



Seriöst Tryggt  
KraV Framtid  
Välkänt Säkert Grönt  
Svan Kvalitet  
Miljö Känt Ansvar  
Trovärdigt Tryggt God Miljö  
Grönt Kostnader Seriöst Bra  
ryggt Kvalitet KraV Säkert KraV  
rtifiering Rent Svan Hållbar  
ramtid Svan Miljö Kvalite  
Känt Välkänt Säkert Hållbart  
tnader Känt Ansvar Go  
värdigt Svan Hållbar  
ngt Seriöst

# Års- & hållbarhets- redovisning 2014

# Innehåll

Året i korthet.....	3
Vd-ordet.....	4
Miljömärkning Sveriges verksamhet.....	6
Affärsmål som håller.....	6
Svanens nätverk för inköp med omtanke.....	8
Intressentdialog.....	10
Kunden i fokus.....	12
Två ledande miljömärken – Svanen och EU-Blomman.....	16
Miljöplattformen.....	18
Produktutvecklingen.....	20
Kriterieutveckling 2014.....	21
Giltiga kriterier 2014.....	22
Hållbarhet – vår kärna.....	24
Nytt kontor och arbetssätt.....	28
Väsentlighetsanalys.....	29
GRI-Index.....	30
Revisors rapport.....	32
Förvaltningsberättelse.....	34
Resultat- och balansräkning.....	37–39
Noter.....	40–46
Revisionsberättelse.....	47
Bolagsstyrningsrapport.....	48

Fotograf: Fredrik Hjerling

Omslagsbild: Bilden visar de ord som Svanens kunder förknippade med Svanenmärkning i kundnöjdhetsundersökningen 2014.



# Året i korthet

## I november 2014 firade Nordisk Miljömärkning 25 år.

Från en blygsam start de första åren har Svanen nu kriterier för hela 58 olika produktområden och tiotusentals miljömärkta varor och tjänster på den svenska marknaden.

Det ger konsumenter ett brett urval av produkter att välja mellan, och goda möjligheter att påverka utvecklingen i en mer hållbar riktning.

Året präglades av fortsatta framgångar inom husmarknaden, städtjänster och fordonstvättar med flera och större licenser. Dessa områden avspeglar både producenternas och allmänhetens intresse för fler miljömärkta val på marknaden. Intäkter från EU-Blomman ökade tack vare ett antal nya licenser och ett nytt avgiftssystem.

Sommarens höjdpunkt blev inflyttning till nya lokaler. En multi-aktivitetsmiljö med olika arbetsmiljöer, fri sittning och högre grad av digitalisering, ger personalen en större flexibilitet och frihet. Under julimånaden ordnades flera seminarier i Almedalsveckan med fokus på varumärkesfrågor, offentlig upphandling och giftfri miljö, som vi gjorde tillsammans med många licensinnehavare, politiker och opinionsbildare.

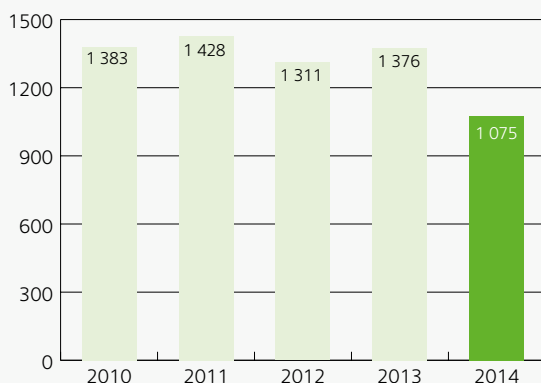
Vi höjer regelbundet miljökraven i våra kriterier. Under 2014 skärptes kriterierna för bland annat tryckerierna. Detta ledde till ett stort licenstapp för Svanen. Många kunder arbetar dock för att återigen klara kraven.

Under hösten genomfördes en kundnöjdhetsundersökning. Resultatet visar att kunderna är nöjda med sin Svanenlicens, och att 70 % av våra licensinnehavare rekommenderar en Svanenmärkning till andra företag.

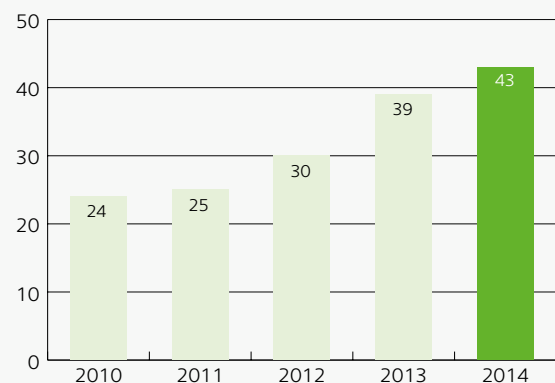
En viktig del av vårt framtida arbete blir att säkra kundernas nöjdhet med miljömärkningen, så att de fortsätter att miljöanpassa sin produktion och erbjuda konsumenterna ett gott utbud av miljömärkta produkter.

Under året beslutade den Nordiska Miljömärkningen att starta kriterieutveckling av aktiefonder. Ett förslag till kriterier tas fram under 2015. Intresset är stort för att kunna välja Svanenmärkta aktiefonder och vi ser fram emot att få bidra till en hållbar utveckling inom denna del av den finansiella marknaden.

**Antal Svanenlicenser**



**Antal EU-Blomman-licenser**



# Rädda världen lite grann varje dag

Nu har det gått 25 år sedan Nordiska Ministerrådet beslutade att initiera en nordisk miljömärkning, Svanen.

Ser man i backspegeln så är det min övertygelse att Svanen bidragit rejält till minskad miljöpåverkan av konsumtion i Norden, och samtidigt ökat konsumenters kunskap och engagemang för miljöfrågor samt hjälpt vårt näringsliv till ett bättre hållbarhetsarbete – och därmed bättre konkurrenskraft.

Vårt jubileumsår blev för oss ett varumärkesår, på många olika sätt. Miljömärkning bygger på att konsumenter och inköpare lätt kan känna igen och relatera till det märke som pryder varor och tjänster på den öppna marknaden. Och producenter ska attraheras av möjligheten att få använda märket och därmed vilja anpassa sina produkter mot märkningens krav.

Ett inslag i våra märkningar är också att successivt höja kraven så att endast de bästa på marknaden kan klara dem. Det var vad vi gjorde under 2014 för två av Svanens största produktområden, hotell och tryckerier. Det är ett stort, komplext och tidskrävande arbete för våra licensinnehavare att återerövra sin märkning, att klara de höjda kraven, och inte minst att kunna dokumentera detta. Ska de vara beredda att gå igenom det arbetet och göra de investeringar som krävs, måste de också kunna räkna hem detta mot bättre försäljning, kundrelationer och image. Då måste vårt varumärke vara attraktivt och starkt.

Vi bjöd därför in våra kunder för att tillsammans planera och finansiera en kampanj för Svanen och för att ytterligare lyfta människors engagemang för miljön och deras vilja att välja rätt. Genom utomhusreklam och under parollen "Rädda världen lite grann varje dag" vill vi nå ut till alla människor och skapa kunskap, tillit och

engagemang. Kampanjen presenterades för våra licensinnehavare i november och fick ett mycket positivt mottagande. Vid årsskiftet rullade kampanjen ut, och nu följs den upp med PR-insatser och marknadsaktiviteter, av oss och av många av våra licensinnehavare och nätverksmedlemmar. Kampanjen ska fortsätta att utvecklas under de närmaste tre åren.

Vi måste också som organisation och som medarbetare, vara och leva våra varumärken. En ny varumärkesplattform med profil, värdegrund och strategi är etablerad. Och under sommaren flyttade vi till nya lokaler, med miljömärkta möbler och inredningar. Vi har nu ett flexibelt kontor där vi kan möta marknadsaktörer med stolthet och framtidstro; vi har växt, utvecklats och redan uppnått goda resultat – och mer är på gång!

Ett starkt varumärke är attraktivt, och kan användas effektivt på flera områden om det används rätt. Efter visat intresse från finansbranschen gjorde vi därför under året en förstudie på att eventuellt miljömärka aktiefonder eller fondförvaltning. Potentialen är stor, så också komplexiteten. Men vi ser goda möjligheter att få ihop svår och omfattande information i ett märke, som omedelbart kan få sparas och investerare acceptans, vilket visar på styrkan i vårt system och våra miljömärken.

Svanen och EU-Blomman fortsätter att leva parallellt, men hos oss integrerat. Synergierna är flera och samarbetet gott. Svanens starka varumärke och stora kampanjer drar med sig det mindre kända märket, och ökar trovärdigheten även för EU-Blomman. För oss är det ingen intressekonflikt att hantera två system; de vänder sig delvis till olika företag och olika produkter,



men står för samma instrument och mål. Nu när också avgifterna är relativt lika, kan vi likvärdigt erbjuda marknaden två märken, allt efter företagets behov, marknad och strategi.

Välkommen att ta del av vår årsredovisning, som också är vår hållbarhetsredovisning. Det ligger naturligt för oss att helt integrera hållbarhetsarbetet i våra rutiner, policyer och produkter. Att bidra till hållbar konsumtion och produktion är vårt uppdrag, och strategiskt integrerar vi det i all vår verksamhet, från val av pro-

duktgrupper för miljömärkning till färdiga kriterier och marknadsföring.

Trevlig läsning! Och glöm nu inte vikten av att varje dag göra handlingar som tillsammans över tid, och med alla andra människors goda val, räddar världen lite grann.

Ragnar Unge,  
vd, Miljömärkning Sverige

# Miljömärkning Sveriges verksamhet

På uppdrag av regeringen ansvarar Miljömärkning Sverige AB för den officiella nordiska miljömärkningen Svanen och dess europeiska motsvarighet, EU-Blomman, på den svenska marknaden.

Syftet med miljömärkningarna Svanen och EU-Blomman är att hjälpa människor att välja rätt produkter ur miljösynpunkt. Miljömärkningarna ska reducera miljöbelastningen från varor och tjänster och bidra till arbetet för en mer hållbar produktion och konsumtion. Miljömärkning Sverige ska bidra till att Sveriges övergripande mål för konsumentpolitik uppfylls, det vill säga "att konsumenterna har makt och möjlighet att göra aktiva val".

Bolagets verksamhet ska genomsyras av transparens och ett öppet arbetssätt. Detta uppnås genom att ha en svensk, en nordisk och en europeisk miljömärkningsnämnd. Miljömärkningen involverar breda intressentgrupper och har ett brett remissförfarande.

Bolagets strategi för att bidra till en hållbar konsumtion och produktion är att välja, ur miljösynpunkt, viktiga produktområden som kan miljömärkas med Svanen och EU-Blomman. Detta görs genom den nordiska och europeiska miljömärkningens organisation, där Miljömärkning Sverige AB ingår. Genom att ta fram kriterier för en mängd olika produktområden och samtidigt öka efterfrågan på Svanen- och EU-Blommanmärkta produkter driver bolaget arbetet med att få fler företag att licensiera sina produkter. Genom sin köpkraft kan konsumenten påverka utvecklingen.

Bolaget ansvarar för produktveckling (kriterieutveckling), licensiering och marknadsföring av både Svanen och EU-Blomman på den svenska marknaden. Bolaget har ingen verksamhet i något annat land.

## Affärsmål som håller

Miljömärkning Sveriges ägare (staten) och vår omvärld i form av intressenter (producenter, handeln, konsumenter, inköpare, myndigheter och organisationer) ser resultatet av bolagets arbete som det primära området att sätta hållbarhetsmål på. Styrelsen för Miljömärkning Sverige har därför beslutat att följande tre övergripande hållbarhetsmål ska gälla för perioden 2014–2016:

**Affären:** Miljömärkningens licensintäkter, som speglar försäljningen av miljömärkta produkter, ska öka med 10 procent under de tre åren. 2016 ska bolaget ha ett eget kapital motsvarande 33 procent av totala omsättningen.

Intäktsmålet visar på miljömärkningens fortsatta framgång och är en indikation på minskad miljöbelastning. Licensintäkterna är ofta direkt proportionella mot omsättningen av miljömärkta produkter på den svenska marknaden. Intäkterna ger ökade möjligheter att utveckla verksamheten och ta fram miljökriterier på fler områden. Målet om det egna kapitalet ger en stabil grund för framtiden och visar att Miljömärkning Sverige, trots ökad verksamhet, inte väsentligen minskat det egna kapitalet och därmed har fortsatt gott oberoende. Under tre år ska Miljömärkningens licensintäkter öka med 10 procent. Ökningen blev 1 % för 2014 jämfört med 2013.

**Planeten:** 1000 licenser (företag) uppfyller och är kontrollerade gentemot EU-Blommans eller Svanens reviderade och skärpta krav.



**Affären, Planeten och Människan. Miljömärkning Sverige AB:s mål inom dessa nyckelområden visas på bilden.**

Licensmålet visar på miljömärkningens förmåga och resultat, och har bäring på följande processer:

- Kontinuerlig revidering av befintliga kriteriedokument höjning av miljökraven.
- Kundnöjdhet, så att företag med Svanen och EU-Blommanlicenser finner det lönsamt att använda "miljö" som konkurrensmedel. Företag ska också ha förbättrat sin produktion i förhållande till miljömärkningens nya krav.
- Bra hantering av licensansökningar och leverera licenser i tid så att konsumenter och inköpare får fler miljömärkta produkter, mot högre ställda krav, att välja bland.

1000 licenser innebär att det finns många företag som omprövar och klarar Svanens och EU-Blommans nya reviderade kriterier under de kommande två åren. För 2014 var målet 400 licenser mot nya reviderade krav, och utfallet blev 180. Förlängda kriterier, och därmed även förlängda licenser, gjorde att omprövningar delvis uppskötts till 2015. Ett IT-baserat stödsystem för licensiering uppvisade brister, vilket ledde till längre handläggningstid än beräknat.

**Människan:** Sociala krav (utöver lagstiftning) införs i våra miljömärkningskriterier för ytterligare minst 10 produktgrupper (branscher).

Hållbarhetsmålen är framtagna i samarbete med ägare, styrelse, intressenter, kunder och personal. Med dessa mål styrs verksamheten mot de mål som ägaren, staten, har satt upp. De skapar även ett verktyg för

framtida utveckling. De tre målen fungerar även som utgångspunkt i bolagets övergripande verksamhetsplan för att helt integrera dem i verksamheten.

Det sociala målet har valts med förhoppningen om att miljömärkningens successivt ska bli mer holistisk och omfatta fler hållbarhetsaspekter. Målet visar huruvida Miljömärkning Sverige lyckats påverka Svanen och EU-Blommans internationella beslutsstruktur att öka omfånget av kriterierna att även inkludera sociala krav. I början av året hade Svanen 11 produktgrupper där det ingick sociala krav utöver lagstiftningskrav. Under 2014 reviderades 11 produktgrupper. För samtliga av dessa produktgrupper gjordes bedömningen att det inte fanns möjlighet eller styrning som motiverade att lyfta in sociala krav utöver lagstiftningsnivå. I tre av de reviderade produktgrupperna (golv, fönster och ytterdörrar samt fetttäta papper) skärptes dock kravet på procentandel certifierad träråvara (andel FSC och/ eller PEFC-certifierad råvara som är de internationellt vedertagna certifieringsordningarna). Detta skapar indirekt en efterfrågan på certifierat virke från standarder som ska ha beaktat sociala frågor vid framtagandet.

## Svanens nätverk för inköp med omtanke

Som ett led i marknadsföringen av Svanen och EU-Blomman på den svenska marknaden, har bolaget initierat Svanens nätverk för inköp med omtanke. Detta nätverk är Miljömärkning Sveriges viktigaste kanal för att skapa efterfrågan på B2B-marknaden för miljömärkta varor och tjänster. Syftet är att öka försäljningen hos licensinnehavare samtidigt som det ger nätverksmedlemmarna möjlighet att göra mer hållbara affärer med varandra.

Varje år i februari genomförs en enkätundersökning bland nätverksmedlemmarna. De vanligaste inköpta, miljömärkta produkterna bland nätverksföretagen är: mjukpapper, kuvert, hygienprodukter, kopieringspapper och rengöringsmedel. Under 2014 redovisade 21 procent att de anlitar en Svanenmärkt städtjänst.

Inom Svanens nätverk organiseras träffar för att få igång en diskussion om vikten av att köpa in miljömärkta varor och tjänster till kontorsverksamhet. Nätverket stimulerar företag att införa en miljö- och inköpspolicy där inköp av miljömärkta produkter står i centrum. Ett annat syfte är att underlätta affärskontakter mellan licensinnehavare och nätverksmedlemmar. Nästan 30 procent svarade 2014 att de fått nya affärskontakter (2013 var svaret 19 procent).

I dag är 264 företag medlemmar i Svanens nätverk. Av dessa är 17 statliga bolag. Alla medlemmarna har ett gemensamt mål – att utvecklas i sitt miljöarbete med fokus på inköp.

## Omvärlden och intressenter

I Miljömärkning Sveriges kvalitets- och miljöpolicy slås fast att om en trovärdig miljömärkning ska kunna erbjudas som bästa redskap för miljömärkta produktval, måste en dialog föras med bolagets intressenter. De viktigaste intressenterna har även de hållbar utveckling på sin agenda. För ett bolag som Miljömärkning Sverige finns en mängd olika intressegrupper: de egna anställda, licensinnehavare (Miljömärkning Sverige AB:s kunder som har licenser för Svanen och/eller EU-Blomman), företag som vill ansöka om Svanen och/eller EU-Blomman, ideella och miljöorganisationer samt utomstående verk och myndigheter som har synpunkter på de miljökrav som tas fram i kriteriedokumentet.

Förutom licensinnehavare och övriga nämnda intressentgrupper, är följande grupper också identifierade som viktiga intressegrupper: medlemmar i Svanens nätverk för inköp med omtanke, politiker, opinionsbildare, medier, miljöorganisationer, statliga bolag, allmänheten som är intresserad av miljöfrågor samt övriga intresseföreningar som har fokus på miljöfrågor.

Miljömärkning Sverige för kontinuerligt en dialog med intressenterna om kriterieutveckling, licensieringsfrågor och marknadsföring. Årligen revideras kriterier inom ett antal produktområden och det är då angeläget att, innan kriterierna beslutas av den nordiska miljömärkningsnämnden, få in synpunkter från intressenterna. Därför skickas ett remissbrev med bifogat kriteriedokument ut till berörda intressenter och remisserna publiceras även på [www.svanen.se](http://www.svanen.se).

# 96

*Andel svenskar som känner igen Svanenmärket är 96 %.*



Åsa Romson, miljöminister (MP), håller ett föredrag vid Svanens seminarium i Almedalen om Giftfri förskola.



Ett annat viktigt forum är de referensmöten som miljömärkningen organiserar tillsammans med berörda branscher för att diskutera licensierings- och marknadsfrågor. Under 2014 träffades representanter från hotellbranschen för att diskutera revideringen av kriterierna och gemensam marknadsföring.

