Hvorfor Svanemerket på hotell, restaurant og konferanse?

- Tredjepartsgarantert miljøeffekt
- Innkjøpere prioriterer Svanemerket
- Forbrukere kjenner merket og har tillitt
- Miljømerking bidrar til markedsføring

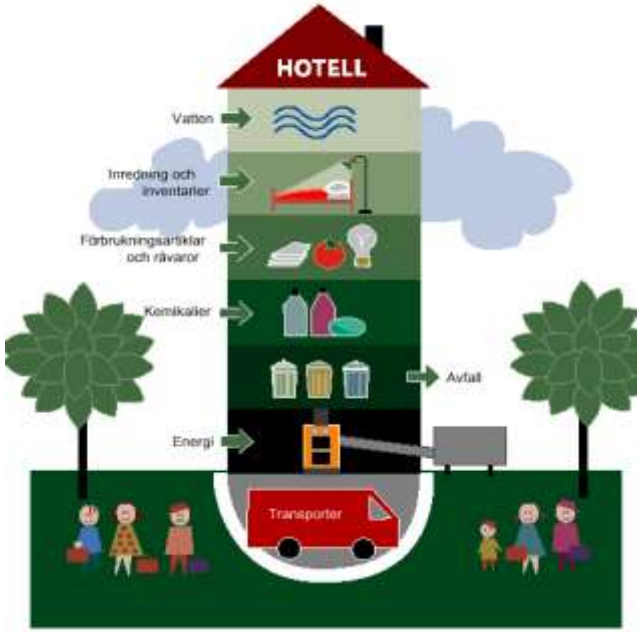


Miljøkontroll i hele livssyklusen



RÅVARER	PRODUKSJON	BRUK	AVFALL	SVANEMERKET
Alle ting kommer fra et sted	Alt som lages påvirker miljøet	Alt du kan spare miljøet for	Alt kan bli til nye råvarer	Alt for miljøet

Hotell er samfunn i miniatyr…



Energiforbruk: klimaeffekt

Kjølemedier: ozonlaget

Vaskemidler: stresser vannsystemene og belaster renseanlegg

Gardiner, sengetøy, håndklær: flammehemmere, bekjempningsmidler, konserveringsmidler

Kontormaskiner: mange tusen deler, plast og metallproduksjon, tungmetaller

Møbler: bærekraftig skogbruk verden rundt, plateproduksjon

Papir/trykksaker: bærekraftig skogbruk, lavere utslipp av kjemikalier, mindre helseplager i trykkerier

Avfall: matavfall kan bli til kompost, i stedet for et problem

Hvorfor sertifisere?

Systematisering → Sertifisering → Synliggjøring

FORENKLE – DOKUMENTERE - KOMMUNISERE



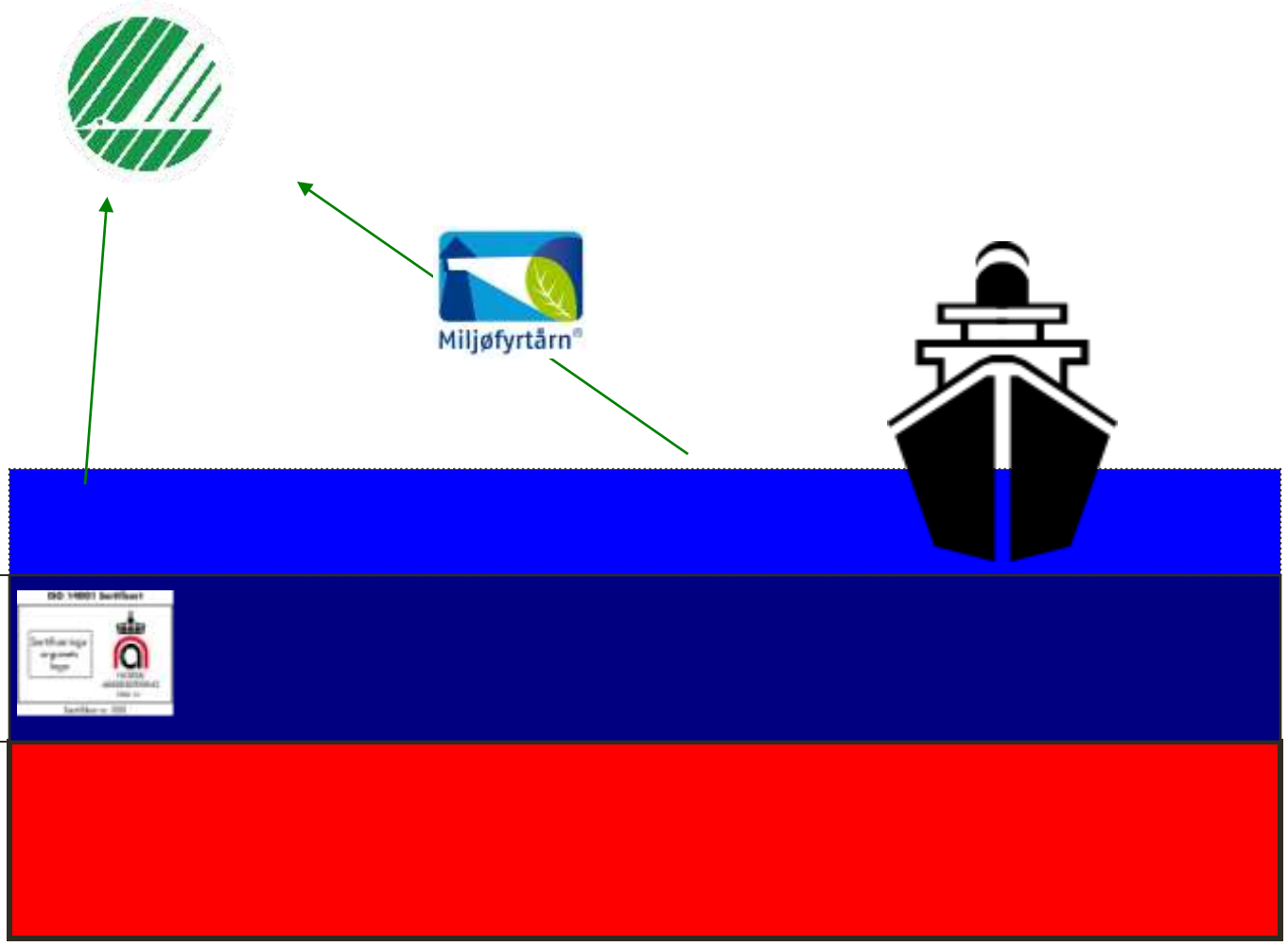
Miljøstandarder for reiseliv – minimumskravene er:

