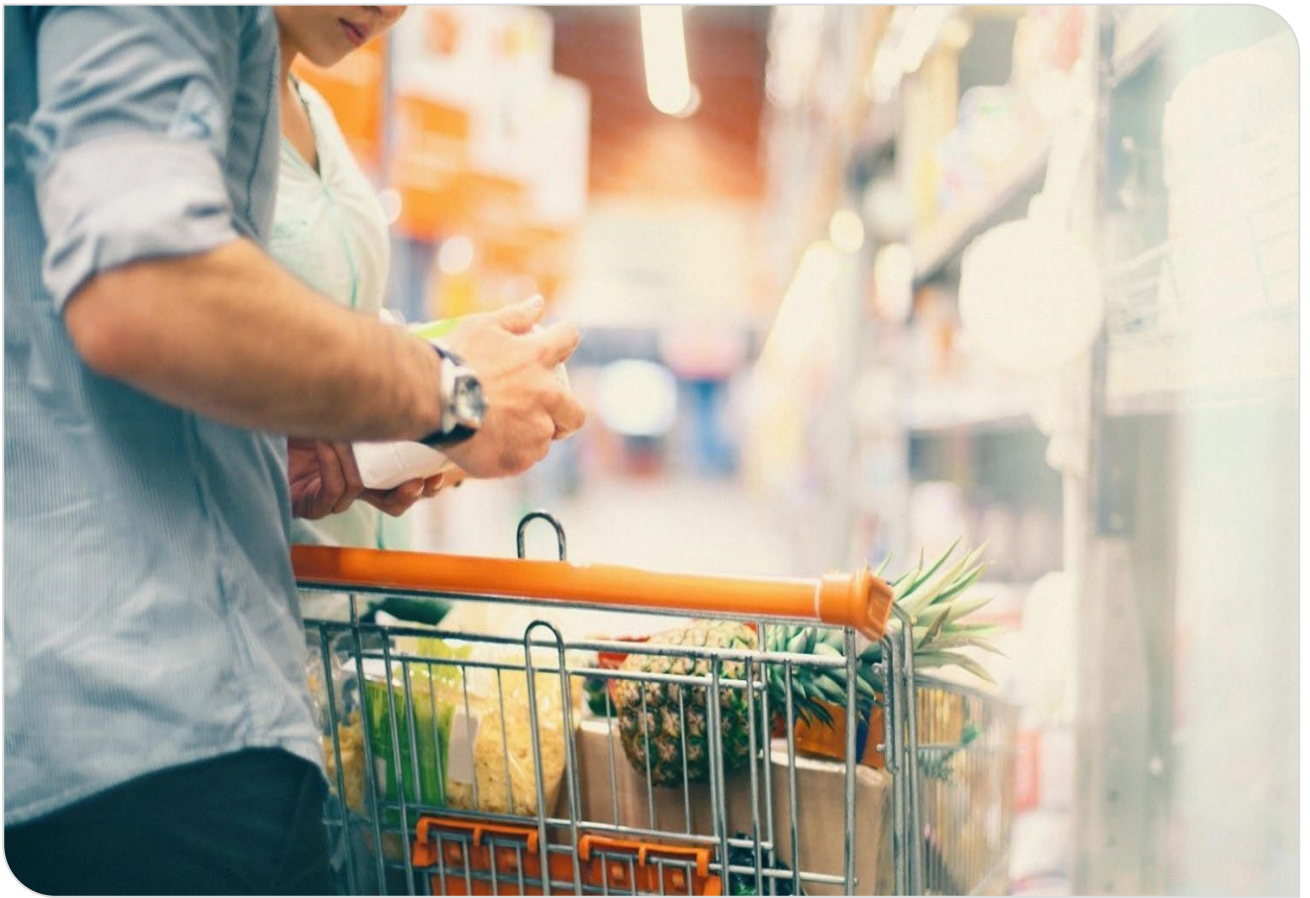


Svanenmärkning av  
**Dagligvarubutiker**



Remissförslag  
Version 4.0 • 2 februari 2023 – 2 april 2023

# Innehåll

Vad är en Svanenmärkt dagligvarubutik? .....	4
Varför välja Svanenmärkning? .....	4
Vad kan Svanenmärkas? .....	5
Beskrivning av butiken .....	6
1 Sortiment.....	6
2 Matsvinn.....	12
3 Energi och klimat.....	14
4 Avfall .....	18
5 Inköp .....	21
6 Butikens transporter vid onlinetjänst.....	21
7 Ledningens ansvar.....	22

---

## Adresser

Nordiska Ministerrådet beslutade 1989 att införa en frivillig officiell miljömärkning, Svanen. Nedanstående organisationer/företag har ansvaret för det officiella miljömärket Svanen på uppdrag av respektive lands regering. För mer information, se webbplatserna:

### Danmark

Miljömärkning Danmark  
Fonden Dansk Standard  
Göteborg Plads 1, DK-2150 Nordhavn  
Fischersgade 56, DK-9670 Løgstør  
Tel: +45 72 300 450  
info@ecolabel.dk  
www.ecolabel.dk

### Island

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

Detta dokument får kopieras endast i sin helhet och utan någon form av ändring. Citat får göras om källan, Nordisk Miljömärkning, omnämns.

### Finland

Miljömärkning Finland  
Urho Kekkonens gata 4-6 E  
FI-00100 Helsingfors  
Tel: +358 9 61 22 50 00  
joutsen@ecolabel.fi  
www.ecolabel.fi

### Norge

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

### Sverige

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

## Vad är en Svanenmärkt dagligvarubutik?

Svanenmärkta dagligvarubutiker uppfyller stränga miljökrav inom branschen och har tagit ett helhetsgrepp om sitt miljöarbete. Det innebär att de är bland de miljömässigt bästa i sin bransch.

Butikerna arbetar strukturerat och aktivt med att erbjuda ett mer hållbart sortiment. Svanenmärket är ett effektivt redskap för att minska butikens miljö- och klimatavtryck och bidrar aktivt till att uppfylla flera av FN:s hållbarhetsmål, särskilt mål 12 om ansvarsfull konsumtion och produktion.

Svanenmärkta dagligvarubutiker:

- Erbjuder ett brett sortiment av ekologiska livsmedel.
- Erbjuder ett brett sortiment av miljömärkta varor.
- Erbjuder livsmedel som bidrar till en mer hållbar matproduktion.
- Arbetar aktivt med förebyggande av matsvinn.
- Begränsar energianvändning och CO2-utsläpp.
- Genomför åtgärder för att begränsa klimatpåverkan
- Källsorterar effektivt för att minska mängden restavfall, samt säkerställa möjligheten till materialåtervinning och resursutnyttjande.
- Väljer miljömärkt vid egen förbrukning av varor och tjänster.
- Utbildar medarbetarna så att alla blir delaktiga i miljöarbetet.