### Kommunikation

Via hemsidan kan den som önskar kontakta Miljömärkning Sverige (info@svanen.se) hitta nya licensierade varor och tjänster, läsa pressinformation och nyhetsartiklar, prenumerera på webbnyheter med mera. Här kan även våra intressenter skicka in förslag på nya produktgrupper. Under året fick vi in ett tiotal förslag på produkter som skulle kunna Svanenmärkas. Tre förslag; skolor, handverktyg och isoleringsmaterial bedömdes som extra intressanta och har gått vidare för utredning under 2015.

Nyheter skickas löpande till utvalda medier (t ex allmänna medier, facktidningar, miljötidningar) för att sprida information om vår verksamhet. Bolaget har ständig kontakt med journalister i syfte att med deras hjälp sprida information om Svanen och EU-Blomman. Under hösten 2014 pågick arbetet med att lansera en ny hemsida, som publiceras i januari 2015.

En central roll i Svanens kommunikationsarbete är sociala medier. Svanen har egna sidor på Facebook, Instagram och LinkedIn samt ett twitterkonto. Via dessa kanaler finns möjligheter att föra en dialog med tusentals följare.

Flera gånger per år arrangeras seminarier för kunderna, med syftet att sprida kunskap om miljömärkta varor och tjänster. Seminarierna tar även upp aktuella ämnen som t ex varumärkesutveckling, marknadsföring, sociala medier samt inköp och upphandling. Till dessa seminarier är licensinnehavare, nätverksmedlemmar och andra berörda som visat intresse för miljömärkningsfrågor, välkomna. Under 2014 användes webinarier som ett sätt att kommunicera med både nätverksmedlemmar och licensinnehavare om aktuella ämnen

2014 anordnades flera seminarier under den så kallade Almedalsveckan på Gotland. Fokus på dessa var offentlig upphandling, giftfri miljö samt varumärkesfrågor.

Miljömärkning Sverige AB tog initiativet till ett samarbete med KRAV, Bra Miljöval, MSC, TCO Development och Fairtrade för att uppmana kommuner och landsting att använda den offentliga upphandlingen för att nå sina miljömål. I samband med seminariet Modupp#2020 i Almedalen utmanades landets kommuner om att 50 procent av deras inköp ska utgöras av miljömärkta varor till år 2020. Under året antog sex kommuner utmaningen. Arbetet fortsätter under 2015.

Flera gånger om året skickas en marknadsrapport ut till licensinnehavare för att hålla dem uppdaterade om Miljömärkning Sveriges marknads- och pr-aktiviteter. Via den regelbundna kundnöjdhetsundersökningen får vi feedback från våra kunder med förslag på förbättringar och tips på i vilken riktning vi bör utveckla verksamheten.

86

*86 % är andelen företag som säger att deras produkter fortfarande är Svanenmärkta om 3 år.*

*\*) AQ Analys 2014.*



*Ragnar Unge, vd Miljömärkning Sverige, leder ett seminarium i Almedalen.*

## Intressentdialog

Att föra en kontinuerlig dialog med intressenterna är en väsentlig del i Miljömärkning Sverige AB:s verksamhet. Med starka miljömärken som berör många människor, företag och organisationer är kommunikation och dialog centralt för vår möjlighet att bidra till en mer hållbar konsumtion och produktion.

De viktigaste intressentgrupperna är ägare, styrelse och nämnd, medarbetare, kunder (licensinnehavare), verk och myndigheter, leverantörer, samt ett antal miljö- och ideella organisationer.

### Ägare

#### Fokusområden

- Ett nordiskt integrerat och strategiskt hållbarhetsarbete med utveckling av miljömärkningskriterier
- Långsiktig lönsamhet för bolaget och våra kunder

#### Exempel på dialoger/aktiviteter för hållbarhet

- Årlig styrelsuppföljning av styrning, risker och möjligheter
- Deltagande i regeringens samrådsgrupp för att främja svenska företags arbete med hållbarhet och stärka Svanens nätverk för inköp med omtanke
- Uppföljning av ISO 14024
- Informations- och utbildningsaktiviteter med personalen, nätverksmedlemmar och kunder
- Svar på remisser
- Utbildningar för personal och kunder
- Fortsatt arbete med att utveckla kriterier, nya såväl som att uppdatera befintliga.

### Styrelsen och nämnden

#### Fokusområden

- Utveckling av kriterier
- Långsiktiga strategier för medarbetare och kunder
- Uppföljning av ISO 14024
- Miljöaspekter
- Livscykelperspektiv

#### Exempel på dialoger/aktiviteter för hållbarhet

- Nordiskt kriteriearbete
- Verksamhetsplaner
- HR- miljö- och kvalitetspolicyer
- Kundenkäter
- Marknadsundersökningar
- Uppföljning av nordiska möten inom tre processer kriterieutveckling, licensiering och marknad och kommunikation enheter.

### Medarbetare

#### Fokusområden

- Möjlighet till kompetens- och karriärutveckling
- Gott ledarskap
- Bra arbetsmiljö
- Mångfald och jämställdhet
- Code of Conduct policyer

#### Exempel på dialoger/aktiviteter

- Nordiska medarbetarundersökningar vartannat år
- Utvecklings- och medarbetarsamtal
- Utbildningsinsatser
- Delaktighet i verksamhetsplanering och beslut
- Tydliga mål och uppföljning
- Seminarier, föreläsningar och workshops för personalen
- Ledningsgruppen ansvarar för policyer och implementering av policyer
- Värdebaserat ledarskap
- Förebyggande friskvård
- Svenska och nordiska samordningsmöten

### Kunder

#### Fokusområden

- Kriterier
- Lönsamhet och miljöarbete
- Marknadsföring och kommunikation till kunder och marknad
- Positionering av miljömärkena på marknaden
- Livscykelperspektiv
- Miljöaspekter
- Klimatförändringar
- Hälsosam livsstil

#### Exempel på dialoger/aktiviteter

- Remisser angående kriterierna till berörda grupper
- Externa arbetsgrupper och seminarier inom kriterieutveckling
- Kundmöten och återkoppling angående kriterier och marknadsföring
- Utbildningar i Svanens miljöplattform
- Deltagande i bransch- eller intressesammanslutningar, ex. Swedish Green Building Council (SGBC), Marknadsföringen, Social Venture Network (SVN )
- Information på Svanens hemsidor
- Aktivt medverkande i Svanens sociala medier
- Nyhetsbrev via webben
- Marknadshjälp till kunder
- Webbaserade verktyg för att underlätta licensansökningar

- Stark närvaro i sociala medier (Facebook, Twitter, Instagram, LinkedIn)
- Seminarier och webinarier
- Nordiska kund- och varumärkesundersökningar
- Marknadskampanjer och kundenkäter

### Myndigheter

*Nyckelfrågor för myndigheter och verk*

- Miljö- och kvalitetsledning
- Utveckling av kriterier
- Stöd för hållbara inköp

*Exempel på dialoger/aktiviteter för att hantera dessa frågor*

- Svar på remisser
- Intressentdialoger på olika hållbarhetsteman med webinarier och seminarier
- Möten med myndigheter, forskare och politiker till exempel under Almedalsveckan
- Nätverk för hållbara inköp och råd vid offentlig upphandling

### Leverantörer

*Nyckelfrågor för leverantörsrelationer*

- Ansvarsfulla inköp
- Svanens miljöplattform
- Klimatpåverkan

*Exempel på dialoger/aktiviteter mot leverantörer*

- Svanens inköbspolicy
- Utbildningar i miljöfrågor
- Leverantörskontakter

- Aktiviteter för att behålla och stärka Svanens nätverk för inköp med omtanke
- Utbildningar i Svanens miljöplattform

### Miljö- och ideella organisationer

*Nyckelfrågor*

- Miljöaspekter
- Livscykelperspektiv
- Marknads- och kommunikation om miljöfrågor och miljömärken

*Exempel på dialoger/aktiviteter mot dessa organisationer*

- Kriterier och remisser
- Nyhetsbrev via webben
- Marknadsförings- och kommunikationsinsatser
- Gemensamma seminarier och webinarier
- Nyhetsbrev
- Informationsinsatser via sociala medier
- Inbjudningar till seminarier



*Miljömärkning Sverige AB lanserar ny hemsida i januari 2015 för att förbättra sin kommunikation med konsumenterna.*

# Kunden i fokus

Nöjda kunder är förutsättning för framgång. Kundnöjdhetsundersökningar är ett sätt för Miljömärknig Sverige att ta reda på vad licensinnehavare anser om kriterier, servicenivå och marknadsfrågor.

Miljömärkning Sverige AB kommer från och med 2014 att genomföra en årlig kundnöjdhetsundersökning för att ta reda på hur kunderna upplever Svanenmärkningen. Detta inkluderar även de kunder som har en EU-Blomman licens. Resultatet används till internt utvecklingsarbete och som underlag för att förbättra bolagets kundkommunikation. Undersökningen ger möjlighet att fånga upp signaler från kunderna om vad som fungerar bra och mindre bra och därefter utveckla verksamheten så att de vill fortsätta att vara miljömärkta många år framåt i tiden. Därmed är undersökningen ett av bolagets viktigaste verktyg för att upprätthålla och utöka antalet licenser.

Under hösten 2014 skickades en webbenkät till Svanens kunder ut genom företaget AQ Analys. Undersökningen visar att de främsta anledningarna till att företag väljer att satsa på en Svanenmärkning är att de tycker att det är ett trovärdigt sätt att profilera företaget som miljömedvetet, att de vill medverka till och ta ansvar för en bättre miljö samt för att det finns ett krav från marknaden.

För första gången använde Miljömärkning Sverige Svenskt Kvalitetsindex som är den vanligaste modellen för att mäta kundnöjdhet i Sverige. Med hjälp av standardiserade frågor mäts ett värde upp för både hur nöjda kunder är, s k Nöjd Kund Index (NKI) och hur lojala de är, s k Loyal Kund Index (LKI).

Undersökningen visar att Svanens NKI ligger på 67, vilket anses vara ett bra resultat, men Svanen siktade på ett NKI-värde på 72 som mål 2014. Då en av produktgrupperna med flest respondenter, tryckerier, har lägst NKI-värde, har de dragit ner det totala medelvärdet. Att tryckerier har ett lågt NKI beror på att de är mitt

inne i en omprövning av sina licenser, och då varken de nya skärpta kraven för tryckerier eller det nya elektroniska ansökningsverktyget MSA fungerat optimalt har många tryckerier upplevt problem vid ansökningen. För att säkerställa att tryckerierna fortsätter arbeta med miljömärkningen ser bolaget över de delarna av tryckerikriterierna som ställer till problem. Samtidigt är ansökningsverktyget under ständig utveckling och förbättring.

De produktgrupper som har högst NKI och är mest nöjda med Svanenmärkningen är städtjänster, hus, restauranger och inomhusmålarfärg. Att just dessa områden är mest nöjda beror på många olika faktorer, bland annat att de anser att Svanen ger dem en marknadsfördel, att de får bra stöd från Svanens medarbetare och att våra krav inom dessa områden är bra formulerade.

## **Nio av tio produkter fortsatt Svanenmärkta om tre år**

Lojal Kund Index (LKI) är ett medelvärde för tre frågor som handlar om nöjdhet och lojalitet och beräknas på samma sätt som NKI. LKI för Svanen blev 75, vilket anses vara ett bra resultat. LKI är oftast något högre än NKI. Svanen siktade på ett LKI-värde på 70 och överträffade därför målet.

I årets undersökning är det hela 86 procent av kunderna som bedömer att deras produkter kommer att fortsätta vara Svanenmärkta om tre år. Detta resultat är högre än målet 80 procent jämfört med föregående undersökningen som hade ett resultat på 73. Trots att det finns problem inom vissa kundgrupper verkar få företag ha planer på att lämna Svanenmärkningen de närmaste åren. Så länge det finns en efterfrågan på Svanenmärkta produkter och så länge det upplevs som



*På Sjöbergs trädgård i Visby träffades många för att diskutera hållbarhetsfrågor med Miljömärkning Sverige.*

ett trovärdigt märke kommer kunderna fortsätta vara märkta är slutsatsen från undersökningen.

75 procent av kunderna svarar att de skulle rekommendera andra företag att Svanenmärka sina produkter, vilket är lägre än föregående undersökningen då resultatet låg på 80 procent. Målet var 90 %. Många kunder är framför allt missnöjda med ansökningsprocessen och de upplever att det är krångligt och segdraget att ansöka om Svanen. Flera vill också se mer marknadsföring av Svanen för att få en ökad efterfrågan på Svanenmärkta produkter.

### **Kunderna vill se utökad satsning på marknadsföring av varumärket**

En stor andel av kunderna tycker att det viktigaste för Svanen att prioritera framöver är generell marknadsföring av varumärket.

Undersökningen visar att företagen är mest nöjda med sin märkning de första åren. Fler än hälften av respondenterna har produkter som varit Svanenmärkta i fem år eller längre. Tre av tio kunder upplever inte att Svanen gett den effekt de förväntat sig eller tycker att det är svårt att mäta effekten av sin Svanenmärkning. Det är oerhört viktigt att Svanen ser till att kunderna upplever att det finns en efterfrågan på de märkta produkterna. Inom flera områden ser vi att Svanen inte längre upplevs som en konkurrensfördel utan snarare

som en hygienfaktor och att de därför inte själva marknadsför sin miljömärkning särskilt aktivt. Det är viktigt att Svanen även kan vara ett fortsatt attraktivt märke och samarbetspartner till dem.

Detta har legat till grund för att bolaget under hösten planerat en omfattande marknadskampanj med start 2015. Arbetet sker i nära samarbete med kunderna, både företag som haft Svanen i många år och nya kunder. Marknadskampanjen går under namnet "Rädda världen lite grann varje dag" och beräknas pågå minst tre år.

Ett annat sätt där Svanen sätter tryck på marknaden är arbetet med Svanens nätverk för inköp med omtanke. Målet med nätverket är att öka efterfrågan på Svanenmärkta produkter. Målet för nätverket är att få 300 medlemmar under 2015 med fortsatt stort fokus på statliga företag. För att förbättra NKI till nästa gång är det viktigt att Svanen har lyckats förenkla ansökningsprocessen och att kunderna upplever ett större värde av Svanen. År 2015 siktar Svanen på ett NKI-värde på 75 och ett LKI-värde på 80.

### **Svanens styrka är medarbetarnas höga kompetens och servicenivå**

I undersökningen har en prioriteringsmatris tagits fram som visar hur viktiga olika områden är jämfört med hur bra kunderna tycker att det fungerar. Matrisen visar att

	2012	Mål 2014	2014	Mål 2015
<b>Kan du rekommendera andra företag att Svanenmärka sina varor/tjänster?</b>	80	90	75	80
<b>Kommer er vara/tjänst fortsätta att vara Svanenmärkt om 3 år?</b>	73	80	86	90
<b>Nöjd Kund Index (NKI)</b>		72	67	75
<b>Lojal Kund Index (LKI)</b>		70	75	80

*Kundnöjdhetsundersökningen genomfördes av AQ Analys i september 2014. En webbenkät skickades ut till 909 av miljömärkningens kunder inom alla branscher. 35 procent svarade. Kundnöjdhetsundersökningar gjordes innan 2014 vartannat år, varför 2013 inte finns redovisade. Från 2014 görs undersökningen varje år.*

Svanens styrka, och det kunderna är mest nöjda med, är Svanens medarbetares servicenivå och deras expertis/kompetens.

Det område som undersökningen visar att bolaget måste förbättra är själva ansökningsprocessen (genomförande/handläggningstid/ hantering). Om Svanen ska kunna fortsätta attrahera små och mellanstora företag är det avgörande att det administrativa arbetet med en ansökan minimera annars riskerar Svanen att tappa många kunder då mindre företag ofta saknar både ekonomiska och personella resurser.

Här pågår ett arbete med att se över kriterierna så att de blir tydligare och bättre formulerade. Samtidigt har

en rutin införts där handläggarna bokar in möten med kunden tidigt i processen för att stämma av förväntningar både från kunden och från miljömärkningen med tydliga tidsplaner. Härmed får kunden en ökad förståelse för varför en handläggning kan dra ut på tiden.

Bolaget arbetar ständigt med att förbättra de digitala ansökningsverktygen så att de underlättar ansökan. Detta kommer att ha hög prioritet de närmaste åren. Under året har bolaget infört ett helt nytt CRM-system. På sikt kommer detta att underlätta all kundkommunikation avsevärt men under introduceringen har en del kunder och medarbetare upplevt att det varit trögt att arbeta med.



Vid Svanens 25-årsjubileum delades certifikat ut till nya licensinnehavare och nätverksmedlemmar.



# Svanen och EU-Blomman – två ledande miljömärken

Det som utmärker miljömärkena Svanen och EU-Blomman är att de har ett livscykelperspektiv och en helhetssyn. Allt från råvaror till produktionssätt, användning och avfallsfrågor granskas innan en vara eller produkt kan bära en Svanen- och EU-Blommanlicens.

## Svanen

Inom den nordiska miljömärkningen finns tre centrala processer: kriterieutveckling, licensiering samt marknad- och kommunikation. Dessa processer styrs av nordiska grupper med representanter från respektive nationell organisation. Grupperna arbetar med att utveckla nordiska kriterier för olika produktgrupper, de arbetar med licensieringsfrågor samt med samordning av marknads- och kommunikationsarbete. Syftet är att effektivisera och utveckla miljömärkningen.

Respektive land har en miljömärkningsnämnd som ansvarar för det egna landets ställningstagande i frågor som rör kriterier och nya produktgrupper. Det är sedan den gemensamma, nordiska miljömärkningsnämnden som beslutar vilka produktgrupper och kriterier som ska gälla. Det är en öppen process där förslagen är ute på bred remiss innan beslut fattas. Under 2014 fanns Svanen inom 64 produktområden, men vid årsslutet blev det 58 produktområden på grund av flera sammanslagningar av olika produktgrupper. Produktområdena omfattar både varor och tjänster.

## EU-Blomman

EU-Blomman är Europas officiella miljömärke. Märket initierades 1992 och är Svanens europeiska motsvarighet. EU-Blomman är precis som Svanen en märkning med kontinuerliga revideringar, flera kriterier, livscykelperspektiv samt kontroll av tredje part.

Kriterier tas fram i en europeisk process, där samtliga 28 medlemsländer är inblandade. Miljömärkning Sverige finns representerat i flera olika expertgrupper. Det är

den svenska miljömärkningsnämnden som tar ställning till både Svanens och EU-Blommans kriterier. Det är sedan Miljömärkning Sveriges representant, som efter diskussioner med Regeringskansliet, lägger den svenska rösten i den föreskrivande kommittén för EU-Blomman. Kommitténs beslut ratificeras sedan av EU-kommissionen. EU-Blomman ställer precis som Svanen krav på bland annat klimat, hälsa, kemikalier och funktionalitet. Det finns i dagsläget 34 produktgrupper som kan märkas med EU-Blomman.

Miljömärkning Sverige ansvarar för kriterieutveckling, licensiering och marknadsföring av både Svanen och EU-Blomman på den svenska marknaden.

