samtlige kjøle- og frysedisker. Forandringen i hvor stor del av døgnet kjølediskene antas å være overdekte gjør at butikkene må være ca. 10 % mer energieffektiv. Utover det har antallet kjøle- og frysedisker som søkeren blir bedt om å måle lengden av blitt redusert fra 8 til 7.
- I versjon 2 utgikk beregningene fra at det gikk med 4 kWh per porsjon dersom butikken lager ferdigmat. Erfaring har vist at det tallet er for sjenerøst slik at butikker som lager mye mat har hatt lettere for å klare grenseverdien. I versjon 3 bruker vi derfor 2,6 kWh/porsjon som referanseverdi. Tallet er i tråd med den svenske STIL-kartleggingen.

P9 Kontroll av energiforbruket

Nordisk Miljømerking anser at kravet på butikkens energieffektivitet er tilstrekkelig styrende på butikkens bruk av energi. Når det gjelder fornybar elektrisitet, er det ikke påvist at systemet med kjøp og salg av sertifikater for fornybar energi gir et bedre tilbud av energi fra fornybare kilder. Istedenfor at søkere skal bruke penger på å kjøpe seg sertifikater, ønsker Nordisk Miljømerking isteden at de skal investere i tiltak som faktisk reduserer energiforbruket. Det er der den store miljøgevinsten er å hente. Kravet er derfor tatt bort.

O6 Overdekning av kjøl- og frysedisker

I beregningen av butikkens index for energieffektivitet ligger det i versjon 3 inne en forutsetning om at alle kjøle- og frysedisker er overdekte. Kravet er derfor overflødig og tatt ut av kriteriene. Det medfører en forenkling for søkere som ikke lenger trenger å dokumentere overdekningen av sine plugin-disker.

P10 Kjølemedier

I versjon 2 ble det gitt poeng til butikker som bruker kjølemedier med lave GWP-verdier. Fra og med 2017 kommer tilgangen på kjølemedier med høye GWP-verdier til å

begrenses grunnet et besluttet kvotesystem. Fra og med januar 2020 kommer det til å være forbudt å etterfylle de samme kjølemediene. Det innebærer i praksis at bruk også forbys da systemene lekker og må jevnlig etterfylles. Nordisk Miljømerking anser Svanens krav ikke kommer til å være det som driver utviklingen fremover de kommende fem årene. Kravet er derfor tatt bort.

O8 Butikkens kildesortering

Det tidligere kravet på skilting av butikkens interne kildesortering var av mer symbolsk karakter. Det var et krav som skulle legge til rette for god sortering, men sa ingenting om hvor mye avfall som faktisk ble sortert. Nordisk Miljømerking anser at kravet til hvor mye restavfall butikken kan ha er tilstrekkelig drivende for sorteringen. Kravet er derfor tatt bort.

O15/P15/P16/P17/P18/P19 Diverse transportkrav

I versjon 2 ble det stilt en rekke krav på transport av varer til butikkene. Nordisk Miljømerking har tatt bort alle disse i versjon 3 på bakgrunn av butikkenes begrensede styrbarhet på hvordan og med hvilke kjøretøy varene ankommer butikken. I forhold til øvrige miljøpåvirkning fra en dagligvarebutikk, mener dessuten Nordisk Miljømerking at relevansen for inn-transport er liten. I forhold til ut-transport er butikkenes styrbarhet totalt manglende. Eneste unntak her er for internettbutikker som leverer varer til kunder og som derfor har egne biler. Her er styrbarheten høy. Men fordi hverken relevansen eller potensialet her utmerker seg, velger Nordisk Miljømerking å ikke stille transportkrav i versjon 3.

O18 - O23 Diverse miljøledelseskrav

Nordisk Miljømerking har i tidligere versjoner av kriteriene stilt mange krav på butikkens miljøledelse. Det har vært alt i fra krav om at butikken skal ha en miljøpolicy til krav om informasjon til personalet om butikkens miljøstatus. De fleste kravene er tatt bort i versjon 3. Bakgrunnen for dette er at kravene ikke har fungert etter Nordisk Miljømerkings hensikt. I mange tilfeller har vi sett at kravene har ført til økt byråkrati - og ikke til en faktisk miljøgevinst. Et viktig prinsipp under revisjonen av versjon 2 var at krav som ikke gir en faktisk miljøeffekt skulle tas bort. Isteden ble det viktig å beholde de krav som var sentrale for å sikre at Svanens krav oppfylles i hele lisensens gyldighetstid: Et krav om årlig rapportering og et krav om at butikken skal ha en person som er ansvarlig for lisensen og en som er kontaktperson mot Nordisk Miljømerking.

