

Høringssammenstilling for

Dagligvarebutikker

Versjon 3.0

14. juni 2016

Svanemerkede dagligvarebutikker - Høringsssammenstilling

079/Versjon 3, 14. juni 2016

1	Sammendrag	1
2	Om høringen.....	1
3	Sammenstilling av innkomne svar	3
4	Kommentarer til kriteriene, i detalj	6
4.1	Generelle kommentarer	6
4.2	Produktgruppeavgrensning.....	15
4.2.1	Hva kan svanemerkes?	15
4.2.2	Hva kreves for å bli svanemerket?	18
4.3	Kommentarer til de enkelte kravene	18
4.3.1	Kapittel 1 - Generelt.....	18
4.3.2	Kapittel 2 – Opprettholdelse av svanelisensen.....	21
4.3.3	Kapittel 3 – Sortiment	23
4.3.4	Kapittel 4 – Energi	43
4.3.5	Kapittel 5 – Avfall.....	50
4.3.6	Kapittel 6 – Butikkens bruk av varer og tjenester.....	67
4.3.7	Kapittel 7 – Overordnet.....	69
4.3.8	Bilag	70
5	Kommentarer til krav som ikke er med i forslaget.....	71
6	Kommentarer til bakgrunnen, i detalj.....	79
7	Diskusjon og sluttsatser	82

1 Sammendrag

Forslag til generasjon 3 av kriteriene for dagligvarebutikker var på høring i perioden 4. januar 2016 til 4. mars 2016. Høringskommentarene er sammenstilt i dette dokumentet hvor også Nordisk Miljømerking besvarer innspillene og gir innblikk i hvilke justeringer som har skjedd på bakgrunn av kommentarene i etterkant av høringen. Høringssvarene er delt inn etter tema.

Høringen ble sendt ut direkte til 330 instanser i Norden i tillegg til å ligge åpen for alle på de respektive sekretariaters hjemmeside. Totalt kom det inn 42 svar. Av disse støtter 14 forslaget med kommentarer, 4 forkaster forslaget mens 20 kun har kommentarer. 4 frastår fra å svare.

Det har kommet inn svar til samtlige av de foreslåtte kravene. Men det er flest som handler om sortiment og om avfall og matsvinn. Kommentarer på kravene til matsvinn var noe Nordisk Miljømerking ba spesifikt om i høringsbrevet som fulgte med høringsforslaget.

I etterkant av høring er det gjort en rekke justeringer i kriteriene. De mest sentrale grepene som er gjort er:

- I høringsforslaget baserte sortimentskravene seg utelukkende på salgssandel økologisk og miljømerket. Etter høring kan man alternativt dokumentere sortimentet gjennom å vise til antall økologiske og miljømerkede produkter i sortimentet.
- Definisjonen av hva som regnes som miljømerket for gruppen spesialprodukter er justert og omfatter i etterkant av høring også Blaue Engel.
- Kravet til tiltak for å redusere matsvinn er utvidet til å premiere flere tiltak og poengene som gis for det enkelte tiltak er endret.
- Et nytt poengkrav, P7, som premierer de butikker som kjøper inn flere miljømerkede forbruksartikler og tjenester enn det det obligatoriske kravet, er lagt til.
- Poengsummen som totalt sett skal oppnås er justert ned i forhold til nivået i høringsforslaget.

I tabellen til slutt i dokumentet er det en oversikt over endringer gjort i det enkelte krav.

2 Om høringen

I dette dokumentet er samtlige kommentarer som er innkommet i forbindelse med høringen av nye kriterier for dagligvarebutikker sammenstilt. Høringen ble gjennomført i perioden 4. januar 2016 til 4. mars 2016.04.29 og omfattet et forslag til generasjon 3 av kriteriene for dagligvarebutikker.

I høringsbrevet ble det spurt spesifikt etter kommentarer til kravene på miljømerket sortiment og på kravene til matsvinn. Det er første gang Nordisk Miljømerking har med krav på matsvinn i kriteriene for dagligvarebutikker.

Høringen ble sendt direkte til 330 høringsinstanser, men den lå også som nyhetssak på samtlige sekretariaters hjemmeside. Høringen var således åpen for alle. Totalt fikk vi inn 41 hørings svar. I høringsperioden gjennomførte Nordisk Miljømerking også møter med store bransjeaktører i flere land. Innspillene som kom frem under disse møtene har vært tatt med i vurderingen av hvilke endringer som skulle gjøres etter høring. Det har dessuten innkommet data fra kjeder som har ønsket å teste våre krav. En aktør har testet hvordan de kommer ut totalt sett ved å teste samtlige krav, mens andre har testet deler av kravene. Nordisk Miljømerking vil gjerne takke alle som har kommet med kommentarer, innspill og data og således vært med på å sikre at kriteriene er i tråd med ISO 14024.

Marte Kjølborg 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 og øvrige interessenter.

3 Sammenstilling av innkomne svar

Tabellene under viser antallet innkomne hørings svar fordelt på land. De viser også standpunktet til de ulike høringsinstansene. Totalt sett mottok vi svar fra 42 høringsinstanser. Av disse er det 4 som motsetter seg forslaget, 14 som støtter med kommentarer og 20 som kun har kommentarer. 4 avstår fra å ta stilling.

Tabell 1: Sammenstilling av svarene. Kolonnene viser: «A. Bare kommentarer», «B. støtter forslaget», «C. Støtter forslaget med kommentarer», «D. Avstår fra å svare» og «E. Forkaster forslaget med motivering.»

Land	A. Bare kommentarer.	B. Støtter forslaget.	C. Støtter forslaget med kommentarer.	D. Avstår fra å svare.	E. Forkaster forslaget med motivering.	Totalt
Danmark	4		1	3	3	11
Sverige	10		6		1	17
Finland	3		3			6
Norge	3		4	1		8
Island						0
Totalt	20		14	4	4	42

Tabell 2: Danske hørings svar

Høringsinstans	A. Bare kommentarer.	B. Støtter forslaget	C. Støtter forslaget med kommentarer.	D. Avstår fra å svare.	E. Forkaster forslaget med motivering.
ALDI Danmark	X				
Coop Danmark	X				
Dansk Arbejdsgiverforening				X	
Dansk Erhverv					X
Forbrugerombudsmanden				X	
FSC Danmark			X		
Kiwi Danmark					X
Miljøstyrelsen	X				
Forbrugerbevægelsen Stop Spild Af Mad	X				
Uddannelses- og Forskningsministeriet				X	
Økologisk Landsforening					X
Σ Danske svar:	4	0	1	3	3

Tabell 3: Svenske hørings svar

Høringsinstans	A. Bare kommentarer.	B. Støtter forslaget .	C. Støtter forslaget med kommentarer.	D. Avstår fra å svare.	E. Forkaster forslaget med motivering.
Kemisk-Tekniska Leverantörförbundet	X				
Willys	X				
Bergendahl Food AB			X		
Biogasakademin	X				
Energimyndigheten			X		
Folkhälsomyndigheten	X				
ICA Sverige	X				
ICA Torgkassen			X		
IVL Svenska Miljöinstitutet			X		
KEMI			X		
Kommerskollegium	X				
Konsumentverket			X		
KTH	X				
Naturskyddsföreningen	X				
Rude Food					X
FSC Sverige	X				
Svenska retursystem	X				
Σ Svenske svar:	10		6		1

Tabell 4: Finske hørings svar

Høringsinstans	A. Bare kommentarer.	B. Støtter forslaget .	C. Støtter forslaget med kommentarer.	D. Avstår fra å svare.	E. Forkaster forslaget med motivering.
Kauppavalmennus Oy, Finland			X		
Kuluttajaliitto ry /Konsumentförbundet rf			X		
Finnish Grocery Trade Association and The Federation of Finnish Commerce and Trade	X				
S-Group/SOK, Finland	X				
Lidl Suomi Ky	X				
Luonnonvarakeskus /Natural Resources Institute Finland			X		
Σ Finske svar:	3		3		

Tabell 5: Norske hørings svar

Høringsinstans	A. Bare kommentarer.	B. Støtter forslaget .	C. Støtter forslaget med kommentarer.	D. Avstår fra å svare.	E. Forkaster forslaget med motivering.
Coop Norge			X		
Debio	X				
Handel og Kontor i Norge			X		
Matvett	X				
Miljødirektoratet			X		
Norges vassdrags- og energidirektorat				X	
Skogkonsult	X				
Landbruks- og matdepartementet			X		
Σ Norske svar:	3		4	1	

4 Kommentarer til kriteriene, i detalj

Høringsvarene er fordelt etter hvilke krav de kommenterer på. Dersom et høringssvar omfatter kommentarer på flere krav, er svaret delt opp slik at høringsinstansen kan gjenfinne sitt svar flere steder i dokumentet.

Mot slutten av hvert delkapittel svarer Nordisk Miljømerking på inkomne høringskommentarer og beskriver eventuelle endringer som er gjort i etterkant av høring basert på de tilbakemeldinger vi har fått. Svaret gis på både norsk og engelsk.

Oppsummert har de fleste av kravene blitt kommentert, men det er særlig i forhold til kravene til sortiment og i forhold til avfall og matsvinn at de fleste har spørsmål, kommentarer eller forslag til endringer.

4.1 Generelle kommentarer

Kommerskollegium

Enligt tjänstedirektivet är Sverige skyldigt att anmäla krav som påverkar tillträdet till, eller utövandet av, en tjänsteverksamhet. Kollegiet har tidigare påtalat att vi anser att Svanenmärkningar av tjänster bör anmälas enligt tjänstedirektivet eftersom de kan utövandet av en tjänsteverksamhet. Vi utvecklar vår bedömning om detta nedan.

I den aktuella remissen föreslår Nordisk miljömärkning nya kriterier för Svanenmärkning av dagligvarubutiker. Detaljhandel utgör en tjänst som omfattas av tjänstedirektivet. Frågan är om krav för frivillig statlig certifiering kan utgöra sådana krav som kan påverka tillträdet till eller utövandet av en tjänsteverksamhet och därför bör anmälas enligt tjänstedirektivet. Om vi ser till tjänstedirektivets ordalydelse (artikel 4.7) framgår att begreppet krav omfattar:

”[...] skyldighet, förbud, villkor eller begränsning som föreskrivs i medlemsstaternas lagar eller andra författningar eller som följer av rättspraxis, administrativt förfarande [administrativ praxis], regler från yrkesorganisationer eller kollektiva regler som yrkessammanslutningar eller andra branschorganisationer har antagit som ett led i utövandet av sitt rättsliga oberoende”.

Det är således inte endast lagstiftningsåtgärder som faller inom tjänstedirektivets definition av ett krav. Det framgår inte heller att kraven måste vara rättsligt bindande. Exempelvis kan en administrativ praxis falla inom definitionen av ett krav även om den skulle följa av ett ickebindande allmänt råd. Av artikel 3(3) i tjänstedirektivet följer vidare att direktivet ska tillämpas i enlighet med fördraget. Vad som avses med ”krav som påverkar tillträdet till eller utövandet av en tjänsteverksamhet” bör alltså enligt kollegiet läsas mot bakgrund av domstolens praxis angående den fria rörligheten. Av domstolens praxis framgår att varje nationell åtgärd, oavsett form, som förbjuder, hindrar eller gör det mindre attraktivt att utnyttja den fria rörligheten omfattas av fördragets bestämmelser. Domstolen har i detta avseende bedömt att frivilliga statliga certifieringar, på samma sätt som bindande regler, har potential att utgöra hinder för den fria rörligheten. I Buy Irish-målet kom domstolen fram till att en statlig kampanj för frivillig ursprungsmärkning av inhemska varor utgjorde ett otillåtet hinder för den fria rörligheten. På liknande sätt kom domstolen i målet

Europeiska kommissionen mot Tyskland fram till att en frivillig kvalitetsmärkning för varor producerade i Tyskland utgjorde ett otillåtet hinder för den fria rörligheten. Av domstolens praxis följer alltså att även frivilliga statliga certifieringar kan hindra den fria rörligheten. Då syftet med anmälningsproceduren är att identifiera just hinder för den fria rörligheten ser vi således ett generellt behov att anmäla frivilliga statliga certifieringar. Att tolka anmälningsplikten snävare vore inte ändamålsenligt, och vi anser inte heller att ordalydelsen av direktivet ger stöd för en sådan snäv tolkning. Mot bakgrund av ovanstående anser kollegiet att kriterierna för Svanenmärkning av dagligvarubutiker bör anmälas enligt artikel 39.5 i tjänstedirektivet, eftersom krav som ställs för frivilliga statliga certifieringar i praktiken kan påverka tillträdet till eller utövandet av en tjänsteverksamhet. Det bör noteras att denna slutsats inte baseras på en bedömning att Svanenkriterierna i sig utgör hinder för den fria rörligheten. Som nämnts ovan syftar anmälningsproceduren till att skapa transparens och det stora flertalet av tjänstedirektivsanmälningar avser åtgärder som är tillåtna enligt EU-rätten.

Dansk Erhverv

Dansk Erhverv støtter generelt brug af officielle miljømærker på forbrugsvarer, og at detailhandlen kan markedsføre sig med miljømærkede produkter for på den måde at hjælpe forbrugerne med at indkøbe mere ansvarligt. Det er også fint, at butikker/kæder med deres fysiske rammer og vareudvalg kan få et miljømærke, så længe denne form for miljømærkning bliver tilrettelagt på en måde som skaber relevante miljøforbedringer og tilbydes detailhandlen som helhed.

På baggrund af nedenstående kommentarer kan Dansk Erhverv ikke støtte kriterieforslaget.

Det er Dansk Erhvervs klare opfattelse, at kriterieforslaget kun muliggør miljømærkning for en lille del af detailhandel. Kriterierne er således konkurrenceforvridende, idet den del af detailhandlen, som Svanen kalder ”specialbutikker”, ikke kan opnå et miljømærke, hvorimod den del der lever op til kriterieforslagets definition for en dagligvarehandel kan. Denne form for konkurrenceforvridning er yderst kritisabelt, ikke mindst i Danmark, hvor miljømærkningen arbejder på baggrund af offentlige midler, og derfor ikke bør indvirke på en sektors konkurrenceforhold.

Kriterieforslaget kan medføre konkurrenceforvridning, fordi de almindelige dagligvarebutikker og de mere specialiserede (dem Svanen definerer specialbutikker) er i stigende konkurrence. Butik-kerne konkurrerer i høj grad om samme kunder, der i begge butiksformer ønsker at indkøbe en lang række af de samme varegrupper lige fra plejeprodukter, kosmetik, cykler, elektronik, fødevarer, tøj osv. Dagligvarehandlen er en del af detailhandlen. Den øvrige del kaldes traditionelt for ”specialvarehandlen”. Detail, eller på engelsk ”retail”, bør måske, som konkurrenceforholdende er i dag, opdeles i ” almindelige dagligvarebutikker” og ”specialiserede dagligvarebutikker” fordi samme varetyper i stigende grad sælges i begge led.

(...)

Udviklingen går i retningen af, at dagligvarehandlen sælger mere og mere på nettet og flere af de produktgrupper, som kriterierne definerer som specialprodukter. Det gælder lige fra salg af tøj til elektronik. En af Danmarks største dagligvarekæder er

f.eks. i dag blevet en af Danmarks største forhandler af cykler. Markedsudviklingen går stærkt og et ensidigt fokus på fødevarer, omsætningstal og usikre definitioner kan medføre, at kriterierne hurtigt kan blive vanskelige og uinteressante for markedet.

Afslutningsvis vil Dansk Erhverv anbefale, at Nordisk Miljømærkning afstår fra at vedtage de foreslåede kriterier og i stedet forlænger de eksisterende med 1 år. Dette vil give miljømærkningen tid til at tage den fornødne dialog med den nordiske detailhandel og få udviklet nogle miljørelevante og markedsbaserede kriterier for hele detailhandlen. Gør Nordisk dette vil kriterierne fremstå mere enkle og logiske. Man vil f.eks. slippe for at definere det umulige, nemlig hvad en dagligvarebutik i dag reelt set er for en størrelse.

KEMI

Att det förekommer flera miljömärkningskoncept med olika innebörd för produkter och även för butiker kan skapa en otydlighet och göra det svårt för enskilda konsumenter att förstå skillnaderna mellan dessa. Vi noterar t ex att det kan uppstå situationer där en butik är KRAV-certifierad men samtidigt inte uppfyller kraven för att få en svanenmärkning, vad gäller livsmedelssortimentet. I syfte att skapa en ökad tydlighet kan det därför vara angeläget att se över möjligheterna till någon form av samordning av de olika märkningskoncepten för butiker.

Finnish Grocery Trade Association and The Federation of Finnish Commerce and Trade

The aim of the commerce sector is to increase the number of less environmentally harmful products in the product range. However the existence of several different ecolabels on the market makes more difficult to raise consumer awareness of ecolabeling. Therefore we highly recommend that in the future there must be only one official European Ecolabel.

ICA Sverige

ICA behöver klargöra möjligheterna till insamling av data på den detaljerade nivå som Svanen kräver. Om detta inte är möjligt måste vi motsätta oss förslaget.

Generellt sett ser det ut att vara väldigt mycket som ska laddas upp i det digitala ansökningsverktyget. Det är svårt att få en bild av hur stora förändringarna är mot nuvarande kriterier och hur stor överflytten är av arbetsbörda från Svanen till butikerna. Detta gör att ICA ställer sig något negativa till de nya kriteriernas utformning.

ICA anser med hänsyn till ovanstående kommentar att det är otydligt huruvida Svanens uppdrag är att ta fram en standard för butikernas miljöarbete eller om det är ett egenkontrollprogram Svanen istället tagit fram. I den nya versionen av kriterierna är det både och, vilket gör det otydligt.

ICA har inte gått in på detaljerna i beräkningar för nivåer utan förutsätter att Svanen har utformat kriterierna för att skapa miljövinster för de butiker som är, eller vill bli, Svanenmärkta, och således lagt samtliga mätvariabler på korrekta nivåer. Således finns inga kommentarer på den detaljnivån.

(...)

Vad är en Svanenmärkt dagligvarubutik

Första punkten – räcker i ert förslag inte med att man har ett brett urval längre, utan det är ett försäljningsandelskrav. Bör således omformuleras.

Varför välja Svanenmärkningsen

Målet för Svanen är att bidra till att driva mot högre miljökrav för en bättre miljö. Detta borde vara de första punkterna, inte det som gäller marknadsföring, blir fel fokus.

(...)

Hur ansöker man

Det har varit svårt att säkerställa om det digitala verktyget funkar tillfredsställande, därav är det svårt för oss att uttala oss om det. Däremot är ICA oroliga för mängden data som ska rapporteras in i det digitala verktyget. Både pga arbetsbörda som läggs på enskild butik (som tidigare gjorts tillsammans med Svanen på plats i butik) samt mängden data som samlas i Svanens verktyg.

Utförs kontrollerna i kedjorna i samma intervall som de som sökt som enskild butik?

Energimyndigheten

Energimyndigheten är positiv till att kriterierna för Svanenmärkning av dagligvarubutiker utvecklats. Kriterierna spänner över ett brett område från avfallshantering, ekologiska varor till energianvändning och köldmedieanvändning. Det är positivt att många perspektiv som är viktiga för resurseffektiv användning och hållbar konsumtion tas hänsyn till när en dagligvarubutik ansöker om Svanenmärkning.

Bergendahl Food AB

Bergendahl Food AB välkomnar förslaget till möjligheten att Svanenmärka en butikskedja. Det är rimligt att minst 90 % av butikerna ska ingå i licensen för att butikskedjan ska kunna marknadsföra sig som Svanenmärkt butikskedja.

Genom att minska antalet krav, och i stället fokusera på färre, viktiga krav som t ex. svinnrutiner, energiförbrukning och andel miljömärkt och ekologiskt skapas bättre förutsättningar för City Gross kedjan att driva miljöarbetet åt rätt riktning.

Bergendahl Food AB ser också positivt på att ha krav på årlig rapportering av nyckeltal.

Handel og kontor i Norge

Både antall til obligatoriske krav og poengkrav er kraftig redusert. Fokuset i kriteriene er på de mest sentrale delene av driften av dagligvarebutikkene.

Reduksjonen av kravene betyr at det i større grad er håndterlig for de enkelte butikkene å svanemerkes. Målet med merkingen er at butikker skal drives mer energieffektivt for å minimere klimapåvirkningen. Med dette forslaget legges det bedre til rette for at butikkene kan gjøre dette samtidig med den daglige driften.

(...)

Å svanemerke dagligvarebutikker er frivillig. Det er derfor viktig at det legges til rette slik at det er enkelt for butikken og miljømerkes samtidig som at butikken på en kostnadseffektiv måte kan kommunisere sitt miljøarbeid og miljøengasjement til kunder og leverandører. Både de obligatoriske- og poengkravene gir gode insentiver for at butikken skal drive grønt. Miljømerkingen innebærer at de ansatte må få tilstrekkelig kompetanse, og at dette er avgjørende for at miljømerkingen skal bli en suksess.

FSC Danmark

Vi velkommer svanemærkning af dagligvarebutikker, men har et par kommentarer til udkastet til kriterier.

Coop Danmark

I Coop er vi generelt positive overfor muligheden at man kan svanemærke en hel kæde, samt at der er en generel opdatering af kriterierne. Det ses tydeligt, at der er sket en tiltrængt oprydning i kriterierne, og at dem der ikke gav mening er fjernet, samt at der er taget langt mere hensyn til den virkelighed som butikkerne og de butiksansatte befinder sig i, og hvad man kan forvente at de har indflydelse på. Der er dog stadig udfordringer med nogle af kriterierne, samt udeståender der slet ikke er omtalt. Vi håber, at vores kommentar til disse, vil blive taget med ind i det videre arbejde. Udfordringerne drejer sig om omsætningskravet for økologisk mad og drikke, omsætningskravet for miljømærkede produkter, samt definitionen på madspild og affald.

Udeståender i kriteriesættet er betalingsmodellen, hvis der er tale om en hel kæde. Her er det meget vigtigt, at betalingsmodellen justeres, ellers vil det blive for omkostningstungt at blive svanemærket. Derudover fremgår det ikke, hvilke markedsføringsmuligheder som Svanen tilbyder i forbindelse med at man har svanemærket sin butik/kæde. Én af grundene til at svanemærkning af butik ikke har taget fart skyldes bureaukratiet i kriterierne, betalingsmodellen, men ligeledes at kunderne ikke forstår, hvorfor det er godt at handle ind i svanemærket butik. Svanen skaber ikke tilstrækkelig differenteringsmulighed for butikkerne, så længe kunderne ikke er tilstrækkeligt oplyste om, hvad det indebærer.

S-Group/SOK, Finland

Generally criteria document has been developed to good direction and criteria are better than before.

Nordisk Miljømerking svarer

Om Svanemærket i forhold til tjenestedirektivet

Nordisk Miljømerking har notert seg kommentarene fra Kommerskollegium angående tjenestedirektivet. Fordi dette ikke konkret omhandler kriteriene for dagligvarebutikker, velger Nordisk Miljømerking å ikke svare på dette i denne høringssammenstillingen.

Om faren for konkurransevridning

Det er meget positivt, at det er interesse for å miljømerke og andre typer av detaljhandelsbutikker. Forslaget til reviderte kriterer er utarbeidet med utgangspunkt i evalueringen som ble vedtatt at NMN i juni 2014. Og på det tidspunktet ble det ikke fremført ønsker fra noe land eller interessegruppe om utvidelse eller endring av produktgruppedefinisjonen. Konklusjonen på evalueringen var at de viktigste miljømessige områdene for kriteriene stadig er energiforbruk, sortiment samt avfall. Ut over en oppdatering av kravene til disse områdene har revisjonen hatt fokus på å gjøre lisensieringsprosessen mer smidig for de butikkene som miljømerker seg samt å innføre mulighet for kjedelisens.

Nordisk Miljømerking er alltid positiv til å arbeide med nye områder hvor de potensielle lisensinnehaverne er interessert i en miljømerking. Dessverre er mengden ressurser til å utvikle nye produkter meget begrenset. Det er derfor nødvendig å prioritere mellom de potensielle områdene. På grunnlaget som foreligger er det ikke mulig å vurdere hvor stort potensialet er for å miljømerke butikker i den øvrige detaljhandelen. Tilbudet av miljømerkede produkter innenfor en rekke nevnte områder er ganske begrenset, og det er heller ikke tydelig hvilke deler av detaljhandelen som særlig ønsker å bli miljømerket. Nordisk Miljømerking inngår gjerne en nærmere dialog om dette med bransjeorganisasjoner og andre interesserte.

Om Svanen og andre merkeordninger

Svanemerket er Nordens offisielle miljømerke og ble opprettet av Nordisk Ministerråd for mer enn 25 år siden. Inget annet miljømerke har hatt samme gjennomslagskraft eller har samme kjennskap i befolkningen som det Svanemerket har. Det har heller ikke EUs offisielle miljømerke EU Ecolabel. EU Ecolabel har for øvrig ikke kriterier for dagligvarebutikker.

Det er riktig at det finnes nasjonale miljømerker – eksempelvis Bra Miljöval i Sverige og Miljøfyrtårn i Norge – som dekker noen av de samme markedene som det Svanemerket gjør. Men fordi fokuset ofte er svært ulikt Svanen sitt, er det ikke snakk om noen form for samordning av disse miljømerkingssystemene.

Om avgiftssystemet

Informasjonen er å finne på de respektive landenes sekretariats hjemmeside i etterkant av at kravene er vedtatt. At kostnadsnivået for en kjede ikke blir det samme som for summen av de enkelte butikker i generasjon 2 har vært en forutsetning for Nordisk Miljømerking i arbeidet med å fastsette et nytt avgiftssystem for dagligvarebutikker.

Om markedsføringsmulighetene for en kjede

Tanken bak en kjedelisens er å gi kjeder en mulighet til å markedsføre seg med Svanemerket på en helt annen måte enn det som er mulig nå. Når en hel kjede sertifiseres kan Svanen benyttes i all markedsføring av kjedens brand – det være seg på kjedens hjemmeside, i reklamekampanjer etc. Med dagens system ville det kun vært mulig dersom alle butikkene i kjeden hadde sin egen lisens. En svanemerking av en kjede vil derfor, i mye større grad enn tidligere, gi kjedene en mulighet til å formidle til forbrukere at de setter miljø høyt på agendaen og at de kontinuerlig arbeider med å være en foregangsvirksomhet i dagligvarebransjen.

Reglene for markedsføring – herunder hvordan kjedene kan bruke Svanen - finnes i bakgrunnsdokumentet.

Om arbeidet forbundet med en kjedelisens

I denne revisjonen har antall krav blitt kraftig redusert – kun 12 obligatoriske krav samt 7 poengkrav gjenstår. Det i seg selv gir en enorm reduksjon i dokumentasjonsbyrde for søkere. I tillegg må det nevnes at av de 7 poengkravene baserer 5 av disse seg på dokumentasjon som er oppgitt i de obligatoriske kravene. Det samme gjelder O12 som kun er et krav om total poengsum butikkene/kjedene må oppnå. Igjen står det 13 krav som har dokumentasjonkrav.