Miljømerking

Miljøfyrtårn

ISO 14001

Myndighets-krav



Begrunnelse for valg av sertifisering

Radisson Blu

Svanemerket ble valgt fordi den viser at hotellene tar et helhetsgrep om miljøutfordringene og troverdigheten til Svanen er stor i Norden.

Rica Hotels

Rica Hotels har valgt det offisielle miljømerket Svanen fordi dette er troverdig, har konkrete og strenge miljøkrav og sikrer en uavhengig vurdering av miljø- og kvalitetsarbeidet ved hotellene.

Choice Hotels

Choice sier de har valgt ISO 14001 fordi det legger til rette for et dynamisk og levende miljøarbeid og passer selskapets høye ambisjonsnivå når det gjelder miljø.

Thons Hotels

har valgt Miljøfyrtårn fordi de mener det passer godt til kjedens fokus på HMS-arbeidet.

Kilde: Norsk Hotellnæring 2008, Horwath HTL

Svanens Innkjøperklubb



- Prioritere svanemerket
- Miljø- og innkjøpspolicy
- Årlig rapportering – krav om forbedring

SVANENS INNKJØPER-KLUBB
VI VELGER SVANEMERKEDE PRODUKTER

Deltakerne



SVANENS INNKJØPER-KLUBB
VI VELGER SVANEMERKEDE PRODUKTER






































coop


konsis


Lilleborg
Profesjonell


SVANENS
INNKJØPER-
KLUBB
VI VELGER SVANEMERKEDE PRODUKTER


Scandic


GREENTECH


VULKAN


KLIMA- OG
FORURENSNINGS-
DIREKTORATET


forbo
FLOORING SYSTEMS


STAPLES


STEEN STRØM


millimeterpress


KYOCERA


Døvigen


HÅNDVERKS
KOMPANIET


ØYA OSLO


PitneyBowes


printing


MjøsPanel


NorEngros
www.norengros.no


GRØSET™


ERIK TANCHE NILSSEN


TRADEBROKER


Riksrevisjonen


KYSTVERKET

Offentlige innkjøpere



Kontormøbler og -rekvisita, renhold, hoteller

Så langt som mulig tilfredsstille miljømerkingskriteriene til Svanen eller EU-blomsten der slike kriterier er utarbeidet. For øvrig prioritere produkter og tjenester som er energieffektive, har lavt innhold av miljøgifter (prioriterte helse- og miljøfarlige kjemikalier), gir lave forurensende utslipp og lavt ressurs-forbruk. Varer laget av resirkulert materiale og klargjort for gjenvinning skal vektlegges.