## Varför välja Svanenmärkning?

- Svanenmärkta dagligvarubutiker får använda miljömärket Svanen i sin marknadsföring. Svanenmärket har hög trovärdighet och är mycket välkänt inom Norden.
- Med Svanen är det enkelt att kommunicera miljöarbete och miljöengagemang till kunderna.
- Svanenmärket synliggör vilka miljöbelastningar som är störst och visar därmed hur man som verksamhet kan minska utsläpp, resursförbrukning och avfallsbelastning.
- En miljöanpassad tjänst ger ett bättre utgångsläge inför framtida miljökrav från myndigheterna.
- Svanenmärkning kan betraktas som en vägledning för arbetet med miljöförbättringar inom verksamheten.
- Svanenmärkningen innehåller inte bara miljökrav utan även kvalitetskrav, eftersom miljö och kvalitet ofta går hand i hand. Det betyder att en Svanenlicens också kan ses som en kvalitetsstämpel.

## Vad kan Svanenmärkas?

Butiker vars omsättning består till minst 50 % av dagligvaror och som säljer varor inom minst tio av kategorierna nedan kan Svanenmärkas. Dagligvaror definieras här som livsmedel, drycker samt förbrukningsvaror.

- Frukt och grönt inkl. färska örter och kryddor
- Kött och fisk – färsk/konserverad: Rena kött- och fiskprodukter, kött- och fiskbullar, hamburgare och fiskpinnar, korvar, konserverad sill, färsk pasta  
Färdigmat: Ärtsoppa, gröt, pannkakor
- Pålägg: Ost, tofu, sylta, leverpastej, skinka, korv, kryddsmör och kaviar
- Mejeri: Mjolk, gräddfil, mejeriprodukter med mjölksyrakultur, yoghurt, grädde, crème fraiche, smör och ägg
- Bröd och kakor: Färskt och fryst bröd, kakor, knäckebröd, kex och ströbröd
- Dryck: Öl, läsk, juice, mineralvatten, saft, soja-, ris- och havredryck
- Kaffe, te, kakao
- Konserver i glas-, metall- eller pappförpackningar, olja, kryddor, fonder och torra halvfabrikat
- Barnmat inkl. gröt, välling, mellanmål och dryck
- Spannmål och bakprodukter: Gryn, mjöl, ris, pasta, quinoa, couscous, frukostflingor, socker, florsocker, sirap, honung, vaniljsocker, nötter och torkad frukt
- Snacks: Choklad, godis, snacks och potatischips
- Frysta varor: Grönsaker, fisk, kött och färdigrätter
- Glass och frysta bär
- Djurfoder
- Papper: Tidningar, tidskrifter, kontorspapper, skrivblock och kuvert
- Hushålls- och toalettpapper, pappersservetter, servetter, levande ljus, bakplåtspapper, muffinsformar och kaffefilter
- Hushållskemikalier: Maskindiskmedel, handdiskmedel, allrengöring, sanitetsrengöring, tvättmedel och specialrengöring
- Hygienprodukter: Schampo, handtvål, duschtvål, kosmetika, tamponger, trosskydd, blöjor, bomull och bomullspinnar

# Beskrivning av butiken

## Grundläggande uppgifter

För att kunna bedöma om butiken uppfyller kraven krävs följande grundläggande uppgifter om butiken:

- Total omsättning
- Yta i kvadratmeter
- Öppettider

## 1 Sortiment

### O1 Ekologisk mat och dryck, och MSC-märkt fisk

Butikens försäljningsandel av ekologisk\* mat och dryck, och MSC-märkt fisk måste uppfylla en minimigräns enligt tabell 1.

Tabell 1 Nordiska gränsvärden för försäljningsandelen av ekologisk mat och dryck, och MSC märkt fisk.

Land	Gränsvärde
Danmark	20 %
Island	5 %
Finland	5 %
Norge	5 %
Sverige	10 %

Försäljningsandelen räknas ut på följande sätt:

$$x \% = \frac{\text{Omsättning av ekologisk mat och dryck} + \text{omsättning MSC märkt fisk}}{\text{Total omsättning av mat och dryck}}$$

Försäljningsandelen ska beräknas utifrån omsättningen exklusive moms och ska baseras på säljstatistik för det senaste året.

Efter överenskommelse kan Nordisk Miljömärkning godkänna statistik för en kortare period. Som ett minimum kan data från tre månaders drift användas.

Årlig uppföljning: Butiken ska säkra att Nordisk Miljömärknings krav uppfylls genom hela licensperioden.

*\*Med ekologisk menas mat och dryck märkt enligt EU:s förordningar (EU) 2018/848, KRAV, finska "Solmärket" (Luomu), Nyckelpigan, Debio, Statskontrollerat ekologiskt (Ø-märket), Demeter och Tún-lífrænt*

## Bakgrund

Inom industriellt jordbruk har användningen av syntetiska bekämpningsmedel och gödningsmedel på monokulturer lett till markförstöring, föroreningar och förlust av biologisk mångfald. För att uppnå FN:s hållbarhetsmål krävs en förändring till mer hållbara livsmedels- och jordbrukssystem som bevarar

ekosystemen, är bättre anpassade till klimatförändringarna och förbättrar markkvaliteten. Ekologisk odling är ett sätt att uppnå detta. Syntetiska bekämpningsmedel och konstgödsel är inte tillåtna och vikt läggs vid ekologisk balans, metoder som tar hand om marken och den biologiska mångfalden, djurens välbefinnande och lokala kretslopp av näringsämnen, energi och andra resurser. Därför arbetar Nordisk Miljömärkning för att öka andelen ekologisk mat.<sup>1</sup>

## P1 Ekologisk mat och dryck, och MSC-märkt fisk

**Butiken får poäng, enligt tabell 2, om butikens försäljningsandel ekologisk mat och dryck, och MSC märkt fisk överskrider det obligatoriska gränsvärdet.**

Högst 4 poäng kan uppnås i detta krav.