6 Nye kriterier

I kommende revisjon vil arbeidet fokusere på muligheten for å stramme:

- kravet på salgsandel økologisk og salgsandel miljømerket
- kravet på energieffektivitet
- kravet på restavfall
- kravet til måling av matsvinn og tiltak som kan iverksettes for å redusere mengden som oppstår
- det overordnede kravet til hvor mange poeng butikken totalt sett skal oppnå

Markedet for økologisk mat og drikk samt miljømerkede produkter er kontinuerlig i endring. Det er derfor viktig at kravgrensene vurderes når kriteriene revideres.

Måten det stilles krav på energieffektivitet og mengde restavfall har vi hatt erfaring med siden versjon 2. Derfor vet vi at metodene fungerer etter hensikten. Kravgrensene må derimot sees over slik at kravene skiller ut de dårligste butikkene på markedet.

Dersom kravgrensene for de obligatoriske kravene justeres, vil også grensene i de tilhørende poengkravene justeres tilsvarende.

Avslutningsvis vil vi i neste revisjon vurdere muligheten for å stille et obligatorisk krav til mengden matsvinn som oppstår. Det forutsetter at det finnes retningslinjer for hvordan matsvinn bør måles.

Definisjoner og forklaringer

Ord	Forklaring eller definisjon
Bærekraftig fiske	Bærekraftig fiske er fiske sertifisert etter standard godkjent av Nordisk Miljømerking. Hvilke krav Nordisk Miljømerking stiller på standard og sertifiseringssystem er gitt i bilag 1.
Dagligvarer	Dagligvarer er i denne sammenheng definert som varer som er forventet å konsumeres eller brukes opp innen en begrenset tid. Mat, hygieneartikler, husholdningsartikler, husholdningspapir og rengjøringsmidler er eksempler på varer som regnes som dagligvarer.
Forbruksartikler	Forbruksartikler i denne sammenhengen definert som dagligvarer som ikke er mat og drikke. Et annet vanlig begrep på denne gruppen produkter er "non-food daily"
Index for energieffektivitet	Viser i denne sammenhengen til en verdi som forteller noe om hvor energieffektiv en butikk kan ansees å være. Index-verdien regnes ut i Svanens elektroniske søknadsguide.
Internettbutikk	Dagligvarebutikk som kunden kun kan besøke via en internettside.
Lager	Viser i denne sammenhengen til det lokalet der internettbutikken lagrer varene innen de plukkes.
Matsvinn	Matsvinn er her definert som mat som på et tidspunkt kunne vært benyttet til menneskeføde. Det innebærer at bein, skall, skrell og produksjonsrester som normalt ikke kan spises av mennesker ikke inngår.
Miljømerkede produkter	Som miljømerket regnes i denne sammenheng produkter merket med Svanen, EU-Ecolabel og Bra Miljöval.
Plukking av varer	Viser i denne sammenhengen til når varer som er bestilt via en internettside plukkes etter kundens bestilling.
Restavfall	Med restavfall menes her avfall som ikke sorteres ut og går til forbrenning/deponi. Også avfall som sorteres ut med tanke på at avfallet skal forbrennes eller deponeres, regnes som restavfall.
Spesialprodukter	Med spesialprodukter menes i denne sammenhengen produkter som ikke er dagligvare. Et annet vanlig begrep på denne gruppen produkter er "non-food"

Synlig matsvinn

Økologisk mat og drikke	Med økologisk mat og drikke menes i denne sammenhengen produkter som er merket etter EUs forordninger EG 834/2007 og EG 203/2012, eksempelvis KRAV, finske "Solmärket" (Luomu), Debio, Statskontrollerat ekologiskt (Q-märket) og Tún-lífrænt.

Bilag 1 Liste over varer som regnes som forbruksartikler

I tabellen nedenfor defineres hva som regnes som forbruksartikler. Dersom en vare ikke er med på listen, skal den regnes som et spesialprodukt. Saksbehandler kan være behjelpelig med å avgjøre om en vare er forbruksartikkel eller ei ved behov.