## Sveriges miljömärkningsnämnds sammansättning

- Christina Lindbäck, NCC, ordförande
- Katarina Järverup-Frisk, Konsumentverket
- Anne Karlsson, Sveriges Kommuner och Landsting
- Lena Lundberg, Svenskt Näringsliv
- Per Baumann, Svensk Handel
- Jens Henriksson, Sveriges Konsumenter
- Henry Kenamets, Jordens Vänner
- Anna Johansson, Energimyndigheten
- Anders Finnson, Svenskt Vatten
- Eva Ahlner, Naturvårdsverket
- Anne-Marie Johansson, Kemikalieinspektionen

## Miljömärkningens arbetssätt

Svanen och EU-Blomman är typ 1-märkningar och följer ISO standarden 14024. Det innebär bland annat att ständiga förbättringar finns inbyggda i miljömärkningen genom att kriterierna regelbundet revideras och stegvis



stramas åt, med målet att bidra till en mer hållbar konsumtion. Nordisk miljömärkning tillämpar RPS-modellen (relevans, potential, styrbarhet) samt livscykel- och helhetsperspektivet.

### Livscykelperspektiv

Våra kriterier ska utgå från ett livscykelperspektiv, det vill säga hela kedjan från råvaruutvinning, användning till avfall/återvinning. Genom att betrakta hela livscykeln säkerställs bedömningen av de mest relevanta delarna av miljöbelastningen, samtidigt som uppmärksamheten riktas mot att inte bidra till att flytta miljöpåverkan från ett område till ett annat ("burden shift"). MEKA-modellen (miljöbedömning av Material, Energi, Kemikalier, Annat) är ett analysverktyg i denna process. För att få en överblick över vilka delar i varans eller tjänstens livscykel det är relevant att ställa miljökrav på, gör Nordisk Miljömärkning en MEKA-analys, som är ett första steg i RPS-analys. R-Relevans bedöms utifrån vilket miljöproblem som finns för produkten, P-Potential bedöms med avseende på möjlig miljövinst, det vill säga vad man kan göra åt problemet, S-Styrbarhet ställer frågan om Svanen är rätt instrument att göra något åt miljöproblemet.

### Mänskliga rättigheter

Alla miljömärkningskriterier följer svensk lagstiftning vad gäller arbetsrätt, icke-diskriminering, rätt till fören-

ingsfrihet och rätt till kollektivavtal. Utöver detta finns det kriterier som ställer krav på etisk produktion, till exempel kriterierna för Textilier. Där specificeras följande:

Etisk produktion – licensinnehavaren är skyldig att presentera en plan för etisk produktion (Code of Conduct enligt Global Compacts tio principer), vilken beskriver hur arbetet med följande ämnen säkerställer acceptabla etiska förhållanden: barnarbete, tvångsarbete, hälsa och säkerhet, rätt att bilda fackföreningar och rätt till kollektivförhandling; diskriminering, disciplin, arbetstid samt kompensation.

Målet är att producenterna framöver ska använda funktionella certifikat med etiska riktlinjer, till exempel SA8000. I kriterierna för Svanenmärkta leksaker finns också krav på att tillverkaren uppfyller ILO:s konvention rörande mänskliga rättigheter, arbetsvillkor, med mera, och att de kan verifiera detta genom ett SA8000-certifikat eller ITCI.

### Licensiering och kontroll

När ett företag ansöker om miljömärkningslicens granskas inlämnade testrapporter och dokumentation noggrant. Ofta görs också ett kontrollbesök i samband med ansökan. Licensierade produkter får sedan säljas och marknadsföras med Svanens och/eller EU-Blommans logotyp. Licensen gäller så länge kriterierna för

Exempel på en MEKA-analys, det första steget i en RPS-analys. MEKA för handdiskmedel.

	Material-fasen	Produktions-fasen		Bruks-fasen	Avfalls-fasen	Transport-fasen
		Råvaror	Produkt			
Material	Utvinning av tensider och andra råvaror från olja eller växter	Tillverkning av tensider, emballage	Emballage	Fossila bränslen till el och värme Dosering överdosering	Emballage bränns/återvinns	Lastpallar, inplastning eller kartong
Energi	Råvaruproduktion, energi till utvinning av olja/vegetabiliska oljor och därmed utsläpp av CO <sub>2</sub>	Energiåtgång och CO <sub>2</sub> -utsläpp under processen	(Relativt låg) Energiåtgång och CO <sub>2</sub> -utsläpp under processen	Diskvattentemperatur och mängden vatten	Energi från förbränning av emballage	Transport av råvaror + färdig produkt
Kemikalier		Klassificering, utsläpp från råvaruproduktion, plasttillverkning	Klassificering, utsläpp från produktion av handdiskmedel samt plasttillverkning	Allergi (konservering+ parfym), dosering/överdosering	Förpackningar och utsläpp av brukslösningar: Nedbrytbarhet Miljöfarlighet	
Annat	Arbetsmiljö ekosystem	Arbetsmiljö		Allergi, arbetsmiljö för proffs produkter effektivitet		Ecodriving, logistik

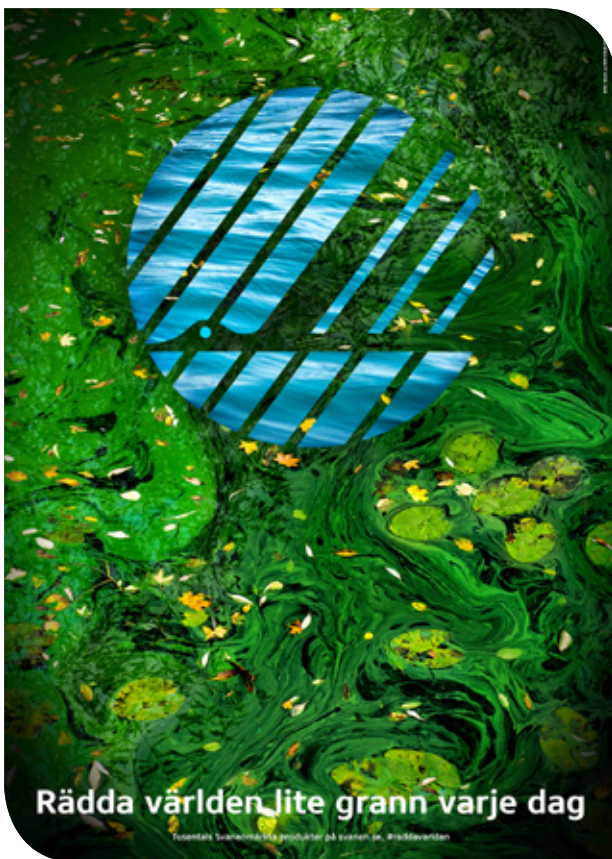


Bild: Claudio Bresciani/TT



Bild: Anders Tedeholm/Azote

Våra miljöproblem är en stor utmaning. Svanen arbetar med att minska miljöbelastning från konsumtion och lanserar i januari 2015 kampanjen "Rädda världen lite grann varje dag" som riktas till allmänheten.

produkten är giltiga. Omprövning av licenser sker kontinuerligt, när reviderade kriterier införs och de som har Svanen- och/eller EU-Blommanlicenser måste ansöka på nytt. Detta förfarande påverkar bolagets hållbarhetsmål gällande antalet licenser. Under 2014 reviderades kriterierna för 10 produktgrupper inom Svanen och en för EU-Blomman.

För att kontrollera att företag med en licens för Svanen och/eller EU-Blomman uppfyller de ställda kraven genomförs regelbundna efterkontroller.

## Miljöplattformen

I dagens samhälle finns många miljöproblem och miljöhot: växthuseffekt, kemikalieföroreningar, avskogning, avfallsberg, resursbrist med mera. Miljöhoten kan i värsta fall på sikt leda till att de grundläggande villkoren för livets existens på jordklotet äventyras. Lokala miljöhot kan försämra livskvaliteten för den enskilda individen eller äventyra en arts överlevnad.

Det är Nordisk Miljömärknings miljöplattform som gäller i alla nordiska länder. Den är grunden till hur miljömärkningen bedömer varors och tjänsters miljöpåverkan. Miljöproblemen kommer från produktion, produkter och

konsumtion, i stort och smått. Därför är det viktigt att ändra produktionsprocesser och konsumtionsmönster i en mer hållbar riktning. Miljömärkningens roll (för både Svanen och EU-Blomman) är att skilja ut de producenter som tar miljöansvar utöver myndighetskraven och som producerar och levererar varor och tjänster med lägre miljöbelastning än sina konkurrenter. Utgångspunkten för arbetet är de stora miljöhoten och en värdering av hur Svanen och EU-Blomman kan bidra till att reducera miljöbelastningen från varor och tjänster, och därmed bidra till en mer hållbar konsumtion.

### Försiktighetsprincipen

Nordisk Miljömärkning kan välja att utesluta/begränsa ett ämne med hänvisning till försiktighetsprincipen. Detta berör till exempel vissa ämnen man misstänker har oönskade egenskaper, trots att dessa varken är faroklassificerade eller medtagna på någon myndighetsreglerande lista. Till exempel händer att ny forskning visar på att ett ämne, som inte tidigare har haft kända negativa miljöegenskaper, visar sig ha en oönskad egenskap i ett längre perspektiv eller som nedbrytningsprodukt. Erfarenheten har visat att det kan ta lång tid innan ny forskning bekräftas och att det ger en förändrad riskklassificering.



Bild: Jerker Lokrantz/Azote

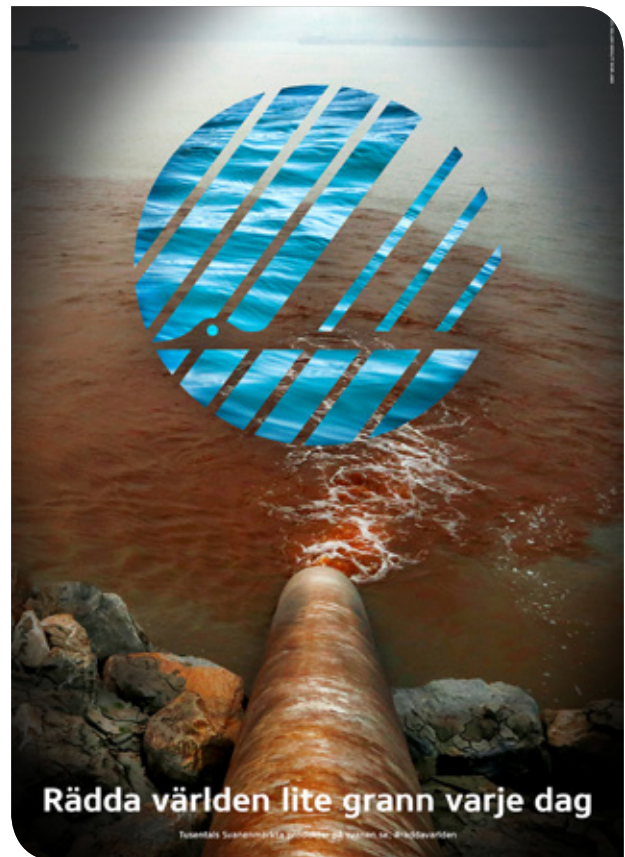


Bild: William Hong/Reuters/TT

### Miljökvalitetsmål och EU:s miljömålsanalys

De identifierade miljöproblemen är i linje med Sveriges miljökvalitetsmål och EU:s miljömålsanalys. Miljömärkning Sveriges strategi, via den nordiska miljömärkningen och EU-Blommans arbete, är att hjälpa till att uppnå dessa mål. Produktutvecklingen syftar till att ta fram relevanta kriteriedokument och verktyg för att främja hållbarhet.

### Energianvändning och klimateffekt

Koncentrationen av växthusgaser, särskilt koldioxid, i atmosfären har ökat sedan industrialiseringen tog fart. FN:s vetenskapliga klimatpanel (IPCC) har fastslagit att människans utsläpp av fossila växthusgaser och andra aktiviteter mycket starkt bidragit till en ökad global medeltemperatur och att detta riskerar att få svåra konsekvenser. Miljömärkningen ser allvarligt på detta och utsläpp av växthusgaser, energieffektivisering och energianvändning hör till de mest prioriterade områdena.

### Kemikalieanvändning

Nya hälso- och miljöfarliga kemikalier upptäcks kontinuerligt i samhället. Samtidigt saknas fortfarande mycket kunskap om vad det är för egenskaper hos kemikalier och föreningar som påverkar människors hälsa och

miljön negativt. Därför är effekterna svåra att bedöma. Flertalet av de miljöfarliga ämnen som hittas i naturen idag är ämnen som är svåra för naturen att bryta ner. De är långlivade och återfinns därför i miljön, i livsmedel och i oss människor.

Punktkällor, där kemikalier under mer eller mindre kontrollerade former släpps ut i miljön, har med tiden åtgärdats. Den mest betydande källan idag är därför råvaror och konsumtionsvaror, från vilka kemikalier mer eller mindre långsamt avges, så kallad diffus emission. Miljömärkningen arbetar för att minimera mängden hälso- och miljöfarliga ämnen i livscykeln.

### Biologisk mångfald

Det sätt på vilket vi idag nyttjar naturens resurser är ett allvarligt hot mot den mångfald av livsmiljöer och rikedom av olika växt- och djurarter som finns. Om denna mångfald minskar försämrar naturens möjlighet att svara mot de förändringar i livsmiljöer som sker över tid. Även utsläpp till luft och vatten får negativa effekter för den biologiska mångfalden. Detta sammantaget riskerar att påverka jordens försörjningsförmåga negativt, något som i värsta fall kan leda till ekosystemkollaps. Vår miljömärkning strävar efter ett råvaruuttag

i balans med tillväxten och stöder sig så långt det är möjligt på erkända certifieringsordningar, bland annat för skogsbruk och andra grödor.

### Resursanvändning och avfall

Den ökade konsumtionen tär på jordklotets resurser och genererar samtidigt mer och mer avfall. Samhället blir bättre och bättre på att producera resurssnålt och utnyttja det uppkomna avfallet genom återanvändning och återvinning, men mycket kvarstår. Miljömärkningens kriteriearbete verkar för en långsiktigt hållbar råvaruproduktion som bidrar till framtida goda tillgångar av

naturresurser. Att minimera resursförbrukning genom att minska materialanvändning (till exempel minimera emballage), säkra återvinning och säkra en god avfalls-sortering, både i produktion och hos konsument, är därför viktigt. Vår miljömärkning strävar även efter att ställa kvalitetskrav för att säkerställa att produkten får en tillfredsställande livslängd, som i sig är bra för miljön, samt funktionskrav för att produkten ska fungera som förväntat. Tillsammans med krav på kvalitetsledning säkerställs att varan och tjänsten lever upp till kraven och är av god kvalitet under licensens giltighetstid.

## Produktutvecklingen

Nordisk Miljömärkning har en produktutvecklingsorganisation (kriterieorganisation). I varje land finns produktansvariga och en kriteriechef som rapporterar till en nordisk produktutvecklingschef, som i sin tur rapporterar till den nordiska Föreningsstyrelsen (FS) och den nordiska miljömärkningsnämnden (NMN). Det är nordiska ministerrådet (NMR) som har det högsta ansvaret för Nordiska Miljömärkning.

### Så tas kraven (kriterier) fram för Svanen och EU-Blomman

- Förstudie och kriterieförslag från nordisk projektgrupp. Förslagen kan komma från allmänheten, personalen inom Nordisk Miljömärkning, Nordiska miljömärkningsnämnden med flera.

- Förslaget skickas ut på remiss och omarbetas utifrån inkomna synpunkter.
- Nationell nämnd tar ställning. Nämnden består av representanter från näringsliv, konsumentorganisationer, myndigheter och miljöorganisationer.
- Slutligt beslut i den nordiska miljömärkningsnämnden. Nämnden består av ordförandena från varje nationell nämnd.
- Kraven höjs kontinuerligt. När de funnits några år blir de utvärderade och reviderade.
- EU:s kriterier tas fram på ett liknande sätt, i en öppen process. EUEB kallas dess nämnd, och medlemsländerna röstar om kriterierna som slutligen ratificeras av EU-kommissionen.

## NORDISK MILJÖMÄRKNING

Ekonomi, rapportering  
NMN-sekretariat

Kontraktspartner

NMR

Nordisk samordning

Föreningen NM

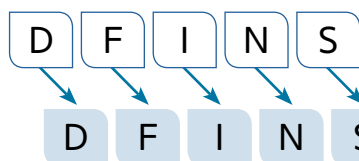
Föredragande  
Förslagsställare  
Sekreterarfunktion

NMN

Resurser, kriterieutveckling,  
licensiering, marknadsfrågor  
och IT-stöd

Nationella  
Miljöorganisationer

Strategi  
Produktgrupper  
Kriterier



Nationella nämnder/styrelse

## Kriterieutveckling 2014

### Märke Utveckling nya kriterier

- Kontorsbyggnader
- Städtjänster
- Kaffemaskintjänster
- Aktiefonder
- Renovering av fastigheter

### Märke Reviderade kriterier

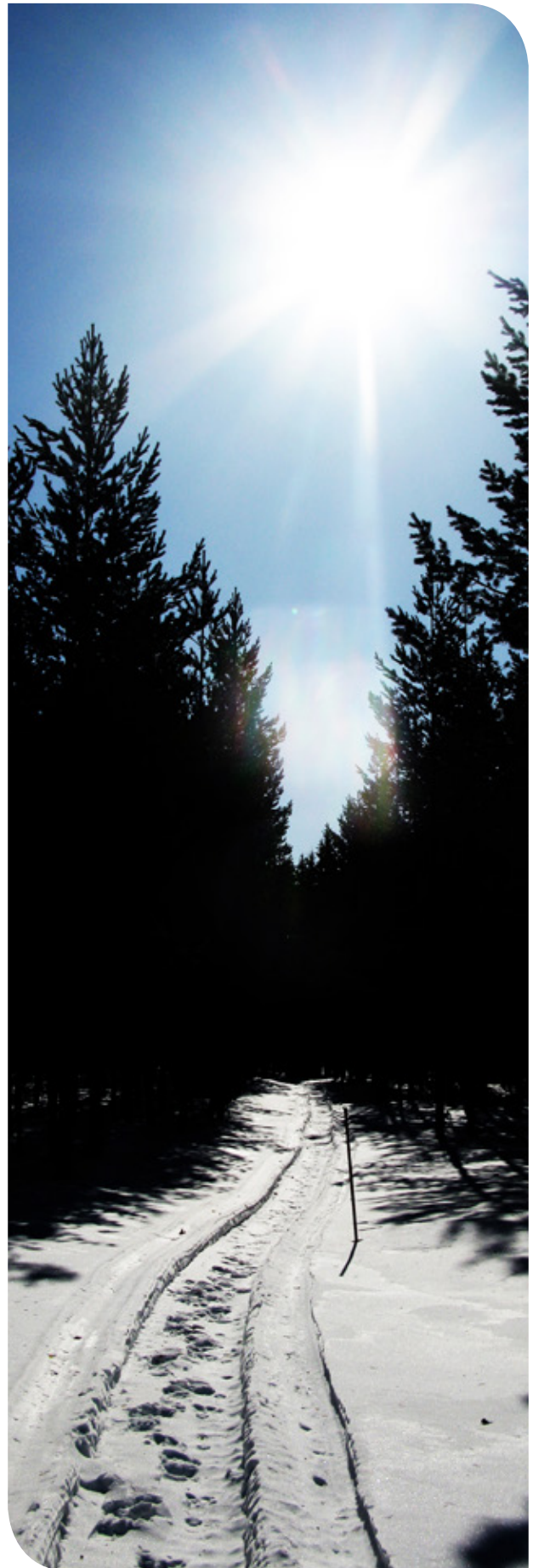
- Kosmetiska produkter som ska sköljas av
- Fönster och ytterdörrar
- Textiltvättmedel proffs
- Maskindiskmedel och spolglans
- Kemiska byggprodukter
- Kompostbehållare
- Avloppsfria toalettsystem
- Slutna eldstäder
- Pannor för fasta biobränslen
- Golv
- Fettäta papper

### Märke Nya beslutade kriterier

- Absorberande hygienprodukter

### Märke Pågående revideringar

- Jordförbättringsmedel
- Växtförbättringsmedel
- Skodon
- Ljuskällor
- Hotell
- Campingplatser
- Möbler av trä
- TV
- Persondatorer
- Bärbara datorer
- Golvbeläggningar av trä
- Inomhusfärg
- Hållbart beständigt trä
- Byggskivor
- Hus
- Dagligvaruhandeln
- Industriella rengöringsmedel
- Rengöringsmedel för livsmedelsindustrin
- Levande ljus
- EU-Blomman
- Svanen



Att minimera resursförbrukning är ett viktigt område inom kriterieutvecklingen.