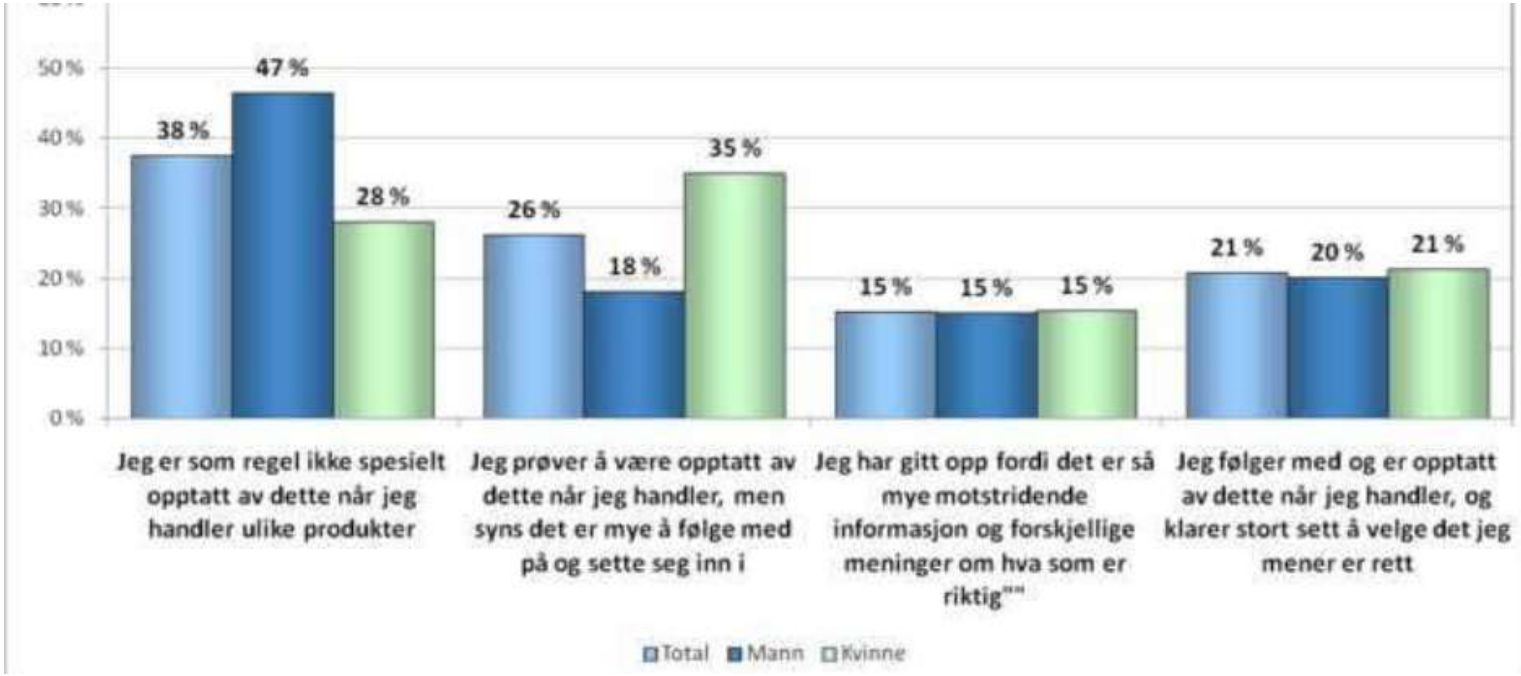
Utvalg fra norsk forbrukerundesøkelse 2013