**Tabell 2 Nordisk poängtabell för försäljning av ekologisk mat och dryck, och MSC märkt fisk**

Land	1 poäng	2 poäng	3 poäng	4 poäng
Danmark (%)	≥ 22	≥ 25	≥ 30	≥ 35
Island (%)	≥ 6	≥ 7	≥ 10	≥ 15
Finland (%)	≥ 6	≥ 7	≥ 10	≥ 15
Norge (%)	≥ 6	≥ 7	≥ 10	≥ 15
Sverige (%)	≥ 12	≥ 15	≥ 20	≥ 25

## O2 Miljömärkta varor

**Butikens försäljningsandel av miljömärkta\* non-food varor måste uppfylla en minimigräns enligt tabell 3.**

**Tabell 3 Nordiska gränsvärden för försäljningsandelen av miljömärkta varor.**

Land	Gränsvärde
Danmark	25 %
Island	15 %
Finland	15 %
Norge	20 %
Sverige	25 %

Försäljningsandelen räknas ut på följande sätt:

$$\% = \frac{\text{Omsättning av miljömärkta varor}}{\text{Total omsättning av non – food varor}}$$

\*Med miljömärkta non-food varor menas varor märkta med Svanenmärket, EU-Ecolabel, Bra Miljöval, Blå Ängel, TCO

<sup>1</sup> <https://www.nordic-swan-ecolabel.org/nordic-ecolabelling/environmental-aspects/sustainable-raw-materials-and-biodiversity/organic-farming/>

Försäljningsandelen ska beräknas utifrån omsättningen exklusive moms.

Försäljningsandelen ska baseras på säljstatistik för det senaste året.

Efter överenskommelse kan Nordisk Miljömärkning godkänna statistik för en kortare period. Som ett minimum kan data från tre månaders drift användas.

Årlig uppföljning: Butiken ska säkra att Nordisk Miljömärknings krav uppfylls genom hela licensperioden.

Det är valfritt om butiken vill inkludera omsättning från sällanköpsvaror i beräkningen. Med sällanköpsvaror menas t.ex. heminredning, fritidsvaror, kläder och hemelektronik. Se en mer detaljerad lista över sällanköpsvaror i bakgrunden till kravet.

## P2 Miljömärkta varor

**Butiken får poäng, enligt tabell 4, om butikens försäljningsandel miljömärkta varor överskrider det obligatoriska gränsvärdet.**

Högst 4 poäng kan uppnås i detta krav.

**Tabell 4 Nordisk poängtabell för försäljning av miljömärkta varor**

Land	1 poäng	2 poäng	3 poäng	4 poäng
Danmark (%)	≥ 27	≥ 30	≥ 35	≥ 40
Island (%)	≥ 16	≥ 18	≥ 20	≥ 25
Finland (%)	≥ 16	≥ 18	≥ 20	≥ 25
Norge (%)	≥ 22	≥ 25	≥ 30	≥ 35
Sverige (%)	≥ 27	≥ 30	≥ 35	≥ 40

## O3 Genmodifierad mat (GMO)

**Butiken får inte sälja genmodifierad mat\*.**

Butikens ledning måste ha tagit ett principbeslut för att inte sälja genmodifierad mat. Besluten måste finnas dokumenterade som rutiner i butikens inköspolicy.

*\* Genmodifierad mat innebär livsmedel som enligt nationell lagstiftning är märkta med att de innehåller genetiskt modifierade ingredienser eller ingredienser producerade från genetiskt modifierade organismer (GMO). Aktuella produkter är produkter där råvarorna är soja, majs, raps eller sockerbetor.*

### Bakgrund

GMO (genmodifierade organismer) är ett mycket omdiskuterat ämne, och det finns oro för konsekvenserna när genetiskt modifierade växter, djur och mikroorganismer sprids i naturen.

Ämnen som diskuteras är livsmedelssäkerhet, markanvändning, bristande kunskap om långsiktiga effekter och effekter under lokala jord-/skogsbruksförhållanden samt risk för negativa miljö- och hälsokonsekvenser. Användningen av skadliga bekämpningsmedel och monokulturer inom jordbruket är ett av de största hoten mot den biologiska mångfalden idag. Nordisk Miljömärkning betonar försiktighetsprincipen och bedömer hållbarhet,



etik och samhällsnytta tillsammans med hälso- och miljörisker från GMO. Forskning har inte visat att GMO<sup>2</sup> bidrar till en utveckling mot ett mer hållbart jordbruk med mindre användning av bekämpningsmedel. Svanenmärkta butiker får därför inte sälja genmodifierad mat.

### P3 Närproducerade varor

**Butiken får poäng för varje kategori de har en eller flera närproducerade\* produkter inom.**

För att få poäng måste produkterna vara tillgängliga under en hel säsong. Högst 2 poäng kan uppnås i detta krav.

- Mejeriprodukter (mjölk, ost etc.)
- Ägg
- Spannmål och bakverk
- Frukt och bär
- Grönsaker, rotfrukter och svamp
- Drycker (juice, öl etc.)
- Fågel (kyckling, kalkon etc.)
- Fisk och skaldjur
- Kött (nötkreatur, gris, får, get, vilt etc.)
- Övrigt (honung, olja, örter etc.)

*\* För att mat och dryck ska betraktas som närproducerad måste all produktion, odling, fångst, skörd, plockning, bearbetning och lagring ske inom 250 km från verksamheten. För verksamhet norr om 62° N är gränsen 500 km, bortsett från isländska verksamheter som kan räkna all inhemsk produktion som närproducerad. För fisk beaktas avståndet till fiskehamnen. Det måste finnas full spårbarhet i leveranskedjan från butik tillbaka till tillverkaren/produktionsplatsen. Om produkten är förädlad (hel/halvfabrikat) är det tillräckligt att huvudingrediensen dokumenteras.*

### Bakgrund

För att uppnå de globala målen för hållbar utveckling krävs en omställning till mer hållbar livsmedelsproduktion och hållbara jordbrukssystem. Utvecklandet av lokal produktion är en del av detta. Därför premieras butiker som stödjer lokala bönder genom att sälja närproducerad mat, och på så vis bidrar till hållbara system för livsmedelsproduktion. Dagens system innebär att stor mängd livsmedel produceras för globala marknader, men produktionen kräver betydande resurser vilka har lett till avskogning, vattenbrist, jordutarmning, förlust av biologisk mångfald och utsläpp av växthusgaser. Flera FN-rapporter och forskningsprojekt om hållbar livsmedelsproduktion visar att jordbruk baserat på lokala resurser och kunskap, lokala behov, lokal innovation, småskaligt jordbruk och korta leveranskedjor är en viktig komponent i framtida hållbara livsmedelssystem. <https://www.globalamalen.se/om-globala-malen/>

<sup>2</sup> <https://www.nordic-swan-ecolabel.org/nordic-ecolabelling/environmental-aspects/sustainable-raw-materials-and-biodiversity/genetically-modifying-organisms/>