## Giltiga kriterier

### EU-Blomman

1. Absorberande hygienprodukter
2. Allrengöringsmedel och sanitetsrengöringsmedel
3. Bildåtergivningsutrustning
4. Bärbara datorer
5. Campingplatstjänster
6. Eldrivna eller gasdrivna värmepumpar och gasdrivna absorptionsvärmepumpar
7. Färger och lacker för inomhusbruk och utomhusbruk
8. Golvbeläggningar av trä
9. Handdiskmedel
10. Hårda golvbeläggningar
11. Jordförbättringsmedel
12. Konverterade pappersprodukter
13. Kopieringspapper och grafiskt papper
14. Kosmetiska produkter som sköljs bort
15. Ljuskällor
16. Logitjänster
17. Madrasser
18. Maskindiskmedel
19. Maskindiskmedel för industriellt och institutionellt bruk
20. Mjukpapper
21. Möbler av trä
22. Persondatorer
23. Skodon
24. Smörjmedel
25. Textila golvbeläggningar
26. Textilprodukter
27. Tidningspapper
28. Trycksaker
29. TV-apparater
30. Tvättmedel
31. Tvättmedel för industriellt och institutionellt bruk
32. Vattentoaletter och urinaler
33. Vattenvärmare
34. Sanitetsarmaturer



*Minskning av miljöbelastningar är i fokus för kriterieutvecklingen.*



## Giltiga kriterier

### Svanen

- |  |   |
|--|---|
| <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Alternativ kemtvätt</li> <li>2. Avloppsfria toaletter</li> <li>3. Bil- och båtvårdsprodukter</li> <li>4. Byggskivor</li> <li>5. Dagligvarubutiker</li> <li>6. Datorer</li> <li>7. Digital fotoframkallning</li> <li>8. Diskmaskiner (fram till 31 oktober 2014)</li> <li>9. Drivmedel</li> <li>10. Engångsartiklar för mat</li> <li>11. Engångsbatterier</li> <li>12. Engångsprodukter för medicinskt bruk</li> <li>13. Fettäta papper</li> <li>14. Fordonsdäck</li> <li>15. Fordonstvättar</li> <li>16. Fönster och ytterdörrar</li> <li>17. Golv</li> <li>18. Golvvårdsmedel</li> <li>19. Halkbekämpningsmedel</li> <li>20. Handdiskmedel</li> <li>21. Hotell och vandrarhem</li> <li>22. Hotell, restaurang och konferens</li> <li>23. Hygienprodukter</li> <li>24. Hållbart beständigt trä</li> <li>25. Inomhusmålarfärg och lack</li> <li>26. Industriella rengörings- och avfettningsmedel</li> <li>27. Kemiska byggprodukter</li> <li>28. Kopierings- och tryckpapper</li> <li>29. Kontorsmaskiner</li> <li>30. Kontors- och hobbyartiklar</li> <li>31. Kompostbehållare</li> <li>32. Kosmetiska produkter</li> <li>33. Kylar och frysar (fram till 31 oktober 2014)</li> </ol> | <ol style="list-style-type: none"> <li>34. Leksaker</li> <li>35. Ljud och bildapparater (fram till 31 oktober 2014)</li> <li>36. Ljus</li> <li>37. Maskindiskmedel</li> <li>38. Maskindiskmedel för professionellt bruk</li> <li>39. Maskiner för park och trädgård</li> <li>40. Mjukpapper</li> <li>41. Möbler och inredningar</li> <li>42. Pannor för fasta biobränslen</li> <li>43. Papperskuvert (fram till 31 oktober 2014)</li> <li>44. Pellets</li> <li>45. Rengöringsmedel</li> <li>46. Rengöringsmedel för livsmedelindustrin</li> <li>47. Restauranger</li> <li>48. Skrivredskap</li> <li>49. Slutna eldstäder</li> <li>50. Småhus, flerbostäder och förskolebyggnader</li> <li>51. Städprodukter med mikrofiber</li> <li>52. Städtjänster</li> <li>53. Textilier, skinn och läder</li> <li>54. Textilservice</li> <li>55. Textiltvättmedel och fläckborttagningsmedel</li> <li>56. Textiltvättmedel för professionellt bruk</li> <li>57. Tonerkassetter</li> <li>58. Tryckerier</li> <li>59. TV och projektorer</li> <li>60. Tvättmaskiner (fram till 31 oktober 2014)</li> <li>61. Uppladdningsbara batterier och batteriladdare</li> <li>62. Utemöbler och lekredskap</li> <li>63. Vitvaror (sammanslagning av diskmaskiner, kylar, frysar samt tvättmaskiner)</li> <li>64. Värmepumpar</li> </ol> |
|--|---|

# Hållbarhet – vår kärna

Allt som Miljömärkning Sverige gör handlar om att minska miljöbelastningar. Vi gör det genom vår kriterieutveckling, licensiering och marknadsföring. Nära kontakter med våra licensinnehavare och en god arbetsmiljö för våra anställda lägger grunden till ett framgångsrikt hållbarhetsarbete.

## Om hållbarhetsredovisningen

Miljömärkning Sverige AB:s hållbarhetsredovisning följer den senaste versionen av GRI:s, Global Reporting Initiatives, riktlinjer (G4). Core nivå har valts. Den beskriver hållbarhetsfrågor av intresse för våra intressenter. Miljömärkning Sverige AB:s redovisning beskriver bolagets arbete inom hållbar utveckling som också är bolagets kärnverksamhet. Sedan 2012 rapporterar Miljömärkning Sverige AB i enlighet med GRI:s redovisningsstandard. Det är Miljömärkning Sverige AB:s styrelse som beslutat om en bestyrkt hållbarhetsredovisning. Redovisningen följer Miljömärkning Sverige AB:s räkenskapsår och omfattar därmed perioden 1 januari 2014 till 31 december 2014. Den föregående redovisningen publicerades i april 2014.

Information och nyckeltal är utvalda med utgångspunkt i hållbarhetsaspekter som bedöms vara väsentliga för Miljömärkning Sverige AB. Synpunkter från bolagets intressenter värdesätts för att definiera väsentliga frågor i hållbarhetsarbetet och för en kontinuerlig förbättring. Med hjälp av GRI:s riktlinjer för redovisningens innehåll har en väsentlighetsanalys gjorts. Den grundar sig bland annat på intressenternas krav och förväntningar och vår kärnverksamhet: kriterieutveckling. Väsentlighetsanalysen gjordes första gången under 2013 och revideras varje år.

Inga väsentliga förändringar har skett under redovisningsperioden. Ernst & Young är bolagets externa revisorer och granskar denna rapport. Kontaktpersonen för denna rapport är vd Ragnar Unge.

Miljömärkning Sverige AB har certifierats enligt ISO 9001 och 14001 (fram till september, 2014), och vi följer 14024, som definierar bland annat vad en Typ 1-märkning innebär.

## Avgränsningar

Denna rapport omfattar Miljömärkning Sveriges verksamhet i Sverige. Bolaget har ingen verksamhet utanför Sverige. Inga ändringar har skett under 2014 som avviker från tidigare redovisade rapporter. Miljömärkning Sverige har endast externa leverantörer till ett begränsat antal varor och tjänster som köps in till kontorsverksamheten. Företagets huvudkontor finns i Stockholm.

Redovisningen omfattar främst den verksamhet som har en betydande och direkt påverkan ur ett hållbarhetsperspektiv, det vill säga bolagets egen verksamhet:

- Kriterieutveckling
- Svanenlicenser
- EU-Blommanlicenser
- Medarbetare
- Verksamheter som står utanför Miljömärkning Sverige AB:s direkta kontroll, som leverantörer och kunder, ingår inte i redovisningen

## Långsiktig, hållbar utveckling

Miljömärkning Sverige ska genom Svanen och EU-Blomman bidra till en långsiktig och konkurrenskraftig, hållbar utveckling av näringsliv och samhälle. Som statligt ägt bolag vill vi möta vår ägares önskan om ett strukturerat hållbarhetsarbete som kan rapporteras och utvärderas och som även riktas till övriga intressenter. Rapporten





*Trivsel, samarbete och respekt bidrar till en arbetsplats där medarbetare kan utvecklas.*

omfattar de ekonomiska, materiella, sociala och miljömässiga effekterna av Miljömärkning Sverige AB.

Vi har tidigare identifierat behovet av ett samordnat hållbarhetsarbete i bolaget. Det främsta verktyget är att utveckla kriterierna för Svanen och EU-Blomman samt sörja för ett gott genomslag på marknaden.

Vi ser kunskapsuppbyggnaden kring ett effektivt hållbarhetsarbete som en långsiktig process där marknadsinsatser ska sprida kunskap om miljömärkningarnas bidrag till en hållbar produktion. Det är viktigt att både upplysa konsumenter om vikten av att köpa miljömärkta och att fler företag blir intresserade av att miljömärka sina varor och tjänster. Genom att skapa en efterfrågan på miljömärkta produkter bidrar vi till en hållbar konsumtion och produktion. Detta är också syftet bakom Svanens nätverk för inköp med omtanke.

Utifrån principerna om intressentnytta, väsentlighet och fullständighet, har bolaget tre hållbarhetsmål för bolagets verksamhet. De skapar ett verktyg för framtida utveckling. De tre målen fungerar även som utgångspunkt i bolagets övergripande verksamhetsplan för att helt integrera dem i verksamheten. Dessa mål redovisas under Miljömärkning Sveriges verksamhet.

### Kunskap och engagemang

Miljömärkning Sveriges framgång är beroende av medarbetare med ett stort miljöengagemang och gedigna miljökunskaper. De flesta av bolagets medarbetare har kompetens inom naturvetenskap och miljökommunikation. Medarbetarna uppmuntras även till fortbildning genom deltagande i utbildningar, seminarier och föreläsningar.

Miljömärkning Sveriges policyer styr vårt personalarbete. Det är viktigt att skapa en trygg och stimulerande arbetsmiljö och förebygga ohälsa. Policyer för mångfald/

jämställdhet och strävan efter en personalstyrka med olika bakgrund, kön och utbildning är en viktig förutsättning för att bredda företagets möjligheter. Bolaget har påbörjat ett arbete med att ta fram en samlad "Code of Conduct" som ska styrelsebehandlas under 2015. Det finns för bolaget separata policyer som rör personalens etik och arbetsförhållanden. Det är bolagets HR-och kvalitetschef som ansvarar för detta arbete.

I den nordiska miljömärkningens kriterier finns sociala kriterier som rör, när det är relevant, acceptabla etiska förhållanden: barnarbete, tvångsarbete, hälsa och säkerhet, rätt att bilda fackföreningar och rätt till kollektivförhandling, diskriminering, disciplin, arbetstid, samt kompensation. I samtliga kriterier finns krav på att man ska uppfylla nationella lagar och förordningar.

### Grundläggande värderingar

De värdeord som tillämpas inom bolaget avspeglar både vårt arbetssätt och grundläggande värderingar inom bolaget. De antogs nordiskt under 2014 och håller på att implementeras praktiskt med början under hösten 2014. Under 2015 kommer möten att ordnas med grupparbeten för att förankra dessa värdeord, och det görs nordiskt vid personalmöte i Finland.

Externt kommer våra värdeord att presenteras via företagspresentationer. Dessa är:

- **Trovärdig:** Vi är den officiella nordiska miljömärkningen, en oberoende tredjepart. Vi arbetar utifrån helhetsbedömningar och livscykelperspektiv; vi har hög kunskap i alla funktioner, är noggranna och transparenta.
- **Målinriktat:** Vi är proaktiva, drivande och beslutsamma. Vi är resultatnriktade och modiga. Vi vågar gå före och utmana för att skapa resultat.

### Korta fakta

- 60 anställda 2014, (22 män, 38 kvinnor), 1 vikarie (kvinna), 1 visstidsanställd (man).
- 5 personer (3 män, 2 kvinnor) har valt att arbeta deltid med en fulltidstjänst i botten.
- 60 anställda varav 6 st är direktrapporterande till vd. Ledningsgruppen består av 5 kvinnor och 2 män.
- Huvudkontoret finns i Stockholm. I tillägg finns 5 anställda som har hemmakontor regionalt i Sverige.
- Inget säsongsarbete.
- Samtliga anställda omfattas av kollektivavtal.

- **Tydlig:** Vi är tydliga i hela vår verksamhet: kriterieutveckling, licensiering och kommunikation. Vi anstränger oss för att göra det komplexa enkelt.

Dessa värderingar styr vårt dagliga arbete inom både den nordiska miljömärkningens organisation och Miljömärkning Sverige AB. Den arbetskultur som bolaget strävar efter kan definiera vår "personlighet".

Bolagets medarbetare ska "leva" bolagets personlighet genom att vara

- **Inspirerande:** Genom handling och kunskapsdelning guidar vi andra att göra sitt bästa för en hållbar framtid. Vi är positiva och lösningsorienterade.
- **Lyhörda:** Vi visar respekt för andras synpunkter och söker dialog. Vi är närvarande, flexibla och har ett direkt tilltal.
- **Engagerade:** Vi brinner för vårt arbete och vill göra skillnad. Vi är nytänkande och förändringsvilliga.

Det är även viktigt att personalen deltar aktivt i olika föreningar och sammanslutningar som främjar diskussioner och förståelse av våra miljömärken. Under 2014 var Miljömärkning Sverige AB därför representerade i Marknadsföreningen i Stockholm, Swedish Green Building Council, Näringslivets Miljöchefer (NMC) Miljöchefer, Social Venture Network (SVN), Hållbart Företagande – nätverket för statliga bolag, samt SCANCOS (the Scandinavian Society of Cosmetic Chemists).

Miljömärkning Sverige genomför regelbundet en nordisk medarbetarundersökning för att bland annat mäta medarbetarnas trivsel.

## Policyer och riktlinjer

### – Miljömärkning Sverige AB

Arbetsmiljö

Arbetsmiljö – Alkohol och droger

Arbetsmiljö – Allergier

Arbetsmiljö – Mångfald

Arbetsmiljö – Trakasserier

Arbetsmiljö – Våra lokaler och användning

Inköp

IT och kommunikation – epost

IT och kommunikation – internet

IT och kommunikation – internkommunikation

IT och kommunikation – mobiltelefoni

IT och kommunikation – sociala medier

Kvalitet och miljö

Personal – löner

Personal – timanställda ungdomar

Personal – närvaro

Personal – semester

Resor – tjänsteresa

Sekretess

Uppförande – antikorrupcion

Uppförande – representation



*På Miljömärkning Sveriges nya kontor får man själv välja sin arbetsplats varje dag.*

## Nytt kontor och arbetssätt

Under 2013 påbörjades arbetet med att leta fram en ny lokal då bolaget höll på att växa ur sina dåvarande lokaler. Vårt främsta mål var att vara så framtidsinriktade och miljömedvetna som möjligt i lokalupphandlingen, inredningen, den fysiska flytten samt den fortsatta driften. Med andra ord, vi ville göra det så Svanen- och EU-Blommanmärkt som möjligt. I samband med flytten sågs också personalens arbetssätt över i syfte att skapa ett mer kreativt och utvecklande arbetssätt i en inspirerande miljö. Vi ville skapa ett aktivitetsbaserat kontor med tydligt miljöfokus.

Bolaget flyttade in i juli 2014 och under hösten ordnades uppföljande veckomöten med personalen för att ha en öppen dialog om kontorets för- och nackdelar. Under våren 2014 anordnades grupper för att kontinuerligt följa kontorets utformning och lämna synpunkter. Möten hölls även med skyddscommittén.

Nu är Miljömärkning Sverige hyresgäst i Fatburen, Stockholm, en fastighet med ambitionen att bli miljöklassad. Det nya kontoret är både en arbetsplats och ett varumärkesbyggande showroom, med Svanenmärkta möbler som förstahandsval i inredningen.

Förutom ett tydligt miljöfokus lyfter designkonceptet, skapat av vår arkitektbyrå, fram en lite "kaxig" attityd som bottnar i att vi gärna sticker ut hakan i miljödebatten, men med en bas av lugn och trygg expertis.

Kontoret nominerades till tävlingen "Sveriges snyggaste kontor" och tar idag löpande emot studiebesök från när och fjärran.

### Korta fakta

- De möbler som inte flyttade med såldes vidare eller gick till återvinning.
- Den 1 juli gick flyttlasset med Sveriges enda gasdrivna flyttbil till Västgötagatan 2.
- Personalen var med i hela processen.
- Svanenmärkta möbelleverantörer valdes för inredning.
- Nätverksmedlemmar valdes för projektledning, flytt och övriga installationer såsom telefoni, audiovisuella installationer m m.
- Vid lokalanpassningen valdes Svanenmärkta material, ledarmaturer m m.



*På Miljömärkning Sveriges nya kontor finns gott om plats för spontana möten och samtal.*

## Väsentlighetsanalys

Miljömärkning Sverige AB:s väsentlighetsanalys har sin utgångspunkt i kundrelationer och bolagets medarbetare. Dessa har identifierats som de mest relevanta för bolagets utveckling inom hållbarhetsfrågor.

Bolagets års- och hållbarhetsredovisning är en samordnad rapport där information om företagens arbete med hållbarhetsfrågor och utfallet beskrivs tillsammans med företagens finansiella utveckling. Miljömärkning Sverige AB använder Global Reporting Initiatives (GRI) riktlinjer sedan 2011. För 2014 har bolaget valt att rapportera sitt hållbarhetsarbete enligt GRI:s uppdaterade riktlinjer, G4, på nivå "core". Det innebär att minst en indikator har identifierats per väsentlig aspekt, enligt GRI:s riktlinjer.