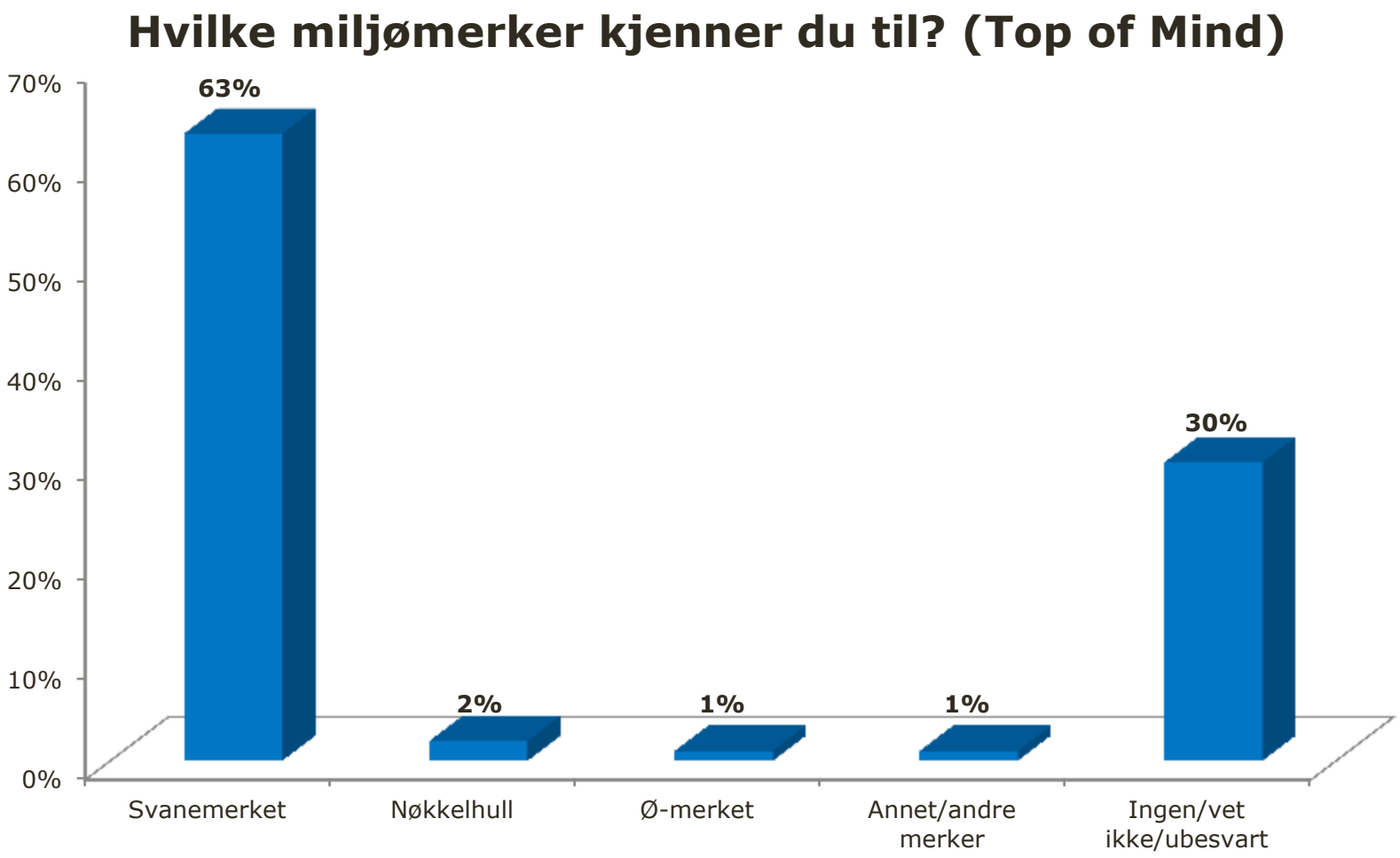
Miljøbevissthet - kjønn

Mange er opptatt av å handle etisk, miljøvennlig og passe på at man kjøper produkter som ikke skader verken mennesker, natur eller miljø. Hvilket av disse utsagnene passer best på deg?



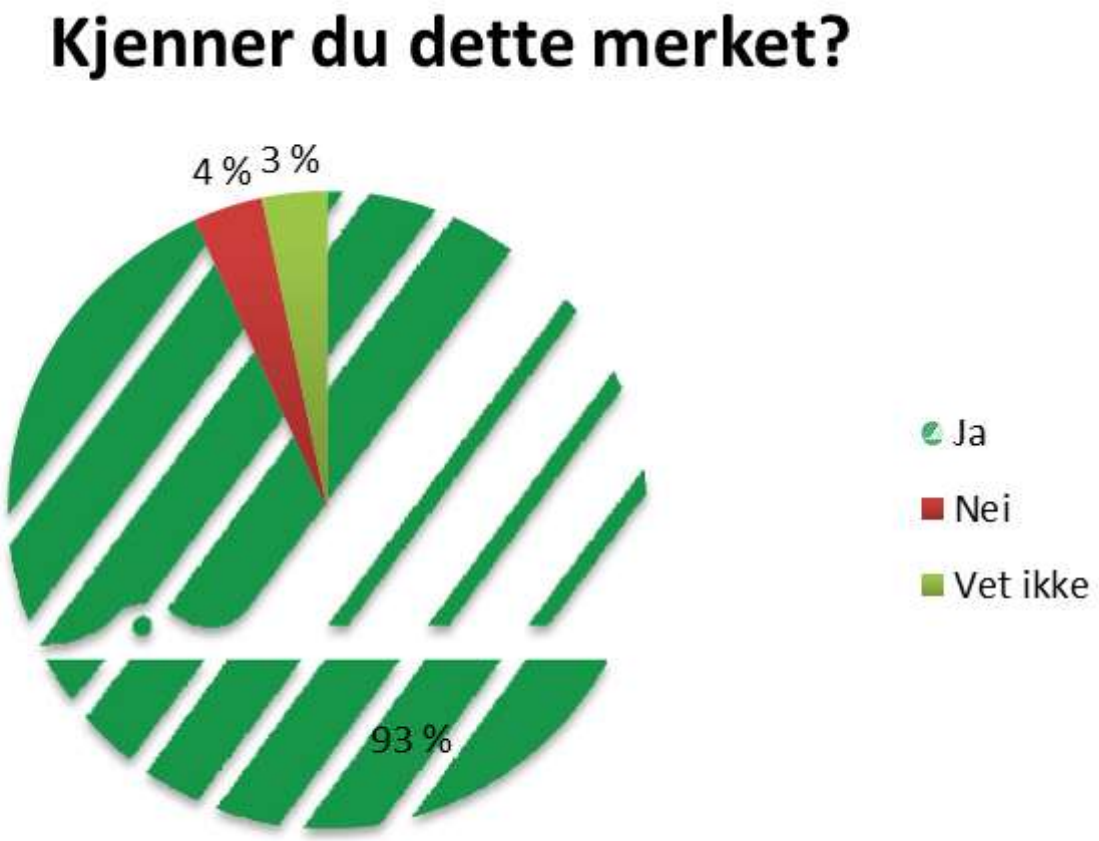
Kilde: Consumer Stories 2012 – norske forbrukertrender 2012-2015 (Onlive, IPSOS MMI)