At disse skal dokumenteres i en elektronisk søknadsguide gir ikke et merarbeid for søkerne. Søknadsguiden er et verktøy som skal gjøre arbeidet lettere for både søker og for søknadsbehandler. Det blir lett å se hvor langt man er i søknadsprosessen og hvilke krav som gjenstår å dokumenteres. Guiden vil også sikre at når data som benyttes til å dokumentere flere krav, så etterspørres ikke de flere ganger – slik det ofte blir med manuelle systemer. Guiden gir også mange muligheter i forhold til å se utviklingen av virksomheten over tid, ha årlige gjennomgang etc.

Svanen er ikke en egenkontrollordning. Alle søkere får sin saksbehandler som går igjennom all dokumentasjon og bistår søker ved behov. Det er dog viktig å presisere at det er søker som skal ta frem dokumentasjon som viser at de oppfyller kravene. I det er det ingenting nytt, og heller ingenting annerledes enn for alle andre typer varer og tjenester som kan svanemerkes.

Om hva en svanemerket butikk er og hvorfor velge Svanen

Det er svært høy sannsynlighet for at butikker som selger mye økologisk mat og drikke og miljømerkede forbruksartikler har et godt utvalg av slike produkter. Det er en teoretisk mulighet for at en butikk kan klare kravet på salgsandel ved å selge svært mye av et fåtall produkter, men særlig sannsynlig er det ikke. I tillegg er sortimentskravene i etterkant av høring supplert med et alternativ som går på sortimentsbredde – se mer om dette under kapittel 4.3.3. Nordisk Miljømerking mener at det derfor er belegg for å si at en svanemerket butikk har et godt utvalg av økologiske og miljømerkede varer.

Når det gjelder listen over grunner til å velge Svanen, så er denne ikke prioritert etter hvor viktig det enkelte punkt anses å være. At Svanemerket er et forbrukerverktøy er helt sentralt i denne sammenhengen. Det er viktig for virksomheter som prioriterer miljø høyt å kunne fortelle forbrukerne dette. Og for forbrukerne er dette viktig informasjon når de skal foreta et valg mellom flere produkter.

Flere høringskommentarer og svar som handler konkret om produktgruppeavgrensningen følger i avsnittet under.

Nordic Ecolabelling replies

On the Nordic Ecolabel in relation to the EU Services Directive

Nordic Ecolabelling has noted the comments from the Swedish National Board of Trade concerning the EU Services Directive. Since this does not specifically relate to

the criteria for grocery stores, Nordic Ecolabelling chooses not to reply to this in this summary of the consultation responses.

On the danger of distorting competition

It is very positive that there is interest in ecolabelling other types of retail stores. The proposal for revised criteria was drawn up based on the evaluation adopted by the Nordic Ecolabelling board in June 2014. At this point in time, no country or interest group has expressed any wishes to expand or change the product group definition. The conclusion of the evaluation was that the most important environmental areas for the criteria remain energy consumption, product range and waste. In addition to updating the requirements concerning these areas, the revision has also focused on making the licensing process more straightforward for those stores that want to ecolabel themselves, and on introducing the option of a chain licence.

Nordic Ecolabelling is always positive about working on new areas where potential licensees are interested in an ecolabel. Unfortunately, the level of resources for developing new products is very limited. It is therefore necessary to prioritise between the potential areas. Under the circumstances that currently exist, it is not possible to assess how great the potential is for ecolabelling stores across the rest of the retail industry. The range of ecolabelled products within a number of the areas mentioned is quite limited, and it is also not entirely clear which parts of the retail industry in particular wish to be ecolabelled. Nordic Ecolabelling is more than happy to enter into a closer dialogue on this with industry organisations and other stakeholders.

About the Nordic Ecolabelling and other labelling schemes

The Nordic Ecolabel is the official ecolabel of the Nordic region and it was set up by the Nordic Council of Ministers more than 25 years ago. No other ecolabel has the same market penetration or the same popular recognition as the Nordic Ecolabel. Not even the official label of the EU – the EU Ecolabel. The EU Ecolabel also has no criteria for grocery stores.

It is correct that there are national ecolabels – such as Bra Miljöval in Sweden and Miljøfyrtårn in Norway – that cover some of the same markets as the Nordic Ecolabel. But because the focus is often very different from the Nordic Ecolabel, there is no scope for any form of coordination of these ecolabelling schemes.

On the system of fees

The information will be available on the websites of the respective countries' secretariats once the requirements have been adopted. In working to establish a new fee system for grocery stores, Nordic Ecolabelling has been proceeding on the basis that the cost level for a chain will not be the same as for the sum of the individual stores in generation 2.

On the marketing opportunities for a chain

The idea behind the chain licence is to enable chains to market themselves using the Nordic Ecolabel in a completely different way from what is currently possible. When a whole chain certifies itself, the Nordic Ecolabel can be used in all marketing of the chain's brand – including on the chain's website, in advertising campaigns and so on. Under the current system, this would only be possible if all the stores in the chain had

their own licence. Nordic Ecolabelling of a chain will therefore, to a much greater degree than before, give the chains an opportunity to show consumers that they place the environment high on the agenda and that they work constantly to be a pioneer in the grocery sector.

The rules for marketing – including how the chains may use the Nordic Ecolabel – can be found in the background document.

On the work associated with a chain licence

This revision has significantly trimmed the number of requirements – only 12 obligatory requirements and 7 point score requirements remain. This in itself delivers an enormous reduction in the burden of documentation for applicants. In addition, it should be noted that of the 7 point score requirements, 5 are based on documentation that is provided in the obligatory requirements. The same applies to O12, which is only a requirement for a points total that the stores/chains must achieve. Overall, there are 13 requirements that demand documentation.

The fact that these require documenting in an electronic application guide entails no additional work for the applicants. The application guide is a tool that will make things easier for both the applicants and the case officers. It will be easy to see where you are in the application process and what requirements remain to be documented. The guide will also ensure that where data is used to document several requirements, that data is not requested several times over – as is often the case with manual systems. The guide also provides many opportunities to monitor the progress of the business over time, hold annual appraisals, etc.

The Nordic Ecolabel is not a self-assessment scheme. All applicants will be assigned a case officer who will go through all the documentation and assist the applicant as required. It is, however, important to stress that the applicant is responsible for producing documentation to show fulfilment of the requirements. There is nothing new in this, and it is no different than for all other types of goods and services that can be Nordic Ecolabelled.

On what a Nordic Ecolabelling store is and why it is worth choosing the Nordic Ecolabel

There is a very high likelihood that stores that sell large amounts of organic food and drinks and ecolabelled consumables have a good selection of such products. It is theoretically possible that a store could meet the requirement concerning proportion of sales by selling a great deal of just a few products, but this is not particularly likely. In addition, following the consultation, the product range requirements now include an alternative that focuses on the breadth of the range – read more about this under section 4.3.3. Nordic Ecolabelling therefore believes there are grounds for ensuring that a Nordic Ecolabelled store has a good selection of organic and ecolabelled products.

When it comes to listing the grounds for choosing the Nordic Ecolabel, the individual points are not presented in any priority order. The key issue in this context is that the Nordic Ecolabel is a tool for consumers. It is important that businesses which give the environment high priority are able to tell consumers about that fact. And for the

consumers, this is important information to use when choosing between several different products.

More consultation comments and responses specifically about the parameters of the product group follow in the section below.

4.2 Produktgruppeavgrensning

4.2.1 Hva kan svanemerkes?

Naturskyddsföreningen

Naturskyddsföreningen är tveksam till att butikskedjor, enligt remissversionen, kan märka sig med Svanen på kedjenivå. I kombination med att enbart ställa krav på försäljningsandel och inte på sortimentsbredd av ekologiska och miljömärkta varor, ser vi dels uppenbara risker att kunde inte kan veta vad hon kan förvänta sig att hitta i en Svanenmärkt butikskedja. Vi anser dessutom att en miljömärkning i första hand ska vara en produktmärkning och inte en märkning av företag, för att exempelvis marknadsföra sig, något vi tror kan bli fallet enligt remissförslaget. Vi befarar också att kraven i praktiken på detta sätt mildras jämfört med tidigare kriterieversion, vilket i så fall är emot miljömärkningens syfte.

Naturskyddsföreningen kan inte utläsa hur kriterierna ska tillämpas om en kedja har butiker på fler än en av de nordiska marknaderna.

ICA Torgkassen

Kedjegodkännande medför osäkerhet, behövs kontroll av varje enhet. Att kedja med 90 % Svanenbutiker får kallas Svanenmärkt- kedja lurar konsumenterna i 10 % av butikerna. Bör isåfall kombineras med krav om att de resterande 10 % ska klara kraven inom viss tid.

ICA Sverige

Kommentar från ICA – ICA kommer inte, med hänsyn till ICAs affärsmodell, att kunna ansöka som kedja. Det är av största vikt att Svanen säkerställer konkurrensneutralitet och lika hårt ställda krav oavsett ansökan som kedja eller som enskild butik.

Webbutik/Onlineförsäljning/Enskild fysisk butik – här är det viktigt att Svanen säkerställer att kriterierna klarar alla former av försäljning utan att begränsa samt att säkerställa att man har framtidsvisionen med sig. Detta är ett oerhört komplext område där mycket utveckling sker snabbt och många olika affärskonstellationer finns.

Handel og kontor i Norge

Forslaget slik vi ser det, gir insentiver til at flere butikker ønsker å svanemerke sine butikker. Ansvaret ivaretas på høyeste nivå, noe som innebærer at kjeden må sette krav til enkeltstående butikker.

I butikkjeden må minst 90 % av kjedens butikker oppfylle kravene. På kjedens hjemmeside må det tydelig fremgå hvilke butikker som klarer Svanens krav. De av kjedens butikker som ikke inngår i lisensen, kan heller ikke markedsføre seg med Svanen. Vi mener at en forutsetning for svanemerking av kjeden, må inkludere en mekanisme der butikkene som ikke tilfredsstillt kravene allikevel må levere et tilfredsstillende resultat. Dette hindrer at 10 % av kjedens butikker kan forurense ubegrenset, samtidig som kjeden øker sin troverdighet i forhold til miljøarbeid. Utover dette støtter HK forslaget.

Finnish Grocery Trade Association and The Federation of Finnish Commerce and Trade

Retail chain needs to be defined better. Does for example S-group's national Sale-chain account for a retail chain in this context, or could also one particular regional co-operative's, which is a part of S-group, Sale-shops constitute a chain? If only a national scale accounts for a "chain", it is difficult to fulfill the criteria for labelling.

Nordisk Miljømerking svarer

Gjennom svanemerking av en hel kjede, får kundene informasjon om at de handler hos en aktør som oppfyller Svanens krav på kjedenivå. Kundene vil kunne oppleve variasjon i sortiment fra en butikk til en annen. Men samtidig oppfyller alle butikkene som inngår i lisensen krav på områdene avfall, energi og innkjøp av forbruksartikler og tjenester. Bakgrunnen for at Nordisk Miljømerking har valgt å ikke stille et minimumskrav på sortiment, er fordi kundene selv i stor grad påvirker dette. Det er eksempelvis stor forskjell på salg av økologisk i by og på landsbygda.

De største butikkjedene i Norden omfatter mange hundre butikker. Den positive miljøeffekten av at så mange butikker går sammen om tiltak og om å svanemerke seg kan potensielt være enorm. I tillegg er de markedsføringsmessige fordelene ved å svanemerke hele kjeden stor, og kan ikke sammenliknes med det tidligere systemet hvor den enkelte butikk søkte om Svanen og deretter markedsførte seg som svanemerket uavhengig av sine søsterbutikker. Nordisk dagligvarebransje har i flere år meldt tilbake til oss at de gjerne så at det ble mulig å svanemerke hele kjeden under ett – både av praktiske og markedsføringsmessige årsaker.

For at en kjede skal kunne få lisens, må 90 % av alle butikkene inngå i lisensen. Det innebærer at kjeden ikke behøver å redegjøre for de resterende 10 %. Flere høringsinstanser melder tilbake til oss at dette kan være med på å villedde kunden. På den annen side er det ikke praktisk sett mulig å la lisensen omfatte samtlige enheter. De fleste butikkjeder i Norden selger, kjøper eller bygger nye filialer i løpet av et år. Dersom lisensen skulle måtte omfatte alle butikker som til enhver tid var med i kjeden, ville en svanegodkjenning vært en pågående kontinuerlig prosess. Det ville vært for utfordrende både i forhold til forutsigbarhet og i forhold til arbeidsbyrde. Ved å ha en buffer der 10 % av kjedens butikker kan stå utenfor en lisens, skapes en tiltrengt fleksibilitet hos kjedene. Det må i tillegg nevnes at for store butikkjeder, som består av mange hundre enheter, vil man måtte forvente at det finnes noen butikker som ikke er helt representative for kjeden som helhet. En kjedelisens skal fortelle kundene noe kjedens overordnede miljøprestasjon. Da er det viktig at ikke et fåtall butikker som ikke er representative umuliggjør en lisens. Det er dog viktig å merke seg at de enhetene som ikke er med i lisensen heller ikke kan markedsføre seg med

Svanen – hverken i butikk eller på kjedens hjemmeside. Kjeden må være tydelig på hvilke enheter som står utenfor lisensen.

Nordisk Miljømerking er inneforstått med utfordringen med internettbutikker og prinispene i forhold til om denne må inkluderes eller ei. I høringsforslaget ble det lagt opp til at butikker som søkte om Svanen og som også solgte varer online, måtte inkludere denne delen av virksomheten i søknaden. Dette for å sikre at det ikke oppstår forvirring rundt hvilke deler av virksomheten som er inkludert i lisensen. Derimot har vi i etterkant av høringen tatt bort denne formuleringen av to årsaker: For det første er markedet for nettslag under stadig utvikling og det er svært vanskelig å spå hvilke konstellasjoner av internettbutikker og tradisjonelle butikker vi vil se fremover. For det andre vil det trolig være svært vanskelig for en butikk som også selger varer online å skille ut hvilke varer som selges gjennom de ulike kanalene. Det vil medføre at slike butikker vil måtte inkludere salget som skjer gjennom nettbutikken også i sin søknad. På den måten vil data for onlinesalget naturlig inkluderes i bedømmingen av butikken. Om søker ønsker å markedsføre butikken som svanemerket og betale avgift for dette er derimot opp til den enkelte søker.

Kjeder som har filialer i flere land, må sende inn søknader i samtlige av de landene de har sin virksomhet (dersom de ønsker å markedsføre seg med Svanen overalt). Definisjonen av kjede legger opp til at mindre regionale deler av en kjede kan søke om Svanen dersom det er markedsføringsmessig er et poeng i dette.

Nordic Ecolabelling replies

Nordic Ecolabelling a whole chain lets the customers know that they are shopping with a retailer that meets the requirements of the Nordic Ecolabel at chain level. Customers will be able to experience variation in the range from one store to another. But at the same time, all the stores included in the licence fulfil requirements in the areas of waste, energy and the purchase of consumables and services. The reason that Nordic Ecolabelling has chosen not to set a minimum requirement concerning the range is because the customers themselves influence this to a large extent. There is, for example, a major difference in organic sales between cities and rural locations.

The biggest retail chains in the Nordic region comprise many hundreds of stores. The positive environmental effect of so many stores joining forces on actions and on Nordic Ecolabelling itself could potentially be enormous. In addition, there are considerable marketing advantages to Nordic Ecolabelling the whole chain, and these cannot be compared with the previous system, under which the individual store applied for the Nordic Ecolabelling and then marketed itself as Nordic Ecolabelling, independently of its sister stores. For several years now, the Nordic grocery sector has been informing us that they would like to be able to Nordic Ecolabel the whole chain under one licence – for both practical and marketing reasons.

For a chain to be able to obtain a licence, 90% of all its stores must be included in the licence. This means that the chain does not need to report on the remaining 10%. Several contributors to the consultation have commented that this could mislead the customer. On the other hand, it is not practically possible to make the licence cover all units. The majority of retail chains in the Nordic region sell, buy and build new stores over the course of a year. If the licence had to cover all stores within the chain at any

one time, Nordic Ecolabel approval would be a continually ongoing process. This would be too challenging in terms of both predictability and workload. Having a buffer of 10% of the chain's stores that can remain outside a licence creates the necessary flexibility for the chains. It should also be mentioned that for large retail chains comprising many hundreds of units, it is to be expected that there will be some stores that are not entirely representative of the chain as a whole. The aim of a chain licence is to tell customers something about the chain's overall environmental performance. In this context, it is important that a small number of non-representative stores do not exclude a chain from obtaining a licence. It is, however, important to note that the units that are not covered by the licence cannot market themselves using the Nordic Ecolabel – either in-store or on the chain's website. The chain must be clear about which units are outside the scope of the licence.

Nordic Ecolabelling understands the challenge of internet stores and the principles concerning whether or not they must be included. The proposal sent out for consultation stated that stores which applied for the Nordic Ecolabel and which also sold goods online must include this part of the business in the application. This was to ensure that there was no confusion about which parts of the business are included in the licence. Following the consultation, however, we have deleted this stipulation for two reasons: Firstly, the market for online sales is under constant development and it is very difficult to predict what constellations of internet stores and traditional stores we will see in the future. Secondly, it is probably very difficult for stores that also sell goods online to separate out which goods are sold through the different channels. This means that such stores will have to include the sales that occur via the online store in the application. As such, data for online sales will naturally be included in the assessment of the store. It is up to the individual applicant to decide whether they want to market the store as Nordic Ecolabelled and pay the fee for this.

Chains that have stores in several countries must submit applications in all the countries in which they have operations (if they wish to market themselves as Nordic Ecolabelled everywhere). The definition of a chain provides for smaller regional parts of a chain to apply for the Nordic Ecolabel if this makes commercial sense.

4.2.2 Hva kreves for å bli svanemerket?

Ingen kommentarer.

4.3 Kommentarer til de enkelte kravene

4.3.1 Kapittel 1 - Generelt

Generelt

Dansk Erhverv

Specialbutikker kan især ikke etterleve sortiment- kravene O1, O2, O5 og O11, og de ulogiske definitioner kan give problemer.

Kravet O1 kræver, at mindst 50 % af omsætningen skal være dagligvarer. Kriterierne vælger her sin produktafgrænsning for, hvem der kan ansøge. Dansk Erhverv er ikke enig i Svanens beslutning for denne afgrænsning og mener, at den bagvedliggende RPS (miljørelevans, markedspotentiale og styrbarhed for kriterier) er forkert. Med det snævre fokus kan kun en meget lille del af detailhandlen svanemærkes, og Svanen mister her muligheden for at blive et miljørelevant mærke.

At bruge omsætningstal og egne definitioner for hvornår man er en dagligvarebutik eller special-varebutik, giver ingen mening i forhold til en solid og korrekt RPS for detailhandlens butikker. Der er jo masser af forbrugsvarer, som sælges uden for den ”typiske” dagligvarehandel, der er mere miljøbelastende end de ”typiske” dagligvarer og fødevarer som grønsager. Samtidig er det vare-sortiment, som dagligvarehandlen har på hylderne enormt dynamisk for at kunne imødekomme ændringer i forbrugsmønstre, efterspørgsel og konkurrenceforholdene på markedet. Produkter, der i dag sælges i specialvarehandlen, sælges i den almindelige dagligvarehandel i morgen. Den valgte RPS baseret på omsætningstal og ulogiske definitioner for, hvad der er dagligvareprodukter, giver sandsynligvis et forkert billede af, hvilke butikker der bør være omfattet af kriterierne.

(...)

For at overholde krav O2 skal man sælge flere kategorier fødevarer, hvorfor de mere specialiserede butikker/kæder, der f.eks. sælger tøj, plejeprodukter, bolig, elektronik og byggematerialer, afskæres for at miljømærke. Det medfører konkurrenceforvriddning, når specialvarehandlen, der sælger samme varer som dagligvarehandlen, forhindres i at miljømærke. Når både krav O1 og O2 hindrer størstedelen af detailbutikkerne i at miljømærke, opnår Svanemærket en alt for lille miljømæssig betydning sammenlignet med, hvis bredden af detailhandlen fik muligheden.

Nordisk Miljømerking svarer

Se svar om faren for konkurrensevridning under «Generelle kommentarer» i kapittel 4.1.

Nordic Ecolabelling replies

See the response on the danger of distorting competition under “General comments” in section 4.1.

O1 Andel dagligvare av total omsetning

S-Group/SOK, Finland

It should be defined more exact it what is meant by grocery and consumable products and which products shall be calculated on these products. Do the definitions include all the sold products in the store (including dishes, clothes, tools, etc.) or only grocery products? It should be more exact definition there and it should be listed exact products on the product groups (there are detailed differences on definitions for the companies). There is important meaning when it is counted the proportion of chilled and frozen products for the energy requirement.

Nordisk Miljømerking svarer

I bilag 1 er alle produkter som regnes som forbruksartikler listet.

Nordisk Miljømerking er inneforstått med at definisjonen av dagligvare er noe løs. Dog er det vanskelig å få til en mer presis en, og vi har heller ikke mottatt noe forslag fra bransjen om en bedre variant. Vi mener likevel at definisjonen er tilstrekkelig tydelig dersom man ser den sammen med bilag 1.

O2 Sortimentsbredde

ICA Sverige

Som kravet är utformat kan en butik som inte säljer färskvaror (utan enbart torra/frys/förbrukning) ansöka. Detta tar då bort många av de andra O-kraven (energi blir märkligt, matavfall etc). ICA manar Svanen att fundera över konsekvenserna om detta händer om ex nya aktörer kommer in på marknaden. Bör säkerställas att Svanenmärkningen behåller sin höga status och att konkurrensen inte snedvrids.

Kiwi Danmark

Produktkategorierne er lavede efter svenske forhold, og der er en del ting som ikke giver mening i forhold til dansk opdeling af varegrupper.

Finnish Grocery Trade Association and The Federation of Finnish Commerce and Trade

Requirement 02, breadth of product range: Categories are not in line with retailers' own categories, which makes monitoring difficult. Also levels of categories (higher and lower levels) mix. For instance juice is in "milk products" though it would normally be in "drinks".

S-Group/SOK, Finland

The product division in different points in the criteria (e.g. O2) is differing on regularly used division in Finland. For example juice is marked on dairy products even if it is common included in drinks.

Nordisk Miljømerking svarer

Flere butikkjeder melder tilbake at inndelingen av varer i ulike produktkategorier ikke stemmer overens med deres egen måte å delen inn varene på. Det er dog store variasjoner i bransjen i forhold til hvordan en slik inndeling gjøres. Derfor vil det ikke være mulig å finne et system for inndeling som alle kan stille seg bak. I forhold til krav O2 er det heller ikke av stor betydning at inndeling er i samsvar med den enkelte søkers egen måte å kategorisere varene på. I krav O2 skal søker kun bekrefte at butikken selger varer innenfor til sammen 10 kategorier. Det kreves eksempelvis ingen sammenstilling av alle varene butikken selger innenfor hver kategori.

Nordisk Miljømerking har likevel gjort noen tilpasninger i tabellen over produktkategorier etter høring. Juice er flyttet fra meieri til drikke. Samtidig er et par nye produkter, olje og fond, lagt til som eksempler. Kategorien med lyskilder og batterier er tatt bort fra tabellen fordi lyskilder og batterier ikke kan sies å være forbruksartikler i følge den definisjonen vi benytter i kriteriedokumentet. I stedet er det lagt til en egen kategori for dyrefôr.

På tross av disse justeringene i produktkategorier, så vil det fremdeles være teoretisk mulig for en butikk å oppfylle kravet ved kun å selge tørre varer, forbruksartikler samt fryste varer. Det er ikke et krav til svanemerkede butikker at de skal selge ferske varer, og således vil et slikt begrenset sortiment være akseptert i henhold til en svanemerking.

Nordic Ecolabelling replies

Several of the retail chains have reported back that the division of goods into different product categories does not match their own way of categorising the goods. There are, however, major variations in the industry concerning how such divisions are organised. It would therefore not be possible to find a system of categorisation that everyone could support. As regards requirement O2, it is also not of any great importance that the dividing lines match the individual applicant's own way of categorising the goods. In requirement O2, the applicant simply has to confirm that the store sells goods in a total of 10 categories. There is, for example, no requirement for a summary of all the goods that the store sells in each category.

Nordic Ecolabelling has, nevertheless, made some changes to the table of the product categories, following the consultation. Juice has been moved from dairy to drinks. A couple of new products, oil and stock, has also been added as examples. The category of light sources and batteries has been deleted from the table, since they cannot be said to be consumables under the definition that we use in the criteria document. Instead, a separate category has been added for animal feed.

Despite these adjustments to the product categories, it will still be theoretically possible for a store to meet the requirement by only selling dry goods, consumables and frozen goods. There is no requirement that Nordic Ecolabelled stores must sell fresh goods, and so such a limited range is acceptable with regard to the Nordic Ecolabel.

4.3.2 Kapittel 2 – Opprettholdelse av svanelisensen

O3 Vedlikehold av lisens

Coop Norge

Vi anser at det er viktig med årlig oppfølging og at rapporteringen må kunne gjennomføres av kontaktperson for kjeden.

ICA Sverige

Generellt: detta stycke är skrivet som det generella underhållet, men det blir märklig första gången en butik ska ansöka. ICA vet att mycket ska ske på nätet, men säkerställ att texterna blir ok så att de fungerar både första gången en butik ansöker och vid det löpande underhållet.

Tänk på att om man förändrar vilka områden butiken ska rapportera mellan åren och kontrollerna, blir det svårt att få en bra löpande uppföljning av förbättringar över tid.

Bergendahl Food AB

Bergendahl Food AB anser att skrivningen om årlig rapportering behöver förtydligas. I det fall rapporteringen görs från centralt håll för butikskedjans räkning bör rapporteringen ske årsvis och vid samma tillfälle. Vi föreslår också att den årliga rapporteringen ska innefatta alla centrala krav. Svanen kan därefter välja kontrollområden.

(...)

Med hänsyn till kravet på årlig kontroll bör man klargöra vad som ska kontrolleras i butik. Vi anser det orimligt att det ligger på butikens ansvar att redovisa styrkande dokument för t.ex. el och avfall då kedjan som helhet är Svanenmärkt och rapporteringen sköts centralt. Bergendahl Food AB föreslår att för butikskedjor ersätts kontrollfunktionen i butik med riktade utbildningsinsatser. Exempelvis kan butik som uppvisar högt avfall få hjälp och vägledning av Svanen handläggare.

Finnish Grocery Trade Association and The Federation of Finnish Commerce and Trade

Also, if chain has hundreds of shops, it should be allowed enough time to collect information for annual reporting (requirement 03).

S-Group/SOK, Finland

Generally it is a good point that retail chains are included in the criteria. There are often a lot of numbers of stores/units on the retail chains. Therefore it is important to reserve enough time for collection of data within annual reporting.