GRI G4 ger bolaget möjlighet att fokusera på redovisningen av det hållbarhetsområde som är väsentligt för företagens fortsatta arbete med hållbarhetsmålen: Affären, Planeten och Människan. Arbetet med att utveckla tydliga mål som kan följas upp inom detta område kommer att fortsätta utvecklas under 2015. Detta innebär att rapporteringen innefattar färre indikatorer än tidigare år, men de som redovisas är mer relevanta för Miljömärkning Sverige AB och kommer successivt att utveckla sin rapportering i enlighet med GRI G4:s ramverk. Miljömärkning Sverige AB:s övergripande ambition med redovisningen är att den ska vara transparent, väsentlig och jämförbar.

Våra kunders inställning till miljöarbete enligt Svanens kriterier och märkning av produkter, är identifierat under 2014 som ett fokusområde för hållbarhet. Den väsentliga aspekten som är identifierad är "Märkning av produkter & tjänster" med indikator PR5, "Uppföljning av kundnöjdhet". Kundernas inställning mäts regelbundet genom kundnöjdhetsundersökningar. En beskrivning av dessa områden finns under avsnittet MISAB vår verksamhet.

### Kundnöjdhetsundersökningar

Kundnöjdhetsundersökningar görs från och med 2014 varje år. I dessa undersökningar mäts hur licenskunderna uppfattar Miljömärkning Sverige AB:s arbete inom

nyckelområden: licensiering, marknadsföring och kriterier. Dessa är de tre centrala processerna inom Nordisk Miljömärknings organisation. Hur kunderna uppfattar hur bolaget lyckas i dessa områden är av central vikt för Miljömärkning Sverige AB:s fortsatta framgång. Kundernas förväntningar har hög påverkan och inflytande på bolagets arbete. Det är utifrån denna årliga mätning som bolaget kan analysera sitt framtida arbete och satsningar.

En annan kundgrupp som är viktig för bolaget är medlemmarna i Svanens nätverk för inköp med omtanke. Med över 250 medlemmar som representerar statliga och privata företag och organisationer, utgör denna grupp en stor påverkan med sina inköspolicier. Varje år görs en enkät om de viktigaste miljöinköp som bolaget gjort och om hur nätverket används.

Miljömärkning Sverige AB strävar efter att agera öppet och transparent och med hög etik. Genom ett sådant agerande och genom att vara ledande inom miljömärkningsområdet får Miljömärkning Sverige AB intressenternas förtroende och når en hög kundnöjdhet.

### Medarbetare

Att ha rätt person på rätt plats är en av förutsättningarna för att uppnå mål och god lönsamhet. För ett bolag som Miljömärkning Sverige AB där hållbarhetsfrågor är i fokus, är starkt motiverade och kunniga medarbetare av stor betydelse. För att lyckas krävs förmåga att attrahera och behålla engagerade och kompetenta medarbetare. Under 2014 har ett stort arbete kring gemensamma värderingar genomförts liksom fortsatta satsningar på kompetensutveckling och hälsa. Bolagets strategi är engagerade medarbetare, vilket är ett bärande, långsiktigt tema. Under hösten 2014 infördes tre värdeord: trovärdiga, målinriktade, tydliga. De nya värderingarna avspeglar den arbetsmiljökultur som eftersträvs inom bolaget. Detta område har också identifierats vara av nyckelbetydelse för att uppnå bra kundrelationer, och på lång sikt uppfyllandet av Miljömärkning Sverige AB:s hållbarhetsmål. En medarbetarundersökning gjordes i december 2014 och resultaten analyseras under första kvartalet 2015.

# GRI-index

Indikator	Beskrivning	Kommentar	VD-ordet/sidhänvisning	Revisorgranskad
G4-1	Uttalande från organisationens högsta beslutsfattare om relevansen av hållbar utveckling för organisationen och organisationens strategi för hantering av hållbar utveckling.		Sid 4–5	✓
<b>Organisationsprofil</b>				
G4-3	Redovisa organisationens namn.		Miljömärkning Sveriges verksamhet, sid 6	✓
G4-4	Redovisa de viktigaste varumärkena, produkter & tjänster.		Hållbarhet – vår kärna, sid 24	✓
G4-5	Redovisa lokalisering av huvudkontor.		Hållbarhet – vår kärna, sid 24	✓
G4-6	Redovisa antal länder som organisationen har verksamhet i och namnen på de länder där viktig verksamhet bedrivs eller som är särskilt relevanta för de frågor som berör hållbar utveckling i redovisningen.		Sid 35	✓
G4-7	Redovisa ägarstruktur och företagsform.		Förvaltningsberättelse, sid 34	✓
G4-8	Redovisa marknader som organisationen är verksam på (inklusive geografisk fördelning, sektorer som man är verksam i och typ av kunder och förmånstagare).		Miljömärkning Sveriges verksamhet, sid 8–11	✓
G4-9	Redovisa organisationens storlek.		Sid 2 och Förvaltningsberättelse, sid 36	✓
G4-10	a. Redovisa totala antalet anställda uppdelat på typ av anställningsavtal och kön.		Hållbarhet – vår kärna, sid 26	✓
	b. Redovisa totala antalet fast anställda uppdelat på typ av anställning och kön.		Hållbarhet – vår kärna, sid 26	✓
	c. Redovisa den totala personalstyrkan uppdelad på anställda och inhyrda arbetare samt kön.		Hållbarhet – vår kärna, sid 26	✓
	d. Redovisa den totala personalstyrkan uppdelad efter region och kön.		Hållbarhet – vår kärna, sid 26	✓
	e. Om en stor andel av organisationens arbete utförs av personer som juridiskt ses som egna företagare eller av personer som inte är anställda eller inhyrda arbetare, ska detta anges och inkludera anställda och inhyrda arbetare hos underleverantörer.		Hållbarhet – vår kärna, sid 26	✓
	f. Redovisa eventuella väsentliga säsongsvariationer i antalet anställda (till exempel i turism- och jordbrukssektorerna).		Hållbarhet – vår kärna, sid 26	✓
G4-11	Redovisa hur stor andel av den totala personalstyrkan som omfattas av kollektivavtal.		Hållbarhet – vår kärna, sid 26	✓
G4-12	Beskriv organisationens leverantörskedja.		Hållbarhet – vår kärna, sid 24	✓
G4-13	Redovisa eventuella betydande förändringar under redovisningsperioden beträffande organisationens storlek, struktur, ägande och leverantörskedja.		Hållbarhet – vår kärna, sid 24	✓
G4-14	Redovisa om och hur organisationen följer Försiktighetsprincipen.		Miljöplattformen, sid 18	✓
G4-15	Lista externt utvecklade ekonomiska, miljömässiga och sociala deklARATIONER, principer eller andra initiativ som organisationen anslutit sig till eller stödjer.		Två ledande miljömärken, sid 17	✓
G4-16	Lista medlemskap i organisationer (t.ex. branschorganisationer) och nationella eller internationella lobbyorganisationer.		Hållbarhet – vår kärna, sid 27	✓

Indikator	Beskrivning/Organisationsprofil	Kommentar	Sidhänvisning	Revisorgranskad
G4-17	a. Lista alla enheter som ingår i organisationens redovisning eller liknande dokument. b. Ange om någon av enheterna som ingår i organisationens redovisning eller liknande dokument inte inkluderats i denna rapport.		Bolagsstyrningsrapporten, sid 34	✓
G4-18	a. Förklara processen för att definiera redovisningens innehåll och avgränsningar för aspekterna. b. Förklara hur organisationen har tillämpat principerna för att definiera redovisningens innehåll.		Väsentlighetsanalys, sid 29	✓
G4-19	Lista alla väsentliga aspekter identifierade i processen för att definiera redovisningens innehåll.		Väsentlighetsanalys, sid 29	✓
G4-20	För varje väsentlig aspekt, redovisa aspektens avgränsning inom organisationen.		Väsentlighetsanalys, sid 29	✓
G4-21	För varje väsentlig aspekt, redovisa aspektens avgränsning utanför organisationen.		Väsentlighetsanalys, sid 29	✓
G4-22	Redovisa effekten av eventuella revideringar av information som ingår i tidigare redovisningar och skälen till sådana revideringar.		Väsentlighetsanalys, sid 29	✓
G4-23	Redovisa väsentliga förändringar från tidigare redovisningsperioder vad gäller omfattning och aspekternas avgränsningar.		Väsentlighetsanalys, sid 29	✓
<b>Intrasserelationer</b>				
G4-24	Redovisa en lista över intressentgrupper som organisationen har kontakt med.		Intressentdialog, sid 10–11	✓
G4-25	Redovisa grunden för identifiering och urval av intressenter som organisationen kommunicerar med.		Miljömärkning Sveriges verksamhet, sid 8	✓
G4-26	Redovisa organisationens tillvägagångssätt vid kommunikation med intressenter och hur ofta och vilken typ av kontakter, per typ och intressentgrupp. Ange om någon del av kommunikationen har genomförts specifikt för upprättandet av denna redovisning.		Intressentdialog, sid 10–11	✓
G4-27	Redovisa viktiga områden och frågor som har lyfts via kommunikation med intressenter och hur organisationen har hanterat dessa områden och frågor, inklusive hur de har påverkat organisationens redovisning. Redovisa de intressentgrupper som lyft var och en av dessa viktiga områden och frågor		Miljömärkning Sveriges verksamhet, sid 8–9	✓
<b>Rapportens profil</b>				
G4-28	Redovisningsperiod (t.ex. räkenskapsår/kalenderår) för den redovisade informationen.		Hållbarhet – vår kärna, sid 24	✓
G4-29	Datum för publiceringen av den senaste redovisningen (om sådan upprättats).		Hållbarhet – vår kärna, sid 24	✓
G4-30	Redovisningscykel (ettårig/tvåårig etc.).		Hållbarhet – vår kärna, sid 24	✓
G4-31	Ange kontaktperson för frågor angående redovisningen och dess innehåll.		Hållbarhet – vår kärna, sid 24	✓
G4-32	a. Ange vilken redovisningsprincip organisationen har valt. b. Redovisa GRI-innehållsindex för valt alternativ.		Hållbarhet – vår kärna, sid 24	✓
G4-33	a. Redovisa organisationens policy och nuvarande tillämpning med avseende på att låta redovisningen bestyrkas externt. b. Beskriv omfattning och grund för externt bestyrkande om detta inte redovisas i den bestyrkanderapport som åtföljer hållbarhetsredovisningen. c. Beskriv relationen mellan den redovisande organisationen och den som bestyrker. d. Ange om styrelsen eller företagsledningen har varit delaktiga i att låta organisationens hållbarhetsrapport bestyrkas.		Hållbarhet – vår kärna, sid 24 Revisors rapport, sid 32 Bolagsstyrningsrapport, sid 56	✓
G4-34	Redogör för organisationens bolagsstyrning, inklusive kommittéer som är underställda styrelsen. Ange om det finns kommittéer med ansvar för ekonomiska, miljömässiga och sociala frågor.		Bolagsstyrningsrapport, sid 48–56	✓
G4-56	Beskriv organisationens värderingar, principer, standarder och normer för uppträdande, till exempel uppförandekoder eller etiska koder.		Miljömärkning Sveriges verksamhet, sid 27	✓
G4-DMA	Upplysningar om hållbarhetsstyrningen.		Väsentlighetsanalys, sid 29	✓
G4-PR5	Resultat av undersökningar som mäter kundnöjdhet.		Miljömärkning Sveriges verksamhet, sid 12–14	✓

# Revisors rapport

Revisors rapport över översiktlig granskning av Miljömärkning Sverige AB:s hållbarhetsredovisning.

## Inledning

Vi har fått i uppdrag av styrelsen i Miljömärkning Sverige AB att översiktligt granska Miljömärkning Sverige AB:s hållbarhetsredovisning för år 2014. Företaget har definierat hållbarhetsredovisningens omfattning till de områden som hänvisas till i GRI-index på sidorna 30–31.

## Styrelsens och företagsledningens ansvar för hållbarhetsredovisningen

Det är styrelsen och företagsledningen som har ansvaret för att upprätta hållbarhetsredovisningen i enlighet med tillämpliga kriterier, vilka framgår på sidan 24 i hållbarhetsredovisningen, och utgörs av de delar av Sustainability Reporting Guidelines (utgivna av The Global Reporting Initiative (GRI)) som är tillämpliga för hållbarhetsredovisningen, samt av företagets egna framtagna redovisnings- och beräkningsprinciper. Detta ansvar innefattar även den interna kontroll som bedöms nödvändig för att upprätta en hållbarhetsredovisning som inte innehåller väsentliga fel, vare sig dessa beror på oegentligheter eller på fel.

## Revisorns ansvar

Vårt ansvar är att uttala en slutsats om hållbarhetsredovisningen grundad på vår översiktliga granskning.

Vi har utfört vår översiktliga granskning i enlighet med RevR 6 Bestyrkande av hållbarhetsredovisning utgiven av FAR. En översiktlig granskning består av att göra förfrågningar, i första hand till personer som är ansvariga för upprättandet av hållbarhetsredovisningen, att utföra analytisk granskning och att vidta andra översiktliga granskningsåtgärder. En översiktlig granskning har en annan inriktning och en betydligt

mindre omfattning jämfört med den inriktning och omfattning som en revision enligt IAASB:s standarder för revision och kvalitetskontroll och god revisionsd i övrigt har. De granskningsåtgärder som vidtas vid en översiktlig granskning gör det inte möjligt för oss att skaffa oss en sådan säkerhet att vi blir medvetna om alla viktiga omständigheter som skulle kunna ha blivit identifierade om en revision utförts. Den uttalade slutsatsen grundad på en översiktlig granskning har därför inte den säkerhet som en uttalad slutsats grundad på en revision har.

Vår granskning utgår från de av styrelsen och företagsledningen valda kriterier, som definieras ovan. Vi anser att dessa kriterier är lämpliga för upprättande av hållbarhetsredovisningen. Vi anser att de bevis som vi skaffat under vår granskning är tillräckliga och ändamålsenliga i syfte att ge oss grund för vårt uttalande nedan.

## Uttalande

Grundat på vår översiktliga granskning har det inte kommit fram några omständigheter som ger oss anledning att anse att hållbarhetsredovisningen inte, i allt väsentligt, är upprättad i enlighet med de ovan av styrelsen och företagsledningen angivna kriterierna.

Stockholm den 24 februari 2015

Ernst & Young AB



Thomas Lönnström  
Auktoriserad revisor



Charlotte Söderlund  
Auktoriserad revisor





*Kaffestunder ger upphov till möjligheter att utbyta tankar och idéer.*

# Förvaltningsberättelse

Innehåll	Sida
– förvaltningsberättelse.....	34
– resultaträkning.....	37
– balansräkning.....	38
– noter.....	40

## Information om verksamheten

Styrelsen och verkställande direktören för Miljömärkning Sverige AB får härmed avge följande årsredovisning för verksamhetsåret 2014.

## Verksamhet

Miljömärkning Sverige AB ska genom sitt arbete bidra till konsumentpolitikens målsättning att konsumenter har makt och möjlighet att göra aktiva val. Bolaget har regeringens uppdrag att förvalta och utveckla den nordiska miljömärkningen Svanen och EU:s miljömärkning EU-Blomman.

För detta arbete har Miljömärkning Sverige AB under året erhållit statligt bidrag med 4 374 kSEK, vilket motsvarar ca 9 % av årets intäkter. Det statliga stödet används huvudsakligen för att delfinansiera kriteriearbetet inom båda miljömärkningssystemen samt till att sprida och göra EU:s system mer känt på den svenska marknaden. Statsanslagets andel för EU-Blomman står för 56 % av bolagets EU-Blommanintäkter.

Eftersom systemen i sig kräver att stora resurser avsätts för regelbundna revideringar av kriterier för befintliga produktgrupper, är statsanslaget en förutsättning för utveckling av kriterier inom nya branscher och områden.

## Viktiga händelser under räkenskapsåret och efter dess utgång

Under 2014 skedde viktiga händelser på flera områden: byte av kontorslokal, kundnöjdhetsundersökning, lansering av en ny hemsida, införande av en nordisk kunddatabas, etablerande av en ny nordisk förenings-

organisation samt en medarbetarundersökning. Nordisk miljömärkning fyllde också 25 år.

## Kontorsflytt

Stor kraft lades på genomförandet av den kontorsflytt som innebar nya arbetssätt för personalen i ett aktivitetsbaserat kontor med ökad digitalisering och flexibilitet. Enligt medarbetarenkäter som gjordes under processen och efter inflyttning är personalen mycket nöjd med det nya kontoret. Vårt nya kontor blev även nominerat till "Årets kontor" som kan anses som ett bevis på att konceptet och utformandet blev framgångsrikt. Bolaget har nu ett 8-årigt hyreskontrakt.

## Kunder och 25 år

För att bättre möta personalens och licensinnehavares krav på en effektivare kundprocess infördes en ny kund- och licensdatabas under det gångna året. Detta system är nu nordiskt vilket bland annat innebär en enhetlig nordisk kundhantering. Resultatet från den senaste undersökningen visar att kunderna har fortsatt förtroende för betydelsen av våra miljömärken och vikten av att kunna visa sitt miljöarbete genom sin Svanenlicens. Undersökningen gav även värdefulla synpunkter på förbättringsområden.

Under året påbörjades två kriterieomprövningar för två av bolagets starka licensområden: tryckerier och hotell-restaurang-konferens. Under samma period utvecklades ett IT-verktyg för att underlätta ansökningsprocessen. På grund av förseningar i detta IT-system blev licensutfallet svagare än förväntat. Däremot fortsatte framgångarna i licensantalet för städtjänster och husbyggnader. Utmaningen för bolaget under 2015 är att få IT-stödsystem på plats på nordisk basis för att underlätta för våra kunder att på ett smidigt och effektivt sätt ansöka om en Svanenlicens.

I november 2014 firade Nordisk Miljömärkning 25 år. Detta resulterade i en 25-årsfest med licensinnehavare,

opinionsbildare, styrelse och nämnd. Detta var också startpunkten och lanseringen av varumärkeskampanjen "Rädda världen lite grann varje dag". Kampanjen omfattar både Svanen och EU-Blomman, med inslag av utomhusreklam, podcastning, seminarier, webinarier, annonsering, pr-insatser på webben och i sociala medier, samt kundaktiviteter. Den första delen, utomhusreklamen över hela Sverige och pr- och marknadsaktiviteter, börjar i januari 2015. Kampanjen beräknas pågå i minst tre år och görs i samarbete med licensinnehavare och medlemmar i Svanens nätverk för inköp med omtanke.

Under senare delen av året påbörjades arbetet med en nylansering av hemsidan. Arbetet innebar lättare navigering för att hitta Svanenmärkta och EU-Blommanmärkta varor och tjänster, kortare nyhetsinslag och portaler för licensinnehavare inom en del produktområden. Hemsidan lanserades i december, 2014.

Ett ökat intresse för Svanens nätverk märktes då antalet medlemmar ökade och vid årets slut var över 250 statliga och andra organisationer anslutna. Detta nätverk är viktigt för att driva hållbarhetsfrågor rörande inköspolicier och miljömedvetenhet.