Et miljømerke i Norge



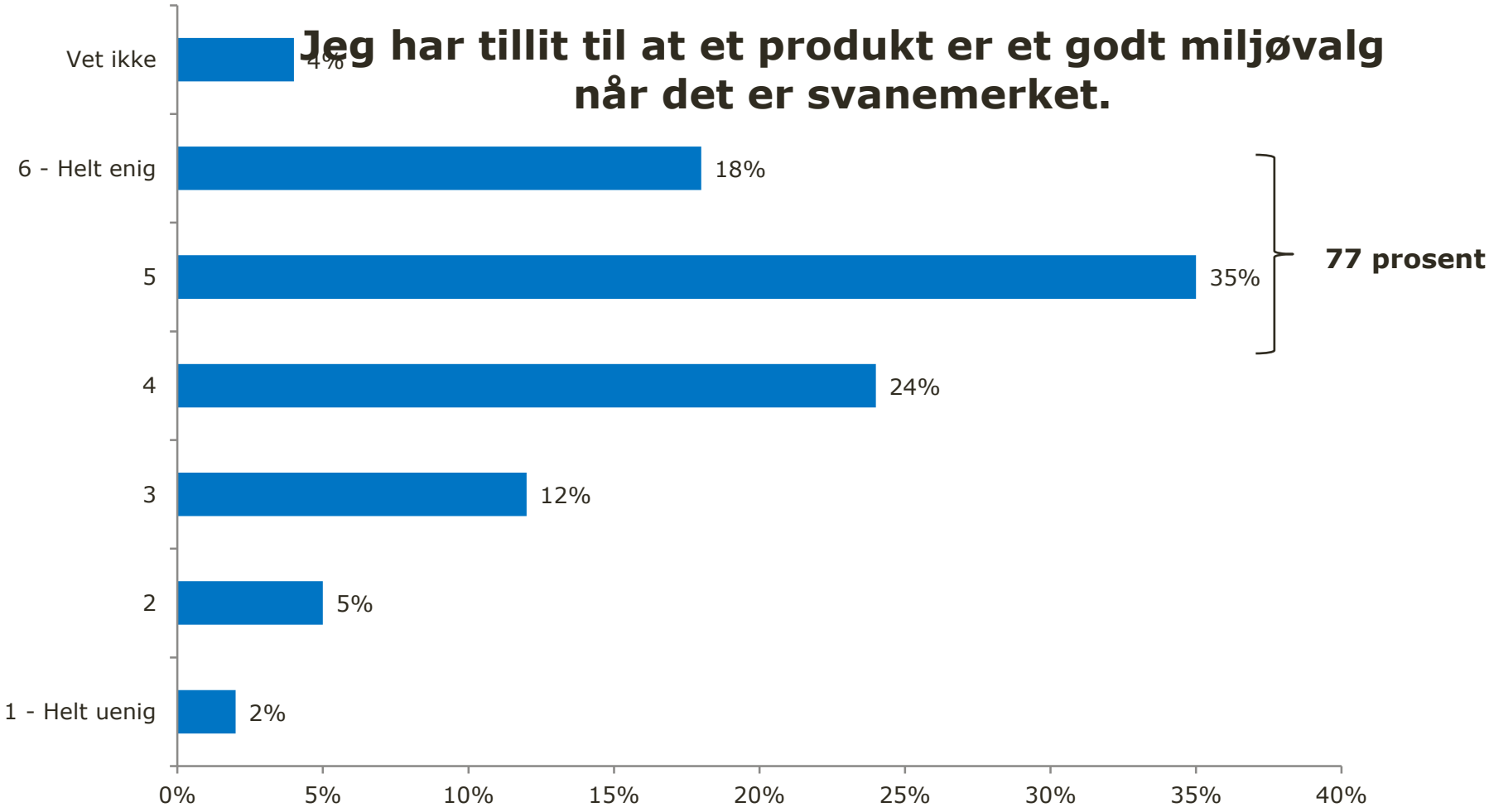
Kilde: Forbrukerundersøkelse gjennomført på oppdrag fra Miljømerking Norge (Respons Analyse 2013)