#### P4 Avskogningsfritt kött

**Butiken får 2 poäng om man erbjuder endast nötkött\* från länder med låg risk för avskogning, eller avskognings och omställningsfritt nötkött från länder med medelhög eller hög risk.**

*Butikens ledning måste ha tagit ett principbeslut för att endast sälja nötkött enligt kravet. Besluten måste finnas dokumenterade som rutiner i butikens inköspolicy. Avskogning och omställning får inte ha skett efter den 1 januari 2015. Kravet är uppfyllt när köttet inte kommer från områden som har avskogats, eller från andra naturliga ekosystem med hög kol lagring och högt värde för biologisk mångfald, och som har omvandlats och försämrats, såsom annan skogsmark, savanner, kärr och våtmarker. Köttet ska vara spårbart till produktionsområdet med GPS-koordinater. Risk, avskogning och omställning ska bedömas enligt EU:s nya avskogningsförordning.*

*\*Rena köttprodukter, inkluderar inte bearbetat kött som pålägg och liknande.*

#### Bakgrund

Produkter från jord- och skogsbruk är en viktig orsak till avskogning över hela världen och kött från nötkreatur (nötkött) ligger på tredje plats, efter soja och palmolja, bland jordbruksprodukter som leder till avskogning och som importeras till EU.<sup>3</sup> Avskogningen relaterad till importerat kött är störst i Brasilien och Argentina. EU har antagit en förordning som förbjuder import av produkter från sju råvaror som har producerats i områden som har avskogats efter den 31 december 2020, inklusive nötkött. Senast två år efter att förordningarna trätt i kraft ska EU bedöma om förbudet ska utvidgas till andra trädbevuxna områden och ekosystem som har försämrats, och som lagrar mycket kol och har stor biologisk mångfald, som savanner, myrar och våtmarker. Detta krav förbereder butikerna för en skärpt lagstiftning och sätter även en strängare gräns för tidpunkten för avskogning/nedbrytning.

Nordisk Miljömärkning är medveten om att det fortfarande återstår ett arbete med regleringen i EU, såsom definitionen av länder med hög, låg och medelhög risk. Det är också möjligt för oss att definiera risk utifrån statistik som berättar vilka länder som har den största avskogningen kopplat till nötkött.

#### P5 Hållbar matproduktion

**Butiken kan få max 4 poäng enligt tabell 5 för olika åtgärder som butikens ledning har tagit ett principbeslut för.**

Besluten måste finnas dokumenterade som rutiner i butikens inköspolicy.

---

<sup>3</sup> Wedeux B, Schulmeister-Oldenhove A (2021) Stepping Up? The continuing impact of EU consumption worldwide. WWF.  
[https://wwfeu.awsassets.panda.org/downloads/new\\_stepping\\_up\\_the\\_continuing\\_impact\\_of\\_eu\\_consumption\\_on\\_nature\\_worldwide\\_fullreport.pdf#page=4](https://wwfeu.awsassets.panda.org/downloads/new_stepping_up_the_continuing_impact_of_eu_consumption_on_nature_worldwide_fullreport.pdf#page=4)

**Tabell 5 Åtgärder som bidrar till hållbar matproduktion**

Åtgärder som butiken genomför utifrån butikens inköspolicy	Poäng
Palmolja ska fasas ut i livsmedel med egna varumärken (Own Private Label) och får inte ingå i produktnyheter.	1 poäng
Erbjuder jordbruksprodukter eller fisk producerad enligt standarder som främjar biologisk mångfald och ett mer hållbart jordbruk och fiske*.	1 poäng per produkt (max 2 poäng)
All kaffe, te eller alla kakaoprodukter ska vara certifierade Fairtrade, Rainforest Alliance eller Smithsonian Bird Friendly.	1 poäng per kategori (max 3 kategorier)

*\*Det gäller produkter märkta enligt Svenskt Sigill (sigillnivån, och sigillnivån med alternativet Klimat eller Naturbeteskött), Debio Grasbasert och NaturSkånsom.*

## Bakgrund

### *Palmolja*

Palmoljeplantager anläggs ofta på bekostnad av tropisk regnskog och andra skyddade områden. Detta är ett av de största hoten mot den biologiska mångfalden i Sydostasien, vilket leder till förlusten av värdefulla arter, livsmiljöer, ekosystem och landskap. Avskogning frigör också växthusgaser. Lokalsamhällen upplever också sociala konsekvenser som konflikter om markanvändning, liten eller ingen kompensation och förlust av försörjning. Efterfrågan och produktionen av palmolja ökar ständigt. Samtidigt anser Nordisk Miljömärkning att de nuvarande certifieringssystemen inte uppfyller våra krav på hållbarhetsstandarder fullt ut, eftersom de inte ger tillräckligt skydd för biologiska områden och biologisk mångfald. Vi vill därför undvika användningen av palmolja i produkter där hållbara alternativ finns, till exempel i livsmedel.

### *Jordbruksprodukter och fisk som främjar biologisk mångfald och ett mer hållbart jordbruk och fiske.*

Detta krav belönar butiker som ställer miljökrav även för matvaror som inte är ekologiska. I flera av de nordiska länderna finns märkningssystem med tredjepartscertifiering för mer hållbart jordbruk och fiske. Svenskt Sigill är miljömärkningen för svensk mat och blommor. Varor som uppfyller vissa krav utöver lagstiftningen kan märkas (sigillnivån), och andra märkningar ges om ytterligare krav på naturbete eller klimat uppfylls. "Debio grasbasert" är ett nytt norskt varumärke för mjölk och kött från gräsätande djur. Djur som äter gräs tar tillvara på lokala resurser som människor inte kan använda och i Norden är beteslandskap viktiga för att bevara den biologiska mångfalden. NaturSkånsom är ett danskt statskontrollerat märke för fisk från friska bestånd, som fångas med naturvänliga redskap.

### *Certifierat kaffe, te kakaoprodukter*

Vid produktionen av kakao, kaffe och te finns det mycket stor risk för kränkningar av mänskliga rättigheter i form av barnarbete, tvångsarbete och låga löner.<sup>4</sup> Produktionen är också kopplad till miljöproblem som avskogning, jorderosion, vattenföroreningar, försämring av ekosystem och förlust av biologisk mångfald, och den är sårbar för klimatförändringar.<sup>5</sup> Kakao/choklad och kaffe är i storleken nummer fem och sex bland råvaror som importeras till EU och bidrar samtidigt till avskogning i tropiska länder.<sup>6</sup> Rainforest Alliance och Fairtrade är tredjepartscertifieringar som ställer både miljömässiga och sociala krav, med olika tonvikt och kan därför bidra till en mer hållbar produktion. Smithsonian Bird Friendly är ekologiskt kaffe som också kommer från skogslantbruk (agroforestry), där olika grödor odlas tillsammans, vilket är bättre för den biologiska mångfalden.