Barn	Stelleprodukter: Hår, dusj, bad, hud, munn, olje
	Bleier
	Våtservietter, tørkeservietter, vaskeservietter
	Ammeinnlegg
	Skal ikke regnes som forbruksartikkel: Smokker, tåteflasker, barnebestikk og tallerkener, smekker
Papir	Husholdningspapir, toalettpapir, tørkepapir
	Lommetørklær
	Servietter
	Kopieringspapir
	Skriveblokker, kollegieblokker
	Lesestoff: Bøker, aviser, magasiner
	Konvolutter
	Kaffefilter, tefilter
	Skal ikke regnes som forbruksartikkel: Tegne- og malebøker, kvitteringsblokk
Kjemikalier	Tekstilvask: Vaskemiddel, skyllemiddel, flekkfjerner, blekemiddel
	Oppvask: Maskinoppvask, oppvaskmaskinrengjøring, håndoppvaskmiddel, glansemiddel
	Rengjøring: Allrengjøring, toalettrengjøring, sanitærrengjøring, ovnrengjøring, komfyrrengjørinng, stålull, pussemiddel, gulvrengøring, gulvpleie, proppløser, luftfrisker
	Skal ikke regnes som forbruksartikkel: Myggmiddel
Rengjøringsutstyr	Svamper, oppvaskkluter, oppvaskbørster, bøtter, kluter
	Mikrofiber: Kluter og mopper (inkl. tillbehør)
Hygiene	Intimhygiene: Bind, tamponger, truseinnlegg, inkontinensbind, prevensjon
	Hud og hår: Håndsåpe, sjampo, balsam, dusjsåpe, intimsåpe, badesalt, badeskum, hårkurer, hårstyling, hårfarge, hårtoning, permanent, hårvann, hårfjerning, ansiktsrens, krem, forpleie, solkrem
	Munnpleie: Tannkrem, tannbørste, munnskyll, tannpirkere
	Bomull: Bomullspinner, bomull
	Våtservietter
	Deodorant
	Barbering: Skum, krem, etterbarberingsvann, barberhøvler, barberblad
	Kosmetikk
	Skal ikke regnes som forbruksartikkel: Sårpleie
Poser og kasser	Avfallsposer, søppelsekker

	For kunden å bære varer hjem i: Plastposer og pappkasser, handlenett
Engangsartikler	Borddekking: Glass, kopper, tallerkener, bestikk, papirduker
	Matlaging: Bakepapir, muffinsformer, matpapir, mellomleggspapir, plastfolie, aluminiumsfolie, fryseposer, brødposer
Levende lys	Antikklys, kubbelys, duftlys, gravlys, kakelys
Øvrig	Grillkull, grillbriketter
	Batterier: Engangsbatterier, oppladbare batterier, knappcellebatterier (inkl. de som selges med lader)
	Belysning: Glødepærer, sparepærer, led, lysrør, halogen
	Grønt: Planter, blomster og blomsterjord

Bilag 2 Nordisk Miljømerkings retningslinjer for standard og sertifiseringssystem for fisk og skalldyr

Nordisk Miljømerking stiller krav på standarder for sertifisering av fisk og skalldyr. Kravene er listet i dette dokumentet og oppdateres kontinuerlig. Hver enkel standard og sertifiseringssystem granskes av Nordisk Miljømerking for å sikre at kravene oppfylles.

Generelle krav på standarder for bærekraftsmerking av fisk og skalldyr

Følgende krav gjelder for både villfanget fisk og oppdrettsfisk:

- Standarden skal følge alle relevante lover og avtaler og overensstemme med FAO:s og FN:s konvensjoner og retningslinjer:
- - 1982 UN Convention on the Law of the Sea
- - 1995 UN Fish Stocks Agreement
- - FAO:s retningslinjer for miljømerking av villfanget fisk og fiskeprodukter
- - FAO:s tekniske retningslinjer for sertifisering av akvakultur
- - FAO:s code of conduct for ansvarsfullt fiske
- Standarden skal balansere økonomiske og økologiske interesser. Standarden skal være utviklet i en åpen prosess der økologiske, økonomiske og sosiale interessenter har vært invitert til å delta. Dette innebærer at det som et minimum skal være en offentlig høring under utviklingen av standarden.
- Standarden og dokumenter som er relatert til standarden skal være offentlig tilgjengelige.
- Standarden skal evalueres og revideres regelmessig slik at prosessen utvikles og miljøpåvirkningen minsker suksessivt.
- Nordisk Miljømerking legger særlig vekt på at standarden skal ha absolutte krav som beskytter mot illegalt fiske og mot utarming av det biologiske mangfoldet.