### **Föreningen Nordisk Miljömärkning**

Ytterligare en viktig prioritering för 2014 var att bilda och organisera en nordisk förening för miljömärkning, som ersättning för den tidigare mer lösa nordiska samordningen. Med den nya föreningen och dess styrelse på plats finns nu större möjligheter att styra över den nordiska verksamheten vad gäller prioriteringar, resursutnyttjande och effektivitet. Framtida arbete underlättas genom att ha en nordisk organisation för tre centrala processer: kriterieutveckling, licensiering och marknadsföring- och kommunikation. Samtidigt etablerades en ny varumärksplattform med gemensamma värderingar och ny grafisk profil.

### **Medarbetare**

Att ha rätt person på rätt plats är en av förutsättningarna för att uppnå mål och god ekonomi i Miljömärkning Sverige AB. För att lyckas krävs förmåga att attrahera och behålla engagerade och kompetenta medarbetare. Under året genomfördes flera medarbetarsamtal och varje enhet har regelbundna veckomöten. Fyra gånger om året anordnas personalmöten. Flytten till en ny lokal innebar nya arbetssätt och under hela året arbetade personalen i workshops, förde allmänna diskussioner och deltog i enkätundersökningar i syfte att åstadkomma en bra arbetsmiljö.

Att ta ansvar utifrån ett livscykelperspektiv är en självklarhet för Miljömärkning Sverige AB, och i vårt nordiska och europeiska arbete med att utveckla kriterier. Hållbarhetsarbete är en del av vår mission och integrerat i bolagets alla verksamheter.

Under 2014 reviderades Svanenkriterier för fönster och ytterdörrar, textiltvättmedel proffs, maskindiskmedel och spolglans, kemiska byggprodukter, kompostbehållare, avloppsfria toalettsystem, slutna eldstäder, pannor för fasta biobränslen, golv samt fetttäta papper. En revidering gjordes för EU-Blomman: kosmetiska produkter som ska sköljas av.

Utveckling av nya Svanenkriterier beslutades för kaffemaskintjänster, aktiefonder samt renovering av fastigheter. För EU-Blomman blev det beslutat att utveckla kriterier för kontorsbyggnader och städtjänster.

### **Finansiellt resultat**

Bolaget syftar inte till att ge ägaren vinst. Bolaget har upparbetat ett adekvat reservkapital genom överskott tidigare år; inget vinstbehov finns därför i nuläget. Årets resultat är därmed tillfredsställande och ger bolaget en fortsatt god finansiell ställning

### Ägarförhållanden

Miljömärkning Sverige AB har svenska staten som ensam ägare.

### Investeringar

Investeringar i Miljömärkning Sverige AB uppgick till 2 476 (766) kSEK, huvudsakligen investeringar till vårt nya kontor i Stockholm, men även vidareutveckling av IT-system och mjukvara.

### Personal

Under verksamhetsåret har Miljömärkning Sverige AB i genomsnitt sysselsatt 60 (59) personer. Vid verksamhetsårets slut uppgick antalet anställda i Miljömärkning Sverige AB till 60 (60) personer. Beträffande löner och ersättningar hänvisas till not 6. Miljömärkning Sverige AB.

### Flerårsjämförelse

Uppgifterna i flersårsöversikten har ej räknats om vid övergång till K3-regelverket, med hänvisning till K3 p.35.3 och 35.32

### Bolagets ekonomiska utveckling i sammandrag

	2014	2013	2012
Nettoomsättning tkr	46 656	47 348	43 906
Rörelseresultat tkr	-2 881	211	-2 087
Resultat efter			
finansiella poster tkr	155	916	-670
Balansomslutning tkr	34 140	28 280	26 927
Antal anställda st	60	59	56
Soliditet %	63	76	76

Nyckeltalsdefinitioner framgår av not 1

### Förslag till vinstdisposition

Till årsstämmans förfogande står följande vinstmedel:

Balanserade vinstmedel	6 624 258
Årets vinst	154 772

**kronor 6 779 030**

Bolagets verksamhet syftar inte till att bereda ägarna vinst. Eventuell vinst ska reserveras eller användas för att främja bolagets ändamål.

Styrelsen föreslår att vinstmedlen disponeras så att i ny räkning överförs -6 779 030

**kronor -6 779 030**

Beträffande bolagets resultat och ställning i övrigt hänvisas till efterföljande resultat- och balansräkningar.

# Resultaträkning

	Not	2014	2013
Nettoomsättning	2	46 656	47 348
Övriga rörelseintäkter	3	4 374	4 374
		<b>51 030</b>	<b>51 722</b>
<b>Rörelsens kostnader</b>			
Övriga externa kostnader	4, 5	-16 921	-16 083
Personalkostnader	6	-36 008	-34 722
Av- och nedskrivningar av materiella och immateriella anläggningstillgångar	7, 8, 9	-982	-706
<b>Summa rörelsens kostnader</b>		<b>-53 911</b>	<b>-51 511</b>
<b>Rörelseresultat</b>		<b>-2 881</b>	<b>210</b>
<b>Resultat från finansiella poster</b>			
Resultat från övriga värdepapper och fordringar som är anläggningstillgångar	10	2 890	617
Övriga ränteintäkter och liknande resultatposter	11	155	96
Räntekostnader och liknande resultatposter	12	-9	-7
<b>Summa resultat från finansiella poster</b>		<b>3 036</b>	<b>705</b>
<b>Resultat efter finansiella poster</b>		<b>155</b>	<b>916</b>
Skatt på årets resultat	13	-	-
<b>Årets vinst</b>		<b>155</b>	<b>916</b>

# Balansräkning

	Not	2014-12-31	2013-12-31
<b>TILLGÅNGAR</b>			
<b>Anläggningstillgångar</b>			
<i>Immateriella anläggningstillgångar</i>			
Balanserade utgifter för programvara	7	784	666
Licenser och liknande rättigheter	9	45	95
		<b>829</b>	<b>761</b>
<i>Materiella anläggningstillgångar</i>			
Inventarier	8	1 780	357
<i>Finansiella anläggningstillgångar</i>			
Andra långfristiga värdepappersinnehav	14	19 849	17 233
		<b>22 458</b>	<b>18 351</b>
<b>Omsättningstillgångar</b>			
<i>Kortfristiga fordringar</i>			
Kundfordringar	15	6 489	5 549
Övriga kortfristiga fordringar	15	124	2
Förutbetalda kostnader och upplupna intäkter	16	780	995
		<b>7 393</b>	<b>6 546</b>
Kassa och bank	17	4 289	3 383
		<b>11 682</b>	<b>9 929</b>
		<b>34 140</b>	<b>28 280</b>

# Balansräkning

	Not	2014-12-31	2013-12-31
<b>EGET KAPITAL OCH SKULDER</b>			
<b>Eget kapital</b>	18		
<i>Bundet eget kapital</i>			
Aktiekapital		250	250
Reservfond		14 550	14 550
		<b>14 800</b>	<b>14 800</b>
<i>Fritt eget kapital</i>			
Balanserad vinst eller förlust		6 624	5 708
Årets vinst		155	916
		<b>6 779</b>	<b>6 624</b>
<b>Summa eget kapital</b>		<b>21 579</b>	<b>21 424</b>
<b>Kortfristiga skulder</b>			
Leverantörsskulder		1 444	2 182
Övriga kortfristiga skulder		3 132	2 145
Upplupna kostnader och förutbetalda intäkter	19	7 985	2 529
<b>Summa kortfristiga skulder</b>		<b>12 561</b>	<b>6 856</b>
<b>Summa eget kapital och skulder</b>		<b>34 140</b>	<b>28 280</b>
Ställda säkerheter		Inga	Inga
Ansvarsförbindelser		Inga	Inga

# Noter

## **Not 1 Redovisnings- och värderingsprinciper**

Fr o m räkenskapsåret 2014 upprättas årsredovisningen med tillämpning av årsredovisningslagen och Bokföringsnämndens allmänna råd BFNAR 2012:1 Årsredovisning (K3). Tidigare tillämpades årsredovisningslagen och Bokföringsnämndens allmänna råd förutom BFNAR 2008:1 (K2) och BFNAR 2012:1 (K3). Övergången har gjorts i enlighet med föreskrifterna i K3s kapitel 35. Övergången har inte medfört några förändringar i redovisade poster eller belopp.

## **Intäkter**

Som inkomst redovisar bolaget det verkliga värdet av vad som erhållits eller kommer att erhållas under räkenskapsåret, vilket till största del består av årliga licensavgifter. För övriga tjänsteuppdrag på löpande räkning redovisas inkomsten som är hänförlig till ett utfört tjänsteuppdrag som intäkt i takt med att arbete utförs.

## **Anläggningstillgångar**

Materiella och immateriella anläggningstillgångar redovisas till anskaffningsvärde minskat med ackumulerade avskrivningar och eventuella nedskrivningar. Avskrivningen sker linjärt över den förväntade nyttjandeperioden.

*Följande avskrivningstider tillämpas:*

Immateriella anläggningstillgångar

Balanserade utgifter gällande licenser för CRM- och affärssystem 3 år

Materiella anläggningstillgångar

Datainventarier såsom bärbara datorer med kringutrustning 3 år

Övriga inventarier såsom möbler, teledatanätverk och larminstallation 5 år

## **Immateriella tillgångar**

Immateriella anläggningstillgångar redovisas till anskaffningsvärde minskat med ackumulerade avskrivningar och nedskrivningar. Aktiveringsmodellen tillämpas för externt upparbetade immateriella tillgångar. Avskrivningar görs linjärt över den bedömda nyttjandetiden.

## **Leasingavtal**

Samtliga leasingavtal där företaget är leasetagare redovisas som operationell leasing (hyresavtal), oavsett om avtalen är finansiella eller operationella. Leasingavgiften redovisas som en kostnad linjärt över leasingperioden.

## **Finansiella instrument**

Finansiella instrument som redovisas i balansräkningen inkluderar värdepapper, kundfordringar, övriga fordringar samt leverantörsskulder. Instrumenten redovisas i balansräkningen när Miljömärkning Sverige blir part i instrumentets avtalsmässiga villkor. Finansiella tillgångar tas bort från balansräkningen när rätten att erhålla kassaflöden från instrumentet har löpt ut eller överförts i stort sett alla risker och förmåner som är förknippade med äganderätten.

Finansiella skulder tas bort från balansräkningen när förpliktelserna har reglerats eller på annat sätt upphört.

## **Fordringar och skulder**

Om inget annat anges ovan värderas kortfristiga fordringar till det lägsta av dess anskaffningsvärde och det belopp varmed de beräknas bli reglerade. Långfristiga fordringar och långfristiga skulder värderas efter det första värderingstillfället till upplupet anskaffningsvärde. Övriga skulder värderas till de belopp varmed de beräknas bli reglerade. Övriga tillgångar redovisas till anskaffningsvärde om inget annat anges ovan.

## **Andra långfristiga värdepappersinnehav**

Posten består huvudsakligen av aktiefonder i svenska och utländska aktier samt svenska räntebärande. Innehaven innehas på lång sikt. Samtliga innehav i portföljen värderas kollektivt då syftet med placeringarna är att uppnå riskspridning. Alla transaktioner med värdepapper redovisas på likviddagen.

## **Omräkning av poster i utländsk valuta**

Fordringar och skulder i utländsk valuta har värderats enligt balansdagens kurs. Vinster och förluster på rörelsefordringar och rörelseskulder ingår i rörelseresultat, medan differenser på finansiella fordringar och skulder redovisas bland finansiella poster.



### Nedskrivningsprövning av finansiella anläggningstillgångar

Vid varje balansdag bedömer Miljömärkning Sverige AB om det finns någon indikation på nedskrivningsbehov i någon utav de finansiella anläggningstillgångarna. Nedskrivning sker om värdenedgången bedöms vara bestående. Nedskrivningsbehov i portföljen i dessa helhet redovisas i resultaträkningsposten Resultat från övriga värdepapper och fordringar som är anläggningstillgångar.

### Ersättningar till anställda

**Kortfristiga ersättningar:** Kortfristiga ersättningar i företaget utgörs av lön, sociala avgifter, betald semester, betald sjukfrånvaro och sjukvård. Kortfristiga ersättningar redovisas som en kostnad och en skuld då det finns en legal eller informell förpliktelse att betala ut en ersättning.

**Ersättningar efter avslutad anställning:** I Miljömärkning Sverige AB förekommer såväl avgiftsbestämda som förmånsbestämda pensionsplaner enligt kollektivavtalet i ITP-planen. För de som är födda efter 1979 (ITP1) är avgiftsbestämd och övriga har en förmånsbestämd pension (ITP2).

### Statligt stöd

För sitt arbete har Miljömärkning Sverige AB under året erhållit statligt bidrag med 4 374 kSEK, vilket motsvarar ca 9 % av årets intäkter. Det statliga stödet används huvudsakligen för att delfinansiera kriteriearbetet inom båda miljömärkningssystemen samt till att sprida och göra EU:s system mer känt på den svenska marknaden.

### Skatt

Total skatt utgörs av aktuell skatt och uppskjuten skatt. Aktuell skatt är skatt som skall betalas eller erhållas avseende aktuellt år. Hit hör även justering av aktuell skatt hänförlig till tidigare perioder. Uppskjuten skatt redovisas avseende skillnaden mellan redovisade och skattemässiga värden, så kallade temporära skillnader.

### Nyckeltalsdefinitioner

**Soliditet:** Eget kapital och obeskattade reserver (med avdrag för uppskjuten skatt) i förhållande till balansomslutningen.

### Not 2 Intäkternas fördelning

I nettoomsättningen ingår intäkter från:

	2014	2013
Omsättning EU-Blomman	2 089	670
Omsättning Nordisk Miljömärkning	43 911	43 960
Hysesintäkter	–	1 020
Övriga intäkter	656	1 698
<b>Summa</b>	<b>46 656</b>	<b>47 348</b>

Bolagets licensintäkter för 2014 är beräknade utifrån debiterade preliminära licensavgifter. Faktiska licensintäkter, vilka avräknas påföljande år, föreligger inte vid tidpunkten för årsredovisningens framtagande. Skillnaden mellan preliminära och faktiska licensavgifter har ej överstigit 500 kSEK under de närmaste tre åren.

### Not 3 Övriga intäkter

	2014	2013
Övriga rörelsintäkter avser statligt bidrag	4 374	4 374

### Not 4 Operationella leasingavtal

Framtida minimileaseavgifter, som ska erläggas avseende icke uppsägningsbara leasingavtal:

	2014	2013
Förfaller till betalning inom ett år	3 831	2 126
Förfaller till betalning senare än ett men inom 5 år	13 960	–
Förfaller till betalning senare än fem år	8 061	–
	<b>25 852</b>	<b>2 126</b>
Under perioden kostnadsförda leasingavgifter	3 263	3 527

Under året har nya leasingkontrakt tecknas i samband med flytt till andra lokaler. Under året har 4 av 5 leasingkontrakt avseende tjänstebilar avslutats

**Not 5 Ersättning till revisorerna**

Ernst & Young		
Revisionsuppdraget		
Revisionsverksamhet utöver revisionsuppdraget		
<b>Summa</b>		

**2014** **2013**

170 165  
57 26

**227** **191**

**Not 6 Löner, andra ersättningar och sociala kostnader**

**Medelantalet anställda**

Kvinnor

38 38

Män

22 21

**Totalt**

**60** **59**

**Löner och andra ersättningar**

Verkställande direktören

1 291 1 116

Styrelse

246 209

Övriga anställda

22 536 21 877

**24 073** **23 202**

**Pensions- och övriga sociala kostnader**

Pensionskostnader inkl löneskatt

3 348 3 329

Sociala kostnader

7 620 7 282

**Totalt**

**10 968** **10 611**

Pensionskostnader för verkställande direktören inkl löneskatt

482 654

**482** **654**

**Könsfördelning bland ledande befattningshavare (%)**

Andel kvinnor i styrelsen

75 75

Andel män i styrelsen

25 25

Andel kvinnor bland övriga ledande befattningshavare

71 83

Andel män bland övriga ledande befattningshavare

29 17

**Styrelseledamöter och ledande befattningshavare**

**Överenskomna arvoden och övriga ersättningar till styrelse**

Christina Lindbäck, styrelsens ordförande

126 126

Yvonne Ingman, vice ordförande/styrelseledamot

30 30

Svante L. Axelsson, styrelseledamot

30 30

Jan-Peter Bergkvist, styrelseledamot

39 23

Gunilla Jarlbro, styrelseledamot

39 39

Marita Axelsson, styrelseledamot

– –

Maria Sundesten, arbetstagarrepresentant

– –

Ulla Sahlberg, arbetstagarrepresentant

– –

**Totalt**

**265** **248**

I det fall styrelseledamot har fakturerat har sociala avgifter debiterats.

**Lön och övriga ersättningar till ledande befattningshavare**

*Lön*

Ragnar Unge, vd

1 291 1 116

Cecilia Ehrenborg Williams, Vice vd, tillika produktutv.chef

787 723

Gun Nycander, HR-chef, VO-chef Varor tom okt

664 555

Svante Sterner, VO-chef Varor from nov

90 –

Ingela Hellström, VO-chef Tjänster

573 552

Nancy Holm, Marknads och kommunikationschef

720 699

Pernilla Hedberg, Kontors- och IT-chef

612 590

**Totalt**

**4 737** **4 235**



**Not 9 Licenser**

Ingående anskaffningsvärden

Försäljningar och utrangeringar

**Utgående ackumulerade anskaffningsvärden**

Ingående avskrivningar

Försäljningar och utrangeringar

Årets avskrivningar

**Utgående ackumulerade avskrivningar**

**Utgående restvärde enligt plan**

**Not 10 Resultat från övriga värdepapper och fordringar som är anläggningstillgångar**

Utdelningar

Realisationsresultat vid försäljningar

**Summa**

**Not 11 Övriga ränteintäkter och liknande resultatposter**

Ränteintäkter från kreditinstitut

Kursdifferenser

**Summa**

**Not 12 Räntekostnader och liknande resultatposter**

Övriga räntekostnader

**Summa**

**Not 13 Skatt på årets resultat**

Bolagets utnyttjade underskottsavdrag uppgår till 18 293 (16 298), vilket om det utnyttjas medför en minskad framtida skattekostnad om 4 025 (3 615) baserad på nuvarande skattesats om 22 %. Då bolaget gör bedömningen att det inte kommer att redovisa några överskott under överskådlig tid efter år 2014 redovisas ingen uppskjuten skattefodran avseende dessa underskottsavdrag.