## 2 Matsvinn

### O4 Mätning av matsvinn

**Butiken ska mäta mängden matsvinn som uppstår och ska registrera från vilka varugrupper matsvinnet kommer ifrån.**

Mängden matsvinn kan mätas på olika sätt och butiken kan välja om matsvinnet ska mätas i kg, inköpsvärde, förlorade kostnader, antal produkter eller liknande.

*Med matsvinn avses här butikens mat och dryck som produceras för människor, men som antingen slängs eller tas ut ur livsmedelskedjan för andra ändamål än mänsklig konsumtion.*

### Bakgrund

Att kasta mat är inte hållbart. Matsvinn är ett utbrett problem i hela världen, och cirka en tredjedel av all mat som produceras kastas. Det är varken etiskt eller bra för miljön och dessutom är det väldigt olönsamt. Målet att minska matsvinnet är ett av FN:s hållbarhetsmål (nr 12.3) som innebär att matsvinnet per person ska halveras till 2030. Alla nordiska länder är bundna till detta mål.

Matsvinn definieras något olika i de nordiska länderna och i EU. Matsvinn är mat som produceras för människor, men inte äts av människor.

---

<sup>4</sup> Sharpe R (2018) Risikovurderinger for to kategorier av mat- og drikkevarer. En rapport for Direktoratet for forvaltning og IKT (DIFI).

[https://anskaffelser.no/sites/default/files/risikovurdering\\_for\\_brudd\\_pa\\_menneskerettigheter\\_mat\\_og\\_drikke.pdf](https://anskaffelser.no/sites/default/files/risikovurdering_for_brudd_pa_menneskerettigheter_mat_og_drikke.pdf)

<sup>5</sup> Eneroth H, Potter HK, Røos E (2022) Environmental effects of coffee, tea and cocoa – data collection for a consumer guide for plant-based foods. Report 122. Swedish University of Agricultural Sciences. <https://pub.epsilon.slu.se/29466/3/eneroth-h-et-al-20221111.pdf>

<sup>6</sup> Wedeux B, Schulmeister-Oldenhove A (2021) Stepping Up? The continuing impact of EU consumption worldwide. WWF. [https://wwfeu.awsassets.panda.org/downloads/new\\_stepping\\_up\\_the\\_continuing\\_impact\\_of\\_eu\\_consumption\\_on\\_nature\\_worldwide\\_fullreport.pdf#page=4](https://wwfeu.awsassets.panda.org/downloads/new_stepping_up_the_continuing_impact_of_eu_consumption_on_nature_worldwide_fullreport.pdf#page=4)

Matsvinn i en dagligvarubutik är mat som inte säljs på grund av felaktig förvaring, felaktig förpackning, överskridet bäst före datum eller liknande och som därför kastas, komposteras, används till djurfoder, biogasproduktion eller för energiåtervinning.

Mätning är den viktigaste åtgärden för att uppnå ett minskat matsvinn. På så sätt blir butiken medveten om hur mycket mat som kastas och var den kommer ifrån, därmed kan butiken följa utvecklingen för att minska matsvinnet. Mätning kan utföras på flera olika sätt och det är upp till butiken att bestämma hur matsvinnet ska mätas och i vilken enhet.

## O5 Analys och åtgärder

**Butiken ska minst en gång i månaden se över mätningarna av matsvinn och analysera varför matsvinnet uppstår.**

**Utifrån analyserna ska åtgärder vidtas för att säkerställa minskat matsvinn i framtiden.**

### Bakgrund

För att veta var och varför matsvinn uppstår måste mätningarna av matsvinn analyseras. Genom att analysera matsvinnet kan riktade åtgärder för förebyggande och minskning genomföras. Nordisk Miljömärkning kräver därför regelbundna analyser och åtgärder så att dagligvarubutiker kan anpassa åtgärder efter säsongsvariationer. Genom att arbeta metodiskt på detta sätt kan butikerna få värdefull erfarenhet som kan bidra till minskning av matsvinn även i framtiden.

## O6 Förebygga och minska matsvinn

**Butiken ska ha rutiner som säkerställer förebyggande och minskning av matsvinn. Rutinerna ska innehålla minst:**

- Förebyggande och minskande åtgärder riktade mot produktgrupperna "frukt och grönt" samt "bröd och bakverk".
- Förebyggande och minskande åtgärder riktade mot varugrupperna "kött", "mejeriprodukter" och "färsk färdigmat".
- Förebyggande och minskande åtgärder generellt för all mat och dryck.
- Konkreta åtgärder och/eller nudging som påverkar kunderna att minska matsvinn.

*Rutinerna ska innehålla en beskrivning av vad som utförs enligt punkterna i kravet.*

*Förebyggande åtgärder kan till exempel vara en minskning av utbudet mot slutet av butikens öppettider, ordentlig förvaring, korrekt emballage, bra inköpsrutiner baserade på erfarenhet, analyser, prognoser och säsong, med mera.*

*Minskande åtgärder kan vara prissänkningar, returordningar, samarbete med livsmedelscentraler, alternativa försäljningskanaler med mera.*

*Nudging eller "dulting" innebär åtgärder som påverkar kundens beteende för att minska matsvinn som t.ex. att placera varor med kort hållbarhet lättast tillgängliga eller liknande. Konkreta åtgärder riktade till kunder kan vara att*

*undvika mängdrabatter på livsmedel, kommunikationsaktiviteter som uppmuntrar till att minska matsvinnet och liknande.*

## Bakgrund

Mängden matsvinn från dagligvarubranschen är hög och delas upp i kg matsvinn per invånare. Under de senaste åren har man arbetat för att minska branschens matsvinn och utvecklingen visar att dagligvaruhandeln har minskat sitt matsvinn avsevärt sedan 2015. Siffror från den norska dagligvarubranschen visar på en minskning med 21 % från 2015 till 2020.<sup>7</sup> Ändå kastas det för mycket mat. Frukt och grönt samt bröd och bakverk är de varugrupper där minskningen av matsvinnet varit minst. Därför bör särskilda förebyggande och minskande åtgärder riktas mot dessa produktgrupper. Matsvinnet från dessa produktgrupper beror främst på kort hållbarhet, men kulturella faktorer som stor konsumtion av bröd, förväntningar på hur färska produkterna ska vara samt kunskap om vad som kan ätas påverkar också.