Nordisk Miljømerking svarer

Høringskommentarene over viser at kravet i høringsforslaget ikke er så tydelig som ønskelig. Kravet er derfor omarbeidet i etterkant av høringen. Det er i større grad lagt vekt på skillet mellom lisensinnehaverens forpliktelse til årlige gjennomgang av sin egen virksomhet og Nordisk Miljømerkings kontroll av disse dataene. Nordisk Miljømerking står fritt til å gjennomføre kontroller når vi ønsker. Og det er opp til Nordisk Miljømerking hva kontrollen vil omfatte. Lisensinnehaver er dog, uavhengig av dette, årlig forpliktet til å oppdatere sine data gjeldende de fleste obligatoriske krav i Svanens elektroniske søknadsguide. Når Nordisk Miljømerking så gjennomfører kontroller skal ingen data være eldre enn 1 år. Med et slikt system for kontroller vil det ikke være behov for lang varslings tid for butikkjeder der mange butikker inngår i lisensen. Lisensinnehaver vil likevel motta mail i god tid med når en kontrollrunde er nær forestående.

Nordic Ecolabelling replies

The consultation comments above show that the requirement in the draft for consultation is not as clear as we would like. The requirement has therefore been reworked on the back of the consultation. Greater emphasis has been placed on the distinction between the licensee's obligation to annually audit its own business and Nordic Ecolabelling's checks on this data. Nordic Ecolabelling is free to conduct checks whenever we wish. And it is up to Nordic Ecolabelling to decide what such checks will cover. Irrespective of this, the licensee is, however, obliged to annually update its data relating to most of the obligatory requirements in Nordic

Ecolabelling's electronic application guide. Thus, when Nordic Ecolabelling carries out checks, no data should be more than one year old. With such a system of checks, there will be no need for long notice periods for retail chains with many stores included in the licence. The licensee will, however, receive an email well in advance, stating when a round of checks is imminent.

O4 Ansvarlige personer

Bergendahl Food AB

I fråga om ansvarig person, är det inte tydligt vilket ansvar befattningen har och om det är tillräckligt att ha en ansvarig person på kedjenivå.

Nordisk Miljömerking svarer

I etterkant av høring har Nordisk Miljömerking lagt til en formulering om at ansvarlig person skal sikre at kravene etterlevs i hele lisensens gyldighetstid. I tillegg er personen ansvarlig for at den årlige gjennomgangen med tanke på de obligatoriske kravene gjennomføres – se O3. For kjeder ser vi helst at det er én person som er ansvarlig for lisensen.

Nordic Ecolabelling replies

Following the consultation, Nordic Ecolabelling has added a stipulation that the responsible person must ensure compliance with the requirements for the entire validity period of the licence. In addition, the person is responsible for ensuring that the annual audit focusing on the obligatory requirements is carried out – see O3. For chains, we would prefer there to be just one person who is responsible for the licence.

4.3.3 Kapittel 3 – Sortiment

Kravene omfatter:

- O5 Salg av økologisk mat og drikke og produkter fra bærekraftig fiske
- P1 Høyt salg av økologisk mat og drikke og produkter fra bærekraftig fiske
- O6 Salg av miljømerkede forbruksartikler
- P2 Høyt salg av miljømerkede forbruksartikler
- O7 Salg av miljømerkede spesialprodukter

Generelt

Naturskyddsföreningen

Naturskyddsföreningen tror inte det är rätt väg att gå att till skillnad från tidigare kriterier ta bort kraven på sortimentsbredd (förutom på sällanköpsvaror) och istället enbart ha krav på försäljningsandel för ekologiska respektive miljömärkta produkter i värde. Kriterier som kombinerar sortimentsbredd och försäljningsandel är vi däremot positiva till om de tillämpas på butiksnivå.

Ett problem vi ser i remissversionen är att kategorierna är väldigt breda: 1) ekologisk mat och dryck samt hållbart fiske, 2) miljömärkta förbrukningsvaror. En viss styrning vad gäller ekologiskt/miljömärkt sortiment tror vi är bra inte minst ur kundens perspektiv. Däremot är vi försiktigt positiva till enbart försäljningskrav om de är på

mer nedbruten nivå: försäljningsandel eko/miljömärkt kött och chark, mejeri, fisk, bröd, dryck, mjukpapper, rengöringsmedel etc.

Av bland andra följande skäl är vi tveksamma till att enbart ställa krav på försäljningsandel och inom breda kategorier:

- Genom att enbart ställa krav på försäljningsandel (och dessutom eventuellt på kedjenivå) finns en risk inbyggd i systemet att butikerna inte lever upp till kraven under tiden de är märkta, i och med att försäljningsandelen kan variera över tiden och bero på yttre omständigheter. Vi ser en risk att det både blir svårkommunicerat och svårt att följa upp. Vid vilken tidpunkt tänker sig Svanen att en butik inte kan behålla sin licens, om försäljningen av ekologiska/miljömärkta varor viker?
- Märkningen blir mindre av vägvisare till en bra butik för konsumenten och mer till för att marknadsföra hela företaget, något som inte är miljömärkningens syfte. Kunden vet inte vad hon kan hitta i en Svanenmärkt butik när det kan se så olika ut. Teoretiskt sett skulle en butik kunna välja att exempelvis enbart sälja MSC-märkt fisk men inte några ekologiska ägg.
- Många av de konsumenter som handlar miljömärkt/ekologiskt vill kunna hitta ett brett utbud av miljömärkt/eko, inom samtliga varugrupper i sin butik. Det visar t.ex. Demoskops/Svanens undersökning från 2014 där 7 av 10 konsumenter anser att det är viktigt att butiker erbjuder ett brett miljömärkt och ekologiskt sortiment och har en tydlig skyltning.
- Genom att det finns en sortimentsbredd men miljömärkta och ekologiska alternativ inom många kategorier kan kunden utöva sin konsumentmakt och visa att det finns en efterfrågan på en viss typ av produkt, ett av miljömärkningens syften. Att butiken måste sälja miljömärkta alternativ inom varje område är också ett sätt att pressa leverantörerna att ta fram produkter vilket leder till fler miljömärkta alternativ på hyllan, vilket Naturskyddsföreningen anser är ett annat viktigt syfte. Sortimentsbredd av miljömärkta alternativ kan också fungera som benchmark. Om en producent tar fram ett miljömärkt alternativ ökar chansen att en konkurrent gör detsamma.
- Det är sannolikt att en miljömärkt produkt som butiken bedömer som svårsåld aldrig når butikshyllan vilket kan hindra produktutvecklingen på områden där det idag finns få alternativ.
- Priset på en vara får betydelse för om butiken uppfyller Svanens krav eller inte med den föreslagna modellen för försäljningsandel. Vi tycker det är tveksamt hur relevant det är ur miljösynpunkt (eftersom försäljningsandel i värde är det enda kravet som ställs).

KEMI

Kemikalieinspektionen stödjer att de obligatoriska kraven på ekologiska och miljömärkta produkter i butiker nu flyttar fokus från krav på sortimentsbredd till krav på försäljning. Den föreslagna poängsättningen bör därmed på sikt även bättre kunna stimulera ökad produktion och försäljning av ekologiska produkter och certifierad fisk.

ICA Sverige

Samtlige sortimentskrav som har som mål att mäta försäljningsandel ställer sig ICA inte bakom i dagsläget. ICA anser att mätmetoden för det ekologiska/miljömärkta sortimentet som finns i nuvarande kriterier är fullgod och enkel att arbeta med. ICA ska återkomma med ytterligare kommentarer kring mätmetoden försäljningsandel efter vecka 9, trots att remissvarstiden har gått ut.

Handel og kontor i Norge

Det obligatoriske kravet (O6), innebærer at salgsandelen av miljømerkede forbruksartikler skal være minst 15 % for norske butikker.

HK er positive til forslaget og mener prosentandelen for salg av miljømerkede forbruksartikler er fornuftig. Dette er et godt tiltak som bidrar til å påvirke forbrukerens kjøpemønster ved at butikkene selv tar ansvar. Vi mener at et slikt krav betyr at butikken må være konsekvente i sine innkjøp. Dette betyr at forbrukeren må få et tilbud om et solid utvalg med økologiske og miljømerkede produkter. Disse bør også være konkurransedyktige i pris. Kravet innebærer samtidig at butikkene får et ansvar for å opplyse kundene om hvorfor det er viktig å kjøpe økologiske og miljømerkede produkter. Vi mener at Nordisk Miljømerking på sikt må vurdere en opptrapping av salgsandelen av miljømerkede forbruksartikler, som en del av en bærekraftig utvikling.

Miljøstyrelsen

Miljøstyrelsen har ikke noget grundlag for at vurdere, hvorvidt tabeller med antal kg restaffald/andele af økologi/miljømærkning holdt op imod butikkens omsætning er relevant/valid eller ej.

Dansk Erhverv

Kriterieforslaget muliggør kun miljømærkning af butikker, der sælger et bredt sortiment af føde-varer med en vis omsætning. Når kriterierne på den måde udelukker et flertal af detailbutikkerne for at miljømærke, skaber Svanemærket ikke tilstrækkelige miljøforbedringer. Svanen argumenterer uklart, hvorfor de største miljøgevinster opnås ved at fokusere på fødevarer. Det er korrekt, at visse fødevarer medfører relativt store miljøbelastninger, men dette er særligt udtalt for fødevarer fremstillet langt fra Danmark og for animalske fødevarer. F.eks. sælger en grønthandler langt mindre miljøbelastende fødevarer, end en slagter gør. Kriterierne har heller ikke fokus på "lokalt" fremstillede fødevarer, hvor der er mindre transport. Svanen skelner ikke her trods sit væsentlige fokus på fødevarer. Det forekommer miljømæssigt ulogisk, når Svanen fravælger, at en lang række andre detailbutikker ikke skal kunne miljømærke på trods af, at de sælger forbrugsvarer, der sandsynligvis belaster miljøet mere end mange typer fødevarer. Det kan f.eks. være tøj, elektronik, møbeltekstiler og plejeprodukter – som der jo findes miljømærkekriterier for i modsætning til fødevarer. Der er absolut ingen miljøargumenter for at udelukke specialvarehandlens butikker for at miljømærke. Tværtom, valgte man at indlemme dem, skabes væsentligt større miljøgevinster, og man fik væsentligt flere licenshavere.

En anden besynderlighed er Svanens ønske om at måle på omsætningstal frem for antal af miljømærkede produkter. Ønsker miljømærkningen at stimulere forbrugerne til at indkøbe flere miljømærkede produkter, skal butikker belønnes for at udbyde

miljømærkede produkter inden for samtlige af de produkttyper i deres sortiment, der kan miljømærkes og sætte flere miljømærkede produkter på hylderne frem for at skulle efterleve et omsætningstal. Det er velkendt, at forbrugerinteresse for at indkøbe miljømærkede produkter vokser, når der er noget at vælge imellem. Det er netop en af de væsentlige årsager til økologiens stærke fremmarch.

Kriteriernes anvendte definitioner for forbrugsvarer og specialvarer er i øvrigt rodede og ulogiske og kan ikke bruges til en objektiv vurdering af, hvorvidt en butik er omfattet af kriterierne eller ikke.

Hvorvidt kriterieforslaget, herunder de nye kriterier til omsætningstal for økologiske og miljømærkede produkter, er korrekt fastlagte for danske butikker, er Dansk Erhverv ikke i stand til at vurdere. Miljømærkede butikker i Danmark er en nyere mulighed end i Sverige, og svenske butikker kan være længere fremme end butikker i Danmark. Der kan være en risiko for, at danske butikker, især når de er i kæde, ikke vil være i stand til at efterleve de nye krav. Det er dyrt og omkostningstungt at svanemærke en butik. Hvorvidt de svanemærkede danske butikker, som ligger i en kæde, kan fastholde svanen når de nye kriterier træder i kraft er ikke tilstrækkeligt belyst. Betydningen for de svanemærkede danske butikker, når kriterierne indfører et kædeansvar på mindst 20 % miljømærkede produkter, er ikke belyst tilstrækkeligt i baggrundsdokumentet. Det er velkendt, at udvalget af økologiske og miljømærkede produkter svinger fra butik til butik i en kæde, fordi efterspørgslen svinger fra område til område. Butikschefen har stor betydning for, hvilke produkter forbrugeren kan vælge. Kædebutikker i provinsen har typisk lavere andel af miljømærkede og økologiske produkter og kan trække ned på en kædes gennemsnit. Det samme kan siges om kædebutikker, der ligger i ferieområder. Her fravælges miljømærkede og økologiske produkter på hylderne uden for sæsonen.

(...)

Krav O5 og O6 stiller krav om at mindst 8,5 % og 20 % af varenes samlede omsætning skal være økologiske eller miljømærkede. Dansk Erhverv gentager her bemærkningerne givet til krav O1; det er uforståeligt, at man vælger omsætningstal, der kun har mindre betydning i forhold til at skabe reelle miljøforbedringer og efterspørgsel. Det grundlæggende vigtige er, at butikken gør det muligt for kunderne at købe miljømærkede produkter inden for samtlige af de produkttyper, der kan mærkes, og som er i butikkens sortiment.

ALDI Danmark

Omsætning og særlig omsætningsandele er ikke oplysninger, der kan deles. Overgang fra fokus på antal produkter til omsætning står i modsætning til et ønske om øget bæredygtigt sortiment, da en del produkter i et bæredygtigt sortiment har lav omsætning og derfor ikke er "nødvendige" og kan udgå af sortiment. Mulighed for at opfylde kravet baseret på indkøbsandel, tager ikke højde for madspild/kassationer.

Kuluttajaliitto ry /Konsumentförbundet rf

Is the requirement level of the ecolabelled products enough to secure the broad selection of products?

The requirement of the organic and the ecolabelled products is set so that it is calculated the portion of the turnover. It has been as problem a long time that the stores sell these products as expensive special products (the purchase decision is based on values and not on price) for which it is having the high profit. It should be important that the price of ecolabelled products should be reasonable and that these would be suitable for all consumers money pocket.

Steer the criteria based on the sales/turnover to maintain the situation or possible to raise the profit of the organic and ecolabelled products (that the part of turnover should be enough)? Should it be some possibility to steer criteria to the direction that these more would support to reduce consumer price of environmental sound products and not to raise the price? For example it could be a safer alternative to calculate selection according to the purchase quantities as mentioned on the criteria document. (The requirement may also be fulfilled based on the proportion of purchases.) Could it be set the consumer price as some kind of the requirement?

S-Group/SOK, Finland

The shares of sales are difficult because they are influenced by consumer´s behavior. For example there is a big influence by geographical location to it what is the sale of organic products. Also the general economic situation has big influence on sale of products. Questions on selection are challenging because it is challenging to get the data for private label products which data is not normally updated. It claims a huge work to collect this information and not many has resources for it.

Coop Norge

Det bør presiseres om omsetning av eks. tobakk skal inkluderes i totalomsetning.

Nordisk Miljømerking svarer

Nordisk Miljømerking har pekt ut sortiment, energi og avfall som de tre sentrale miljøområdene for butikker. Poengkravene knyttet til disse tre områdene er vektet likt for å illustrere dette poenget. I forhold til sortiment er poengene som er mulige å hente fordelt likt på poengkravet til mat og drikke (P1) og poengkravet til forbruksartikler (P2). Det gis dog ingen poeng for et sortiment av miljømerkede spesialvarer utover nivået i det obligatoriske kravet. Kravet til spesialprodukter (O7) skal sees som et hygienekrav som skal sikre at det finnes et tilbud av miljømerkede produkter også her. Kravet er heller ikke relevant for særlig mange butikker, da de færreste har en omsetning av spesialvarer som overgår 10 % av total omsetning. Se for øvrig Nordisk Miljømerking svar under «Generelle kommentarer» til hvorfor produktgruppedefinisjonen ikke omfatter samtlige aktører innen detaljhandelen. I kapittel 5 i dette dokumentet er det en forklaring til hvorfor det ikke stilles krav til nærproduserte varer.

Flere høringsinstanser har påpekt at kravene til sortiment bør gå på antall produkter og ikke salgsandel – slik som tilfellet var i høringsforslaget. Kravet er dog beholdt etter høring fordi det er salgsandel som i størst grad kan knyttes til en faktisk miljøgevinst. Det at en butikk har mange økologiske og miljømerkede produkter på hyllene gir ingen positiv miljøeffekt dersom ingenkjøper dem. Et krav på salgsandel forutsetter at butikken selv gjør tiltak for å selge mer økologiske og miljømerkede produkter. Det kan de eksempelvis gjøre gjennom god hylleplassering av slike produkter, gjennom

kampanjer for å få opp interessen blant sine kunder og å ha et godt tilbud av produkter. Selv om noen av kjedene i Norden melder til oss at de ikke ønsker et krav på salgsandel, er det også svært mange som mener at dette er et mye bedre mål på butikkens/kjedens satsning på økologisk og miljømerket sortiment enn det et krav på sortimentsbredde er. Så her er den nordiske bransjen helt tydelig delt.

Et alternativt krav på sortiment er dog lagt til etter høring. Bakgrunnen er at ikke alle kjeder har mulighet for å fremskaffe data på salgsandel. Det er også slik at butikker utenfor byene, der interessen for økologiske og miljømerkede produkter tradisjonelt er dårligere, ikke vil kunne klare et kravnivå på salgsandel på samme nivå som butikker i byer. Med et alternativt krav som går på antall produkter på hyllen vil de likevel ha mulighet til å kunne svanemerke seg. Nivåene i nytt krav går på antall produkter totalt sett og er ikke fordelt på kategorier. Nordisk Miljømerking mener at butikkene selv er best rustet til å velge hvilke økologiske og miljømerkede produkter kundene ønsker. Nordisk Miljømerking ønsker ikke at et krav til antallet økologiske og miljømerkede produkter skal medføre økt svinn fordi butikken tar inn produkter som kundene ikke ønsker. I teorien kan kravene på sortimentsbredde medføre at en svanemerket butikk har et enormt utvalg innenfor meieri, men ingenting innenfor frukt og grønt. Men mest sannsynlig ønsker butikkene å spre sitt økologiske sortiment ut på samtlige kategorier.

Kravene til salgsandel ser på salget av henholdsvis økologiske og miljømerkede varer over et helt år, og tar på den måten hensyn til svingninger i salget over tid. Kravet til antall økologiske og miljømerkede produkter skal derimot oppfylles til enhver tid. Nordisk Miljømerking er inneforstått med at det kan være en omfattende oppgave å dokumentere kravene på sortiment. På den annen side har de fleste kjeder i dag systemer for å sammenstille salgsandelen økologisk. Nordisk Miljømerking har således fått positive signaler fra flere bransjeaktører i forhold til redusert arbeidsbelastning ved å dokumentere salgsandel økologisk. Når det gjelder salgsandel miljømerket kan det være en større oppgave for søker. Det hele kommer an på hva slags systemer butikken eller kjeden har for å kunne søke frem produkter som er miljømerket i sitt salgssystem. Når det er sagt, er det en forutsetning for å kunne svanemerke en butikk at det kan vises til at butikken oppfyller et visst miljømessig nivå.

Nordisk Miljømerking er inneforstått med at definisjonen av dagligvare er noe løs. Dog er det vanskelig å få til en mer presis en, og vi har heller ikke mottatt noe forslag fra bransjen om en bedre variant. Vi mener likevel at definisjonen er tilstrekkelig tydelig dersom man ser den sammen med bilag 1.

Fordi kravene til salgsandel baserer seg på omsetning av økologiske og miljømerkede varer, kan i teorien en butikk oppnå Svanens krav ved å kun selge store mengder av dyre produkter – eksempelvis økologisk kjøtt. På den annen side er et slikt scenario lite trolig. Salget av økologiske produkter er, i de fleste land, i stor grad knyttet til frukt og grønt og andre produkter som ikke ligger i det høyere prissjikt. Det er heller ikke særlig sannsynlig at en butikk setter opp prisene på økologiske og miljømerkede varer for å tilfredstille Svanens krav.

Omsetningen av snus og tobakk skal hverken inkluderes i total omsetning av mat og drikke eller i omsetning av forbruksartikler. Tobakk og snus er kostbare varer og for

de butikker som selger mye tobakk og snus ville det blitt svært vanskelig å oppfylle kravene til salgsandel økologisk og miljømerket dersom disse varegruppene skulle inkluderes. Dette er nå presisert i kriteriene.

Nordic Ecolabelling replies

Nordic Ecolabelling has identified product range, energy and waste as the three key environmental areas for stores. The point score requirements associated with these three areas are weighted equally to illustrate this point. For the product range, the available points are divided equally between the point score requirement for food and drink (P1) and the point score requirement for consumables (P2). There are, however, no points for a range of ecolabelled specialist goods above the level in the obligatory requirement. The requirement concerning specialist products (O7) should be seen as a hygiene requirement to ensure that there is a range of ecolabelled products here too. The requirement is also not relevant for particularly many stores, as very few have sales of specialists goods that exceed 10% of total sales. See also Nordic Ecolabelling's response under "General comments" on why the product group definition does not cover everyone in the retail sector. Section 5 of this document contains an explanation as to why there is no requirement for locally produced goods.

Several consultation respondents have commented that the requirements concerning product range should be based on the number of products rather than proportion of sales – as was the case in the draft for consultation. The requirement has, however, been retained following the consultation, since the proportion of sales can best be used to achieve an actual environmental gain. The fact that a store has many organic and ecolabelled products on their shelves has no positive environmental effect if nobody buys them. A requirement concerning proportion of sales assumes that the store itself implements measures to sell more organic and ecolabelled products. Such measures might include a good shelf position for these products, campaigns to generate interest among customers and having a good range of products. Although some of the chains in the Nordic region tell us they do not want a requirement concerning proportion of sales, there are also a large number who see this as a much better measure of the store's/chain's focus on organic and ecolabelled products than a requirement concerning breadth of range. So in this respect, the Nordic industry is clearly divided.

An alternative product range requirement has, however, been added as a result of the consultation. The reason is that not all chains have the ability to source data on proportion of sales. It is also the case that stores in less urban areas, where interest in organic and ecolabelled products is traditionally poorer, would not be able to fulfil a requirement level for proportion of sales on a par with stores in cities. An alternative requirement based on number of products on the shelf thus gives everyone an opportunity to obtain a Nordic Ecolabel. The levels in the new requirement are based on the overall number of products and are not split across categories. Nordic Ecolabelling believes that the stores themselves are best equipped to choose which organic and ecolabelled products their customers want. Nordic Ecolabelling does not want a requirement for the number of organic and ecolabelled products to lead to greater waste as the stores stock products that the customers do not want. In theory, the range requirements could lead to a Nordic Ecolabelled store having a huge

selection of dairy products, but nothing in fruit and vegetables. However, it is most likely that the stores would wish to spread their organic range across all categories.

The sales proportion requirements consider the sale of organic and ecolabelled over a full year, taking into account fluctuations in sales over time. The requirement concerning the number of organic and ecolabelled products, on the other hand, must be fulfilled at all times. Nordic Ecolabelling understands that documenting the product range-related requirements can be a major task. On the other hand, most chains now have systems for compiling organic sales as a proportion of overall sales. Nordic Ecolabelling has thus received positive signals from many industrial actors on the reduced workload of documenting the proportion of organic sales. Identifying what proportion of sales is ecolabelled can be a big task for applicants. It all comes down to what kind of system the store or chain has to search for ecolabelled products in the sales system. That said, to Nordic Ecolabel a store, proof must be provided that the store meets a certain environmental level.

Nordic Ecolabelling understands that the definition of groceries is rather loose. However, it is difficult to make it more precise, and we have not received any better suggestions from the industry. As such, we believe that the definition is sufficiently clear, if taken together with Appendix 1.

Since requirements concerning the proportion of sales are based on sales of organic and ecolabelled goods, in theory a store can fulfil the Nordic Ecolabel requirements by simply selling large quantities of expensive products – organic meat for example. On the other hand, such a scenario is not very likely. In most countries, sales of organic products are largely associated with fruit and vegetables and other products that are not in the higher price range. It is also not particularly likely that a store would increase the prices of organic and ecolabelled goods simply to satisfy the Nordic Ecolabel requirements.

Sales of snuff and tobacco must not be included in the total sales of food and drink or sales of consumables. Tobacco and snuff are expensive goods and for those stores that sell large quantities of tobacco and snuff, it would be very difficult to fulfil the requirements concerning the proportion of organic and ecolabelled sales, if these product groups were included. This is now specified in the criteria.

05/P1 Salg av økologisk mat og drikke og produkter fra bærekraftig fiske

Bergendahl Food AB

Bergendahl Food AB är positiva till kravet att mäta ekologisk försäljningsandel, men det är inte i dagsläget rimligt att föreslå 6 % försäljningsandel av ekologiskt. Vi framhåller att kravet på försäljningsandelen av ekologiskt bör omprövas, och föreslår istället att Svanen sätter mål per år och därigenom stimulera till ökad ekologisk försäljning. Motsvarande stimulans föreslås tillämpas på försäljningen av miljömärkt.

Beträffande ekologisk märkning är Bergendahl Food AB starkt kritisk till varför man inte har inkluderat ASC i de ekologiska märkningarna som är godkända av Svanen. Märkningen strävar efter att nå en hållbar vattenmiljö och det är tillräckliga grunder

för att lägga till märkningen i listan. Vi vidhåller att ASC är en märkning som står för hållbar utveckling inom fiske produktionen.

Angående godkända miljömärkningarna anser Bergendahl Food AB att Soil Association bör läggas till i listan. Soil Association är den mest välkända märkningen för ekologiska varor i Storbritannien. Produkterna är ekologiska i enlighet med bestämmelserna i EU:s regelverk, men man har även egna kriterier som är mer långtgående än EU-förordningen.

ECO cert bör också inkluderas till listan. Märkningen möjliggör medvetna val, och det är ett bättre alternativ att erbjuda en produkt som innehåller 10 % ekologisk andel jämfört med en produkt som saknar ekologisk andel. Bergendahl Food AB understryker vikten av att strävan mot en hållbar utveckling ska premieras.

Kommerskollegium

Kollegiet anser att det bör bli tydligare för licenstagare, som använder andra standarder än Krav- eller MSC-märkningen, vilken nivå av djurhälsa och – välfärd samt livsmedelssäkerhet för hållbart odlad fisk och skaldjur som måste uppfyllas. Djurhälsa- och livsmedelssäkerhet är föremål för omfattande reglering på EU-nivå. Enligt Kommerskollegiums bedömning är det därför viktigt att i kriteriedokumentet tydliggöra vilken EU-lagstiftning som blir tillämplig, eftersom den lagstiftningen rimligen bör utgöra den lägsta kravnivån i standarden som en licenstagare använder. När det gäller djurvälstånd är detta en regleringsaspekt som i större utsträckning är föremål för nationell reglering inom EU (även om det finns viss minimiharmonisering i EU-lagstiftningen). Enligt kollegiets uppfattning bör det i kriteriedokumentet bli märkningen ställer när det gäller djurvälstånd för odlad fisk.

(...)

Slutligen bedömer kollegiet att det är positivt att dagligvarubutiker ska kunna uppfylla sortimentskravet för ekologiska produkter genom att köpa in produkter som är märkta med olika eko-märkningar enligt tillämpliga EU-förordningar.