”Alle” kjenner Svanemerket



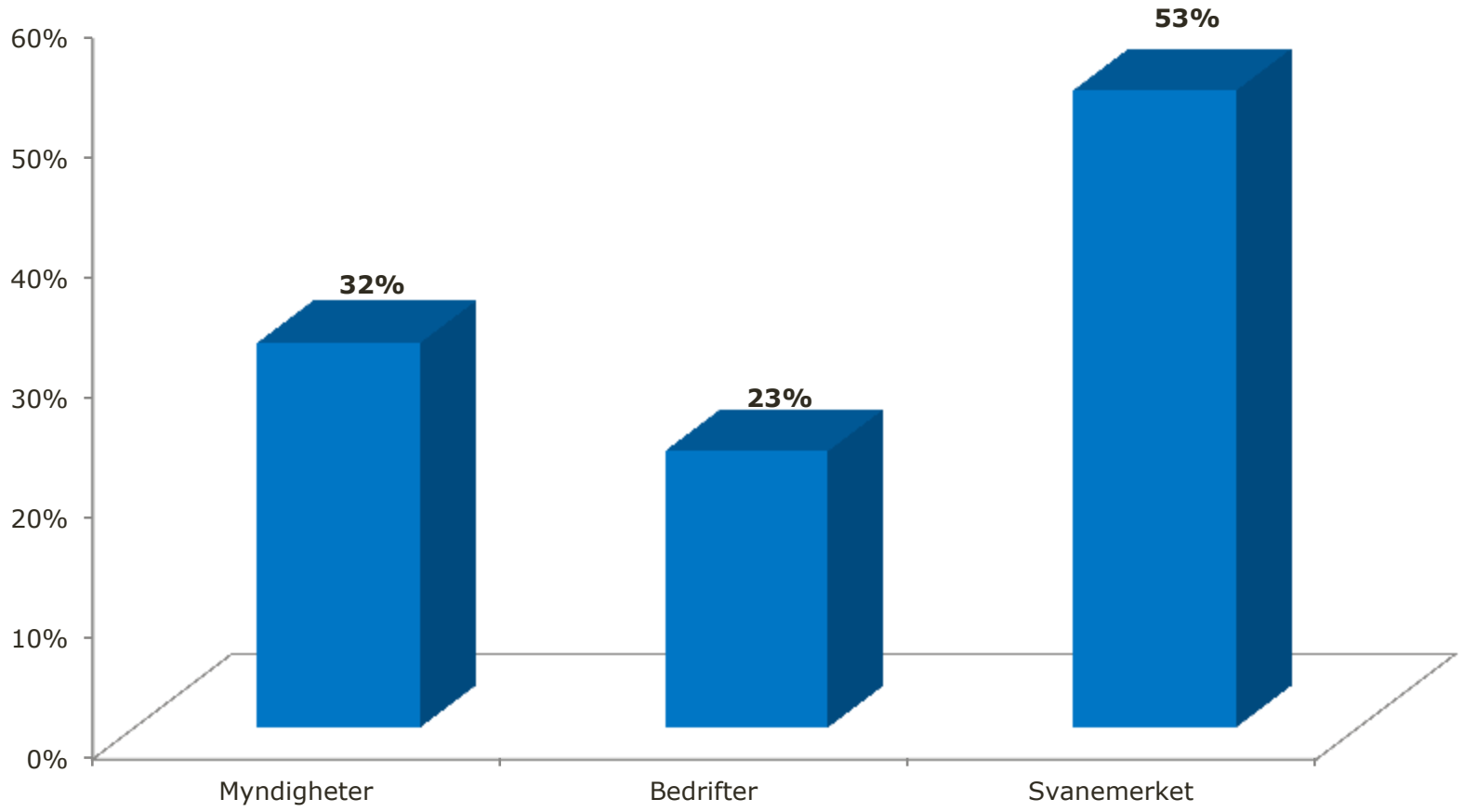
Kilde: Forbrukerundersøkelse gjennomført på oppdrag fra Miljømerking Norge (Respons Analyse 2013)