Klimatpåverkan per produktgrupp varierar beroende på var och hur råvarorna odlas och produceras, men om man kategoriserar generellt är det också relevant att rikta åtgärder mot varugrupper med hög klimatpåverkan som t.ex. kött, mejeriprodukter och färsk färdigmat.

Förebyggande och minskning av matsvinn kan ske genom korrekt lagring och förvaring, korrekt förpackning, god kontroll över inköp, överblick över prognoser och säsongsvariationer, god kontroll av produkternas datumstämpling med mera.

Dagligvarubranschen står i direkt kontakt med konsumenterna och har på så sätt möjlighet att påverka konsumenternas attityder till matens värde och matsvinn. Butikerna har ett viktigt ansvar när det gäller att påverka kunder, till exempel genom att kunna påverka vilken typ av mat som köps in och i vilka mängder. Med bra kundinformation och nudging kan butikerna medverka för att minska matsvinnet även hemma hos kunderna.

## 3 Energi och klimat

### 07 Elförbrukning

#### **Butiken ska uppge årlig förbrukning av elektricitet i kWh.**

Dessutom ska elförbrukningen kopplas ihop med ytan och omsättningen.

Beräkningar ska göras för:

- kWh per kvadratmeter och
- kWh per omsatt miljon.

*Elförbrukningen ska som utgångspunkt beräknas per år / 12 månader.*

*Elförbrukningen måste beräknas utifrån inköpt el\*.*

---

<sup>7</sup> Stensgård A, Prestrud K, Callewaert P, Booto G (2021): "Kartleggingsrapport for matbransjen, undervisning- og omsorgsektoren og forbrukerleddet"

*Förnybar egenproducerad energi\*\* ska inte tas med i beräkningen.*

*Egenproducerad energi som säljs kan dras av om den kan dokumenteras.*

*El för laddning av elbilar kan dras av om det kan dokumenteras med egna mätningar, uppskattningar gjorda av tredje part eller andra kvalificerade beräkningar.*

*Ytan i kvadratmeter dokumenteras i kravet "Beskrivning av butiken". Ytan definieras som byggnadens inre område som är uppvärmd mer än 10 °C.*

**\* Inköpt el:** *Energien (kWh), i form av elektricitet som levereras till butiken.*

*Förnybar egenproducerad energi räknas inte som inköpt energi.*

**\*\* Förnybar egenproducerad energi:** *Energi från sol, vind, mark, luft eller vatten som genereras i eller på verksamhetens byggnader, eller på och vid tomt. Det vill säga elektricitet från solceller, vindkraft, värme/varmvatten från solfångare.*

Årlig uppföljning: Butiken ska uppge årlig elförbrukning i kWh varje år och kopplas ihop med ytan och omsättningen.

## Bakgrund

En dagligvarubutik använder en relativt stor del energi i jämförelse med andra typer av butiker. Det beror i huvudsak på att dagligvarubutikerna använder en stor mängd el för att driva sina kyl- och frysanläggningar. Nordisk Miljömärkning har sedan 2010 haft krav på butikernas energiförbrukning vilket innebär att vi under dessa år har hanterat många ansökningar. Detta har visat oss att det finns en stor spridning inom sektorn med avseende på energioptimering och därmed betydande potential för energieffektivisering hos många företag. Vi vet att butikerna idag arbetar hårt med energieffektivisering och den senaste statistiken utifrån uppgifter från våra nuvarande licensinnehavare visar på en ökad effektivisering de senaste åren. Drivkraften i detta arbete ligger i dels en stor potential att göra betydande miljönytta men också i den ekonomiska faktorn.

Då butikerna själva använder sig av nyckeltal beräknade utifrån energiförbrukning, yta och omsättning för att följa upp sin förbrukning har NM valt att gå samma väg. Butiken väljer nyckeltal att följa upp och uppföljning sker varje år. Då butikerna kommer jämföra med sig själva från år till år är det upp till butiken själv att bestämma vilken förbrukning som ska ingå i den totala angivna förbrukningen. Inköpt el är det som alla butiker kan få fram faktiska siffror på månadsvis/årsvis. Annan inköpt/ansvärd energi såsom fjärrvärme är det få butiker som kan ta fram statistik över och som butikerna har dålig eller obefintlig styrbarhet kring.

## O8 Daglig energibesparing

### Butiken måste utföra vissa åtgärder för daglig energibesparing:

- Belysning ska vara avstängd när publika eller personal områden inte är i bruk.
- Utomhusbelysning ska vara tids- eller behovsstyrd.
- Dörrar på kyl- och frysmöbler ska hållas stängda
- Dörrar till kyl- och frysrum ska hållas stängda
- Kyl- och frysutrustning avfrostas regelbundet
- Öppna kyl- och frysenheter ska vara täckta på natten.

- Elektrisk utrustning i kök och bageri måste vara avstängd när den inte används
- All belysning i butik och lagerutrymme ska succesivt bytas till LED

## Bakgrund

Butiken måste ha rutiner/system för dagliga energibesparingar. Säkerställa att belysning och utrustning endast är igång vid behov är ett effektivt sätt att spara energi på. Likaså se till att dörrar och lock hålls stängda på kyl- och frysmöbler samt underhålla frysutrustning. Något som också har stor effekt på butikens energiförbrukning är byte av gamla lysrör till LED.

### O9 Nyinköp av energikrävande utrustning

**Butiken får inte köpa in ny energikrävande utrustning med sämre klass än energiklass E.**

Undantag kan ges till inköp av utrustning med energiklass F om butiken kan motivera detta.

*Nordisk Miljömärkning hänvisar till förordningen (EU) 2017/1369 vad gäller energimärkning av kyl- /frysprodukter med direktförsäljningsfunktion*

## Bakgrund

Då mycket el förbrukas via butikens kyl- och frysanläggningar samt via andra energikrävande utrustningar är det viktigt att butiken vid nyinköp av dessa tar enhetens energiförbrukning i beaktande. Det ska finnas en tydlig rutin vid nyinköp. Från och med september 2023 kommer det bara vara tillåtet att köpa och sälja diskar med energiklass F och lägre.

### O10 Klimatåtgärder

**Butiken måste uppfylla minst 4 poäng enligt tabell 6.**

Godkända åtgärder är åtgärder som redan är genomförda, eller åtgärder planerade under det kommande året (senast inom två år från och med licensieringsdatumet).