Naturskyddsföreningen

I tidigare kriterier fanns poängkrav att inte sälja fisk och skaldjur från WWF:s röda lista, ett krav som är struket i denna version vilket vi anser är olyckligt. Vi anser att det är viktigt att det inte går att hitta fiskar som hotas eller som skadar miljön och tror att kunderna som handlar i en miljömärkt butik räknar med att butiken inte säljer dessa produkter.

Konsumentverket

Säljandelen av ekologisk mat och dryck samt produkter från hållbart fiske ska för svenska butiker vara minst 6 %. Enligt Ekowebs statistik för 2015 <http://www.ekoweb.nu/?p=11460> var försäljningen av ekologiska livsmedel i Sverige 7,7 % vilket är en ökning sedan 2014 med 2,2%. Utifrån att försäljningen av ekologiskt verkar vara på uppåtgående och att O5 även inkluderar produkter från hållbart fiske verkar det rimligt att höja säljandelen till över 6 %. Miljömärkningen ska erbjuda ett bättre miljöalternativ än övriga i samma produktkategori på marknaden och även om det är många kriterier som bidrar till en licensiering så är det kriterier

med koppling produkter med någon form av miljörelaterad märkning som möter konsumenten och bidrar till den koppling konsumenten ser mellan en Svanenmärkt butik och dess sortiment. Ett pedagogiskt grepp som inte är till nackdel för vare sig Svanen eller miljön. I kursivt definieras vad som menas med ekologisk mat och dryck mm och märkning. Där har nog ett fel smugit sig in – EU-blomman ska nog vara EU-lövet.

ICA Torgkassen

ASC tas inte alls upp. Ska det inte räknas som hållbart odlad fisk o skaldjur?

ICA Sverige

ICA anser att meningen ”Kravet kan även uppfyllas baserat på inköpsandel” kan komma att missförstås (och i värsta fall missbrukas). Det är försäljningen som är viktig och då behöver inte inköpsandel mätas.

Säkerställ att det står EU-ekologiskt på allt som rör mat och EU-Ecolabel på allt som rör förbrukning (gäller kontinuerligt i hela dokumentet samt bilagor – det är otydligt i dessa förslag).

ICA anser att ASC bör läggas med som standard.

Willys

Kravet är högt, vi undrar om det kanske är för högt? Ett kriterie bör vara spänstigt och vägledande, men inte omöjligt. Kanske kan man fundera på att använda en steg där en nivå är ok det första året sedan blir det något tuffare nästkommande år osv? På så sätt kan Svanen vara pådrivande och motivera kedjor med lägre andel att höja den, ist för att endast vara en märkning för de som redan har en hög andel. Det beror förstår på vad man vill uppnå med märkningen, ska det vara en stämpel på att man klarar en viss nivå, eller ska det vara en stämpel på att man klarar en viss nivå och ett arbetsverktyg för att göra branchen mer hållbar?

Poänggränserna är hårt satta med tanke på ekoandelar i dagsläget för branschen. Skalan skulle ge något mer poäng i början av minimikravet och snabbare ge full poäng. Som jämförelse delas 5 poäng ut under matsvinnskriteriet för butiker som "Butiken använder råvaror som börjar närma sig bästföredatum i färdigrätter som säljs i butiken eller som serveras till personalen", medan butiker som uppfyller kravet på 6 % eko och hållbart fiske får 0 poäng. Är det rimligt med hänsyn till insatsen och nyttan?

Økologisk Landsforening

Økologisk Landsforening finder, at forslaget er meget lidt ambitiøst, og at forslaget i sin nuværende form risikerer at skade svanemærkets troværdighed. Forslaget bidrager ikke til målsætninger om at øge forbrugernes valgmuligheder, og det fremmer ikke tilgængelighed eller afsætning af økologiske fødevarer. Økologisk Landsforening mener, at forslaget snarere er anledning til misvisende miljømærkning.

Økologisk Landsforening mener, at kravene til sortiment og afsætning af økologiske varer er helt utilstrækkelige.

- Det skal være et krav til sortimentet, at svanemærkede butikker har økologiske alternativer i alle varekategorier (dvs. kategorier 1-13, side 8). Målet med svanemærket er at fremme det miljøvenlige valg. Dels via mærkning og dels via tilgængelighed. Dette er ikke muligt, hvis ikke butikkerne har økologiske varer i alle kategorier. Et krav til økologiske varer i alle kategorier er let at forstå, let at kontrollere, og meget motiverende for kædeledelse og butiksansvarlige i deres arbejde med sortiment.
- Krav til omsætning af økologiske varer, side 9, svarer til den gennemsnitlige økologiske markedsandel i Danmark. Det løfter intet. Forslaget tager højde for forskelle i aktuel omsætning landene imellem, men forskellene imellem by/land og landsdele er lige så store. Derfor skal omsætningskrav for den enkelte butik ligge minimum 50% over gennemsnittet for landet som helhed. Som alternativ for butikker i landområder, hvor omsætning i dag er lavere, bør etableres mulighed for mærkning, hvis der gøres en væsentlig indsats, der medfører god stigning i omsætningen. Det foreslås, at butikker kan mærkes, hvis omsætningen stiger minimum 20% per år. Dette vil være motiverende for butikkerne. Erfaringer i Danmark viser, at dette også er muligt i landområder, hvis der gøres en indsats. Og med de stigningstakster kommer de efter få år op på minimumskravet for økologisk markedsandel.
- Krav til økologisk omsætning og omsætning af fisk med MSC-mærkning skal skilles fra. En del butikker i Danmark sælger kun MSC-mærkede fisk, så de butikker vil kunne få svanemærkning trods en ringe økologisk omsætning.
- Krav til sortiment og omsætning af økologiske varer skal være på listen over obligatoriske krav, dvs. minimumskrav, og ikke krav, der kan fraviges, hvis andre mål opnås (der kræves kun 25 af 60 mulige point).
- Kæder skal ikke kunne få licens for alle sine butikker, med mindre alle butikker lever op til ovenstående krav. Eftersom flere butikker ikke vil kunne dokumentere miljøindsatsen, bliver forbrugerne nemlig vildledt af svanemærkningen. Det vil skade svanemærkets troværdighed.

Kiwi Danmark

Vi er imod at andelen af økologiske varer skal måles på salg og ikke antal varer i butikken. Vi kan kontrollere hvor mange varer vi har, og vil gerne tilbyde vores kunder økologiske varer. Men vi kan ikke bestemme om de skal købe dem.

Coop Danmark

Vi vurderer at omsætningskravet på butiks niveau og ikke mindst på kædeniveau på salget af økologiske varer er for højt. Det gennemsnitlige salg i Danmark på økologiske varer er på 8 pct. Men der er meget store variationer landsdele i mellem. I de store byer ligger salget på økologiske varer meget højt med andele på gennemsnitligt 17 pct. Nogle butikker helt oppe på 40 pct. Derimod er økosalg meget lavt på landet og i provinsen (Vest/nordjylland, Vestsjælland, Vestfyn og Lolland Falster) med slagsandele mellem 0-3 pct. Det forslåede kriterium vil derfor forfordel butikker der ligger i byerne, som nemt kan nå omsætning på 8,5 pct., hvorimod butikker der ligger i provinsen og på landet vil have meget svært ved at ramme 8,5 pct. næsten lige meget hvad de gør fordi de ikke har kunderne til dette. Det vil være ærgerligt, at butikker der har gode intentioner

og ønsker at kunne markedsføre sig som ansvarlige, ikke kan fordi kunderne ikke køber nok økologiske varer. Ser man på kædeniveua vil der derfor også være kæder, der fra starten er udelukket fra at blive svanemærkede på grund af dette salgsmål. En mulighed kunne være at kombinere et lavere salgsmål med et sortimentskrav, således at et udvidet sortiment, kan kompensere for manglende salg. Det vil dog kunne udfordre kravet vedr. reduktion af madspild.

ALDI Danmark

"Bærekraftig fiske er her definiert som MSC..." Her mangler ASC.

Finnish Grocery Trade Association and The Federation of Finnish Commerce and Trade

As all categories do not have organic products supplies available, it is not reasonable to compare sales of organic products to total sales. It would be better to compare to the sales of categories that have also organic alternatives available in the market even though it makes reporting more time consuming. Geographical differences within the country are great, which makes it difficult to reach the targets on a national level in the whole chain.

Only EU-certified organic products should be considered.

The used formula for calculation is complicated. Particularly fish would probably make it difficult to reach the target.

S-Group/SOK, Finland

%-share of organic products is about 1,8 % in S-group. The geographical position has effect on the amounts. In the south Finland the share of organic product is higher than average and in the east and north Finland the share is clearly under the average. Also the size has effect on the collection of organic products. In big market stores there are much better collections than in small stores. We cannot differentiate the amount of MSC products because this information is not in the system. The requirement should be realistic so that it has been considered influences of geographical and size for the store.

Lidl Suomi Ky

It should be considered also UTZ-, Fair Trade- and Rainforest Alliance certification systems. We acknowledge that Rainforest Alliance has environmental issues in the criteria but all these standards will stimulate the sustainable cultivation systems also on environmental way.

Kuluttajaliitto ry /Konsumentförbundet rf

Is the requirement level of the organic products enough to secure the broad selection of organic products?

The requirements of the sale quantities of the organic products seem to us as rather poor. In spite of the grounds on the background document we propose to strict the requirement for Finnish and Norwegian stores e.g. 3 %.

Nordisk Miljømerking svarer

Svar på kommentarer om at vi stiller krav på salgsandel økologisk og ikke på antallet økologiske produkter i sortimentet er gitt under «Generelt» innledningsvis til kapittel 4.4.3.

Nivåene i kravet til salgsandel økologisk er justert noe ned etter høring. Under høringen fikk vi inn informasjon fra store kjeder i Norden som viste at dersom vi beholdt nivåene som under høringen, ville det være svært mange som ikke ville klare kravet. Og de som klarte det obligatoriske kravet ville i høyden fått ett poeng i det tilhørende poengkravet. Resultatet av dette hadde vært at poengkravet mistet sin reelle betydning. Det kanskje strengeste kravet i kriteriene for dagligvarebutikker er kravet til det totale antallet poeng hver butikk må oppfylle – O12. For at butikken skal få nok poeng er de helt avhengige av også hente poeng i sortimentskravene. Et for strengt obligatorisk krav ville umuliggjort dette. Det er viktig å ikke se de obligatoriske kravene separat, men derimot også se på hvordan det overordnede poengkravet påvirker butikkene.

For Norge og Finland er det obligatoriske kravet satt til det som var landsgjennomsnitt i 2015 – henholdsvis 1,6 % og 1,8 %. For Sverige og Danmark har det vært vanskeligere å sette nivået fordi veksten har vært så stor de senere år – særlig for Sverige sin del. Det er også, slik som høringsinstansene også påpeker, svært store forskjeller i byene og på landsbygda. Kravnivåene er derfor i stor grad basert på data fra store svenske og danske aktører. De viser at det ville vært svært strengt å ha nivået på linje med landsgjennomsnittet. Nivået for Sverige sin del er satt til 5,0 % etter høring. Tilsvarende for Danmark er justert ned til 6,5 %. Nordisk Miljømerking har forståelse for at noen vil finne det ulogisk at nivået skal ligge under landsgjennomsnittet, men det er som nevnt over svært viktig at butikkene også har mulighet til å hente poeng i kravene til sortiment. De data som Nordisk Miljømerking har mottatt viser at det med et slikt kravnivå likevel er svært få som får flere enn 3 poeng av totalt 10 i P1 dersom de velger å dokumentere kravet ut fra salgsandel. Nordisk Miljømerking ønsker ikke å offentliggjøre tallene vi har mottatt fra butikker og kjeder ut ifra fortrolighetshensyn.

Nordisk Miljømerking ønsker ikke å ha et sortimentskrav som strammes i løpet av kriterienes gyldighetstid. Et slikt system fantes for energikravet i forrige generasjon av kriteriene, og erfaringen fra det er at det skaper for lite forutsigbarhet. Nordisk Miljømerking ønsker isteden å ha en relativt kort gyldighetstid på kravdokumentet – 3 år.

Nordisk Miljømerkings definisjon av økologisk baserer seg på EU-forordningen. Dersom Soil Association oppfyller kravene i forordningene EG 834/2007 eller EG 203/2012, kan også disse produktene regnes som økologiske. Det at KRAV, Ø-mærket etc. nevnes spesifikt, er kun fordi det er de som er mest vanlige å se på økologiske produkter i Norden. Det at det står EU-Ecolabel i den svenske versjon skyldes en feil i oversettelsen. Det er rettet opp i etterkant av høring. Produkter merket med Ecocert premieres dog ikke i dette kravdokumentet. Ecocert har kun krav til at råvarens opprinnelse er økologisk, men stiller ingen øvrige krav til stoffenes giftighet, nedbrytbarhet og helsepåvirkning.

Nordisk miljømerking ser positivt på merkeordninger som Fair Trade og UTZ, men produkter merket med rettferdig handel premieres ikke i generasjon 3 av kriteriene. Det er et resultat av fokuset på å konsentrere kravdokumentet rundt de mest sentrale miljøområdene for butikkene.

Salg av produkter fra bærekraftig fiske skal fremdeles regnes med i andelen økologisk etter høring. Bakgrunnen for dette er i stor grad at det i Sverige er svært vanlig for butikkene å regne KRAV-merket fisk som økologisk. Dersom det er butikker /kjeder som ikke har tall på hvor mye bærekraftig fisk og skalldyr som selges, så er det mulig å la være å redegjøre for dette. Konsekvensen er selvfølgelig at butikken må oppfylle kravet kun ut ifra de økologiske produktene de selger. For norske og finske butikker vil ikke dette spille så stor rolle da mengde bærekraftig fisk og skalldyr som selges er relativt liten.

Hvilke krav Nordisk Miljømerking stiller på standard og sertifiseringssystem er gitt i bilag 2. Flere høringsinstanser nevner at ASC bør sidestilles med MSC slik at ASC-merkede produkter kan regnes med blant bærekraftige produkter. Nå er det derimot slik at ASC ikke er en standard, men hele 7 ulike avhengig av hvilke produkter som skal sertifiseres. Det finnes en egen for laks, en egen for scampi osv. Nordisk Miljømerking har kun vurdert standarden for scampi og har ikke godkjent denne i forbindelse med våre krav til restauranter. Det skyldes at den ikke oppfyller en eller flere av våre krav på standard og sertifiseringssystem gitt i bilag 2 i kriteriene. Dersom vi ser et ønske om at noen av de andre ASC-standardene behandles av Nordisk Miljømerking, kan det settes av ressurser til det.

Som en av høringsinstansene riktig påpeker så stilles det ikke i generasjon 3 av kriteriene et obligatorisk krav på fisk og skalldyr som ikke kan selges. Nordisk Miljømerking ønsker å stimulere til økt salg av sertifiserte produkter. Og det gjøres i O5 og P1. Derimot er Nordisk Miljømerkings erfaring når det gjelder å forby fisk og skalldyr der bestanden er truet, ikke udelt positiv. Om en bestand er truet eller ei kan variere med hvor den er fisket. Eksempelvis er kveite fisket i Sverige rødlistet etter IUCNs offisielle rødliste, mens kveite fisket i Norge ikke er det. Og når produktens opprinnelse er av så stor betydning, blir kravet vanskelig for butikkene å dokumentere. Dersom vi av forsiktighetshensyn skulle forby alle arter som er rødlistet et eller annet sted i Norden, ville det omfattet kveite, steinbitt, uer, ål og ørret. I tillegg til tunfisk og scampi. Sortimentet ville blitt svært begrenset.

Nordic Ecolabelling replies

Responses to comments on the way we set requirements concerning proportion of organic sales and not number of organic products in the range are given under “General” in the introduction to section 4.4.3.

The levels in the requirement concerning the proportion of organic sales have been adjusted slightly on the basis of the consultation. During the consultation, we received information from large chains in the Nordic region stating that if we kept the levels contained in the draft for consultation, large parts of the sector would be unable to fulfil the requirement. And those that met the obligatory requirement would earn at most one point in the associated point score requirement. The result of this would have been that the point score requirement would have lost its true meaning. Perhaps

the toughest requirement in the criteria for grocery stores is the requirement for a total number of points for each store – O12. In order for a store to achieve enough points, they are entirely dependent on gaining points in the product range requirements. Too tough an obligatory requirement would make this impossible. It is important not to view the obligatory requirements separately, but on the other hand to see how the overarching point score requirement affects the stores.

For Norway and Finland, the obligatory requirement has been set at what was the national average in 2015 – 1.6% and 1.8% respectively. For Sweden and Denmark, it has been more difficult to set the level, since growth has been so great in recent years – particularly in the case of Sweden. As the consultation comments point out, there are also sizeable differences between the cities and rural locations. The requirement levels are therefore largely based on data from leading Swedish and Danish players. This data shows that putting the level on a par with the national average would be extremely tough. The level for Sweden has thus been set at 5.0%, following the consultation. The corresponding level for Denmark has been adjusted to 6.5%. Nordic Ecolabelling understands that some will find it illogical for the level to be set below the national average but, as mentioned above, it is crucial that the stores are also able to collect points in the product range requirements. The data that Nordic Ecolabelling has received shows that, at such a level, it is still difficult to achieve more than 3 points out of a total of 10 in P1, if an applicant chooses to document the requirement based on proportion of sales. Nordic Ecolabelling does not wish to publish the figures we have received from stores and chains, on the grounds of confidentiality.

Nordic Ecolabelling does not wish to have a product range requirement that is tightened over the course of the criteria's validity period. Such a system was in place for the energy requirement in the previous generation of the criteria, and the experience from this is that it creates too little predictability. Instead, Nordic Ecolabelling wishes to have a relatively short validity period for the criteria document – 3 years.

Nordic Ecolabelling's definition of organic is based on the EU Regulation. If the Soil Association meets the requirements in Regulations (EC) No 834/2007 or 203/2012, these products may also be counted as organic. KRAV, Ø-market etc. are only mentioned specifically because they are the most commonly occurring labels on organic products in the Nordic region. The fact that the EU Ecolabel is listed in the Swedish version is due to a translation error. This has been corrected following the consultation. Products with the Ecocert label are, however, not rewarded in this criteria document. Ecocert only has requirements that the origins of the raw material are organic, with no other requirements concerning the toxicity, biodegradability and health effects of the substances.

Nordic Ecolabelling has a positive attitude towards labelling schemes such as Fair Trade and UTZ, but products labelled as fairly traded are not rewarded in generation 3 of the criteria. This is a result of the focus on concentrating the criteria document around the key environmental areas for the stores.

Sales of products from sustainable fishing must still be included in the organic proportion of sales, following the consultation. The background to this is mainly that

it is very common for stores in Sweden to count KRAV certified fish as organic. If there are stores/chains that do not have figures on how much sustainable fish and shellfish is sold, there is the option of not reporting this. The consequence is naturally that the store must meet the requirement only based on the organic products that they sell. For Norwegian and Finnish stores, this will not play much of a role, since the quantity of sustainable fish and shellfish sold is relatively small.

The requirements set by Nordic Ecolabelling concerning standards and certification schemes are stated in Appendix 2. Several consultation participants state that ASC should be equated with MSC, such that ASC labelled products can be counted as sustainable products. However, as it currently stands, ASC is not one standard, but 7 different ones, depending on which products are being certified. There is one for salmon, one for scampi, and so on. Nordic Ecolabelling has only assessed the standard for scampi, and has not approved this in connection with our requirements for restaurants. This is because it does not meet one or more of our requirements concerning standards and certification schemes, as stated in Appendix 2 of the criteria. If we see demand for some of the other AFC standards to be examined by Nordic Ecolabelling, resources can be allocated for this.

As one of the consultation participants rightly pointed out, generation 3 of the criteria sets no obligatory requirement concerning fish and shellfish that cannot be sold. Nordic Ecolabelling wishes to stimulate increased sales of certified products. And this is done in O5 and P1. However, Nordic Ecolabelling's experience of banning fish and shellfish where stocks are under threat has not been entirely positive. The threat to stocks can vary, depending on where they are being fished. For example, halibut fishing is red-listed in Sweden, in accordance with the IUCN's official red list, while halibut fishing in Norway is not. And in such cases where the origin of the products is of such great importance, the requirement becomes difficult for the stores to document. If, as a precautionary principle, we were to ban all fish and shellfish that is on a red list of endangered species somewhere in the Nordic region, this would include halibut, catfish, redfish, eel and sea trout, as well as tuna fish and scampi. The range would thus be extremely limited.

06/P2 Salg av miljømerkede forbruksartikler

Kommerskollegium

Kommerskollegium ser positivt på att Nordisk miljömärkning föreslår att dagligvarubutiker ska kunna uppfylla sortimentskravet för miljömärkta förbrukningsvaror genom att köpa in produkter märkta med typ 1- miljömärkningar, enligt ISO 14024. Detta eftersom användningen av internationella standarder kan göra det enklare för leverantörer inom EU/EES och tredje land att sälja produkter med olika miljömärkningar till Svanenmärkta dagligvarubutiker. Enligt kollegiets uppfattning bör det dock framgå av kriteriedokumentet – och inte endast av bakgrundsdokumentet – att begreppet miljömärkning betyder typ 1 miljömärkningar, enligt ISO 14024.

ICA Sverige

Var ska ekologiska finkem-produkter registreras? Viktigt att dessa kategorier kommer med.

FSC Danmark

Vi vil stærk anbefale at der også stilles krav om og gives point for at have FSC mærkede produkter på hylderne. Det er korrekt, at FSC mærkning ikke er garanti for hvordan træet eventuelt behandles miljømæssigt efter det har forladt skoven, men det er meget vigtigt også at sikre en 100 % bæredygtig oprindelse. FSC er medlem af ISEAL og efterlever ISEAL krav og koder som system og sikre med tredje parts verifi-cering at strenge krav til driften af skoven efterleves eller at træ/fibre er genbrug og til sporbarheden af produkter. De strenge krav til driften i skoven sikre bl.a. at skovene forbliver skov, at der tages hen-syn til miljø, natur- og sociale interesser. Svanemærkningen bør derfor stille krav om og belønne at træet i træ- og papirprodukter på hylderne i de svanemærkede butikker kommer fra bæredygtigt drevne skove og inkludere en reference til FSC certificering.

Naturskyddsföreningen

Som resonemanget ovan. Dessutom är vi tveksamma till om kravet på 20 % försäljningsandel av miljömärkta förbrukningsvaror – som lägstanivå för svenska butiker – är tillräckligt högt satt för att föra utvecklingen framåt. När remissvaret skrivs har många av de stora dagligvarubutikerna 100 % miljömärkta produkter inom kategorierna tvätt- och diskmedel, mjukpapper, WC-medel och en del rengöringsmedel, m.a.o. stora produktkategorier. Även babyprodukter som blöjor har många miljömärkta alternativ, förbrukningsvaror som butiken säljer stora volymer av.

Willys

Till skillnad mot andelskravet på eko, är detta mål inte lika spänstigt. Vi skulle gärna vilja veta mer om bakgrunden till de nivåer Svanen satt som krav för eko och miljömärkt. Varför har man valt de andelar man har valt, vad ligger till grund?

Det krävs stor ökning i andelen för att få ytterligare poäng när man är över 35 %.
Varför?

Kemisk-Tekniska Leverantörförbundet

Vi anser att det ska vara samma nivå på försäljning av miljömärkta varor i alla nordiska länder. För konsumenter blir det ytterst vilseledande om en butik med 20 % miljömärkta förbrukningsvaror och en butik med 2,5 % miljömärkta förbrukningsvaror likställs. Båda butikerna kan bära Svanens logotyp men innebörden är mycket olika. En konsument kan inte se butikens arbete med energi och matsvinn, utan det som syns är andelen miljömärkta varor på hyllan. Många större butikskedjor opererar dessutom på en nordisk marknad och med nordiska inköpsorganisationer, varför man bör kunna ställa samma krav i alla nordiska länder.

Vi anser att produkter som är märkta med den tyska märkningen Blå Ängeln ska räknas med i begreppet miljömärkta förbrukningsvaror. Svanen har uttryckt att ett närmare samarbete ska inledas med Blå Ängeln, både i nyhetsbrev och i strategidokument. Det är därför naturligt att också acceptera detta märke i begreppet miljömärkta förbrukningsvaror. Vi ser inte något motiv till att den inte skulle kunna räknas in eftersom den är en typ I miljömärkning, precis som Bra Miljöval eller EU-blomman. Att den inte är så vanlig på marknaden idag är inte ett argument som håller enligt vår mening. Marknaden för kemiska produkter, men även andra varor, blir mer

och mer internationell. Butiker bör därmed kunna ha flexibilitet att välja även bland produkter med andra väl renommerade typ I märkningar.

Kiwi Danmark

Vi har samme kommentarer som ved punkt 05.

Coop Danmark

Kravet om at 20 pct. af den totale omsætning på forbrugsartikler skal være miljømærkede vurderes at være meget højt sat. Det samme mønster som gør sig gældende for økologien, kan man genfinde i salget af miljømærkede produkter. Der vil ske den samme forfordeling af butikker i storbyerne og det vil hindre at butikker i provins/landet vil kunne svanemærket.

ALDI Danmark

"Som Miljømerket regnes...". Her mangler mærker som fx. Better Cotton Initiative, Cotton Made in Africa, Oeko-tex, GOTS, Ecocert, FSC og Blauer-Engel.

Finnish Grocery Trade Association and The Federation of Finnish Commerce and Trade

What are "consumables" in the formula? Does it contain other products that in appendix 1, such as clothes? This is not always documented in IT-systems for other products than own-brands, so the figure would not always be very reliable.

Nordisk Miljømerking svarer

Svar på kommentarer om at vi stiller krav på salgsandel miljømerket og ikke på antallet miljømerkede forbrugsartikler i sortimentet er gitt under «Generelt» innledningsvis til kapittel 4.4.3.

De obligatoriske nivåene i kravet til salgsandel miljømerket er beholdt i etterkant av høringen, mens det gjort noen justeringer i intervallene i det tilhørende poengkravet. Intervallene er nå satt slik at det skal mer til for å øke med 1 poeng også for poengene midt på skalaen. Det er riktig at andelen miljømerket som selges innenfor noen produktkategorier ligger opp mot 100 %. Men i andre kategorier er den så godt som 0. Kategorier der det ofte er et svært begrenset tilbud av miljømerkede varer er kosmetikk, sjampo, såpe og engangsartikler – det hele avhengig av hvor i Norden man er. Tilbudet av miljømerkede forbrugsartikler er best i Sverige og Danmark. Derfor er det ikke mulig å ha de samme nivåer for butikker i Norge og i Sverige. Enten ville det ha resultert i et nivå som var for høyt for norske butikker eller kriterier som ikke er relevante for svenske butikker.

Bakgrunnen for at det er store hopp i intervallene i den øvre delen av poengskalaen er at de det skal svært mye til for å få mer enn 7 poeng. Nivåene er satt ut ifra data gitt av bransjen. Nordisk Miljømerking ønsker ikke å gå ut med dette datamaterialet av fortrolighetsmessige hensyn.