Tillit Svanemerket



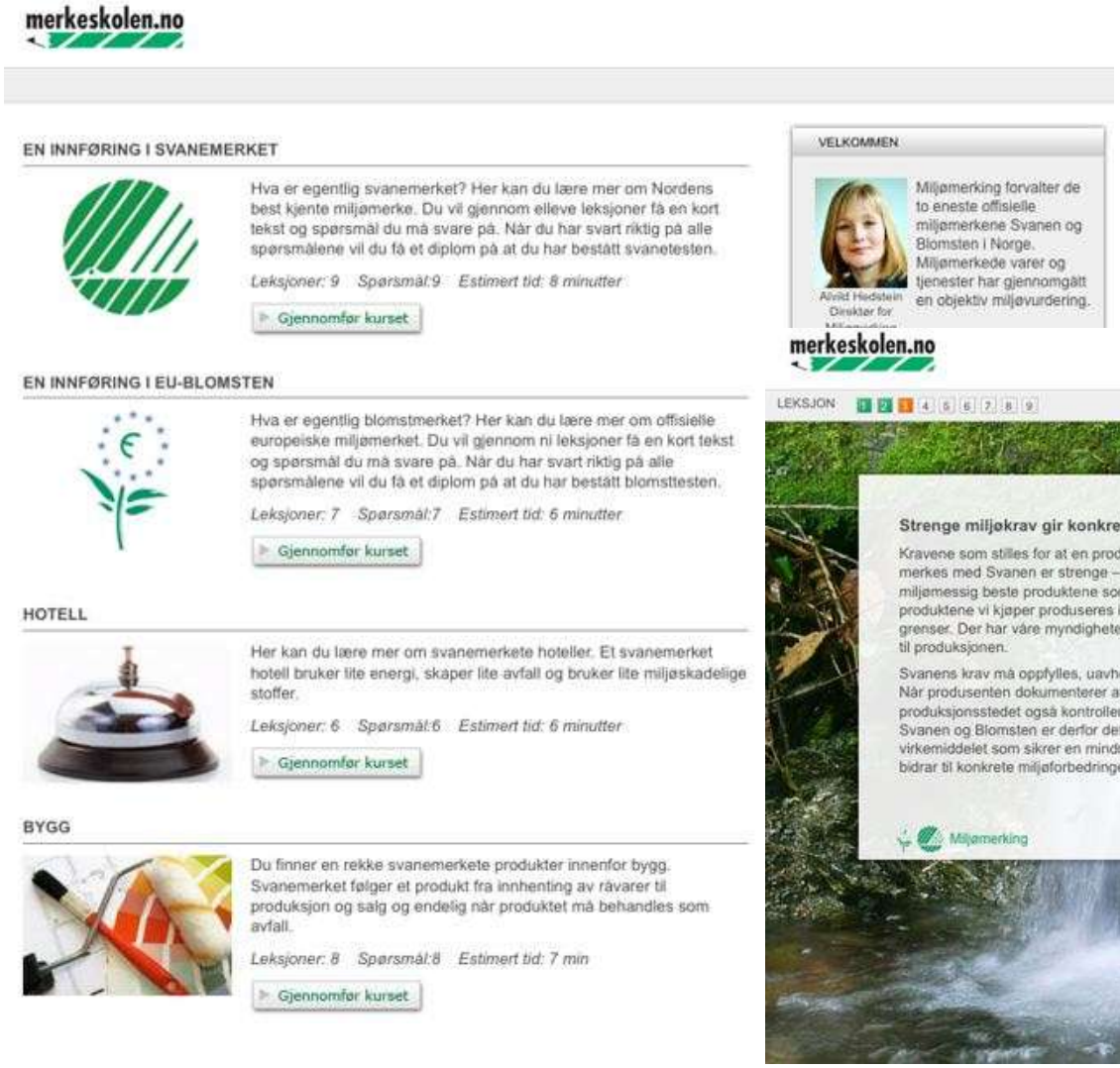
Kilde: Forbrukerundersøkelse gjennomført på oppdrag fra Miljømerking Norge (Respons Analyse 2013)

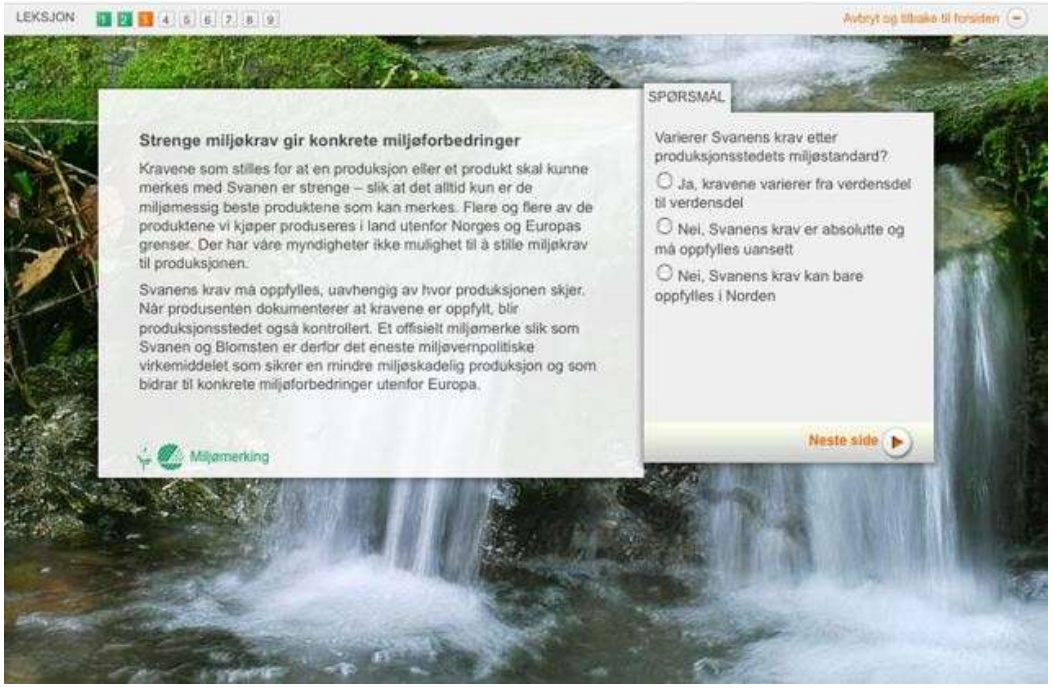
Høy tillit



Kilde: Forbrukerundersøkelse gjennomført på oppdrag fra Miljømerking Norge (Respons Analyse 2013)