**Tabell 6 Klimat åtgärder**

Tema	Åtgärd	Poäng
Energianalys	Butiken har genomgått en energianalys under de senaste tre åren, eller planerat en analys inom det kommande året. Analysen ska antingen vara enligt EN 16247-1 eller utförd av en oberoende energiexpert, med fokus på energibesparing. Utifrån analysen måste butiken ha en skriftlig rutin, som innehåller mål och handlingsplaner för att minska energiförbrukningen.	4
Egna åtgärder	Butiken har egna energireducerande åtgärder som bidrar till 5 % minskning av energiförbrukning, av det totala energibehovet. Man kan ha en eller flera egna åtgärder. Åtgärderna ska vara godkända av Nordisk Miljömärkning.	2
Köldmedier	Butiken byter ut alla syntetiska köldmedier till R744 (koldioxid)	2
Egen produktion av energi	Butiken har egen energiproduktion av energi. Till exempel solceller, solpaneler eller liknande.	2



Plugg-in diskar	Butiken ska inte ha plugg-in diskar om de inte är välmotiverade. Plug-in diskar får inte ha sämre energiklass än E.	1
Behovs- eller tidsstyrd uppvärmning	Uppvärmningen av butiken är antingen behovs- eller tidsstyrd.	1
Behovs- eller tidsstyrd ventilation	Butikens ventilation är behovs- eller tidsstyrd.	1
Laddning av elbil	Kunderna erbjuds laddningsstation för elbil.	1
Värmeåtervinning	Butiken har ett värmeåtervinningssystem som tar hand om överskottsvärme från kylanläggning eller ventilationssystem för uppvärmning i andra delar av verksamheten	1
CO2-beräkning	Butiken genomför en CO <sub>2</sub> -beräkning enligt protokoll godkänt av Nordisk Miljömärkning.	1

## Bakgrund

Vi vet att butiker fungerar olika och har olika förutsättningar att arbeta med sin energiförbrukning. Därför finns en stor flexibilitet i hur butikerna kan uppfylla vårt krav när det kommer till reducering av klimatpåverkan.

**Energianalys:** En energianalys ger relativt många poäng då det är en systematisk kontroll och analys, med målet att identifiera energiflödet och potentialen för energieffektivisering. Analysen ger förslag på åtgärder som gör att butiken kan använda energin mer effektivt.

**Egna åtgärder:** Butiken får poäng genom att visa en eller flera åtgärder för minskad energiförbrukning. Åtgärder måste vara mätbara och visa på en minskning av 5 % av den totala energiförbrukningen. En teoretisk beräkning är godkänd som dokumentation. Godkänns gör egna åtgärder som har implementerats det senaste året eller åtgärder som är planerade under kommande år.

**Köldmedier:** Syntetiska köldmedier har en stor påverkan på växthuseffekten. Enlighet EU:s F-gasförordning ska köldmedier med stor miljöpåverkan fasas ut och ersättas med naturliga köldmedier, såsom koldioxid.

**Egen produktion av energi:** Butiken får poäng genom att producera sin egen energi, t.ex. genom solpaneler.

**Plug-in:** Plug-in diskar är inte kopplade till det centrala systemet i butiken och är oftast inte täckta med lock eller dörr utan står öppna och släpper ut kylan i butiken. En plug-in disk drar ofta mer energi och den svanenmärkta butiken ska arbeta för en minskning av dessa.

**Laddning av el-bil:** Om kunder som besöker butiken har möjlighet att ladda sin el-bil premieras butiken med poäng. Poäng ges även om det inte är butiken som äger laddstolparna eller har installerat dessa.

**Värmeåtervinning:** Värmen från butikens kylsystem kan återvinnas och användas för uppvärmning av butikens lokaler, och på så vis minskar butikens sitt behov av energi.

**CO2-beräkning:** EU har som mål att vara klimatneutralt år 2050, i enlighet med Parisavtalets mål att hålla den globala uppvärmningen under säkra nivåer. För att nå detta mål måste företag undvika, minska eller kompensera för sina växthusgasutsläpp. För att ett företag ska ha möjlighet att göra skillnad och klimatkompensera krävs det att företaget beräknar sina utsläpp av växthusgaser och varifrån verksamheten dessa kommer.

## 4 Avfall

### O11 Restavfall

**Butiken måste uppfylla gränsvärdet för den årliga mängden restavfall i relation till omsättning enligt tabell 7.**

Butiken måste ange mängden restavfall som genereras från den dagliga driften i kg per år. Informationen måste komma från avfallsentreprenören.

Med restavfall menas allt sorterat avfall som uppstår från daglig drift, som går till deponi eller förbränning.

**Tabell 7 Mängden restavfall**

Land	Valuta	Mängden restavfall i kg per omsättning (miljon kronor) enligt lokal valuta
Danmark	DKK	450 kg
Island	ISK	35 kg
Finland	€	4100 kg
Norge	NOK	285 kg
Sverige	SEK	425 kg

**Om butiken inte kan få uppgifter om mängden restavfall från avfallsentreprenör:**

Kravet på gränsvärde gäller inte för de som inte har möjlighet att få uppgift från avfallsentreprenören om mängden restavfall i kg per år.

Verksamheter som inte får uppgift om mängden restavfall från avfallsentreprenören måste:

- Få en skriftlig bekräftelse från avfallsentreprenören på att de inte kan leverera uppgifter om restavfall i kg per år.
- Upprätta en handlingsplan som innehåller mål och tillhörande åtgärder för att kontinuerligt fokusera på att minska mängden restavfall från den dagliga driften. Handlingsplanen måste godkännas av Nordisk miljömärkning.

Årlig uppföljning: Butiken måste dokumentera sin mängd restavfall varje år, och jämföra den med föregående år.

### Bakgrund

Det genereras en stor del avfall i en butik. Det mesta av avfallet kan dock sorteras ut till återvinning. Därför är det viktigt att en butik kan sortera ut sitt avfall i så många relevanta fraktioner som möjligt. Det avfall som inte kan

återvinnas hamnar i den osorterade fraktionen och butiker som sorterar i flera fraktionen inklusive en organisk fraktion genererar en lägre mängd osorterat avfall. En förutsättning för materialåtervinning är källsortering och därför är det viktigt att mängden osorterat avfall är begränsad. Mängden avfall beror till stor del på butikens omsättning. En butik med hög omsättning förväntas också generera mer avfall än en butik med lägre omsättning. En Svanenmärkt butik måste alltså ligga under det, sedan tidigare generation skärpta, gränsvärde på mängd osorterat avfall i förhållande till miljon omsatt krona.