Nordisk Miljømerking ønsker ikke å definere «miljømerket» som produkter merket med et type 1 miljømerke i kriteriedokumentet. Istedenfor gjør vi det så tydelig som mulig for søker hvilke merker som her regnes med. Ekologisk sertifisert kosmetikk, sjampo, såpe og tilsvarende premieres ikke i denne generasjonen av kriteriene.

Bakgrunnen for dette er at slike merkeordninger forteller forbrukeren noe om hvordan de plantebaserte ingrediensene er dyrket. Men kravene til øvrige ingredienser er ofte mangelfulle. På grunn av dette kan ikke økologisk finkjemi (kosmetikk, deodorant, tannkrem etc) sidestilles med produkter merket med Svanen, EU-Ecolabel eller Bra Miljöval.

FSC regnes ikke som miljømerket på bakgrunn av at forbruksartikler merket med FSC – eksempelvis toalettpapir – ikke stilles andre krav enn til treråvaren. På samme måte er Better Cotton Initiative og Cotton Made in Africa kun en råvaremerking og er ikke livssyklusbasert. Svanemerket og EU-Ecolabel har i tillegg krav til produksjonsprosessen og til de andre inngående råvarene. Disse merkeordningene kan derfor ikke sidestilles. Oekotex sier kun noe om mengden kjemikalier som er igjen i produktet ved salg.

Tekstilprodukter merket med GOTS og TV, PC, skjermer og skrivere merket med Blaue Engel godkjennes etter høring som miljømerkede spesialprodukter i O7. Blaue Engel aksepteres ikke i forhold til eksempelvis papirprodukter da kravene er på et annet nivå enn Svanen og EU-Ecolabel. GOTS og Blaue Engel er dessuten ikke aktuelle for forbruksartikler i dagens nordiske marked. Dersom det skulle endre seg, kan vi vurdere om de skal aksepteres for forbruksartikler i neste versjon.

Hvilke produktkategorier som skal regnes som forbruksartikler er gitt i bilag 1 i kriteriene.

Nordic Ecolabelling replies

Responses to comments on the way we set requirements concerning proportion of ecolabelled and not number of ecolabelled consumables in the range are given under “General” in the introduction to section 4.4.3.

The obligatory levels in the requirement concerning proportion of ecolabelled sales remains unchanged following the consultation, although some adjustments have been made to the intervals in the associated point score requirement. The intervals have now been set so that it takes more to increase by 1 point also for the points in the middle of the scale. It is right that the proportion of ecolabelled products sold in some product categories is up around the 100% mark. But in other categories it is practically 0. Categories where there tends to be a highly restricted offering of ecolabelled products are cosmetics, shampoo, soap and disposable items – all depending on where in the Nordic region you are. The best availability of ecolabelled consumables is in Sweden and Denmark. It is therefore not possible to have the same levels for stores in Norway and in Sweden. This would have resulted either in a level that was too high for Norwegian stores or criteria that were not relevant for Swedish stores.

The reason why there is a big jump in the intervals in the upper part of the points scale is so that it takes a great deal to gain more than 7 points. The levels have been set, based on data provided by the industry. Nordic Ecolabelling does not intend to publish this data, for reasons of confidentiality.

Nordic Ecolabelling does not wish to define “ecolabelled” as products labelled with a type 1 ecolabel in the criteria document. Instead, we make it as clear as possible to the applicant which labels count in this context. Organically certified cosmetics, shampoo, soap and suchlike are not rewarded in this generation of the criteria. The reason for this is that such labelling schemes tell the consumer something about how the plant-based ingredients were grown, but the requirements concerning other ingredients are often lacking. As such, organic fine chemicals (cosmetics, deodorants, toothpaste, etc) cannot be equated with products labelled with the Nordic Ecolabel, the EU Ecolabel or Bra Miljöval.

FSC does not count as ecolabelled since consumable items labelled with FSC – such as toilet paper – are not subject to requirements concerning anything other than the wood raw material. Similarly, the Better Cotton Initiative and Cotton Made in Africa are only raw material labels rather than being based on the life cycle of the product. The Nordic Ecolabel and the EU Ecolabel have additional requirements concerning the production process and the other constituent raw materials. These labelling schemes cannot therefore be said to be comparable. Oeko-Tex only says something about the quantity of chemicals in the product at the point of sale.

Following the consultation, textile products labelled with GOTS and TVs, PCs, monitors and printers carrying the Blaue Engel label are approved as ecolabelled specialist products in O7. Blaue Engel is not accepted for other products, such as paper products, since the requirements are at a different level compared with the Nordic Ecolabel and the EU Ecolabel. GOTS and Blaue Engel are also not accepted for consumables in the current Nordic market. If this were to change, we could consider whether they should be accepted for consumables in the next version.

The product categories that count as consumables are listed in Appendix 1 of the criteria.

O7 Salg av miljømerkede spesialprodukter

Naturskyddsföreningen

Naturskyddsföreningen ser positivt på att Svanen ställer obligatoriska krav på att det ska finnas miljömärkta alternativ inom flera olika kategorier sällanköpsvaror.

FSC Sverige

Vi är generellt positiva till förslaget för Svanenmärkning av Dagligvarubutiker men är mycket frågande till att FSC-märkta produkter inte räknas in i andelen miljömärkta förbrukningsvaror i O6 eller sällanköpsvaror/specialprodukter i O7.

Vi hävdar med bestämdhet att FSC är en miljömärkning med långtgående miljökrav, certifiering genom hela kedjan och tredjepartscertifiering och därför ska inkluderas i andelen miljömärkta produkter. FSC-märkningen inbegriper även sociala och ekonomiska aspekter, men de står utanför kraven i Svanens kriterier för dagligvaruhandeln.

FSC är en fullvärdig medlem av ISEAL som har krav på att miljömärkningssystem, FSC uppfyller ISEALs koder, och är utvärderad för att uppfylla dessa. FSC bedöms

också i Civilutskottets rapport 2015/16: RFR9 som en miljömärkning. Att Svanen gör en annan bedömning ser vi som märkligt.

ICA Sverige

ICA anser att FSC bör läggas med som standard för specialprodukter (trämöbler etc).

ALDI Danmark

"Som Miljömerket menes..." Her mangler FSC (eg. møbler) og Oekotex (klær), samt øvrige nævnt i kommentarer til 3.06.

Skogkonsult

Under pkt «Specialprodukter» er det listet opp ulike varekategorier som for enkelte butikker kan være aktuelle å selge. Vi ønsker at produktgruppen utvides til også å inkludere snittblomster, potteblomster, pyntegrønt/juletrær og evt hageartikler. Det er i dag 3. parts miljøsertifiserte produkter (FSC for juletrær og pyntegrønt eller ISO 14001) som kan tilbys butikker i Skandinavia innen dette produktområdet. Viktig å få dette inkludert som en mulighet butikkene har.

Dansk Erhverv

Krav O7 stiller krav til dagligvarebutikker med mere end 10 % salg af "specialprodukter". Som tidligere forklaret er en inndeling i dagligvare- og specialprodukter betinget af bl.a. forbrugeradfærd og markedsdynamik og derfor subjektiv og usikker. Definitionen er derfor ikke brugbar til at fast-lægge et miljømærkekrav efter.

Nordisk Miljømerking svarer

I etterkant av høring er det gjort en justering i definisjonen av spesialprodukter slik at TV, PC, skjermer og skrivere merket med Blaue Engel regnes som miljømerket. Tekstilprodukter merket med Oekotex vil derimot ikke tilfredstille Nordisk Miljømerkings definisjon av miljømerket i forhold til spesialprodukter. Bakgrunnen for dette er at Oekotex kun sier noe om innholdet av kjemikalier i sluttproduktet. Det stilles ingen krav til eksempelvis råvare eller produksjonsmetode.

Nordic Ecolabelling replies

Following the consultation, adjustments have been made to the definition of specialist products, such that TVs, PCs, monitors and printers carrying the Blaue Engel label are now counted as ecolabelled. Textile products with the Oeko-Tex label do not, however, satisfy Nordic Ecolabelling's definition of ecolabelled with regard to specialist products. The reason for this is that Oeko-Tex only says something about the quantity of chemicals in the end product. It sets no requirements concerning raw materials or production method, for example.

4.3.4 Kapittel 4 – Energi

Generelt

Naturskyddsforeningen

Det borde vara självklart att man ställer höga miljökrav på vilken el som används och att den ska vara miljömärkt (speciellt då butiken är miljömärkt). Miljömärkt el finns i

hela norden och miljönyttan av att välja produkten är stor. Att välja miljömärkt el är lätt och kostnaden inte så hög. Antingen genom att ställa ett obligatoriskt krav eller ge höga poäng för miljömärkt el i Svanens energiindexsystem.

Kommentar: I energikalkyleringsmodellen skulle det kunna finnas potential att vägleda butikerna mer specifikt till vilka åtgärder som är effektiva för att minska energiförbrukningen, exempelvis om butikerna med modellens hjälp kan se vilka energibesparande åtgärder som är lämpliga i just deras fall.

Energimyndigheten

Energimyndigheten har inte i detalj kunnat utvärdera beräkningsverktyg och nyckeltal för beräkning av dagligvarubutikernas energianvändning.

Lagkrav inom ekodesign träder i kraft och påverkar butikernas energianvändning framöver. Inom ekodesign kommer obligatoriska lagkrav att träda i kraft t.ex. för processkyl- och kondensoraggregat fr.o.m. juli 2016. Även kraven på effektivare cirkulationspumpar som trädde i kraft 2013 kommer att minska energianvändningen i dagligvarubutiker då energislösande produkter fasas ut från marknaden och måste ersättas med effektivare. Det innebär att nyckeltal i beräkningsverktyg samt data över butikers energianvändning kontinuerligt behöver justeras för att spegla energianvändning i butiker på ett bra sätt.

En stor andel elenergi används i butiker och livsmedelslokaler och därför finansierar Energimyndigheten utvecklingen av energieffektivare livsmedelslokaler genom utvecklingsprojekt och program som t.ex. BeLivs. BeLivs är ett innovationskluster vars uppdrag är att vara en objektiv part som driver projekt med energieffektivisering och miljöfrågor som gemensamma nämnare bland sina medlemmar i deras fastigheter. Resultaten och erfarenheterna av projekten publiceras som rapporter på www.belivs.se och är kostnadsfria att ta del av.

Inom BeLivs visas hur energieffektiv teknik och energieffektiva system fungerar i verkligheten men genom förstudier har också befintliga butikers energianvändning studerats. Ett av projekten som genomförts inom BeLivs är ”Energieffektiva butiker med ökad kunskap och energiuppföljning” som bl.a. tog fram nyckeltal för butiker. Där konstaterades att nyckeltal för energianvändning även kan behöva ta hänsyn till faktorer som butikens öppettider och omsättning eftersom det påverkar antalet timmar belysning kan reduceras eller hur ofta t.ex. dörrar till kylar, frysar och butiken öppnas, vilket påverkar kylbehovet.

Arbetet som bedrivs inom BeLivs kan bidra till bra underlag för vidareutveckling och utvärdering av kriterier och beräkningsverktyget som används för Svanenmärkning.

Nordisk Miljømerking svarer

Nye lovkrav som fører til at bransjen reduserer sitt energiforbruk er bare en av årsakene til at Nordisk Miljømerking har en relativ kort gyldighetstid på dette kriteriedokumentet – 3 år. Vi ønsker velkommen innspill fra Energimyndighetens BeLivs-prosjekt når kriteriene skal evalueres neste gang.

Nordisk Miljømerking har, frem til det foreligger dokumentasjon om at sertifisering av el gir positive miljøeffekter, valgt å ikke premiere «grønn el» i sine krav-dokumenter. Svanens strategi i forhold til energi er å, i første rekke, premiere virksomheter som bruker lite energi.

Hvilke tiltak en butikk kan gjøre for å spare energi vil variere fra butikk til butikk – det er svært vanskelig å si noe generelt om det. Dersom Nordisk Miljømerking skulle hatt en rådgiverrolle i forhold til energisparing i den enkelte butikk, ville det måtte være en separat del av vårt virksomhetsområde vi kunne tilby kunden mot en ekstra kostnad. Per i dag har vi ikke mottatt henvendelser med et slikt ønske fra bransjen.

Nordic Ecolabelling replies

New legal requirements that are causing the industry to reduce its energy consumption are just one of the reasons why Nordic Ecolabelling has a relatively short validity period for this criteria document – 3 years. We welcome input from the Swedish Energy Agency's BeLivs project when the criteria are next due to be reviewed.

Until it can be documented that certification of electricity delivers positive environmental benefits, Nordic Ecolabelling has chosen not to reward “green electricity” in its criteria documents. The energy strategy of the Nordic Ecolabel is first and foremost to reward businesses that use little energy.

The measures that can be taken to save energy will vary from store to store – it is very difficult to say anything general on that. If Nordic Ecolabelling was to have an advisory role regarding energy savings in the individual stores, this would have to be a separate part of our operations that we could offer the customer for an extra charge. As yet, we have not received any such requests from the industry.

O8/P3 Energieffektivitet

Energimyndigheten

Energimyndigheten anser att kriterier för energianvändning bör likriktas inom Norden framöver.

KTH

Heat recovery from the refrigeration system is not included and not considered as an advantage. Although the “total energy consumption” factor might include its effect on the lower purchased heat indirectly, I think it is still important to highlight the importance of heat recovery in Nordic climates.

Naturskyddsföreningen

Det är bra att energikraven utgår från kedjor, så att butiker med låg energianvändning kan kompensera dem som har hög energianvändning. Det ger friheter och gör att butiker som har svårt att påverka sin energinivå p.g.a. hyreskontrakt eller annan rådighet kan kompenseras av andra butiker där frihetsgraden är större.

O8 b) Naturskyddsföreningen anser att det är missvisande att använda begreppet inköpt energi. Ett bättre är använd energi som utgår ifrån byggandens prestanda. Inköpt energi är inte teknikneutralt, då det ger att en värmepump får bättre värde än

fjärrvärme/biobränslepanna, i och med att bara elen till värmepumpen köps in (resten tas från marken eller luften).

Vi tolkar det som att korrelationsfaktorn justerar för om butiken har mycket kyl- och frysvaror, på så sätt att värdet (butikens relativa energiförbrukning) kan bli bättre om andelen kyl- och frysvaror är relativt hög och om kyl-/frysvarorna dessutom är dyra (exempelvis kött, skaldjur, delikatessvaror). Om vår tolkning stämmer anser vi att korrelationsfaktorn blir missvisande och bör arbetas om eftersom en hög andel dyra kyl- och frysvaror varken är energieffektivt eller klimatsmart.

Frågor: Menar Svanen ”andel av kyl- och frysvaror i procent av omsättningen av förbrukningsvaror” eller är det ett korrfer? Ingår drickakylar i någon av kategorierna i definitionen av kyl- och frysvaror? Om inte, varför finns inte drickakylar med?

Coop Norge

Energiverktøyet bør offentliggjøres, så det er mulig å ettergå beregningsunderlaget! Det er en ikke tilfredsstillende med hensyn til åpenhet om kriteriene at dette ikke er tilgjengelig.

ICA Sverige

Säkerställ att det blir a) och b) (nu står det a) två gånger!!).

Kiwi Danmark

Vi er ikke enige i at energikravene skal slækkes, da det er et punkt som vi har indflydelse på.

(...)

Energiverktøjet er blevet langt mere overskueligt, men jeg ønsker mig stadig at der kan komme en notifikation når der bliver oploadet eller godkendt i i ansøgningerne.

ALDI Danmark

Stor administrativ opgave at angive/dokumentere pr. butik. Bør angives på kædeniveau og evt udføre stikprøvekontroller.

Finnish Grocery Trade Association and The Federation of Finnish Commerce and Trade

Is the formula $SREC = E / (F * E_{electricity} + E_{heating}) * E$ right? Should it be $EA2f(F * E_{electricity} + E_{heating})$? If the share of products sold chilled increases, SREC decrease and vice-versa?

This could be an useful simplification, but it doesn't take efficiency into account. A small shop gets a worse grade than a big shop. Bigger the shop, better the grade.

(...)

Definitions for sales area should be clear. Usually it is best to use standardized definitions. Now there there seems to be a lot of variance. How are front spaces taken

into account in definitions of sales area, as only the shop is labelled, not the building? How about shops that are renting their premises?

S-Group/SOK, Finland

Generally Finnish energy requirement is better than before and gives satisfactory description of the energy consumption of the store. The former way of the energy requirement which is for the stores of other Nordic countries is too accurate and force to concentrate on non-essential issues. The single appliances use energy and are also included in the total energy of the Finnish model. From the environmental (and energy use) point of view it is irrelevant if energy is used for chicken roasters or for air conditioning but it is more essential that it is not used unnecessarily.

(...)

The definitions of areal are difficult and cause a lot of conflicts. It should be important to define exactly which areal are meant in the criteria. The generally used standardized areas would be the best ones. This data is found easily and is available data so it does not require extra work to get data. How is it considered front stores in energy-, waste- and area issues or stores with rent agreements? It is often difficult to get data because the energy and waste costs are included in the rent with some kind of the evaluation (thumb template). It is good point that certificates of renewable energy are not included, but it would be good to get the bonus points for the stores which have invested in own production of renewable energy (e.g. solar panels).

Kuluttajaliitto ry /Konsumentförbundet rf

Is the energy requirement level reasonable? According to the background document it is given that if the energy index of the store is 1 so the store is energy efficient. But if the index is 2 so the store uses double so much energy in relation to its real energy demand. Considering it, it is not logical to give bonus points for store with the result < 1,95 but it shall be restricted the requirement so that it is given bonus points for the result < 1,80.

Nordisk Miljømerking svarer

Energiverktøyet er utviklet av Nordisk Miljømerking ved hjelp av det svenske konsulentselskapet P2 Energi – første versjon ble benyttet i generasjon 2 av kriteriene, andre versjon er nå utviklet for generasjon 3. Verktøyet har vist seg å være et godt middel å skille de energimessig sett effektive butikkene fra de mindre gode. I ny versjon av energiverktøyet er det gjort noen justeringer i forutsetningene som ligger til grunn for beregningene. Det medfører at resultatene fra gammel versjon ikke er sammenliknbare med resultatene fra ny versjon. Selv om grenseverdien for energiindexen har økt fra generasjon 2 til generasjon 3 av kriteriene skal dette altså ikke sees som at kravet ikke lenger er like strengt. Vi har forsøkt å holde nivået omtrent som i generasjon 2. I bakgrunnen til kriteriene er det en mer inngående beskrivelse av dette forholdet.

Nordisk Miljømerking kommer ikke til å offentliggjøre verktøyet. Det blir kun tilgjengelig for de som søker om Svanen og kan sees som en del av det produktet man kjøper seg retten til å benytte dersom man er svanemerket. Derimot ser Nordisk Miljømerking at det er et behov for mer transparens i forhold til hvordan verktøyet

fungerer og vil legge opp en beskrivelse av forutsetninger som ligger til grunn for beregningene i Svanens elektroniske søknadsguide.

Til grunn for måling av både energiindex og relativt energiforbruk ligger mengden «innkjøpt energi». Dette skal ikke være «anvendt energi». Dersom vi hadde benyttet «anvendt energi» ville vi også ha inkludert overskuddsenergi fra varmpumper og energi fra solpaneler og solceller. Butikkene har kun dokumentasjon på den energien som er kjøpt inn. Konsekvensen av dette er at butikker som har varmpumper eller solpaneler eller tilsvarende kan regne overskuddsenergien som «gratis». I teorien mener Nordisk Miljømerking at ingen energi skal sees som «gratis», men i dette tilfellet gjør vi et unntak av praktiske årsaker. Det er svært få butikker som har varmpumper eller dekker energibehovet sitt ved hjelp av solenergi og sånn sett må dette sees som særtilfeller som ikke er særlig relevante.

Nordisk Miljømerking er inneforstått med at energikravet krever ressurser av søker fordi kravet må dokumenteres per butikk. På den annen side kan det ikke være annerledes da det er forutsetningene i den enkelte butikk som ligger til grunn for beregningen av energiindexen. For energikravet er det altså ikke mulig å gjøre en bedømming av kjeden uten å gå i detalj på den enkelte butikk. Med tanke på at antall krav totalt sett er kraftig redusert i ny generasjon av kriteriene, så vil det meste av arbeidsbyrden knyttet til en søknad ligge i å dokumentere energikrav og avfallskrav – som må gjøres per butikk.

Gjenvinning av varme fra kjøle- og fryseanlegg blir premiert i energiverktøyet. Fordi dette resulterer i et mindre varmebehov. Innkjøpt mengde energi blir derfor mindre enn det ville vært uten av energien ble gjenvunnet.

Det er ikke riktig at beregning av energiindex forutsetter informasjon om detaljer som ikke er betydningsfulle for det totale energiforbruket. Samtlige parametere som ligger til grunn for beregning av energiindex kan gi store utslag i hvor mye energi butikken bruker. Den reduserte detaljgraden i beregningen av relativt energiforbruk (finsk særkrav) kan forsvares med Det finske særkravet er dog endret etter høring slik at det stilles ulike grenseverdier til små, mellomstore og store butikker for å ta høyde for at et økt areal gir bedre forutsetninger for et lavt relativt energiforbruk gjennom bedre effektivitet. Nordisk Miljømerking er inneforstått med at det kan være utfordrende å fremskaffe data for butikkens areal og for innkjøpt energi – særlig i de tilfeller der butikken ligger som en del av et større kjøpesenter. På den annen side kan man ikke si noe om en butikks faktiske miljøprestasjon dersom man ikke har nøkkeldata som dette. Det blir med andre ord umulig å vurdere om butikken lever opp til Svanens krav eller ei.

Korrelasjonsfaktoren justerer for butikkens andel av kjøle- og frysevarer. Faktoren 1 – d.v.s at andelen kjøle- og frysevarer er 40 % - representerer en typisk butikk. Korrelasjonsfaktoren varierer mellom 0,75 og 1,25. Drikke skal ikke inkluderes i andelen kjøle- og frysevarer – selv ikke de drikkeproduktene som har behov for kjøling. Det er fordi kategorien drikkevarer består av både produkter med kjølebehov og produkter uten kjølebehov. Dokumentasjonskravet vil bli for omfattende dersom søker skal måtte gå igjennom hvert produkt i denne kategorien for å bestemme korrelasjonsfaktoren. Tallene blir representative nok uten denne nøyaktigheten i

drikkekategori. Og brotarten av drikkeproduktene har ikke et kjølebehov. At korrelasjonsfaktoren går opp dersom en stor del av produktene med kjølebehov er dyre produkter, stemmer i teorien. Men for de fleste butikker vil fordelingen av produkter med kjølebehov i forhold til produktkategorier være omtrent lik – det vil finnes billige varer med kjølebehov og det vil finnes dyre.

Nordic Ecolabelling replies

The energy tool was developed by Nordic Ecolabelling with the help of the Swedish consultancy firm P2 Energi – the first version was used in generation 2 of the criteria, another version has now been developed for generation 3. The tool has proven to be a good means of distinguishing the energy efficient stores from the less efficient ones. In the new version of the energy tool, some adjustments have been made to the conditions that form the basis for the calculations. This means that the results from the old version are not comparable with the results from the new version. Although the limit value for the energy index has increased from generation 2 to generation 3 of the criteria, this should not be seen as the requirement no longer being quite as tough. We have attempted to keep the level around that in generation 2. The background to the criteria contains a more detailed description of this situation.

Nordic Ecolabelling will not be making the tool publicly available. It will only be available to those who apply for the Nordic Ecolabel and can be seen as part of the product that one purchases the right to use if one is Nordic Ecolabelled. However, Nordic Ecolabelling realises that there is a need for more transparency concerning how the tool works, and will publish a description of the conditions on which the calculations are based in Nordic Ecolabelling's electronic application guide.

The quantity of “energy purchased” forms the basis for measuring both the energy index and relative energy consumption. It should not be “energy used”. If we had specified “energy used”, we would also have included surplus energy from heat pumps and energy from solar panels and solar cells. The stores only have documentation for the energy that they have purchased. The consequence of this is that stores that have heat pumps or solar panels or equivalent can count the surplus energy as “free”. Theoretically, Nordic Ecolabelling believes that no energy should be seen as “free”, but in this case we are making an exception for practical reasons. Very few stores have heat pumps or meet their energy needs with the help of solar energy, and so these must be seen as exceptional cases that are not particularly relevant.

Nordic Ecolabelling realises that the energy requirement requires resources on the part of the applicant, since the requirement must be documented per store. However it cannot be any other way, as the conditions in the individual store are what forms the basis for calculating the energy index. For the energy requirement, it is thus not possible to make an assessment of the chain without going into the details of the individual stores. Considering that the overall number of requirements has been significantly reduced in the new generation of the criteria, most of the workload associated with an application will centre around documenting energy requirements and waste requirements – which must be done per store.

Recovery of heat from chillers and freezers will be rewarded in the energy tool. This is because this results in less demand for heating. The amount of energy purchased will therefore be less than it would have been if the heat had not been recovered.

It is not correct that the calculation of the energy index requires information on details that are not significant for the overall energy consumption. All the parameters that form the basis for calculating the energy index can have a major impact on how much energy the store uses. The reduced level of detail in the calculation of relative energy consumption (specific Finnish requirement) can be justified as follows... The specific Finnish requirement has, however, been amended following the consultation, so that different limit values are now set for small, medium and large stores, in order to take account of the fact that the greater area provides better conditions for low relative energy consumption through better efficiency. Nordic Ecolabelling understands that it can be challenging to source data for the store's area and for purchased energy – particularly in those cases where the store is part of a larger shopping centre. On the other hand, it is not possible to say anything about the store's actual environmental performance if no key data like this is available. In other words, it would be impossible to judge whether a store lives up to the Nordic Ecolabelling requirements.

The correlation factor adjusts for the store's proportion of chilled and frozen goods. A factor of 1 – i.e. that the proportion of chilled and frozen goods is 40% – represents a typical store. The correlation factor varies between 0.75 and 1.25. Drinks should not be included in the proportion of chilled and frozen goods – not even those drink products that require refrigeration. This is because the drinks category comprises products that require refrigeration and products that do not. The documentation requirement would be too much of a burden if applicants had to go through each product in this category to determine the correlation factor. The figures will be representative enough without this degree of accuracy in the drinks category. Plus, the majority of drink products do not require refrigeration. The notion that the correlation factor goes up if a large proportion of the products that require refrigeration are expensive products is true in theory. But for most stores, the spread of products requiring refrigeration in the product categories will be roughly equal – there will be cheap chilled goods and expensive chilled goods.

4.3.5 Kapittel 5 – Avfall

Kravene omfatter:

O9 Restavfall

P4 Lite restavfall

P5 Avfallssortering

O10 Måling av matsvinn

P6 Tiltak for reduksjon av matsvinn

O9/P4 Restavfall

Naturskyddsföreningen

Naturskyddsföreningen tror att den här typen av krav fungerar bra och ligger på en rimlig nivå, möjligtvis att gränsen kan vara något för högt satt (alltså för enkelt) för

svenska butiker. Butikernas osorterade fraktion borde troligtvis kunna vara mindre utan att kravet blir allt för svårt att uppnå.