**Not 14 Långfristiga värdepappersinnehav**

Ingående anskaffningsvärden

Årets förändringar

-Tillkommande värdepapper

-Avgående värdepapper

**Utgående redovisat värde, totalt**

Värdepappersfond svenska aktier

Värdepappersfond utländska aktier

Värdepappersfond räntebärande

	<b>2014</b>	<b>2013</b>
	339	339
	-191	-
	<b>148</b>	<b>339</b>
	-244	-195
	191	-
	-49	-49
	<b>-102</b>	<b>-244</b>
	<b>45</b>	<b>95</b>
	<b>2014</b>	<b>2013</b>
	554	355
	2 336	262
	<b>2 890</b>	<b>617</b>
	<b>2014</b>	<b>2013</b>
	35	80
	120	17
	<b>155</b>	<b>97</b>
	<b>2014</b>	<b>2013</b>
	-9	-8
	<b>-9</b>	<b>-8</b>
	<b>2014</b>	<b>2013</b>
	17 233	19 138
	12 601	4 355
	-9 985	-6 260
	<b>19 849</b>	<b>17 233</b>
	<b>Marknadsvärde</b>	<b>Bokfört värde</b>
	9 915	7 344
	5 500	5 031
	8 109	7 474
	<b>23 524</b>	<b>19 849</b>

**Not 15 Kortfristiga fordringar****Kundfordringar**

Kundfordringar  
Reserv kundförluster

2014	2013
7 327	6 059
-838	-510
<b>6 489</b>	<b>5 549</b>

Reserveringen för kundförluster härrör sig till största delen från företag under rekonstruktion eller konkurs. Inga av kundfordringarna är över 60 dagar vid årsskiftet.

**Övriga kortfristiga fordringar**

Skattefordringar  
Övrigt

122	–
1	3
<b>124</b>	<b>3</b>

**Not 16 Förutbetalda kostnader och upplupna intäkter**

Förutbetalda hyror  
Upplupna ränteintäkter  
Förutbetalda försäkringspremier  
Förutbetald leasing  
Övriga förutbetalda kostnader

2014	2013
506	–
–	301
48	–
39	–
187	694
<b>780</b>	<b>995</b>

**Not 17 Likvida medel**

Banktillgodohavanden

2014	2013
4 289	3 382
<b>4 289</b>	<b>3 383</b>

**Not 18 Förändring av eget kapital**

	Aktie- kapital	Reserv- fond	Balanserat resultat	Årets resultat	Summa eget kapital
<b>Eget kapital 2013-01-01</b>	250	14 550	6 378	-670	20 508
Överföring resultat föregående år	–	–	-670	670	–
Årets resultat	–	–	–	916	916
<b>Eget kapital 2013-12-31</b>	250	14 550	5 708	916	21 424
Överföring resultat föregående år	–	–	916	-916	–
<b>Årets resultat</b>	–	–	–	<b>155</b>	<b>155</b>
<b>Eget kapital 2014-12-31</b>	<b>250</b>	<b>14 550</b>	<b>6 624</b>	<b>155</b>	<b>21 579</b>

Antal aktier: 2 500

**Not 19 Förutbetalda kostnader och upplupna intäkter**

Upplupna semesterlöner  
Upplupna sociala avgifter  
Revisionsarvode  
Övriga upplupna kostnader  
Övriga förutbetalda intäkter

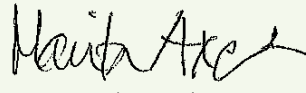
2014	2013
-1 831	-1 542
-574	-470
-230	-517
-663	–
-4 687	–
<b>-7 985</b>	<b>-2 529</b>

**Summa**

Resultat- och balansräkningen kommer att föreläggas årsstämman 24 april 2015 för fastställelse.  
Stockholm 2015-02-17



Christina Lindbäck  
Ordförande



Marita Axelsson



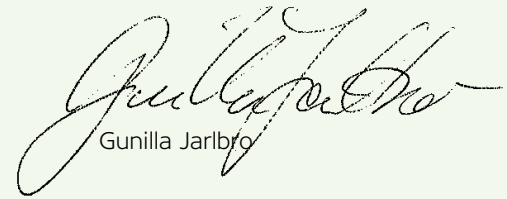
Svante L. Axelsson



Jan-Peter Bergkvist



Yvonne Ingman



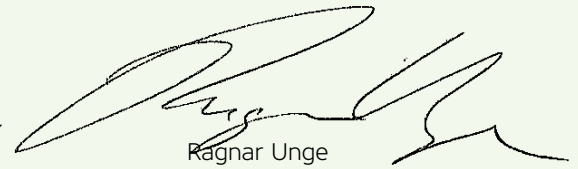
Gunilla Jarlbro



Ulla Sahlberg  
Arbetstagarrepresentant



Maria Sundesten  
Arbetstagarrepresentant



Ragnar Unge  
Verkställande direktör

Vår revisionsberättelse har lämnats den 2015-02-24  
Ernst & Young AB



Thomas Lönström  
Auktoriserad revisor

# Revisionsberättelse

Till årsstämman i Miljömärkning Sverige AB, org.nr 556549-4191

## Rapport om årsredovisningen

Vi har utfört en revision av årsredovisningen för Miljömärkning Sverige AB för räkenskapsåret 2014. Bolagets årsredovisning ingår i den tryckta versionen av detta dokument på sidorna 34–46.

## Styrelsens och verkställande direktörens ansvar för årsredovisningen

Det är styrelsen och verkställande direktören som har ansvaret för att upprätta en årsredovisning som ger en rättvisande bild enligt årsredovisningslagen och för den interna kontroll som styrelsen och verkställande direktören bedömer är nödvändig för att upprätta en årsredovisning som inte innehåller väsentliga felaktigheter, vare sig dessa beror på oegentligheter eller på fel.

## Revisorns ansvar

Vårt ansvar är att uttala oss om årsredovisningen på grundval av vår revision. Vi har utfört revisionen enligt International Standards on Auditing och god revisionssed i Sverige. Dessa standarder kräver att vi följer yrkesetiska krav samt planerar och utför revisionen för att uppnå rimlig säkerhet att årsredovisningen inte innehåller väsentliga felaktigheter.

En revision innefattar att genom olika åtgärder inhämta revisionsbevis om belopp och annan information i årsredovisningen. Revisorn väljer vilka åtgärder som ska utföras, bland annat genom att bedöma riskerna för väsentliga felaktigheter i årsredovisningen, vare sig dessa beror på oegentligheter eller på fel. Vid denna riskbedömning beaktar revisorn de delar av den interna kontrollen som är relevanta för hur bolaget upprättar årsredovisningen för att ge en rättvisande bild i syfte att utforma granskningsåtgärder som är ändamålsenliga med hänsyn till omständigheterna, men inte i syfte att göra ett uttalande om effektiviteten i bolagets interna kontroll. En revision innefattar också en utvärdering av ändamålsenligheten i de redovisningsprinciper som har använts och av rimligheten i styrelsens och verkställande direktörens uppskattningar i redovisningen, liksom en utvärdering av den övergripande presentationen i årsredovisningen.

Vi anser att de revisionsbevis vi har inhämtat är tillräckliga och ändamålsenliga som grund för våra uttalanden.

## Uttalanden

Enligt vår uppfattning har årsredovisningen upprättats i enlighet med årsredovisningslagen och ger en i alla väsentliga avseenden rättvisande bild av Miljömärkning Sverige AB:s finansiella ställning per den 31 december 2014 och av dess finansiella resultat för året enligt årsredovisningslagen. Förvaltningsberättelsen är förenlig med årsredovisningens övriga delar.

Vi tillstyrker därför att årsstämman fastställer resultaträkningen och balansräkningen.

## Rapport om andra krav enligt lagar och andra författningar

Utöver vår revision av årsredovisningen har vi även utfört en revision av förslaget till dispositioner beträffande bolagets vinst eller förlust samt styrelsens och verkställande direktörens förvaltning för Miljömärkning Sverige AB för 2014.

## Styrelsens och verkställande direktörens ansvar

Det är styrelsen som har ansvaret för förslaget till dispositioner beträffande bolagets vinst eller förlust, och det är styrelsen och verkställande direktören som har ansvaret för förvaltningen enligt aktiebolagslagen.

## Revisorns ansvar

Vårt ansvar är att med rimlig säkerhet uttala oss om förslaget till dispositioner beträffande bolagets vinst eller förlust och om förvaltningen på grundval av vår revision. Vi har utfört revisionen enligt god revisionssed i Sverige.

Som underlag för vårt uttalande om styrelsens förslag till dispositioner beträffande bolagets vinst eller förlust har vi granskat om förslaget är förenligt med aktiebolagslagen.

Som underlag för vårt uttalande om ansvarsfrihet har vi utöver vår revision av årsredovisningen granskat väsentliga beslut, åtgärder och förhållanden i bolaget för att kunna bedöma om någon styrelseledamot eller verkställande direktören är ersättningskyldig mot bolaget. Vi har även granskat om någon styrelseledamot eller verkställande direktören på annat sätt har handlat i strid med aktiebolagslagen, årsredovisningslagen eller bolagsordningen.

Vi anser att de revisionsbevis vi har inhämtat är tillräckliga och ändamålsenliga som grund för våra uttalanden.

## Uttalanden

Vi tillstyrker att årsstämman disponerar vinsten enligt förslaget i förvaltningsberättelsen och beviljar styrelsens ledamöter och verkställande direktören ansvarsfrihet för räkenskapsåret.

Ernst & Young AB

Stockholm den 24 februari 2015



Thomas Lönnström  
Auktoriserad revisor

# Miljömärkning Sverige AB

## Bolagsstyrningsrapport 2014

Bolagsstyrningen i Miljömärkning Sverige AB utgår ifrån statens riktlinjer för statliga företag, svenska aktiebolagslagen, årsredovisningslagen och andra relevanta lagar, regler och rekommendationer.

Miljömärkning Sverige tillämpar Svensk kod för bolagsstyrning (Koden) och följer principen att följa eller förklara. Avvikelser från Koden har gjorts för att följa kraven i statens ägarpolicy och gäller följande områden:

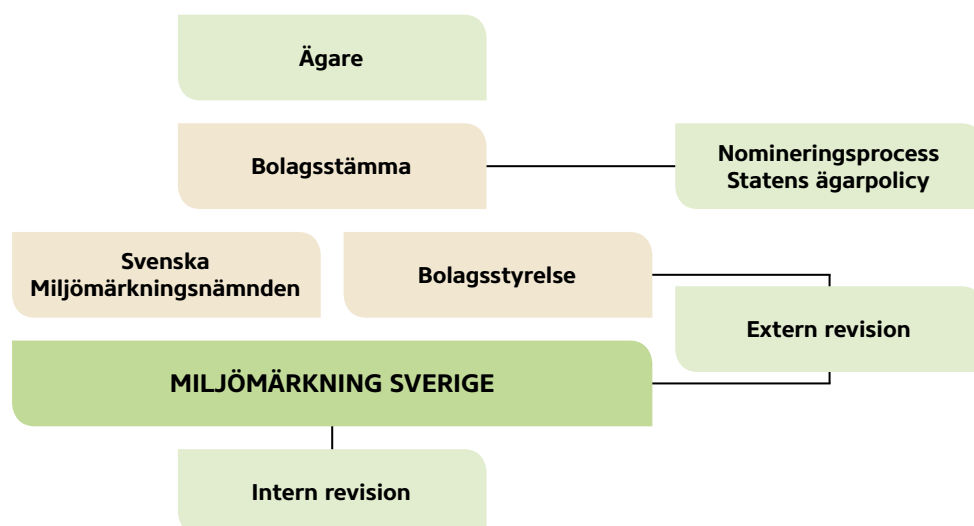
- Valberedning utses inte av bolagsstämman och valberedningens arbete följer inte reglerna i Koden. Beredning och beslut om nominering av styrelseledamöter och revisorer sker enligt en strukturerad styrelsenomineringsprocess som finns beskriven i statens ägarpolicy.
- Samtliga ledamöter är oberoende i förhållande till bolaget. Styrelseledamöternas oberoende i förhållande till staten som större ägare redovisas inte närmare. Koden är huvudsakligen riktad mot bolag med spritt ägande. I statligt helägda bolag saknas därför skäl att redovisa denna form av oberoende.

Ansvar för Miljömärkning Sveriges ledning och kontroll fördelas mellan ägaren, styrelsen och verkställande direktören i enlighet med ovanstående regelverk.

### Miljömärkning Sverige AB ägs av svenska staten

Bolaget har inget ekonomiskt vinstsyfte. Verksamheten finansieras dels genom ett statligt bidrag, dels genom en avgift från de företag som har miljömärkningslicenser (Svanen och EU-Blomman). Eventuellt överskott ska återföras till verksamheten och användas för kärnverksamheten, dvs miljömärkning för en mer hållbar konsumtion och produktion. Bolaget strävar efter en kostnadseffektiv organisation och goda intäkter, vilka också är en indikation på miljömärkningens genomslag.

En ekonomiskt stark miljömärkningsverksamhet ger bolaget framtida utvecklingsmöjligheter och samhället ett starkt redskap för hållbar konsumtion.







Rapporteringen till staten sker i bolagets årsredovisning, samt genom löpande dialog med departementsansvarig. Bolaget återrappporterar till konsumentministern.

### **Nomineringsprocess**

Kodens regler om tillsättning av valberedning samt om beredning av beslut om nominering av styrelseledamöter och revisorer ersätts i statligt ägda bolag av enhetliga och gemensamma principer för en strukturerad nomineringsprocess. Syftet är att säkerställa en effektiv kompetensförsörjning till bolagets styrelse. Styrelsenomineringsprocessen koordineras av enheten för statligt ägande inom Finansdepartementet (från och med årsskiftet 2015 inom Näringsdepartementet). Regeringens mål är att styrelsen ska ha hög kompetens som är väl anpassad till företagets verksamhet, situation och framtida utmaningar. Ledamöterna förväntas ha hög integritet och motsvara de krav på gott omdöme som förväntas av företrädare för staten. Urvalet av ledamöter görs utifrån en bred rekryteringsbas i syfte att ta vara på kompetens hos såväl kvinnor som män, som hos personer med olika bakgrund och erfarenhet. När processen avslutas offentliggörs gjorda nomineringar enligt Kodens riktlinjer. Enligt bolagsordningen skall styrelsen ha minst tre och högst sju ledamöter vilka väljs för en tid om högst fyra år.

### **Årsstämman**

Årsstämma ska enligt statens riktlinjer hållas senast den 30 april. Årsstämman är öppen för allmänheten. Kallelse till stämman publiceras i Post- och inrikestidningar, Dagens Industri samt på bolagets webbsida. Separat kallelse går till ägaren direkt.

På årsstämman fattar ägaren bland annat beslut om:

- Val av styrelseledamöter
- Val av revisor
- Arvoden till styrelseledamöter och revisorer
- Fastställande av resultat- och balansräkning
- Disposition av vinstmedel
- Ansvarsfrihet för styrelse och verkställande direktör för det gångna verksamhetsåret
- Riktlinjer för ersättning till ledande befattningshavare

Årsstämma 2014 hölls den 24 april.

### **Styrelsen**

Styrelsen svarar för att bolagets organisation och förvaltning sker på bästa sätt.

Styrelsens främsta uppgift är att utse verkställande direktör, fastställa verksamhetsplaner och mål, strate-

gier och policyer, följa den ekonomiska utvecklingen, besluta om större ekonomiska beslut och väsentliga förändringar av organisationen. Styrelsen ska säkerställa den externa ekonomiska rapporteringen, att lagar och andra regler följs samt att det finns en fungerande riskhantering och intern kontroll.

Styrelsens arbete samt ansvarsfördelningen mellan styrelsen och den verkställande direktören regleras årligen i en arbetsordning för styrelsen samt i en instruktion från styrelsen till verkställande direktören. Både hållbarhetsarbetet och riskhanteringen integreras med verksamhetens processer och ingår i den operativa verksamheten.

Styrelsens ordförande ansvarar bland annat för att organisera och leda styrelsens arbete, att sammanträden hålls enligt plan, att styrelsens ledamöter får den introduktion och löpande information de behöver för uppdraget samt att styrelsens arbete årligen utvärderas. Ordförande ska samordna styrelsens syn med ägaren i frågor av avgörande betydelse för bolaget, genom löpande kontakt med vd följa bolagets utveckling och kontrollera att styrelsens beslut verkställs.



*Svanens nätverk för inköp med omtanke har som ett mål att få med statliga bolag. Vid årets slut 2014 var 17 anslutna.*

Styrelsen utnämner Svensk Miljömärkningsnämnd, som svarar för svenskt ställningstagande i kriteriefrågor inom den nordiska miljömärkningen. Verkställande direktören ingår inte i styrelsen men är föredragande på varje möte. Protokoll förs av bolagets vice vd.

Styrelsen hade under året fyra ordinarie styrelsemöten, ett konstituerande möte, ett styrelseseminarium samt ett strategimöte tillsammans med den Svenska Miljömärkningsnämnden.

### Styrelsens sammansättning

Vid årsstämman 2014 utsågs följande styrelse:

- Christina Lindbäck, ordförande
- Marita Axelsson
- Svante L Axelsson
- Gunilla Jarlbro
- Yvonne Ingman
- Jan Peter Bergkvist
- Ulla Sahlberg, arbetstagarrepresentant
- Maria Sundesten, arbetstagarrepresentant

Närvaro styrelse: Fyra möten hölls under 2014. Vid två möten var samtliga styrelsemedlemmar med, vid två möten var Gunilla Jarlbro frånvarande.

Styrelsen behandlade följande punkter under 2014: Vd:s allmänna lägesrapporter, Resultat- och balansräkningar, Fondförvaltning, IT-projekt, Marknadsföringsprojekt, Nordisk organisation, samt Verksamhetsplan.

Under årets första möte beslutades om följande: Årsredovisning och Hållbarhetsredovisning 2013, måluppföljning 2013.

Möte 3 pågick under 2 dagar då en av dagarna är ett strategiseminarium som 2014 behandlade:

Miljömärkning av aktiefonder, Hur kommunicerar vi Svanens effekt på omvärlden? Offentlig grön upphandling, 25 år; varumärkeskampanj.

Under årets sista möte gick styrelse igenom verksamhetsplan och mål 2015.

### Styrelsens ersättning

Ersättningen till styrelsen, fastställd på årsstämman 2014 var 30 000 kronor per år och stämموald ledamot. Regeringens representant erhåller inte arvode. Utöver detta erhåller ordförande 96 000:- som lön. Den totala ersättningen till styrelse och verkställande direktör framgår av bolagets årsredovisning.

### Utvärdering av styrelsens och vds arbete

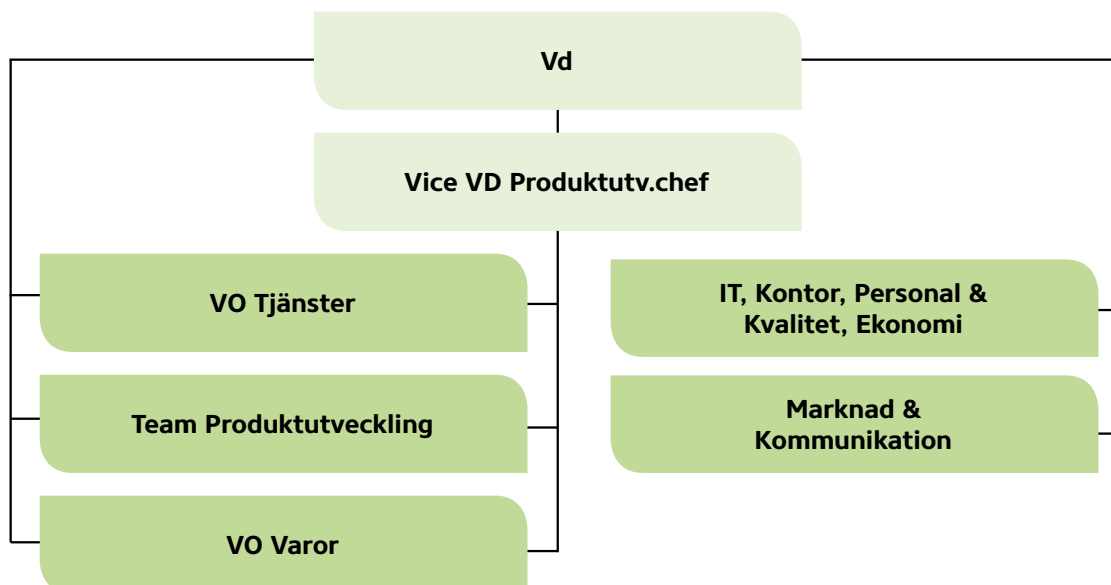
Styrelsen genomför årligen en utvärdering av sitt arbete. Under 2013 har styrelsens ordförande genomfört en utvärdering genom enkät till styrelseledamöterna.