Krav på standard for villfanget fisk og skalldyr

- Standarden skal ha krav på at fiskebestanden ikke overfiskes, men bevares på et nivå som fremmer langsiktig optimal utnyttelse.
- Bedømmingen av status og trender for bestanden samt fiskets påvirkning på økosystemet skal baseres på adekvat og vitenskapelig relevant data og informasjon.
- Standarden skal ha krav på økosystemhensyn d.v.s. negative effekter av fisket skal evalueres.
- Standarden skal inneholde krav som har til hensikt å minimere bifangst/utkast. Dette kan eksempelvis oppfylles gjennom en risikovurdering.

Krav på fisk og skalldyr fra oppdrett

- Standarden skal ha krav om miljøaspekter som sikrer bærekraftig oppdrett - herunder krav på fôrfiske.

- Standarden skal stille krav til dyrehelse og dyrevelferd
- Standarden skal stille krav på næringsmiddelsikkerhet

Krav på sertifiseringssystem og sertifiseringsorgan

- Sertifiseringssystemet skal være åpent, ha stor nasjonal eller internasjonal troverdighet og kunne verifisere at kravene i standarden er oppfylte.
- Sertifiseringsorganet skal være upartisk og troverdig, d.v.s. at sertifiseringen skal utføres av en akkreditert kompetent tredjepart.
- Sertifiseringssystemet skal være tilpasset for å verifisere at kravene i standarden er oppfylt. Metoden som benyttes i sertifiseringen skal være repeterbar og tilpasset fiskeri og oppdrett. Sertifiseringen skal skje i henhold til en spesifikk standard.
- Det skal utføres kontroll av fiskeriet/oppdretten før sertifikat utstedes.
- Det sertifiserte fiskeriet/oppdretten skal kontrolleres regelmessig.

Krav på CoC (Chain of Custody) sertifisering

Krav på CoC kan eventuelt stilles dersom det er behov for en komplettering til myndighetskravene:

- Produktene skal være sporbare gjennom hele foredlingskjeden og som et minstekrav merkes med fangstområde, handelsnavn (vitenskapelig navn) og produksjonsmetode (oppdrett eller villfangst), (ref.: forordning 104/2000/EG som gjelder kun ikke prosesserte produkter).
- Chain of Custody-sertifisering skal utføres av en akkreditert kompetent tredjepart på samme måte som sertifiseringen av fiskeriet.
- Systemet skal stille krav på CoC-kjeden med mål om å sikre sporbarhet, dokumentasjon og kontroll gjennom hele produksjonskjeden.

Dokumentasjon

- Kopi av standard.
- Kontaktinformasjon (navn, adresse og telefon) til organisasjonen som har utviklet standard og auditrapport.
- Referanser til personer som representerer parter og interessegrupper som er invitert til å delta i utviklingen av standarden.

Vær oppmerksom på at Nordisk Miljømerking kan kreve ytterligere dokumentasjon for å kunne vurdere om kravene til standard og sertifiseringssystem er oppfylt.

Bilag 3 Beskrivelse av energiverktøyet og hvordan energiindex beregnes

For å kunne bedømme butikkens energieffektivitet, benytter Nordisk miljømerking en beregningsmåte som forenklet kan beskrives på følgende måte: Ut ifra et sett med parametere som representerer butikkens forutsetninger beregnes en unik målverdi for butikken. Målverdien representerer hvor mye energi butikken optimalt sett burde ha brukt dersom energibesparelse hadde vært tenkt inn i alle deler av driften. Målverdien i kWh sammenliknes deretter med butikkens faktiske energiforbruk i kWh. Forholdet mellom målverdi og faktisk energiforbruk er butikkens energieffektivitet. Nedenfor beskrives i litt mer detalj det Nordisk Miljømerking kaller Energiverktøyet.

Antagelser og parametere i beregningen av butikkens målverdi

For å beregne butikkens målverdi har vi gjort en rekke antagelser for driften av butikken. For det første antas det at de tekniske installasjonene er moderne, men dog ikke blant de aller beste. Deretter antas det dessuten av teknikken er velfungerende. Butikkens kjøl- og frysemøbler antas å være overdekket døgnet rundt.