Biogasakademin

Biogasakademins sakkunskap grundar sig på arbete mot matsvinn och för matavfallssortering huvudsakligen på sjukhus inom Stockholms Läns Landsting. Vi ligger bakom formuleringen om obligatorisk utsortering av allt matavfall på alla sjukhus i SLLs nu gällande miljöprogram. Som ett resultat av den mätbarhet av matsvinn detta medfört har flera sjukhus genomfört framgångsrika kampanjer för minskat matsvinn.

Biogasakademin ligger också bakom formuleringen att allt oundvikligt matavfall ska gå till tillverkning av biogas och ekologisk gödsel. Därför handlar våra synpunkter uteslutande om de delar av kriterierna/poängsystemet som handlar om sopsortering och matsvinn.

Grunden i allt seriöst arbete för minskat matsvinn förutsätter att man vet vilka mängder (volymer, vikter) man har att utgå ifrån. Vi föreslår därför att Svanens kriterier tydligare anger att A) fraktionen matavfall utgör ett undantag när man skriver om "Osorterat avfall" och "Sortering av avfall" och att B) att allt matavfall som uppstår i butiken ska sorteras ut.

Förslag till formulering: Lägg till i rubrikerna: "Osorterat avfall matavfall undantaget, se nedan" och "Sortering av avfall, matavfall undantaget, se nedan".

Willys

Det kommer ta mycket administrativ tid för en kedja att lägga in uppgifter på butiksnivå. Ni skriver att kriterierna innebär att "butikskedjor kan ansöka om en gemensam licens för alla sina butiker. Kedjan måste uppfylla samma krav som enskilda butiker, men i ett genomsnitt för butikerna som ingår i kedjan." Det fungerar bra ihop med arbetssättet hos kedjedriftade företag. Uppföljning på butiksnivå som det här kriteriet gör det mindre bra.

Vi uppfattar det som att biologiskt utsorterat material inte ingår i det som är osorterat? Kan behöva förtydligas vad som avses.

Coop Danmark

En mere præcis definition på restaffald savnes. Mange butikker genanvender organisk affald, idet det bliver omdannet til biogas. Indregnes dette som restaffald?

ALDI Danmark

Ved udregning af restaffald i kg anvendes "usorteret affald"/"omsætning" (kg/DKK). Der er mulighed for angivelse i volumen men her er $KG=V*(mad*380+øvrig*120)$. Denne udregning tager ikke højde for hvis at affaldet allerede ER sorteret i hhv. mad og rest affald. Der bør være mulighed for direkte beregning vægt fra volumen af disse to fraktioner.

Finnish Grocery Trade Association and The Federation of Finnish Commerce and Trade

Getting data about general waste may be difficult in shopping malls and rented spaces.

S-Group/SOK, Finland

It is not always possible to report waste amounts in fractions for stores. For example there is a waste sorting systems for the whole facility meaning that all the wastes from the facility are collected in containers of the facility and not for single store in shopping centers.

In the criteria it should be considered so that waste amounts of retail stores are required for stores with own sorting and collection and which have the data for the waste amounts. The chains have the same instructions and routines and thus it is obvious that all stores of the retail chain have the same kind of statistics. It should be motivated that for example 90 % of stores in the retail chain shall report data for the meeting the waste requirement.

Lidl Suomi Ky

Is unsorted waste same as general waste? General waste is charged according to waste containers-there is not available amount of waste in kg. It is still possible to estimate amounts on the basis of average weight of the container. In that case it is given the maximum capacity instead of the realized waste amount. There is not the official calculation factor so there are still some interpretations on the issue. It is needed the valid (same) factor for every store.

Nordisk Miljømerking svarer

Flere høringsinstanser har påpekt at det er utydelig hva som ligger i restavfallsbegrepet. I etterkant av høring har vi derfor i definisjonen av restavfall presisert at organisk avfall regnes som restavfall dersom det ikke sorteres ut og isteden går til deponi eller til forbrenning. Med tanke på at vi har et deponiforbud i store deler av Norden, er energigjenvinning et absolutt minstekrav i forhold til håndtering av restavfallet. Dersom det organiske avfallet sorteres ut med tanke på biogassproduksjon er derimot situasjonen en annen; Da skilles fraksjonen fra restavfallet og er således ikke lenger en del av det.

De nordiske land har ulike systemer for håndtering av avfall. Hva som er gjennomførbart i forhold til utsortering er dessuten også geografisk avhengig. For noen virksomheter er det ikke aktuelt å sortere ut matavfallet per i dag. Derfor har vi ikke et obligatorisk krav om at organisk avfall skal sorteres ut.

Butikker som kun får oppgitt sitt restavfall i volum kan benytte en formel for omregning til kg. Denne formelen tar hensyn til en situasjon der butikken har sortert ut alt sitt organiske avfall. Da blir hele volumet multiplisert med gjennomsnittsvekten for restavfall uten iblandet organisk avfall. At det i beregningen utgås fra at containerne fylles helt opp er basert på viktigheten av en optimal tømmingsfrekvens. Det må dessuten presiseres at formelen for omregning til kg kun skal benyttes av de som ikke får oppgitt sitt restavfall i kg. Søkere er også velkomne til å måle sitt restavfall under en 2-ukers periode som er representativ for normal drift.

Nordisk Miljømerking er inneforstått med at det kreves data for hver enkelt butikk og at det i dette kan ligge et stort dokumentasjonsarbeid for kjeder. På den annen side er antallet krav som skal dokumenteres få. Avfall er, sammen med energi, pekt ut som to sentrale områder der det er viktig å sikre at hele kjeden oppfyller et minstrekrav.

Nordic Ecolabelling replies

Several consultation participants have pointed out that it is unclear what the term general waste includes. Following the consultation, in the definition of general waste we have therefore specified that organic waste counts as general waste if it is not sorted out and instead is sent to landfill or for incineration. Bearing in mind that we have a landfill ban across much of the Nordic region, energy recovery is an absolute minimum requirement for the management of general waste. If the organic waste is sorted out for biogas production, the situation is different; in this case the fraction is separated from the general waste and as such is no longer part of it.

The Nordic countries have different systems for waste management. What is viable with regard to sorting also depends on geographical location. For some businesses, it is currently not appropriate to sort out food waste. We therefore do not have an obligatory requirement that organic waste must be sorted out.

Stores that only have their general waste reported in volume can use a formula to convert the figure into kg. This formula takes account of a situation in which a store has sorted out all its organic waste. In this case, the whole volume is multiplied by the average weight of the general waste, without any organic waste. The calculation assumes that the containers are completely filled, based on the importance of an optimal emptying frequency. It should also be made clear that the formula for conversion to kg should only be used by those who do not have their general waste reported in kg. Applicants are also welcome to measure their general waste over a 2-week period that is representative of normal operations.

Nordic Ecolabelling understands that data is required for each individual store and that this can entail considerable documentation work for chains. On the other hand, there are only a few requirements that need to be documented. Waste and energy have been identified as two key areas where it is important to ensure that the whole chain meets a minimum requirement.

P5 Avfallssortering

Biogasakademin

Vi föreslår att Svanen poängmässigt viktat på ett sätt som kraftfullt gynnar källsortering i fraktionerna plast (skilja på hård och mjuk – beror på kommun), glas, metall, kartong/well, papper, batterier.

Konsumentverket

I poängsystemet likställs de olika avfallsfraktionerna. Ur ett förbränningsperspektiv är det mer värt att sortera ut metall än papper- går det att ha ett poängsystem som gynnar detta?

Naturskyddsföreningen

Både verksamhetsutövare och privatpersoner har skyldighet att sortera ut batterier, enligt förordningarna om producentansvar för el-avfall och batterier. Därför anser vi att det borde vara ett obligatoriskt krav för Svanenmärkta butiker istället för, som enligt förslaget, ett poängkrav.

Miljøstyrelsen

Miljøstyrelsen undrer sig over, at man i P5 om pointgivning for sortering af affald ikke også lister det organiske affald: 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.

Selv om der fremadrettet vil være kriterier for at håndtere madspild, vil det vel fortsatt være relevant at give point til de butikker, som udsorterer det organiske affald frem for at bortskaffe det via restaffaldet?! Det organiske affald bliver nævnt i baggrundsnotatet som en af de affaldsfraktioner, som man typisk finder i en dagligvarebutik og i de gældende kriterier får man jo også point for at udsortere det organiske affald. Så jeg synes, at det skal med også i denne version.

ALDI Danmark

"Metall, hardplast....". Her mangler pap.

Coop Norge

Det bør spesifiseres at eks. fraksjonen glass og metall kan inneholde både farget og klart glass, samt metall, og at dette er poenggivende.

Finnish Grocery Trade Association and The Federation of Finnish Commerce and Trade

In Finland hard and soft plastics are not separated, and coloured glass and clear glass are not separated. Why are cardboard, car tyres, electronic waste, biowaste not mentioned instead?

S-Group/SOK, Finland

The listing of waste fractions is not functioning in Finland because it is not sorted separately a soft and a hard plastic or a coloured and a clear glass or ceramics. It would be good to add to the list carton, electric waste and bio waste to production of bio fuels (e.g. ethanol).

Lidl Suomi Ky

Concerning the issue of waste sorting it is questionable why it is asked sorting of these fractions. These are partly non-essential requirements of sorting and it is non-essential to draw the line to these fractions.

Is it considered separately the fractions which are involved in producer responsibility? It is curious that batteries are included but electric waste is not. And packings?

On what ground have these fractions been selected on the criteria? Hard and soft plastic is unclear outline, what plastic qualities are taken into account as hard and soft plastic? What if there is no matter concerning recycling if plastic is hard or soft? It

would be more motivated to clarify how the plastic quality is recycled (recycled raw material versus energy recycling).

How is it considered if we are sorting additional fractions compared to the fractions in the criteria? For example sorting of food to raw material of animal feed.

Sorting of glass is asked according to colour. How could be worked in situation if it is not required sorting of coloured/clear glass to effective recycling? The continued processing is same and the recycling company does not demand sorting of coloured/clear glass. The requirement is non-essential.

How is it considered if the store does not produce the fraction meaning that there is no need to sort these fractions. With this kind of situation the marking “not sorted” gives the wrong description of situation. For example there is not produced ceramics or fat waste on the Lidl stores, so it is not needed sorting process of these fractions.

Kuluttajaliitto ry /Konsumentförbundet rf

The requirements of the sorting of the waste shall be as the obligatory requirements. A sorting of wastes shall be extensive and obligatory in Finland, where it is not problematic to organize sorting and recycling. Ecolabelled store/chain shall sort its wastes on the best way in order to realize the goals of environmental conservation, environmental health and recycling.

(...)

It is not logical that if the food waste is composted it is not calculated as food waste – commenting to “If food waste is sorted as organic waste, the proportion of food waste is 0”.

Nordisk Miljømerking svarer

Det stilles ikke et obligatorisk krav til antallet fraksjoner som må sorteres av fordi de ulike nordiske land har ulike systemer for sortering og gjenvinning. De fleste steder i Norden vil det være mulig å sortere i mange fraksjoner, men i områder med dårlig logistikk kan det være en utfordring å få til en god utsortering. At det er store geografiske forskjeller i hvordan avfall håndteres fremkommer av høringsinstansenes kommentarer om at kravet ikke tar hensyn til at flere fraksjoner sorteres sammen – eksempelvis glass og metall. Kravet er tenkt slik at dersom to fraksjoner sorteres sammen, så skal disse regnes som to fraksjoner forutsatt at de senere separeres med tanke på materialgjenvinning. En presisering av dette er lagt til i etterkant av høring.

Fraksjonene på listen er med fordi de er de som oftest forekommer i større mengder i en dagligvarebutikk. Organisk avfall er derimot ikke med. Det er heller ikke elektronisk avfall. Å sortere ut organisk avfall premieres allerede i krav O9 og P4 i det mengden restavfall går betraktelig ned dersom det organiske avfallet sorteres ut. Elektronisk avfall er det et lovkrav å sortere ut og følgelig ikke noe Nordisk Miljømerking premierer. Papp er lagt til som en fraksjon som gir poeng i etterkant av høring. Keramikk og batterier er derimot tatt ut av listen over fraksjoner som gir poeng. Bakgrunnen er delvis at batterier i flere land er lovpålagt å sortere ut og delvis

at listen skal konsentrere seg om de fraksjoner som forekommer i store mengder i de fleste dagligvarebutikker.

Av praktiske årsaker vektet ikke de ulike fraksjonene etter hvilke som gir størst miljøeffekt. Det skilles mellom hard og myk plast..

Nordisk Miljømerking er inneforstått med at ikke alle de nevnte fraksjoner oppstår i alle butikker. Likevel er det såpass mange fraksjoner butikker blir premiert for å sortere ut at vi mener ingen butikker blir forfordelt i dette tilfellet. Det er dessuten ikke mulig å hente mer enn 2 poeng i dette kravet – det er oppnådd dersom man sorterer ut 4 fraksjoner. Det er et nivå som burde kunne nås for de aller fleste uansett land.

Nordic Ecolabelling replies

There is no obligatory requirement concerning the number of fractions that must be sorted, since the different Nordic countries have different systems for sorting and recycling. In most places across the Nordics it is possible to sort into numerous fractions, but in areas with poor logistics it can be a challenge to achieve good sorting. The existence of major geographical variations in the way waste is managed is clear in the consultation respondents' comments that the requirement does not take account of the fact that multiple fractions are sorted together – such as glass and metal. The intention in the requirement is that if two fractions are sorted together, these are to be counted as two fractions as long as they are later separated for the purposes of material recovery. Wording to that effect has been added following the consultation.

The fractions on the list are included because they are the ones that occur most commonly in large quantities in a grocery store. Organic waste is, however, not included, nor is electronic waste. Sorting organic waste is already rewarded in requirements O9 and P4 in that the quantity of general waste drops significantly if the organic waste is sorted out. Sorting electronic waste is a statutory requirement, and consequently not something that Nordic Ecolabelling rewards. Cardboard has been added as a fraction that earns points, following the consultation. Ceramics and batteries, on the other hand, have been removed from the list of fractions that earn points. This is partly because in many countries batteries must be sorted by law, and partly because the list concentrates on the fractions that occur in large quantities in the majority of grocery stores.

For practical reasons, the various fractions are not weighted according to which has the greatest environmental impact. A distinction is drawn between hard and soft plastics.

Nordic Ecolabelling understands that not all the fractions mentioned occur in all stores. There are, however, so many fractions that stores are rewarded for sorting that we believe no stores will be at a disadvantage in this case. In addition, it is not possible to collect more than 2 points in this requirement – this is achieved by sorting 4 fractions. This should be an achievable level for almost everyone, whatever the country.

O10 Måling av matsvinn

Biogasakademin

Alla sophämtningsföretag i Sverige som hämtar utsorterat matavfall loggar vikterna för varje kärl vid varje hämtning med hjälp av en kod som sopbilen läser av när kärlet töms. Utöver de uppgifter om mängder butikerna kan få från kommunen kan man givetvis genomföra återkommande mätningar av enskilda fraktioner för att sedan kunna arbeta riktat med reduktion av de olika typerna av matavfall (bröd, grönsaker, frukt, mejeriprodukter, osv.). Handatorer gör detta till vardagsmat i dagens butiker.

De ICA-butiker vi kontaktat för att få praktiska synpunkter har alla ett system där matavfall dagligen registreras vilket ger en idealisk utgångspunkt från ett strukturerat arbete för att reducera matavfall/svinn. Man föreslår att Svanen bör uppmuntra detta genom att ge poäng för avdelningsredovisning/systematisk redovisningssamarbete.

Exempel: Scandic Hotels miljöchef Inger Mattson organiserade vägning av matsvinn/hotellgäst/frukost. Resultatet visade att varje hotellgästs frukost genererade 120 gram matavfall. Tack vare en relevant siffra kunde man sedan systematiskt testa vilka resultat olika åtgärder som gav reella effekter på mängden matavfall. Mindre tallrikar, portionsskålar, mindre slevar, etc. De mest effektiva metoderna tillämpades och idag har satsningen fört med sig en total minskning av matavfall från Scandic 80 svenska hotell med 52 ton. Per månad. Slutsats: Börja sortera ut all mat som slängs. Titta på fraktionerna och vad de väger. Börja sedan jobba med att reducera mängderna fraktion för fraktion. Alltså: tydliggör att allt arbete mot matsvinn har sin grund i utsortering av allt matavfall från övriga sopor.

Naturskyddsföreningen

Det är positivt att Svanen arbetar med matsvinn i kriterieversionen. Vi tror att kraven än så länge ligger på en realistisk nivå, men om möjligt skulle vi gärna se ett förtydligande i O10 angående åt vilket håll man vill gå. Vad händer om butikerna ökar sitt matsvinn i punk O10? Det anges inte i kriterierna om mängden ska minska eller ej.

Rude Food

The measurement of food waste should be reported at least every month and made public. Supermarkets should be able to demonstrate that they have reduced food waste over a 1 year period.

KEMI

Kemikalieinspektionen tycker förslaget att butikerna även ska mäta sitt matsvinn är mycket bra då det ligger väl i linje med att åstadkomma en bättre energieffektivitet och begränsa onödig miljöpåverkan i livsmedelskedjan.

ICA Sverige

Gällande matsvinn är det positivt att det är med. Matsvinn är ett av SDG-målen och något som alla bör uppmuntras att sträva efter att reducera. ICA anser att den generella definitionen för matsvinn bör användas. I Sverige definieras matsvinn som ”livsmedel som slängs men som hade kunnat ätas om det hade hanterats på annat sätt” (se Naturvårdsverket för mer info).

Ta bort ”med mera” ur teksten kring synligt matsvinn. Den ger utrymme för egna tolkningar och ger inget mervärde.

Var noga med att skilja på matsvinn och matavfall i texterna så att det inte finns utrymme för tolkning av vad som ingår och vad som ska rapporteras. Allt som mäts ska bidra till målet att reducera svinn/avfall och förbättra miljön. Men tydlighet måste finnas för att säkerställa enkelhet och konkurrensneutralitet.

I tabellen, den sista aktiviteten som säger att andra aktiviteter som minskar matsvinnet ger 2 poäng. Det kan vara så att dessa aktiviteter ger ett högre miljömässigt bidrag än de som ger fler poäng. Bör funderas igenom så att poängfördelningen blir korrekt.

Frekvens på hur ofta man ska ladda upp bilder på varor som säljs till nedsatt pris?

Kontrollmetod för att säkerställa att butiken inte använder sig av kampanjer som ger mängdrabatt?

Willys

Vad är syftet med att ha ett kriterie för mätning? De flesta tror vi redan gör detta och därför är kriteriet att "slå in öppna dörrar", inget svårt att uppnå. Det kan orsaka onödigt jobb att bara kartlägga det svinn som var menat att ätas av människor. Varför inte allt synligt svinn? Risken blir större att olika licenstagare definerar svinn olika.

Handel og kontor i Norge

Rapporten skisserer ut utfordringene med matsvinn er store. FAO oppgir at mellom en tredjedel og halvparten av all mat som produseres kastes. Dette er et etisk dilemma med at store deler av verdens befolkning har for lite mat, men også at produksjon av mat og drikke er de mest sentrale årsakene til utslipp av klimagasser. EU-kommisjonen anslår at klimautslippene knyttet til matvarekjeden er cirka 17 % av EUs totale utslipp.

HK støtter fokuset nordisk miljømerking har når det kommer til matsvinn, og at kravet har som hensikt å redusere matsvinn kraftig. Det obligatoriske kravet innebærer at butikkene skal måle mengden synlig matsvinn som oppstår. I tillegg skal det føres statistikk over de måleresultatene som er gjort.

Tiltaket innebærer skjerpede rutiner for registrering i dagligvarebutikker, som betyr at de ansatte må bruke nødvendig tid. HK mener derfor at det er viktig med kompetanseutvikling slik at tiltaket forankres hos de ansatte, og at det blir satt av nødvendig tid til arbeidet. Vi mener at en slik kompetanseutvikling innebærer at Nordisk Miljømerking må ta initiativ ovenfor myndighetene, slik at det følges opp med budsjettmidler for gjennomføring, og at det blir godt implementert i bedriften.

Coop Danmark

Og indgår det organiske ”affald” i madspildsberegningen, selvom det bliver genanvendt til energi? Der vil være ærgerligt, hvis butikker der har denne ordning ikke kan belønnes for det og derfor bør det som minimum også være mulighed for at få ekstra point i denne forbindelse.

Miljøstyrelsen

Miljøstyrelsen finder det nye kriterie 010 om at måle madspild interessant. Når man måler på affaldet bliver man mere opmærksom på, hvor meget, der smides ud.

Miljøstyrelsen bemærker til afsnit 010 og definitionen af ”matsvinn”, at der bør tilføjes ”... som kastes, men ...” så der kommer til at stå: Matsvinn er her defineret som mat, som kastes, men som på et tidspunkt kunne vært benyttet til menneskeføde. Samme rettelse bør foretages i afsnittet ”Definisjoner og forklaringer” side 20 nederst.

Miljøstyrelsen peger på et særligt problem med den engelske tekst, fordi man her ikke skelner mellem madaffald og madspild, men bare bruger termen ”food waste” for det hele. MST bruger normalt i disse tilfælde de engelske termer ”avoidable food waste” for madspild/matsvinn, og ”food waste” for det samlede madaffald, der også indeholder øvrigt madaffald, på engelsk kaldet ”unavoidable food waste” (altså skræller, æggeskaller og knogler, der ikke kan spises.) . MST anerkender at terminologien er indviklet, idet der heller ikke er opnået enighed om i EU eller UN – endnu, men Nordisk Miljømerking skulle måske lave eget sæt definitioner baseret på ovenstående, indtil internationale definitioner vedtages.

I forbindelse med disse målinger af madspild fra de miljømærkede butikker, er det interessant om de kunne stilles til rådighed for myndigheder, evt. i anonymiseret form? Det er nemlig svært at få butikkerne til at fortælle om eller deltage i kortlægning af mængden af madspild.

Kiwi Danmark

Vi mener der skal være end rammer for alle. Derudover er det uklart for mig hvordan man skal dokumenterer hvor meget madspild butikkerne genererer.

ALDI Danmark

"Butikken skal.....og ben og avskær...". Ben og avskær er madaffald og indgår ikke i en madspildsberegning.

Kuluttajaliitto ry /Konsumentförbundet rf

Food waste quantities of the stores should have at least in some extent same commensurate. So we propose that it shall be reported only same kind of food waste quantity e.g. in kilograms. It is understandable that a part of stores has difficulties to obtain the statistical food waste in kilograms but it should be the desirable way to report and other kind of statistics should be allowed only as an exception.

- “administrative errors in the storage of goods” shall be calculated as a part of the produced food waste.

Nordisk Miljømerking svarer

Det finnes per i dag ingen bred internasjonal enighet om hvordan matsvinn skal defineres. Det vil dog trolig finnes innen ikke altfor lang tid, og da vil Nordisk Miljømerking også forholde seg til den samme definisjonen. I mellomtiden ønsker ikke Nordisk Miljømerking å benytte en formulering som «matsvinn er mat som kastes...» fordi det kan tolkes som at svinn som senere benyttes til kompost, dyrfôr eller biogass ikke skal regnes som matsvinn. Det er Nordisk Miljømerkings holdning

at mat som ikke benyttes som menneskeføde er for svinn å regne. Isteden har vi justert definisjonen i etterkant av høringen med fokus på å gjøre den mer spesifikk og tydelig. Begrepet «synlig matsvinn» er også tatt bort fordi vi så at det skapte mer forvirring enn det var oppklarende. Vi har også presisert forskjellen mellom matsvinn og matavfall og at målingene kun skal omfatte det matavfallet som er eller har vært nyttbart som menneskeføde – altså ikke bein, avskjær og tilsvarende.

Nordisk Miljømerking er inneforstått med at kravet er svært åpent. Med dagens mangel på standardiserte målemetoder for matsvinn i butikk, er det ikke rom for et mer spesifikt obligatorisk krav. Det sentrale nå er at butikkene faktisk måler sitt matsvinn – uavhengig av målemetode – som en del av en bevisstgjøringsprosess. På lang sikt er det derimot et mål for Nordisk Miljømerking å få med et krav som gir en grense for hvor mye matsvinn som kan oppstå i en svanemerket butikk. Her vil det også være muligheter for å kreve at butikkene har separate målinger for ulike varekategorier. Dersom det viser seg en butikk øker sitt matsvinn fra et år til et annet er det ikke Nordisk Miljømerkings intensjon å se dette som et avvik som kan medføre inndragelse av lisens. Dette er nå presisert i kriterienes tilhørende bakgrunnsdokument.

For øvrig må det sies at Nordisk Miljømerking hverken kan kreve at alle svanemerkede butikker skal offentliggjøre data som ligger til grunn for en svanegodkjenning eller gi myndighetene innsyn i disse uten den enkelte søkers godkjenning. Nordisk Miljømerking behandler alle opplysninger som fortrolige.

Nordic Ecolabelling replies

There is currently no broad international agreement on how to define food waste. It is, however, likely that such a definition will be established in the not too distant future, and Nordic Ecolabelling will then make a judgement on that definition. In the meantime, Nordic Ecolabelling does not wish to use wording such as “food waste is food that is discarded...” because that can be interpreted as meaning that waste that is later converted into compost, animal feed or biogas should not be counted as food waste. Nordic Ecolabelling takes the stance that any food not used for human consumption counts as waste. We have adjusted the definition following the consultation, with a focus on making it more specific and clear. The term “visible food waste” has also been deleted, since we saw that it created more confusion than clarity. We have also drawn a distinction between food waste that is or was fit for human consumption and food waste that is not, with the measurements only applying to the former – not bones, trimmings and the like.

Nordic Ecolabelling is aware that the requirement is very open. With today’s lack of standardised measuring methods for food waste in stores, there is no scope for a more specific obligatory requirement. The key point now is that the stores actually measure their food waste – whatever the method of measurement – as part of an awareness raising process. In the long term, however, Nordic Ecolabelling aims to include a requirement setting a limit for how much food waste may occur in a Nordic Ecolabelled store. Here it may also be possible to require the stores to have separate measurements for different product categories. If a store is shown to have increased its food waste from one year to the next, Nordic Ecolabelling does not intend to see

this is a deviation that may lead to withdrawal of the licence. This has now been set out clearly in the background document that accompanies the criteria.

It is also worth stating that Nordic Ecolabelling can neither demand that all Nordic Ecolabelled stores publish the data that forms the basis for Nordic Ecolabel approval or give the authorities access to such data without the prior approval of the individual applicant. Nordic Ecolabelling treats all information as confidential.

P6 Tiltak for å redusere matsvinn

Biogasakademin

Angående nämnda åtgärder för att reducera matsvinn: muntlig kommunikation med Willys Glenny Särnström vittnar om att det kan vara en komplicerad process att hitta frivilligorganisationer som kontinuerligt kan ta hand om större mängder livsmedel som ej kan säljas i butik. Hur verklighetsförankrad är det alternativet i er poängtabell?