### Verkställande direktörens ansvar

Vd ansvarar för den löpande förvaltningen av bolaget. Ansvarsområden och uppdrag regleras i den av styrelsen årligen fastställda vd-instruktionen och i instruktionen till vd om rapportering till styrelsen samt bolagets övergripande verksamhetsplan. Inom dessa ramar leder vd verksamheten samt håller styrelsens ordförande löpande informerad om väsentliga händelser.

Inför varje styrelsemöte träffas ordföranden och vd för en genomgång av dagordning och underlag i övrigt för ärendena som ska behandlas på styrelsemötet. På styrelsemötena lämnar vd alltid en rapport från bolaget.

Miljömärkning Sveriges organisation



## Styrelsens sammansättning

### Christina Lindbäck (Ordförande)

**Född:** 1963

**Titel:** Hållbarhetschef

**Utbildning:** Jur Kand

**Tidigare uppdrag:** Styrelsen i Länsstyrelsen i Sörmlands län, European Environment Agency (EEA), Återvinningsindustrierna, Näringslivets miljöchefer

**Nuvarande uppdrag:** Styrelseledamot i Antonia Ax:son Johnsons stiftelse för miljö och utveckling, styrelse-suppleant IVL

**Ledamot sedan:** 2010

### Yvonne Ingman, Svensk Handel

**Född** 1953

**Titel:** Vice vd, näringspolitisk chef, Svensk Handel

**Utbildning:** Journalisthögskolan i Göteborg, examen 1974

**Tidigare uppdrag:** Styrelseledamot HUI Research, styrelseledamot Handelns Utvecklingsråd, styrelseledamot tidningen Besöksliv

**Nuvarande uppdrag:** Ledamot Allmänna Reklamationsnämndens insynsråd, styrelseledamot Svensk Turism AB, styrelseledamot Svensk Destinationsutveckling AB, styrelseledamot City i Samverkan Stockholm, styrelseledamot Samfundet Sverige-Finland, styrelseledamot Stiftelsen Sverigefinska skolan i Stockholm, ledamot Cancerfondens valberedning, ledamot Skolverkets nationella programråd för hotell- och turismprogrammet.

**Ledamot sedan:** 2006

### Marita Axelsson, Justiedepartementet

**Född:** 1962

**Titel:** Kansliråd

**Utbildning:** Agronom-ekonom

**Ledamot sedan:** 2012

### Svante Axelsson, EFFSO

**Född:** 1947

**Titel:** Vd

**Utbildning:** VoV ingenjör och pedagogik

**Tidigare uppdrag:** Ordf. MGruppen AB, Ordf. FlexGrid AB, Ordf. Asquares AB, Ledamot Effso AB, vd och ledamot Silf Gruppen AB, President IFPSM

**Nuvarande uppdrag:** Ordf. Advantum Kompetens AB, ledamot EFFSO AB, Ordf. SA Trading AB, (m.fl.)

**Ledamot sedan:** 2007

### Gunilla Jarlbro, Lunds universitet

**Född:** 1953

**Titel:** Professor

**Utbildning:** Fil.Dr

**Nuvarande uppdrag:** Ordförande i Konsumentverkets vetenskapliga råd, ledamot i Folkhälsoinstitutets Vetenskapliga råd, ledamot i Livsmedelsverkets insynsråd

**Ledamot sedan:** 2011

### Jan Peter Bergqvist SleepWell AB

**Född:** 1957

**Titel:** Vd

**Utbildning:** Gymnasium, flertalet management utbildningar inom RESO, Scandic, Hilton International samt Disney University US.

**Tidigare uppdrag:** Green Meetings Industry Council US, ledamot Drottningholms Entreprenad AB, ledamot Sveriges Hotell-och restaurangföretagare (nuvarande Visita).

**Nuvarande uppdrag:** Adjungerad ledamot Stockholm International Water Institute, ledamot Fairtrade Sverige, Ordförande Artister för Miljön.

**Ledamot sedan:** 2013

### Maria Sundesten, Kundadministratör

**Född:** 1969

**Utbildning:** Stockholms universitet

**Tidigare uppdrag:** Arbetstagarrepresentant i Miljömärkning Sverige AB 2008-2009

**Nuvarande uppdrag:** Arbetstagarrepresentant Miljömärkning Sverige

**Ledamot sedan:** 2013

### Ulla Sahlberg, Miljömärkning Sverige AB

**Född:** 1958

**Titel:** EU-Blomman kriteriekoordinator

**Utbildning:** Teknologie licentiat, KTH

**Nuvarande uppdrag:** Arbetstagarrepresentant i Miljömärkning Sverige AB

**Ledamot sedan:** 2009

## Ledningsgruppens sammansättning

### Ragnar Unge, Vd

**Född:** 1956

**Utbildning:** Marknadsekonom, RMI-Berghs, Lärarexamen, Linköpings Universitet

**Tidigare anställningar:** Informations- och marknadschef, SIS Miljömärkning, Marknadschef, MicroBike AB, Enhetsansvarig och lärare, Göteborgs kommun

**Styrelseuppdrag:** Ledamot, Swedish Welcome AB

### Cecilia Ehrenborg Williams, Vice vd, tillika Produktutv.chef

**Född:** 1969

**Utbildning:** Civilingenjör Kemi, KTH, Affärsredovisning och Affärsutveckling IFL Handelshögskolan

**Tidigare anställningar:** Kemi & infoansvarig Diskteknik AB, Miljökonsult Casma Miljömanagement, Projektledare Stiftelsen Håll Sverige Rent

### Gun Nycander, HR-chef

**Född:** 1959.

**Utbildning:** Civilingenjör, kemi, KTH

**Tidigare anställningar:** Utvecklingsingenjör på polymerlab på ABB Cables, handläggare på Naturvårdsverket, projektledare miljömärkningen

**Styrelseuppdrag:** Kassör vid Stockholms läns kaninavelsförening

### Ingela Hellström, VO-chef, Tjänster

**Född:** 1968

**Utbildning:** Gymnasieutbildning

**Tidigare uppdrag:** Miljömärkning Sverige med olika arbetsinriktningar, utvecklingsavdelning med produkt och processutveckling på Pripps Bryggerier.

### Nancy Holm, Marknads- och kommunikationschef

**Född:** 1950.

**Utbildning:** Fil Kand Stockholms universitet, Journalistexamen Göteborgs universitet, universitetsstudier i USA, chefskurser i regi av Microsoft

**Tidigare anställningar:** Kommunikationschef, Håll Sverige Rent, EU-projektledare för miljöprojekten Save the North Sea och Baltic SeaBreeze, vd för E-learning företaget Skillstore, Nordisk PR-chef, Microsoft, Informationschef, Stockholms stad.

### Pernilla Hedberg, Kontors- och IT-chef

**Född:** 1968

**Utbildning:** 3 årig Ekonomisk linje, M-Gruppens chefsprogram

**Tidigare anställningar:** Vd assistent och Kontorschef SIS Miljömärkning, sekreterare och redovisningsekonom Frebaco Fastighets AB

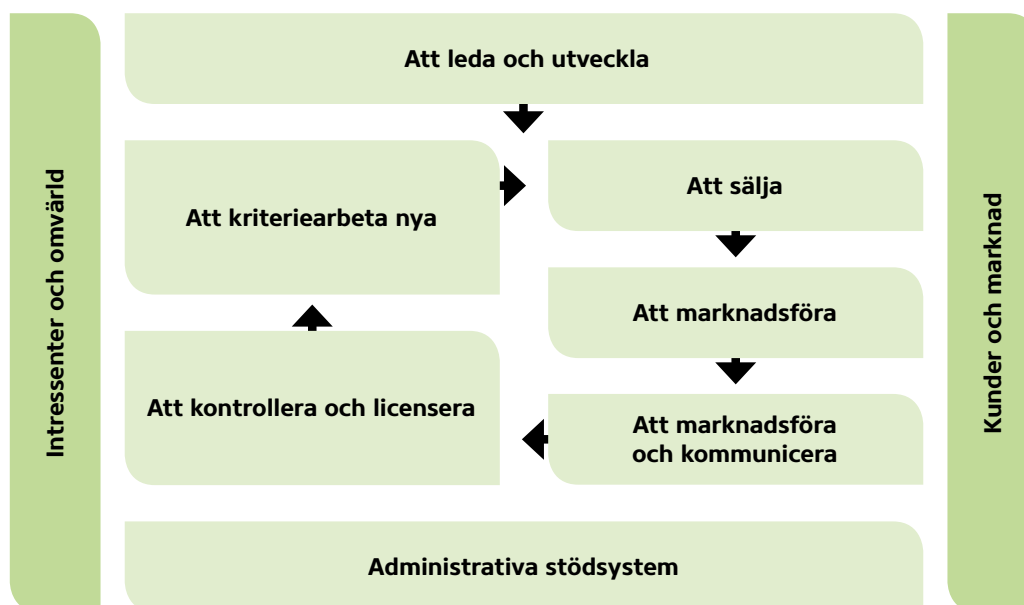
**Tidigare uppdrag:** Diverse förtroendeuppdrag inom facket och föreningsliv.

### Svante Sterner, VO-chef, Varor

**Född:** 1972

**Utbildning:** Fil.Mag. Eko.tox, Stockholms universitet

**Tidigare anställningar:** Ekotoxikolog, Söderörns högskola, skeppstimmerman, processarbetare på Marabou



Processkarta för Miljömärkning Sverige

### Vd:s ansvar

Verkställande direktören sker styr dels genom styrande dokument, dels genom verksamhetens ledningssystem med krav på hur verksamhetens processer ska genomföras. Vidaredelegering från verkställande direktören till bolagets chefer finns i en delegationsordning och i riktlinjer om ansvar och befogenheter.

### Ledning, styrning och organisation

Vd organiserar bolagets ledning så att ändamålsenlig styrning och kontroll uppnås.

Bolaget är organiserat i fem enheter vilka leds av varsin enhetschef. Det är två verksamhetsområden, VO Varor och VO Tjänster. Därutöver finns en produktutvecklingsenhet och marknads- och kommunikationsenhet där också Svanens nätverk för inköp med omtanke ingår, samt en ekonomi- och IT-enhet. Enhetscheferna har budget- och resultatansvar och rapporterar till vd.

Ledningsgruppen har under 2014 bestått av vd och de fem enhetscheferna och utgör den företagsledningskrets vilkas anställningsvillkor redovisas enligt statens riktlinjer.

### Processtyrning

Styrning av verksamheten sker genom verksamhetens processer samt tydligt formulerade mål. Ärenden som hanteras i företagsledningen ägs av den ledamot som enligt delegationsordningen har beslutanderätt och ansvar för genomförandet. Ledningsgruppen sammanträder normalt en gång i månaden. Resultatuppföljning

både av resultaträkning och av personalutvecklingsmål, affärsläge, mediabevakning samt uppföljning av ledningssystemet hör till de återkommande frågorna på agendan.

### Policyer styr hållbarhetsarbetet

Bolagets hållbarhetsarbete styrs genom olika policyer. Dessa finns redovisade under avsnittet Hållbarhet – vår kärna. Miljö- och kvalitetsansvariga ansvarar för bolagets interna miljöpåverkan.

### Ersättning till ledande befattningshavare

Principerna för ersättning till ledande befattningshavare fastställs av årsstämman. Bolaget följer regeringens vid var tid gällande riktlinjer för anställningsvillkor för ledande befattningshavare.

Den totala ersättningen ska vara rimlig och väl avvägd. Den ska även vara konkurrenskraftig och ändamålsenlig, samt bidra till en god etik och företagskultur. Ersättningen ska inte vara löneledande i förhållande till jämförbara företag utan präglas av måttfullhet. De i riktlinjerna angivna ersättningsprinciperna ska även vara vägledande för övriga anställda. Rörlig lön ges inte till ledande befattningshavare.

### Miljömärkning Sveriges ledning

Bolagets ledning består av:

- Ragnar Unge, vd
- Cecilia Ehrenborg Williams, vice vd samt produktutvecklingschef



Christina Lindbäck, styrelseordförande i Miljömärkning Sverige, höll tal när Svanen firade 25 år i november 2014.

- Gun Nycander, VO chef Varor (fram till november, 2014), HR-chef
- Svante Sterner, VO chef Varor (från november, 2014)
- Ingela Hellström, VO chef Tjänster
- Nancy Holm, marknads- och kommunikationschef
- Pernilla Hedberg, kontors- och IT-chef

### Risker och möjligheter

Miljömärkning Sverige AB:s risker och möjligheter är kopplade till omvärldens arbete för hållbar utveckling. Dagens miljömärkning fokuserar främst på yttre miljöfrågor och därtill kopplade hälsoeffekter. Sociala aspekter finns med för relevanta produktområden, som till exempel textilier och leksaker. Omvärldens intresse för dessa frågor ökar och andra hållbarhetsaspekter än de rena miljöfrågorna kommer därför att värderas successivt vid omprövning och revidering av både Svanens och EU-Blommans kriteriedokument. Bolagets långsiktiga strategi är dock att fortsätta vara en miljömärkning med samma fokus som idag

Att målet för "Affären" uppnås är beroende av konjunktur och omvärldens intresse och engagemang för miljöfrågor. En lågkonjunktur minskar företags möjlighet att investera i miljöförbättringar och system för miljökommunikation. Ett minskat miljöintresse skulle minska handelns och konsumentens vilja att distribuera och sälja respektive köpa miljömärkta produkter. En sjunkande kännedom och tilltro till miljömärkena Svanen och EU-Blomman skulle också påverka negativt och minska chanserna att nå målet. Miljömärkningens möj-

ligheter däremot ligger i att utveckla kriterier för nya attraktiva områden och i att förbättra arbetet att få nya producenter att vilja investera i miljö och ansöka om märkena, samt i att kommunicera med marknaden och säkra attraktionen och tilltron till de två miljömärkena.

Möjligheterna att nå målet om "Planeten" påverkas även det av ovanstående, men också av om det nordiska respektive europeiska systemet inte klarar av att på ett effektivt sätt utvärdera, revidera och besluta om nya höjda krav. Möjligheterna ligger i att arbeta för en effektivisering av kriterieutvecklingen och för en kundnöjdhet som säkrar licensinnehavarnas vilja att uppgradera sin verksamhet för att kunna ansöka om Svanens och EU-Blommans reviderade och höjda krav. En risk som skulle hämma arbetet mot målet är licens- och kontrollprocessen – hanteringen måste ske effektivt och kundernas krav på kvalitet och leveranser i tid måste tillgodoses.

Målet för "Människan" – att få in sociala/etiska krav i kriteriedokumentet – är beroende av den politiska viljan för en sådan förändring. Risken är att övriga länder i Norden eller EU inte önskar detta i samma utsträckning som Miljömärkning Sverige. Likaså är kontrollfrågan en kritisk punkt. Är det möjligt att formulera sociala och etiska krav som även går att kontrollera och där det är säkerställt att kraven uppfylls över tid? Detta är en uppenbar varumärkesrisk. Möjligheten för detta mål ligger i att söka samarbete med andra system, märkningar och kontrollapparater.



Varumärkeskampanjen "Rädda världen lite grann varje dag" lanserades i samband med att Svanen firade sitt 25-årsjubileum.

### Kontroll av Miljömärkning Sverige

Miljömärkning Sverige är en transparent organisation och verksamheten kontrolleras regelbundet av externa parter:

- Svenska Miljömärkningsnämnden granskar och godkänner förslag till kriterier (miljökrav).
- De övriga nordiska sekretariaten har full insyn i bolagets arbete med kontroll och licensiering.
- Bolaget har åtagit sig att följa den internationella standarden för miljömärkningssystem, ISO 14024, vilket står inskrivet i bolagets regelverk och kvalitetsarbete.
- Externa revisorer kontrollerar regelbundet att bolagets kvalitets- och miljöledningssystem lever upp till bolagets åtaganden och standarderna ISO 9001 respektive 14001 (fram till september, 2014).
- Bolaget bjuder in andra miljömärkningsorganisationer i det globala nätverket GEN att utföra externa kontroller av bolagets verksamhet.
- Externa revisorer granskar bolagets rapportering till regeringen.

### Extern revision

Revisorernas uppdrag är att på ägarnas vägnar oberoende granska styrelsen och verkställande direktörens förvaltning samt årsredovisning inklusive hållbarhetsredovisning och bolagsstyrningsrapport.

Av bolagsstämman vald revisionsbyrå är Ernst & Young med auktoriserad revisor Thomas Lönnström som huvudansvarig revisor.

Arvode till revisionsbolag framgår i årsredovisningen.

För granskning och certifiering av bolagets kvalitets- och miljöstyrning enligt ISO 9001 och 14001 är Norske Veritas valt som certifieringsorgan.

### Intern revision

Inom ramen för bolagets kvalitets- och miljöarbete genomförs årligen en intern revision.



# Revisors yttrande

**Till årsstämman i Miljömärkning Sverige AB,  
org.nr 556549-4191**

Det är styrelsen som har ansvaret för bolagsstyrningsrapporten för år 2014 och för att den är upprättad i enlighet med årsredovisningslagen.

Vi har läst bolagsstyrningsrapporten och baserat på denna läsning och vår kunskap om bolaget och koncernen anser vi att vi har tillräcklig grund för våra uttalanden. Detta innebär att vår lagstadgade genomgång av bolagsstyrningsrapporten har en annan inriktning och en väsentligt mindre omfattning jämfört med den inriktning och omfattning som en revision enligt International Standards on Auditing och god revisionssed i Sverige har.

Vi anser att en bolagsstyrningsrapport har upprättats och att dess lagstadgade information är förenlig med årsredovisningen.

Ernst & Young AB

Stockholm den 24 februari 2015



Thomas Lönnström  
*Auktoriserad revisor*



*En höjdpunkt under 25-årsfesten var att ta "en selfie" och visa att man var med och "räddade världen lite grann varje dag".*





Miljömärkning Sverige AB  
Besöksadress: Västgötagatan 2  
Box 38114  
10064 Stockholm  
info@svanen.se | www.svanen.se