For å regne frem butikkens målverdi tas det hensyn til følgende parametere:

- Butikkens areal inkludert kontor og lager: Arealet gjelder butikkens innvendige areal. Dersom lokalene leies, skal butikken oppgi det arealet som det betales leie for. Lager og omlastningsområder som ikke varmes opp eller kjøles ned, skal ikke regnes med i arealet.
- Overflaten benyttes i beregningen av hvor mye energi det er antatt at butikken bør ha til belysning, drift av ventilasjon og oppvarming.
- Årsmiddeltemperatur i henhold til www.smhi.se, www.fmi.fi, www.met.no, www.dmi.dk
- Antall porsjoner mat som butikken produserer: Maten skal ha blitt preparert med varme, men kan selges avkjølt. Dersom mat selges i løsvekt, kan butikken regne ut antallet porsjoner ved å anta hvor mye en vanlig porsjon veier.
- Lengden i meter av kjøle- og frysedisker: Her skal både faste installasjoner og plug-in disker regnes med. I Energiverktøyet skilles det mellom følgende typer kjøle- og frysemøbler:
  - Kjøledisk med høyde over 1,7 m (5/6 hyller)
  - Kjøledisk lavere enn 1,7 m (3 hyller)
  - Kjøledisker som primært betjenes av butikkens personale og 1-hylledisker
  - Kjølegondoler
  - Fryseskap høyere enn 1,7 m
  - Frysekombiskap (skap og gondol)
  - Frysgondoler
  - Øvrige: Angi kjøl- og frysemøbelets ISO 2 tall
- Antallet kjøl- og fryserom samt arealet av disse
- Størrelsen i kvadratmeter på døren til bakerovnene
- Størrelsen i kvadratmeter på kyllinggrillene

Årlig energiforbruk i butikken

Butikken skal oppgi hvor mye energi de har kjøpt og solgt. Det inkluderer:

- Mengden elektrisitet som kjøpes inn: Dette dokumenteres lettest med fakturakopi eller en skjermdump fra butikkens elleverandør. Av dokumentasjonen skal det fremgå at fakturaen inkluderer forbruket for de siste 12 månedene. Det skal også fremgå hvem som er leverandør av elektrisitet.
- Mengden fjernvarme som kjøpes inn: Dette dokumenteres lettest med fakturakopi eller en skjermdump fra butikkens elleverandør. Av dokumentasjonen skal det fremgå at fakturaen inkluderer forbruket for de siste 12 månedene. Det skal også fremgå hvem leverer fjernvarme.
- Øvrig energi som kjøpes inn: Dersom det benyttes andre former for energi, eksempelvis olje eller gass, skal denne også oppgis. Som for elektrisitet og fjernvarme dokumenteres dette lettes med fakturakopi eller eventuelt en avlesning av forbruket for en gitt måleperiode.
- Mengden energi som selges videre til en annen leietager: Dersom butikken skal kunne regne bort energi som selges, så må det finnes et måleapparat som viser hvor mye energi som er sendt videre til annen part.
- Energi som er produsert innenfor virksomheten uten å ha passert offentlig elektrisitetsnettverk behøver ikke regnes inn. Eksempler på dette er energi fra solceller og solfangere.
- Butikken skal oppgi om de overnevnte energitallene inkluderer energi til drift av ventilasjon og til oppvarming. Dersom de ikke gjør det, vil det legges til sjablonverdier for dette til det oppgitte energiforbruket.

Enkeltstående butikker: Forholdet mellom målverdien og faktisk forbruk

Hvordan Energiverktøyet regner ut butikkens energieffektivitet utifra målverdien og butikkens oppgitte energiforbruk kan illustreres med følgende eksempel:

Butikkens energiforbruk er 150 000 kWh. Beregnet målverdi er 100 000 kWh. Forholdet blir da 150 000/100 000 = 1,5

Butikken i eksempelet over forbruker 50 % mer energi enn det den i følge Energiverktøyet bør benytte. Den har derfor en energieffektivitet på 1,5.

Butikkjede: Forholdet mellom målverdien og faktisk forbruk

Når en butikkjedes gjennomsnitt skal beregnes er det viktig at ikke en liten butikk med en veldig god energieffektivitet får for stort gjennomslag sammenliknet med større butikker med dårlig energieffektivitet. Energiverktøyet regner derfor ut kjedens gjennomsnitt ut ifra en vekting av de ulike butikkenes målverdi. Vi kan illustrere det med følgende eksempel:

	Butikk 1	Butikk 2
Målverdi i kWh	1.000.000	1.100.000
Faktisk forbruk i kWh	1.500.000	1.600.000
Energieffektivitet	1,50	1,45

Ved å vekte inn de enkelte butikkenes målverdi i beregningen av kjedens gjennomsnitt, får kjeden følgende energieffektivitet:

∑målverdier / ∑faktisk forbruk = (1.000.000 + 1.100.000)/(1.500.000 + 1.600.000) = 1,48

Internettbutikker som består av flere enheter skal regne på samme måte som butikkjeder.