Coop Norge

Tiltak for reduksjon av matsvinn er viktig. De foreslåtte tiltakene for reduksjon av synlig matsvinn er imidlertid ikke like relevante, ikke mulig å gjennomføre for alle butikker, eller bør spesifiseres nærmere:

- Det er et mindretall butikkene som har mulighet til å tilberede retter av produkter som er i ferd med å gå ut på dato.
- Det er kun i større byer at det eksisterer avtaler med å gi bort mat til veldedige organisasjoner slik at retningslinjer pålagt av mattilsynet kan etterkommes.
- Kategorien frukt og grønt eller kjølevarer er lite egnet til å beskrive et hensiktsmessig krav. Eks. vil kampanjer på langtidsholdbare grønnsaker eller syrnede meieriprodukter være uproblematisk mht. matsvinn.
- Kampanjer er i all hovedsak styrt at kjedene sentralt, og i veldig liten grad opp til butikken selv å bestemme.

Vi mener forslagene i P6 bør revideres både med hensyn til innhold og poeng, slik at flest mulig butikker har mulighet til å få poeng for tiltak for å redusere matsvinn.

Rude Food

It's an obvious very substantial effort made in terms of food waste, which is high time and appreciated. Yet it's too little. There should be no miljömärkning for supermarkets that refuse to donate their surplus. The only exception is: that there is no taker (small towns might not have NGOs, homeless etc).

(...)

Also there should be points for supermarkets that don't bake / produce 1-day products later than 4 hours before closing. There should also be points for supermarkets that inform the consumer about food waste (e.g. why they do not have freshly baked products late evenings because they would go to waste) they should educate the customer with leaflets about how to reduce food waste in their homes (and why that's beneficial).

IVL Svenska Miljöinstitutet

Bra att det kommer med (om krav på matsvinn, red. anm.). Viktigt.

I det som man får poäng for är det flest åtgärder for att göra något av det som i butikens ögon redan ska kastas. Borde vara något om att butiken själv ska förebygga svinn. Hur man planerar, jobbar med personalen osv är också viktiga aspekter. Sen är kommentaren att det inte är alltid klokkrent att satsa allt på välgörenhet rimlig att göra även här. Jag tycker också att alla åtgärder borde ge samma poäng och om det ska vara graderat borde det vara det snarare på om butiken påverkar sitt eget beteende (alltså så att de faktisk får mindre svinn eller mat att skänka bort) som skulle ge högst poäng.

ICA Torgkassen

Angående svinn, svåra frågor att ge entydigt svar på. Tror att de flesta gör på flera sätt och olika i olika situationer. Vad svarar man om man oftast gör så? Bliir väldigt godtyckligt och upp till den som svarar att bedöma om man ska ha poäng eller inte.

Bergendahl Food AB

Aktiviteten att skänka matavfall som djurfoder saknas i tabell, detta bör också generera poäng eftersom det inte blir avfall.

Det är av största vikt att främja entreprenörskapet i butiker som ingår i en butikskedja. Därför framhåller Bergendahl Food AB att varje butik själv måste kunna välja vilken/vilka aktiviteter som är bäst lämpade for den specifika butiken. Förslagsvis bör det i tabellen läggas till en rad med rubriken övrigt for att möjliggöra framtida aktiviteter.

Miljødirektoratet

Miljødirektoratet er positive til at matsvinn er tatt inn som et nytt krav, men mener det er viktig å se hen til arbeidet myndighetene gjør i dag slik at vi ikke stiller ulike krav til metodikk/måling/rapportering av matsvinn. Å redusere mengden matsvinn i dagligvarehandelen er viktig for dagligvarehandelen rent økonomisk, og gunstig for miljøet. Det handler i vesentlig grad om en bevisstgjøring av hvor mye spiselig/salgbare mat som kastes, for deretter å knytte dette til konkrete tiltak i egen bedrift. Norsk dagligvarehandel har hatt sterkt fokus på å redusere mengden matsvinn de seneste årene, og dette er for mange blitt en naturlig del av driften som har blitt synliggjort til kundene.

Avhengig av hvor krevende dere mener det skal være å bli svanemerket, vil det være hensiktsmessig å se på hva den norske matbransjen allerede har oppnådd. I lys av dette er det også relevant å vurdere om noen av poengkravene under P6, bør bli obligatoriske krav. Slik systemet dere foreslår i dag er, trenger ikke en dagligvarebutikk å gjøre tiltak mot matsvinn (bortsett fra O10 Måling av synlig matsvinn), da butikkene selv kan velge hvilke poengkrav de vil oppfylle og derfor hvor omfattende deres arbeid mot matsvinn skal være. Tiltak for reduksjon av matsvinn utgjør en svært liten, og valgfri, del av kravene for å svanemerkes. Vi mener derfor at vurdering av tiltak mot matsvinn i større grad kan være obligatoriske krav.

På myndighetsplan, jobbes det for tiden med en frivillig bransjeavtale mellom Myndighetene ved Barne-, likestillings- og inkluderingsdepartementet, Helse- og omsorgsdepartementet, Klima- og miljødepartementet, Landsbruks- og matdepartementet, Nærings- og fiskeridepartementet, Dagligvarehandelens Miljøforum, Dagligvareleverandørenes forening, Hovedorganisasjonen Virke, Norges Bonde- og småbrukarlag, Norges Bondelag, Norges Fiskarlag, Norges Sjømatråd, Norske sjømatbedrifters landsforening, Næringslivets Hovedorganisasjon, NHO Mat og drikke og NHO Reiseliv. Det jobbes mot en endelig signering mot slutten av 2016. Avtalen vil sette reduksjonsmål og foreslå konkrete tiltak, ulike indikatorer og rapporteringsformat.

Det er hensiktsmessig at deres kriterier ses i sammenheng med dette myndighetsarbeidet, og i enda større grad ved den kommende revisjonen dere refererer til på side 19, hvor dere vurderer å stille et obligatorisk krav om hvor mye matsvinn som kan oppstå i en svanemerket butikk/butikk-kjede.

Matvett

Matvett er veldig positiv til forslaget om å innføre krav om måling av matsvinn i dagligvarebutikker som en del av Nordisk Miljømerkings nye, reviderte kriterier. Dette vil sette matsvinn ytterligere på agendaen og føre til mer bevissthet rundt god ressursutnyttelse av mat i hele verdikjeden, samt bygge videre på arbeidet med forebygging og reduksjon av matsvinn som ForMat/Matvett startet i 2010.

Vi er fornøyd med at definisjonen av matsvinn, som ligger i forslaget, er i henhold til definisjonen bransjen har lagt til grunn siden 2010. Når det gjelder terminologien synlig matsvinn, bør betydningen kanskje beskrives tydeligere?

ForMat/Matvett har kartlagt matsvinnet i dagligvarehandelen i 5 år, og tallene er oppsummert i vedlagte rapport fra 2015, kap. 4.3, s. 20. Det er viktig at butikkene til å begynne med måler matsvinnet på den måten som er enklest for dem, men at det på sikt vurderes å harmonisere metodikken med den som vil bli brukt i øvrig kartlegging, enten det blir gjennom Matvett, SSB eller andre aktører. Hvem, hva og hvordan det skal måles på sikt avhenger av utfallet i det pågående arbeidet om å vedta en bransjeavtale om matsvinn, som pågår mellom hele verdikjeden for mat og myndighetene. Avtalen, som både skal omhandle statistikk, indikatorer og tiltak, forventes undertegnet i løpet av 2016. Les mer om avtalen her:

<https://www.regjeringen.no/no/aktuelt/avtale-om-reduisert-matsvinn/id2410201/>

Matvett bifaller foreslåtte type tiltak og vektingen av poeng for disse som Nordisk Miljømerking har foreslått. På sikt kan det kanskje være relevant å trekke ønsket forbrukeradferd inn i tiltaksforslagene og i arbeidet med å redusere matsvinn i butikk. For eksempel ved at butikkene oppfordres til å kommunisere med forbrukerne om at de tar et miljøansvar ved å kjøpe nedprisede varer med kort holdbarhet, og at de bidrar til å bedre rullering i butikk ved å kjøpe varer med kortere holdbarhet når maten skal spises samme dag.

Matvett er spent på om forslaget blir vedtatt, delvis eller i sin helhet, og setter pris på å bli orientert om utfallet. Vi deltar gjerne i videre arbeid med å utvikle og/eller revidere kriteriene og implementeringen av disse i dagligvarehandelen. Vi ser også

frem til videre samarbeid om å inkludere matsvinn i kriteriene for miljømerking av andre deler av matbransjen som for eksempel serveringsbransjen (kantine-, hotell- og restaurant).

Landbruks- og matdepartementet

"Butikken har en fast avtale med en veldedig organisasjon om henting av mat som ikke kan selges.", her bør "Matsentral" og "levering" også inkludere. Det finnes foreløpig bare en Matsentral i Oslo, men det er også planer om opprettelse i flere andre store byer. Ny setning blir dermed: "Butikken har en fast avtale med en veldedig organisasjon eller Matsentral om henting eller levering av mat som ikke kan selges."

"Butikken benytter seg ikke av kampanjer som gir kvantumsrabatt for frukt og grønt eller kjølevarer.", her bør man sløyfe "for frukt og grønt eller kjølevarer" og endre det til "Butikken benytter seg ikke av kampanjer på enkelt-produkter som gir kvantumsrabatt på varer med kort holdbarhet." Dette fordi enkelte butikk-kjeder opererer med kvantumsrabatter innenfor produktgrupper, noe som ikke kan anses å være matsvinn-drivende, og fordi "varer med kort holdbarhet" er mer relevant enn "for frukt og grønt eller kjølevarer".

For øvrig støtter vi Matvetts høringsuttalelse.

Stop Spild af Mad

Kender I til REFOOD label mod madspild – som i dag tæller over 500 virksomheder i Danmark? <http://refoodlabel.dk> Det er lidt af det samme retning.

Vi skal lige gøre jer opmærksomme på et enkelt forhold vedr. Svanemærkning af Dagligvarebutikker – madspild – og vedr. donationer til charities. Ligesom med det franske forbud mod madspild er det vigtigt at have infrastruktur. Ellers vil dette ske: <http://www.mx.dk/nyheder/danmark/story/31155697>

Hvis et Svanemærket af Dagligvarebutik er nødt til at giveregive overskudsmad til charities, skal der være infrastruktur, så charities griber maden. Og det kan de p.t. ikke i Danmark:

Mange frivillige hjælpeorganisationer i Danmark formidler tonsvis af god gratis overskudsmad til hjemløse og udsatte borgere – heriblandt Landsorganisationen for udsatte (LOFU) Det Runde Bord, m.fl. Men de er alle frivillige. Uden de store midler i ryggen. Videreformildning af overskudsmad er meget logistisk tungt: transport, registrering, fødevarerikkerhed, m. m. Hvordan kan hjælpeorganisationer i Danmark pludselig håndtere systematisk videreformidling af 163.000 ton overskudsmad fra danske supermarkeder til hjemløse og udsatte borgere? Hvem skal betale for denne logistik? Regeringen? Skatteyderne? Industrien? Indtil videre er der ikke fundet en løsning på problemet.

Derudover tvivler jeg på, at Danmarks ca. 6.000 hjemløse kan aftage og spise hele detailhandlens årlige 163.000 ton madspild. Skulle Svanemærkt dagligvarubutikker implementeres i Danmark, ville det på grund af manglende økonomisk støtte og infrastruktur gøre de danske frivillige hjælpeorganisationer til 'skraldespande' for madspild. Hjælpeorganisationer vil sande til i tonsvis af overskudsmad, som ikke vil

kunne nå at blive fordelt i tide, mens Svanenmärkt dagligvarubutikker kan pudse deres glories, da deres madspild på papiret bliver givet videre til værdigt trængende. Madspildet bliver ikke mindsket, men blot flyttet til et nyt sted.

Miljøstyrelsen

Miljøstyrelsen finder P6 interessant, men foreslår 5 point til de butikker, der ikke laver rabatkampagner, og inkluderer brød i kravet, så det lyder:
Butikken benytter sig ikke av kampanjer som gir kvantumsrabatt for brød, frukt og grønt eller kjølevarer.

Coop Danmark

Hvis der er indgået aftaler med landmænd der afhenter mad til deres dyr, såsom brød, bør det også kunne belønnes med 5 point på lige fod med aftaler med velgørende organisationer.

Der savnes en tydeligere definition af, hvad mængderabat betyder. Betyder det en pose med æbler ikke må sættes på tilbud og at man skal sælge enkelt stk? Eller betyder det man ikke må sætte flere poser æbler på tilbud samtidig? Et stk salg i butikker giver ofte anledning til et betydeligt større madspild i butikken, da varerne bliver stødt af kundernes håndtering og bliver hurtigere dårligere grundet ilt påvirkning.

Der savnes en tydeligere definition af hvad kølede varer er. Er det mælk, kød og pålæg? Der er stor forskel på, hvad madspildsprocenten i butik og i husholdningen er i disse kategorier. Kølede varer, f.eks. kød kan og bliver ofte frosset ned af kunderne, hvorfor det ikke giver anledning til madspild og derfor ikke har relevans, som et point givende kriterium.

Luonnonvarakeskus /Natural Resources Institute Finland

Integration of edible food waste in the criteria development is in good progress. However, when the Circular Economy package by Commission looks for halving of food waste, more clear measurable objectives for decrease of amount of food waste should be incorporated here, especially because environmentally labelled groceries should be the fore-runners in the field.

Lidl Suomi Ky

How food waste is defined on this issue? Write-offs+donations+inventory differences? Amount of bio waste? Use of bio waste to feed? Marked discounts? It is needed a clear definition on food waste.

Kauppavalmennus Oy, Finland

Our company is working with Motiva to reduce food waste in retail stores in Finland, and they asked us to read through the proposal. Since our expertise is reducing food waste, we concentrated solely on that.

In our opinion, a goal for food waste percentage would be better than denying sales of some products or promotions. A store has many ways to reduce food waste, if they really want to do it. If the proposal is approved as it is, a store can produce a huge amount of food waste and still be environmental, if only they can meet the given

criteria. By using a goal for food waste percentage, it doesn't matter how a store reduces its waste. It only counts, that they do it.

It would be a good idea to have different percentages for different sizes of stores, as bigger stores are more efficient than smaller ones.

Nordisk Miljømerking svarer

På bakgrunn av høringskommentarene over har Nordisk Miljømerking gjort flere endringer i kravet etter høring. For det første har flere forslag til tiltak som gir reduksjon i matsvinn blitt lagt til i tabellen. Bruk av matsvinn til dyrefôr er ett av disse. Utover det har vi endret antall poeng hvert tiltak gjør utifra et prinsipp om at et tiltak som gjør at matsvinn ikke oppstår bør premieres mer enn et tiltak som kun forsøker gjøre god nytte av matsvinn som allerede har oppstått. Muligheten til å få poeng dersom butikken gjør andre tiltak enn de som er nevnt er beholdt, men med tanke på at dette kan være tiltak som gir mindre matsvinn totalt sett, er poengene som er mulig å få økt fra max. 2 til max. 5. Tiltak premieres etter godkjenning fra Nordisk Miljømerking.

Tiltaket om å ikke benytte seg av kvantumsrabatt innebærer at det eksempelvis ikke selges 3 varer til prisen av 2. 5 epler i en pakke utgjør én vare, ikke 5. Formuleringen på dette punktet er for øvrig justert fra å omfatte kampanjer på frukt og grønt samt kjølevarer til nå å omfatte varer med kort holdbarhet. I denne sammenheng er kort holdbarhet definert som siste forbruksdag innen 2 uker.

I forhold til tiltaket der matsvinn doneres til veldedige organisasjoner er Nordisk Miljømerking inneforstått med at det her er logistikkmessige, behovsmessige og kapasitetsmessige utfordringer. På den annen side er det fremdeles kun et eksklusivt utvalg dagligvarebutikker i Norden som er svanemerket – det er altså ikke trolig at det vil oppstå et uoverkommelig overskuddsproblem grunnet svanemerking av butikker. Det er også naturlig å anta at dersom det i et område ikke er behov eller logistikk på plass til å donere mat, så vil det heller ikke komme på plass en avtale mellom butikk og en ekstern part om donasjon av matsvinn.

Nordisk Miljømerking anser ikke at det er mulig å gjøre P6 til et obligatorisk krav. Butikkene har svært ulike forutsetninger for å redusere sitt matsvinn og må kunne stå fritt til å velge de tiltak de selv mener vil være mest hensiktsmessige.

Nordisk Miljømerking er for øvrig inneforstått med at ikke alle butikker har mulighet til å gjennomføre alle tiltakene. Butikker uten ferskvedisk har eksempelvis ikke mulighet til å benytte råvarer som nærmer seg utløpsdato i produksjonen av ferdigretter. Eller butikker som ikke ligger i en by vil ha større problemer med å finne en veldedig organisasjon som kan ta i mot maten. Likevel mener Nordisk Miljømerking at det er såpass mange tiltak som alle kan gjøre at ingen butikker er forfordelt.

Nordic Ecolabelling replies

Based on the consultation comments above, Nordic Ecolabelling has made several changes to the requirement. Firstly, several suggested measures that generate a reduction in food waste have been added to the table. Use of food waste for animal

feed is one of these. In addition, we have changed the number of points each measure gives, based on the principle that a measure that stops food waste from occurring should be rewarded more than a measure that only tries to make good use of food waste that has already occurred. The possibility of obtaining points if the store implements measures other than those listed has been retained, and bearing in mind that these may be measures that generate less food waste overall, the points available have increased from max. 2 to max. 5. Measures are rewarded following approval from Nordic Ecolabelling.

The measure of not applying bulk discounts means, for example not selling 3 items for the price of 2.5 apples in a pack are one item, not 5. The wording for this point has also been changed from covering campaigns on fruit and vegetable and chilled goods to now covering goods with a short shelf life. In this context, a short shelf life is defined as a use by date within the next 2 weeks.

Concerning the measure where food waste is donated to charity organisations, Nordic Ecolabelling is aware that there are associated logistical, demand-related and capacity-related challenges. On the other hand, only an exclusive selection of grocery stores in the Nordic region are Nordic Ecolabelled – it is thus not likely that an insurmountable surplus problem will arise due to the Nordic Ecolabelling of stores. It is also natural to assume that if there is not a demand or the logistics in place to donate food in a particular area, no agreement will be struck between a store and an external party on the donation of food waste.

Nordic Ecolabelling does not consider it possible to make P6 an obligatory requirement. The stores have very different conditions for reducing their food waste and must be free to choose the measures they think are most appropriate.

Nordic Ecolabelling is fully aware that not all stores have the option of implementing all the measures. Stores without a fresh food counter, for example, are not able to use raw ingredients approaching their sell by date in the preparation of ready-made meals. And stores that are not in a city will have greater problems finding a charity to receive the food. Nordic Ecolabelling nevertheless believes that there are enough measures that everyone can implement so that no stores are at a disadvantage.

4.3.6 Kapittel 6 – Butikkens bruk av varer og tjenester

011 Innkjøp av miljømerkede forbruksartikler og tjenester

Naturskyddsföreningen

Är det fem poäng totalt inom varor och tjänster? Eller är det fem inom respektive kategori?

Om det är fem poäng totalt anser vi att det är för lågt satt. Det borde t.ex. vara ett obligatoriskt krav istället för ett valfritt att städa med miljömärkta kemikalier alternativt använda sig av miljömärkta städtjänster, då det kan ses som grundläggande för driften av en miljömärkt butik och inte är svårt för butikerna.

Naturskyddsföreningen är positiv till att Svanen uppmärksammar och ställer poängkrav på kategorier som miljömärkta textilier/arbetskläder, tvätt av arbetskläder och entrémattor.

Willys

Bra kriterie, inga synpunkter.

Finnish Grocery Trade Association and The Federation of Finnish Commerce and Trade

Getting even five points is difficult due to lack of offer. Geographical differences are big. For instance ecolabelled cleaning services may not be available.

Lidl Suomi Ky

Does a work wear from organic cotton meet the criteria of work wear?

Why there is no possibility in this category to sub points but it is required that 90 % shall meet the requirement in order to gather points?

Does “Printed material” concern the printed matter as advertisement magazines etc.? Why the given points is so low (1 p)? Should the given points be in relation to it how big are the procurements?

In our operation the criteria of procurements are very closing off because in our service we do not do procurements (employees take care over their own work wears).

Nordisk Miljømerking svarer

Under høringen har det kommet signaler om at bruken av poeng i et obligatorisk krav skaper forvirring. I tillegg er Nordisk Miljømerking enig i kommentaren over om at det bør gi ekstrapoeng dersom virksomheten kjøper inn mer miljøvennlige forbruksartikler og tjenester enn det det obligatoriske kravet tilsier. Kravet er derfor i etterkant av høring helt omarbeidet.

Istedenfor å utgå fra ulike poeng for ulike varer og tjenester, har Nordisk Miljømerking nå valg å premiere alle likt. Det gir ikke et helt korrekt bilde av den miljømessige gevinsten ved det enkelte tiltak, men fordi det likevel er slik at de kategoriene som gir mest miljønytte stort sett er de som er lettest å kjøpe inn miljømerkede varer og tjenester i, så har Nordisk Miljømerking vurdert at et slikt system likevel er troverdig. Resultatet er et obligatorisk krav om at alle butikker må kjøpe inn miljømerkede forbruksartikler og tjenester i minst 3 kategorier (finske butikker må kjøpe inn i minst 2 kategorier). Innkjøp i flere kategorier utover disse obligatoriske blir deretter premiert i et nytt krav – P7.

Butikkjeder og internetbutikker som består av flere enheter skal oppfylle det obligatoriske kravet i samtlige butikker. For å få poeng i P7 må de kunne dokumentere innkjøp som tilsvarer samme poengsum for alle enheter. Det er dog ikke et krav at alle enheter kjøper inn de samme forbruksartiklene og tjenestene.

Trykksaker omfatter alle papirprodukter som trykkes av virksomheten – herunder også reklame. Arbeidsklær av økologisk bomull er regnes ikke for miljømerket – se

svar kommentarer og svar under kapittel om sortiment for en nærmere begrunnelse og forklaring på hva som ligger bak Nordisk Miljømerkings vurdering av hva som regnes som miljømerket og ikke.

Nordic Ecolabelling replies

Consultation responses have indicated that the use of points in an obligatory requirement creates confusion. In addition, Nordic Ecolabelling agrees with the comment above that extra points should be awarded if the business purchases more ecofriendly consumables and services than is specified in the obligatory requirement. The requirement has therefore been fully overhauled following the consultation.

Instead of being based on different points for different goods and services, Nordic Ecolabelling has now chosen to give the same points for everything. This does not give an entirely correct picture of the environmental gains from the individual measure, but since the categories that provide the greatest environmental benefit overall are those that are the easiest in which to purchase ecolabelled goods and services, Nordic Ecolabelling has judged that such a system is still credible. The result is an obligatory requirement that all stores must purchase ecolabelled consumables and services in at least 3 categories (Finnish stores must purchase in at least 2 categories). Purchases in more categories than these obligatory ones will then be rewarded in a new requirement – P7.

Retail chains and internet stores comprising multiple units must meet the obligatory requirement in all their stores. To obtain points in P7, they must be able to document purchases that equate to the same points total for all units. It is, however, not a requirement that all units purchase the same consumables and services.

Printed matter covers all paper products that are printed by the business – including advertising. Organic cotton workwear is not included for the purposes of the ecolabel – see the replies to comments under the chapter on product range for a more detailed explanation of the grounds for Nordic Ecolabelling's assessment of what should be counted as ecolabelled.

4.3.7 Kapittel 7 – Overordnet

012 Butikkens totale poengsum

Coop Norge

Med henvisning til kommentar under pkt. P6, bør det vurderes om poengkravet skal justeres.

Nordisk Miljømerking svarer

Fordi et nytt poengkrav (P7) er kommet til etter høring, er total poengsum som er mulig å hente økt fra 60 til 63 poeng. Samtidig har antall poeng en butikk må oppnå økt med 1 poeng. Max poeng i P6 er fremdeles 10 poeng på tross av at flere tiltak for reduksjon av matsvinn er lagt til i etterkant av høring. Bakgrunnen for dette er at vektingen av poengsummen skal speile betydningen av det enkelte miljøområdes effekt på butikkens totale miljøbelastning. Utgangspunktet for butikker er at sortiment, energi og avfall skal vektas likt.

4.3.8 Bilag

Dansk Erhverv

Miljømerkningen forsøker at oppstille egne definisjoner for, hvornår det er tale om en dagligvare eller specialvare i bilag 1 og krav O7. Når Miljømerkningen definerer en dagligvare som en vare, der brukes inden for en ”begrænset tid”, går det galt, fordi det hovedsakelig er forbrukeren, der beslutter og dermed definerer, hvornår en vare anvendes i ”begrænset tid” eller i ”længere tid”. F.eks. foreslår Miljømerkningen i bilag 1, at bøger er en dagligvare, der så anvendes i en ”begrænset tid”, men det kan tage måneder at læse en bog, og den står i reolen i årevis. Bøger sælges des-uden i stigende grad i dagligvarehandlen i konkurrence med boghandlere. Det samme kan siges om rengøringsudstyr, som foreslås at være en dagligvare i bilag 1, men har et langt liv i hjemmet og som sælges i byggemarkeder og på nettet. Der er mange flere eksempler, og definitionen vil uden tvivl blive konstant udfordret af den igangværende markedsudvikling.

Forbrugsartikler er i øvrigt både forbrugsvarer, der anvendes i ”lang tid” som biler og i ”kort tid” som køkkenruller. Forbrugsartikler er ikke fødevarer/ produkter, men varer der har en fast form uden at frigive kemiske stoffer under anvendelse (REACH definition).

Kemisk-Tekniska Leverantörförbundet

Vi ser att myggmedel har undantagits från definitionen som förbrukningsvara. Vi anser att undantaget ska benämnas ”biocidprodukter” istället för myggmedel. Det blir då en mer rättvisande benämning och täcker in myggmedel men även andra insektsmedel med liknande funktion. Biocidprodukter omfattas av en speciallagstiftning och är väl definierade som grupp av produkter. Myggmedel, insektsmedel, båtbottnfärger, avskräckande medel och desinficerande produkter är exempel på biocidprodukter.

Nordisk Miljømerking svarer

Nordisk Miljømerking har i etterkant av høringen gjort noen justeringer i bilag 1 – liste over varer som regnes som forbruksartikler. Eksempler på endringer som er gjort er å ta bort bøker og bøtter fra listen – det er varer som ikke forbrukes innen kort tid. I tillegg skriver vi biocier istedenfor myggmiddel for å inkludere andre typer bekjeminingsmidler enn kun myggmiddel.

Nordic Ecolabelling replies

Following the consultation, Nordic Ecolabelling has made some adjustments to Appendix 1 – List of goods considered to be consumables. Examples of changes that have been made include deleting books and buckets from the list – these are goods that are not consumed within a short time. In addition, we have written biocides instead of insect repellent to include other types of pesticides.