Opplæring internt og eksternt





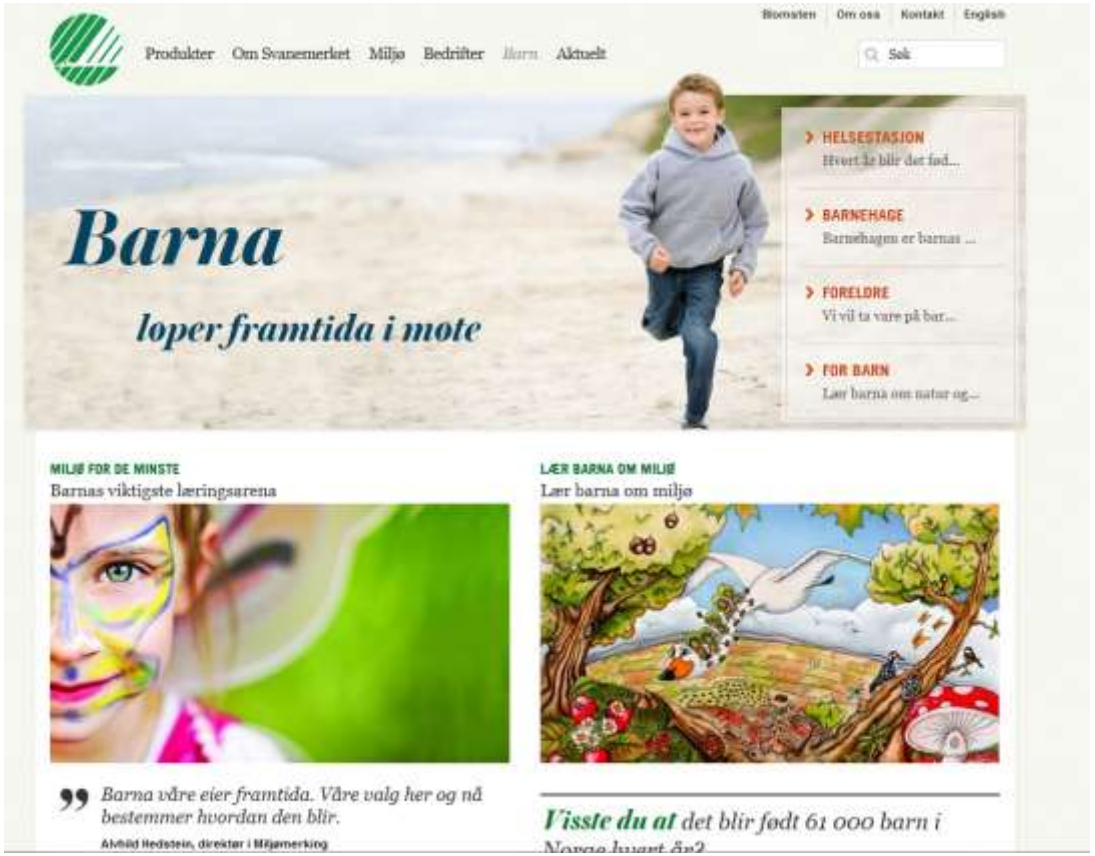


KURS: 3/9 STRENGE MILJØKRAV GIR KONKRETE MILJØFORBEDRINGER

Til de 1000 hjem…. Barnehage, (dagligvarer), skole, hjemme

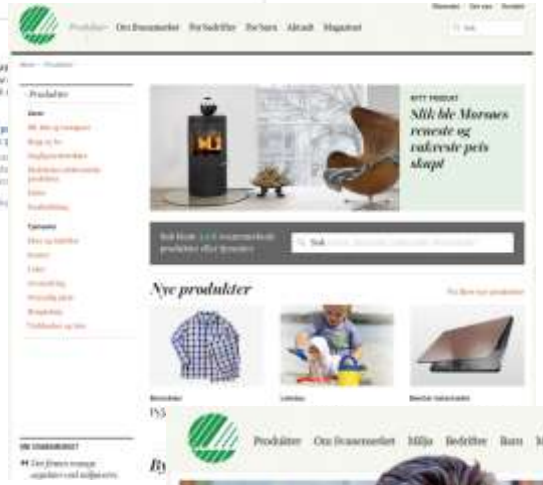






Forbrukerkommunikasjon









Meld deg på Svanekonferansen 5 juni!