5 Kommentarer til krav som ikke er med i forslaget

Naturskyddsföreningen

Naturskyddsföreningen anser at någon typ av krav på transport borde finnas med i en märkning av dagligvarubutiker, då transport utgör en stor del av en varas miljöpåverkan. Det har också funnits med i tidigare kriterier. I och med att transport mellan butik och kund är den som har störst påverkan är det särskilt relevant för webbutiker att det finns transportkrav. En webbutiks transport kan vara det som skiljer en miljöbättre webbutik från en sämre.

Svenska Retursystem

För att tillgodose en hållbar utveckling i butik behöver vi se på hela påverkan och arbeta för att minska den. En del är att som EUs avfallstrappa också påpekar är att reducera avfall och att verka för återanvändning före återvinning. Därför är det viktigt att poängsätta aktiviteter som verkar för att reducera avfall i första hand och sedan aktiviteter som verkar för återanvändning före återvinning. Vi anser inte att poängsättningen inspirerar och pushar för ovanstående!

Idag finns det alternativ till olika emballage som möjliggör reduktion av avfall och matsvinn. Detta måste lyftas fram för en hållbar logistikkedja. Att använda returemballage istället för engångsemballage ger en minskad miljöpåverkan av koldioxid med 44 %, vilket vi, Svenska Retursystem, har sett gett en minskad miljöpåverkan av koldioxid med 16.300 ton för hela branschen under 2015. Vi arbetar med att kunna bidra till att branschens miljöpåverkan ska reduceras ännu mer genom att vi ständigt arbetar för att minska vår verksamhets miljöpåverkan men också genom att fler och fler kunder väljer returemballage istället för engångsemballage.

Vår returlåda har dessutom visat sig minska kross och därmed matsvinn, vilket är en av branschens stora miljöutmaningar.

Genom att returlådan har ventilation, och är stabilare i sin konstruktion har exempel visat att frukt och grönt behåller sin fräschör längre och inte påverkas i samma grad av att någon vara i försändelsen är dålig och börjat utveckla etylengaser som påverkar övriga varor, samt att vi sett att kross från ägg har minskat med upp till 70% för äggproducenter.

FSC Sverige

Vi tycker det är synd att inte krav på kundernas transportemballage inkluderas i kriterierna eftersom mycket träfiber används där och EU arbetar för att minska användningen av plastkassar. Det bör finnas poängkrav på papperskassar är FSC-märkta.

KTH

There is no difference between supermarkets which use natural refrigerants and high/low GWP synthetic refrigerants in this criteria document. However, I think it is important since the supermarket is to be called an "eco-labeled supermarket".

Konsumentverket

En fråga som har kommit upp hos oss är inköp via webbutik och svårigheter att se t ex det ekologiska och miljömärkta sortimentet samlat. Kan det vara möjligt som poängkrav i webbutik att samlat visa upp ekologiskt/miljömärkt sortiment utifrån t ex produkt kategorier?

Miljøstyrelsen

Indledningsvist skal Miljøstyrelsen foreslå at der opstilles støjkrav – eller i første omgang – frivillige point for støjkrav ved levering om natten/morgenen til en dagligvarebutik. Især i større byer udgør transport og levering af varer til butikker et større og større problem for de omkringboende. Med flere og flere svanemærkede butikker kan en eksponering af problemer med støj give Svanemærket imageproblemer.

Dernæst foreslår Miljøstyrelsen at – som minimum – at internetbutikker med levering til forbrugere skal overholde relevante transportkrav (fx baseret på de krav der stilles i Version 2), hvor internetbutikker skal overholde fx minimum 50 % af kravene. Det vil virke mærkeligt, at transportkrav ved levering direkte til forbrugerne ikke er omfattet. Årsagen til forslaget skal ses i lyset af, at Internetbutikker i mange tilfælde eller i særlig grad erstatter salg til forbrugere, der har cyklet/gået til og fra en fysisk butik. Hermed medfører flytning af forbrugerens køb fra fysisk butik til internetbutik til en miljøbelastning via transport.

FSC Danmark

Derudover bemærker vi, at der ikke stilles krav til poser til kundens transport. Her bør brugen af papir-poser over plastposer belønnes og der bør ligeledes være et kreditkrav om at disse papirposer er FSC-certificerede.

Finnish Grocery Trade Association and The Federation of Finnish Commerce and Trade

Gases for chilling: Some gases that have to be phased out by 2030 are missing (R404 and GWP 3800). They should be added?

S-Group/SOK, Finland

It could be good to add refrigerants in to the criteria, because HFCs (as R404, GWP 3800) are used many further years, they must be substituted by 2030 according the prolonged requirement.

Luonnonvarakeskus /Natural Resources Institute Finland

The importance of communicating environmentally more sustainable choices to consumers is a clear and good generic objective and within this background Luke considers procedure of labelling initiative interesting and important, and acknowledge important work of Nordic Eco-labelling.

Environmental issues are complex. However, we are well aware of that in the case of food products agricultural production dominates environmental impacts of food products and from the point of view of grocery stores environmentally sustainable sourcing and supply should be seen there as well. The most powerful way to decrease environmental impacts in this context is to enable consumers to do environmentally

less harmful choices – better, clearly more sustainable choices. Thus product labelling and criteria work should focus, when looking for essential environmental performance improvements and really the relevance of the entire initiative, issues on agricultural production and resource efficiency after agricultural production, and thus in resource efficiency (eliminating edible food waste retails as well as presented in your suggestion).

But in the scientific terms, considering food especially, what would be most sustainable sourcing, supply marketing? Firstly, the main issue within groceries would be (in the big picture) increasing supply and marketing of plants based products more largely, compared to the current situation, and next step would be the measurement of turnover increase within vegetables, fruits and berries and meals/products mainly based on these plant based products, compared to the total food sale. This would mean that contribution of product categories 1, 8 and 10 should be highlighted in the supply and marketing. (In the suggestion this is not the case in any level, unfortunately). Secondly, edible food waste should be decreased in the retails and energy efficiency should be improved step by step.

So the suggestion, in the product range topic, the new formula for the proportion of sales is not making any major change compared to the previous version, because here it is not taken account this major impact, choosing more or less between plant based and animal based products. From this point of view the entire concept this should be thought and executed and e.g. sales of sustainable fishing is not the big issue, when we do eat a lot of animal based products and level of fish is really low. In general, especially from nutritional point of view we should consume much more fish, in general. But in the bigger picture we should have increase of consumption of plant based products and proteins.

Key scientific critic: What it comes to the sales of organic products (as a criteria for environmentally friend product), the starting point of Swan labelling is not scientifically solid. Luke, former MTT, with SIK/SP from Sweden has raised this issue for Nordic eco-labelling already before, e.g. when we carried out feasibility study for bread and bakeries as a possible new Nordic ecolabel category. Scientifically we are not able to claim that organic food products would be in general more environmentally friendly compared to the conventionally produced alternatives. What we can say, is that from the eco-toxicity point of view organic products are much better compared to the conventional ones, and they are better for preserving biodiversity as well. However, in much broader environmental impact context and holistic approach we should use life cycle approach with multiple environmental impact categories. Based on the most recent scientific results and evidence (e.g. Meier et al. 2015, large review study), the fact is that life cycle assessment studies present that when comparing food products, most key environmental impacts (e.g. climate impact, eutrophication, acidification, land use, ozone formation, abiotic resources use) of food per quantity produced are usually higher in organic systems. While development of life cycle assessment methodology is still under development to compare conventional and organic production, current understanding with current models is rather clear, and a question whether products should organic or conventional is not key importance aspect from holistic environmental point of view.

What it comes to the O6 criteria, when amount of existing eco-labelled products are low within food products, the criteria is not feasible and essential, much more useful criteria would be sales of plant based products per sale of total sales or sales of animal based products.

Kuluttajaliitto ry /Konsumentförbundet rf

The social standards of the products and stimulation of the near-by production has not been considered in the criteria. These could be included in the criteria as at least for the bonus points.

Nordisk Miljømerking svarer

Om transport

I kriterienes tilhørende bakgrunnsdokument beskrives prioriteringen av de ulike miljøområdene for dagligvarebutikker. Her fremkommer det at miljøproblemene knyttet til transport (relevans) er høy, men at det ikke ansees å være et særlig potensial for forbedringer. Dessuten er det relativt begrenset hva butikkene selv kan gjøre med problemet – styrbareheten er lav. I bakgrunnsdokumentet har vi følgende beskrivelse av relevans, potensial og styrbarhet for 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.”

Nordisk Miljømerking har lang erfaring med å stille transportkrav – ikke bare i kriteriene for butikker, men også i kriteriene for andre produktgrupper. Og denne erfaringen har vist oss hvor utfordrende det er å stille gode krav på transportområdet som gir en faktisk miljøeffekt. Det begrensede potensialet, samt butikkens manglede styrbarhet, gjør at transport dessverre ikke er det området der Nordisk Miljømerking ser at en svanemerking gir den ønskede effekt. Og fordi vi ikke ønsker å ha med krav som kun er en administrativ byrde for søker og som ikke gir en positiv miljøeffekt, har Nordisk Miljømerking valgt å ikke ha med transportkrav i versjon 3 av disse

kriteriene. Det samme gjelder for internetbutikker – på tross av en noe bedre styrbarhet på siste leddet av transporten. Det har ikke lyktes Nordisk Miljømerking å finne litteratur som viser effekten av internetbutikker på transport. Flere scenarier er mulige. Dersom utkjøring av varer til kunder erstatter sykling/gange, så vil det medføre en økt miljøbelastning. Men det kan også tenkes at utkjøring erstatter kundens egen bruk av bil. I et slikt tilfelle kan en samkjøring gi mindre miljøbelastning dersom logistikken er optimalisert. Denne usikkerheten, sammen med et lavt potensiale, gjør at det heller ikke stilles krav til transport for internetbutikker er med i disse kriteriene.

Om returemballasje og fornybar emballasje

Et viktig fokus i denne revisjonen har vært å identifisere de mest sentrale miljøområdene for dagligvarebutikker, og derigjennom konsentrere kravene som stilles til disse delene av driften. Analysen har pekt ut sortiment, energi og avfall som de mest sentrale aspektene. Det betyr ikke at det ikke er mange andre områder der butikkene kan gjennomføre tiltak for å redusere sin miljøpåvirkning. Bruk av returemballasje er ett eksempel på et slikt positivt tiltak. Men det finnes også en mengde andre. Dersom en svanemerking skulle stille krav på alle disse områder, så ville en sertifiseringsprosess blitt så omstendelig at ordningen dessverre ville blitt lite attraktiv for bransjen.

Om kjølemedier

I kriterienes tilhørende bakgrunnsdokument har vi med følgende begrunnelsen for hvorfor vi ikke stiller krav på butikkens 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 forbyes da systemene lekker og må jevnlig etterfylles. Nordisk Miljømerking anser at Svanens krav ikke kommer til å være det som driver utviklingen fremover de kommende fem årene. Kravet er derfor tatt bort.»

Om kundeinformasjon om økologiske og miljømerkede varer

Et krav til informasjon om hvor kunden finner økologiske og miljømerkede varer for internetbutikker er vurdert i revisjonen. Derimot anser Nordisk Miljømerking av kravet på sortiment er drivende nok i seg selv. Dersom en butikk ønsker å selge mye økologiske og miljømerkede varer, så er merking av produktene et innlysende tiltak. Nordisk Miljømerking ønsker at svanemerkede butikker skiller seg ut i forhold til salg av økologiske og miljømerkede varer. Hvordan de skal få til dette, er derimot opp til den enkelte butikk.

Om støy

Nordisk Miljømerking er inneforstått med at støy er et alvorlig problem for mange mennesker i dagens samfunn. Dog er det vanskelig å utvikle gode støykrav til dagligvarebutikker som ville gitt en ønsket positiv effekt.

Om krav på salg av plantebaserte matvarer

En butikk har svært liten styrbarhet på om kunden ønsker kjøtt til middag eller om kunden vil ha noe vegetarisk. Og kravene som stilles til en svanemerket butikk må ta utgangspunkt i forhold der butikken selv kan gjøre noe aktivt for å bedre miljøeffekten driften av butikken har på miljøet. I forhold til krav på økologiske og miljømerkede varer, stiller dette seg noe annerledes fordi økologiske og miljømerkede varer erstattet andre tilsvarende varer. Også her har butikkene begrenset styrbarhet på valgene kunden gjør. Men gjennom å aktivt promotere de økologiske og miljøvennlige alternativene kan butikken bidra positivt til økt salg av mer bærekraftige produkter. Å kreve at butikker skal bedømmes etter deres kunders preferanser i matveien, ville derimot ikke vært i tråd med overnevnte prinsipp om at butikken skal ha styrbarhet på de områder Svanen stiller krav. Nordisk Miljømerking er dog inneforstått med betydningen av et mer plantebasert kosthold på de miljøkonsekvenser matproduksjon har. Derimot anser vi ikke at en positiv utvikling på dette området kan stimuleres gjennom Svanens kriterier for dagligvarebutikker.

Om nærproduserte varer

Å premiere salg av nærproduserte varer forutsetter en definisjon av hva nærprodusert er. Det kan by på store utfordringer – både teoretisk og praktisk i sertifiseringsprosessen. Et annet aspekt ved nærprodusert mat er at den ikke alltid medfører en positiv miljøeffekt. I noen tilfeller er innsatsfaktorene for å få til produksjon i et område så store at de mer enn oppveier for gevinsten i forhold til redusert transport.

Nordic Ecolabelling replies

On transport

The background document to the criteria describes the prioritisation of the various environmental areas for grocery stores. The document states that the environmental problems associated with transport (relevance) are high, but there is not considered to be any particular potential for improvement. In addition, the stores have relatively limited options for what they can do about the problem – steerability is low. The background document contains the following description of relevance, potential and steerability for transport:

“Transport can be divided up into transport of goods from wholesaler to store, and transport of goods from the store home to the customer.

When it comes to transport of goods to the store, the relevance ranges from high to low depending on the mode of transport used. Inward transport becomes less important when compared with the store’s other energy consumption and not least outward transport by the customers themselves. The relevance is high for transport from the store home to the customer. Most of the goods are transported by customers themselves and most of these drive their own car. An enormous number of kilometres are driven per store. For home delivery of goods to customers, the relevance is medium. Since one van delivers to several households, the environmental impact is less than when each individual customer drives their own car.

The potential for improvement is medium for both inward and outward transport. Some trucks have lower emissions than others. There are also trucks that run on

renewable fuels. The same is true for customers' cars and for the store's own vans for home deliveries. The latter is particularly relevant for internet stores that run a home delivery service.

Steerability is, however, extremely limited for almost all transport. In Nordic Ecolabelling's experience, the stores have little scope to influence the transport of goods from wholesalers. The customer's own choice of transport is also not something the store can control. Steerability is, however, good for the store's own vans."

Nordic Ecolabelling has extensive experience in setting transport requirements – not only in the criteria for stores, but also in the criteria for other product groups. This experience has shown us how challenging it is to set good requirements in the transport area that deliver real environmental gains. The limited potential and the stores' lack of steerability mean that transport is unfortunately not an area where Nordic Ecolabelling can see the Nordic Ecolabel having the desired effect. And because we do not wish to have requirements that are merely an administrative burden for applicants and do not deliver any positive environmental gains, Nordic Ecolabelling has chosen not to include transport requirements in version 3 of these criteria. The same applies to internet stores – despite steerability being rather better in the final part of the transport chain. Nordic Ecolabelling has not managed to find any literature showing the effect of internet stores on transport. Various scenarios are possible. If delivering the goods to customers replaces cycling/walking, it will contribute to an increased environmental impact. But it might also be the case that delivery replaces the customer's own car use. In such a case, delivering multiple orders can have a lower environment impact, if the logistics are optimised. This uncertainty, coupled with low potential, is why there are no transport requirements for internet stores in these criteria.

On returnable packaging and renewable packaging

In this revision, there has been a core focus on identifying the most significant environmental areas for grocery stores, and then on concentrating the requirements on these parts of the business. The analysis has identified product range, energy and waste as the key aspects. This does not mean there are not many other areas in which the stores can take action to reduce their environmental impact. Use of returnable packaging is one such positive measure. But there are also a host of others. If the Nordic Ecolabel entailed requirements in all these areas, the certification process would be so cumbersome that the scheme would cease to be attractive to the industry.

On refrigerants

The background document to the criteria includes the following justification of why we do not set requirements concerning the stores' refrigerants:

“Version 2 awarded points to stores that use refrigerants with low GWP values. From 2017, the supply of refrigerants with high GWP values will be limited due to an imposed quota system. From January 2020, there will be a ban on recharging with such refrigerants. In practice, this entails a general ban on their use, since the systems leak and must regularly be recharged. Nordic Ecolabelling realises that the requirements for the Nordic Ecolabel will not be the driving force behind

developments over the coming five years. The requirement has therefore been deleted.”

On customer information about organic and ecolabelled goods

A requirement aimed at internet stores, concerning information on how the customer can find organic and ecolabelled goods, was considered in this revision. However, Nordic Ecolabelling considers the product range requirement to be enough of a driver in itself. If a store wishes to sell large quantities of organic and ecolabelled goods labelling of the products is an obvious measure. Nordic Ecolabelling wishes Nordic Ecolabelled stores to stand out with regard to the sale of organic and ecolabelled goods. The way they achieve this, however, is up to the individual store.

On noise

Nordic Ecolabelling realises that noise is a serious problem for many people in today's society. It is, however, difficult to develop good noise requirements for grocery stores that will produce the desired positive effect.

On requirements for the sale of plant-based food products

The store has very little steerability over whether the customer wants meat for dinner or something vegetarian. And the requirements set for a Nordic Ecolabelled store have to focus on what the store itself can actively do to improve the impact that operating the store has on the environment. The situation is slightly different in relation to requirements concerning organic and ecolabelled goods, since these goods replace other equivalent goods. Here too, the stores have limited steerability over the choices that the customer makes. But by actively promoting the organic and ecofriendly alternatives, the store can contribute positively to increased sales of more sustainable products. Requiring stores to be judged according to their customers' food preferences would thus not be in line with the aforementioned principle that the store should have steerability over the areas in which the Nordic Ecolabel sets requirements. Nordic Ecolabelling is aware of the significance that a more plant-based diet has for the environmental consequences of food production. However, we do not see how a positive trend in this area can be stimulated through the criteria for the Nordic Ecolabelling of grocery stores.

On locally produced goods

Rewarding sales of locally produced goods requires a definition of what locally produced means. This can throw up major challenges – both theoretically and practically in the certification process. Another aspect of locally produced food is that it does not always bring positive environmental gains. In some cases, the inputs involved in achieving production in a particular area are so great that they more than outweigh the gains related to reduced transport.

6 Kommentarer til bakgrunnen, i detalj

KTH

In page 28/59 of the background documents, two stages are mentioned to calculate an energy index. Stage 1 is to calculate target energy consumption but it hasn't explained which refrigeration system is the considered as the reference to find the target value.

Folkhälsomyndigheten

Folkhälsomyndigheten ser positivt på initiativ som syftar till ett hållbart samhälle och en minskad negativ miljöpåverkan, vilket i förlängningen främjar människors hälsa. I remisshandlingarna omnämns inte människors hälsa specifikt. En kort skrivelse om kopplingen mellan miljö och hälsa kan med fördel läggas in i informationstexten. I övrigt har inte Folkhälsomyndigheten några synpunkter på innehållet.

Debio

Debio ønsker å gjøre oppmerksom på at vi også har en merkeordning for butikker som burde vært nevnt under kapittel 2.7 Andre merkeordninger.

Miljøstyrelsen

I afsnit 4.5.3 om matsvinn er der kun referencer til svenske undersøgelser om mængder og årsager til madspild i dagligvarebutikker. I den forbindelse vil Miljøstyrelsen gerne pege på den danske undersøgelse:

Miljøstyrelsen: Kortlægning af madaffald i servicesektoren, Undgå affald, stop spild nr. 5, 2014 samt eventuelt Miljøstyrelsen: Begræns madspild i detailhandlen, Undgå affald, stop spild nr. 6, 2014. <http://www2.mst.dk/Udgiv/publikationer/2014/05/978-87-93178-52-6.pdf>

Rapporten har dog ikke foretaget miljøvurderinger, som den svenske. Svenskerne finder, at kun 7 % af det samlede madspild kommer fra detailhandlen, mens vi i DK finder 163.000 tons/år svarende til 23% af det samlede madspild.

S-Group/SOK, Finland

S-Goup is lacking on the diagram, Figur 1, p.14.

Lead/BREEAM, p. 17. The one Prisma grocery store ha BREEAM classification (<http://www.gbig.org/activities/breeam-breeam-0036-9058>)

Some terms in the background document have not been translated.

Nordisk Miljømerking svarer

Om referansesystem i energiverktøyet

Beregningen av referanseverdien utgår ikke fra et spesikt system. Måltallet tar utgangspunkt i at butikken har et bra (men ikke toppmoderne) energisystem som fungerer som det skal.

Om koblingen mellom mat og helse

Nordisk Miljømerking er inneforstått med koblingen mellom miljø og helse og har i flere kravdokumenter kriterer som kan relateres spesifikt til helse. Derimot vil en tekst som forklarer en slik kobling bli litt for generell for bakgrunnsdokumentet til dagligvarebutikker og ikke tjene hensikten med dokumentet. Hensikten med

bakgrunnsdokumentet er å begrunne kravnivåene og hvorfor kravene er stilt som de er.

Om matsvinn

Også i Norge er bidraget av matsvinn fra dagligvarehandelen større enn i Sverige – Matvett rapporterer om at omtrent 19 % av det totale matsvinnet oppstår her. For å illustrere de nordiske forskjellene har vi etter høring supplert med tall for Norge og Danmark i bakgrunnsdokumentet.

Om andre sertifiseringsordninger

Debios sertifisering av dagligvarebutikker etter systemet for valørmerkene bronse, gull og sølv er også lagt inn i beskrivelsen av andre merkeordningssystemer i bakgrunnsdokumentet. BREEAM er et sertifiseringssystem for bygget og ikke for driften av butikken.

Om oversikten som viser dagligvarebransjen i Norden

Figuren er tatt ut av dokumentet. Både fordi den ikke omtalte S-gruppen og fordi den representerer relativt gamle og utdaterte tall fra 2013. S-gruppens markedsandeler er beskrevet i teksten om det finske markedet.

Nordic Ecolabelling replies

On the reference system in the energy tool

The calculation of the reference value is not based on a specific system. The figure assumes that the store has a good (but not ultramodern) energy system that functions properly.

On the link between food and health

Nordic Ecolabelling appreciates the link between environment and health, and several criteria documents contain requirements that can be related specifically to health. However, a text explaining such a link would be a little too general for the background document for grocery stores and would not serve the purpose of the document. The purpose of the background document is to justify the requirement levels and explain why the requirements have been set in this way.

On food waste

In Norway too, the proportion of food waste from the grocery sector is greater than in Sweden – Matvett reports that around 19% of total food waste occurs here. Following the consultation, we have added figures for Norway and Denmark to the background document in order to illustrate the Nordic differences.

On other certification schemes

Debio's certification of grocery stores according to a system of grading labels – gold, silver and bronze – has also been included in the description of other labelling schemes in the background document. BREEAM is a certification system for the building and not for the operation of the store.

On the overview of the grocery sector in the Nordic region

The figure has been removed from the document. This is because it did not include S-gruppen and because it represents relatively old and outdated figures from 2013. S-gruppen's market share is described in the text about the Finnish market.

7 Diskusjon og sluttsatser

På bakgrunn av inkomne høringssvar har det blitt gjort endringer i de fleste av kravene. Tabellen under viser hva disse endringene omfatter.

Krav-nummer	Krav	Endring etter høring
Obligatoriske krav		
O1	Andel dagligvare av total omsetning	Det er lagt til en presisering av at tobakk og snus ikke skal inkluderes i total omsetning av dagligvarer.
O2	Sortimentsbredde	Tabellen over ulike produktkategorier er noe justert. Dyrefôr har tilkommet som ny kategori, mens andre er tatt bort fordi de er definert som spesialprodukter.
O3	Vedlikehold av lisens	Kravet er helt omarbeidet. Det fokuseres i større grad på at lisensinnehaver plikter å gjennomgå sin virksomhet med tanke på Svanens krav en gang i året. Hvilke områder som skal gjennomgås er presisert. Nordisk Miljømerking kan kontrollere opplysningene.
O4	Ansvarlige personer	Det er lagt til en presisering om at den ansvarlige personen også er ansvarlig for at den årlige gjennomgangen gjennomføres.
O5	Salg av økologisk mat og drikke og produkter fra bærekraftig fiske	Et alternativt delkrav er lagt til som går på sortimentsbredde. Nivåene er justert noe ned i delkravet for salgsandel slik at det skal kunne gå an å ta poeng i P1. Det er lagt til en presisering av at tobakk og snus ikke skal inkluderes i total omsetning av mat og drikke.
O6	Salg av miljømerkede forbruksartikler	Et alternativt delkrav er lagt til som går på sortimentsbredde. Det er lagt til en presisering av at tobakk og snus ikke skal inkluderes i total omsetning av forbruksartikler.
O7	Salg av miljømerkede spesialprodukter	Tekstilprodukter merket med GOTS og TV, PC, skjerm og skrivere merket med Blaue Engel regnes som miljømerkede spesialprodukter.
O8	Index for energieffektivitet	Det finske særkravet er justert slik at kravgrensen varierer med butikkens størrelse.
O9	Restavfall	Det er lagt til en presisering om at matavfall skal regnes som restavfall dersom det går til deponi eller forbrenning.
O10	Matsvinn	Definisjonen av matsvinn er endret.
O11	Miljømerkede forbruksartikler og tjenester	Kravet er omarbeidet. Det er nå lagt opp til at alle må kjøpe inn varer fra minst 3 av kategoriene – samtlige sidestilles. For Finland er nivået 2.
O12	Butikkens totale poengsum	Fordi det er kommet til et nytt poengkrav er den totale poengsummen økt fra 60 til 63 poeng. Antall poeng butikken må oppnå er nedjustert fra 25 til 23.
Poengkrav		
P1	Høyt salg av økologiske produkter og produkter fra bærekraftig fiske	Se O5.
P2	Høyt salg av miljømerkede forbruksartikler	Se O6.
P3	God energieffektivitet	Se O8.
P4	Lite restavfall	Se O9.
P5	Avfallssortering	Noen fraksjoner er tatt bort, andre er lagt til. Det er lagt til en presisering om at dersom noen av fraksjoner sorteres sammen (eksempelvis glass og metall), skal dette regnes som to fraksjoner så lenge de senere separeres og gjenvinnes av avfallsentreprenør.

Nordisk Miljømerking
079/versjon 3
14. juni 2016

P6	Lite matsvinn	Det er lagt til flere tiltak som premieres i tabellen. Antall poeng det enkelte tiltak premieres med er justert.
P7	Høyt innkjøp av miljømerkede forbruksartikler og tjenester	Kravet er nytt og tatt med for å premiere de butikker som kjøper inn mer miljømerkede forbruksartikler og tjenester enn det som er presisert i O11.