## O12 Organiskt avfall

**Butiken måste ange mängden organiskt avfall som genereras från den dagliga driften i kg per år.**

Informationen måste komma från avfallsentreprenören.

Butiken ska göra en beräkning för organiskt avfall per omsättning av mat och dryck per år (antal kg organiskt avfall/total omsättning av mat och dryck per år).

Årlig uppföljning: butiken ska dokumentera mängden organiskt avfall varje år, och jämföra med föregående år.

Verksamheter som inte får uppgift om mängden organiskt avfall från avfallsentreprenören måste få en skriftlig bekräftelse från avfallsentreprenören på att de inte kan leverera uppgifter om organiskt avfall i kg per år.

## Bakgrund

Fraktionen "organiskt avfall", även kallat "matavfall", består av en kombination av användbar och obrukbar mat i livsmedelsbutiker. "Användbar mat" definieras i dessa kriterier som matsvinn, det vill säga mat som slängs men som kunde ha blivit uppäten. Nordisk Miljömärkning har särskilda krav för att förhindra matsvinn, men vill ändå att verksamheten ska ha en överblick över den totala mängden organiskt avfall. EU:s regelverk<sup>8</sup> jobbar med begreppet "food waste" som omfattar både matsvinn och matavfall och en standard för att mäta "food waste"/matsvinn är under utveckling.<sup>9</sup> Nordisk Miljömärkning följer utvecklingen av ISO-standarderna och vill förbereda verksamheter för att mäta organiskt avfall i detta sammanhang. Organiskt avfall ska mätas i kg per år. En högre försäljning av mat och dryck skulle kunna förklara den ökade mängden organiskt avfall och det är därför önskvärt att detta ses i ett sammanhang.

Även om matsvinn ofta slängs i fraktionen "organiskt avfall", kan mängden organiskt avfall i kilogram inte alltid direkt kopplas till matsvinn. Butiker kan till exempel ha returordningar som ålägger leverantören att ta tillbaka matsvinnet för vissa produktkategorier som förekommer och i vissa fall går matsvinn ihop med förpackningar i restavfall. Man måste därför vara försiktig med att anta att mängden organiskt avfall är densamma som mängden matsvinn. Mängden faktiskt matsvinn kan i många fall vara högre än det redovisade organiska avfallet för en livsmedelsbutik.

---

<sup>8</sup> Directive 2008/98/EC

<sup>9</sup> Commission Delegated Decision (EU) 2019/1597: [https://eur-lex.europa.eu/eli/dec\\_del/2019/1597/oj](https://eur-lex.europa.eu/eli/dec_del/2019/1597/oj)

## O13 Källsortering

### Butiken måste källsortera allt avfall som genereras.

Avfallet måste sorteras i fraktioner som är relevanta och i enlighet med vad avfallsentreprenören erbjuder för fraktioner till materialåtervinning. Se tabell 8 för exempel på fraktioner.

Organiskt avfall måste gå till återvinning/biologisk behandling, som till exempel biogasproduktion eller kompost. Om avfallsentreprenören inte kan erbjuda återvinning av biologiskt avfall måste detta dokumenteras.

**Tabell 8 Exempel på fraktioner som kan vara relevanta i de olika nordiska länderna**

Sverige	Norge	Danmark	Finland	Island
Ofärgat glas	Glass og metall	Glas (uanset farve)	Blandat glas	Gler
Färgat glas				
Metallförpackningar		Metalaffald	Metall förpackningar	Málmumbúðir
Organiskt avfall	Matavfall/(organiskt avfall)	Organisk affald	Bioavfall/organiskt avfall	Lifrænn úrgangur
Papper	Papir	Papir	Papper	Pappír
Wellpapp och kartong	Papp (wellpapp og kartong)	Pap	Papp (wellpapp och kartong)	Pappi
Pappersförpackningar		Mad- og drikkekartoner		
Plastförpackningar	Hardplast	Plast (Hård og blød plast samlet, men kan også være enkelt fraktioner)	Hård plast inom blandat avfall/restavfall	Plast
Mjuk plast	Folieplast (mykplast)		Folieplast, plastförpackningar	
Matfett	Frityrolje	Madfedt/olie	Stekningsfett/-olja	Matarolía

### Bakgrund

Sopor kan innehålla både farliga och värdefulla ämnen. Genom att sortera och återvinna kan vi skydda oss från farliga ämnen samtidigt som vi minskar förbrukningen av våra värdefulla naturresurser. När vi återvinner minskar vi förbrukningen av våra naturresurser. Förutom att spara energi och minska föroreningar, bidrar återvinning till att vi sparar viktiga råvaror och skyddar naturliga livsmiljöer för djur, växter och insekter.

Att inte sortera sina sopor är ett lagbrott enligt miljöbalken och dess förordningar. Sopsortering är en del av EU:s plan för hur vi ska hantera vårt avfall så att miljö och människor inte kommer till skada.

En svanenmärkt butik måste sortera ut sitt avfall i relevanta fraktioner och som justering sedan tidigare generation krävs nu också att butiken sorterar ut organiskt avfall. Svanen ställer inte krav på fraktionen över farligt avfall då denna sortering säkerställs genom myndighetslagkrav.

## 5 Inköp

### O14 Inköp av tjänster och produkter

Följande inköpskrav gäller för butikens egna inköp.

- **Trycksaker:** 100 % av inköpta trycksaker måste vara Svanenmärkta eller märkta med EU Ecolabel.
- **Mjukpapper:** 100 % av inköpt mjukpapper för egen förbrukning ska vara miljömärkt. Med mjukpapper menas toalettpapper, kökstorkpapper, hushållspapper och pappershanddukar.

*Med miljömärkt mjukpapper menas produkter märkta med Svanenmärket eller EU Ecolabel.*

### P6 Inköp av miljömärkta tjänster och produkter

Butiken får poäng för inköp av miljömärkta tjänster enligt tabell 9.

Tabell 9 Poänggivande tjänster

Miljömärkta varor och tjänster	Poäng
Städtjänster	2
Kaffetjänster*	1
Arbetskläder**	1
Tvätt av entrémattor	1

*\*Inköp av Svanenmärkt kaffetjänst är poänggivande om tjänsten är tillgänglig i förbutiken och/eller i personalutrymme.*

*\*\*Med miljömärkta arbetskläder menas kläder märkta med Svanen, EU-Ecolabel, Bra Miljöval eller GOTS.*

### Bakgrund

För att driva en butik krävs det att butiken förbrukar olika typer av förbrukningsartiklar och tjänster där dess miljöpåverkan kan minskas genom att välja miljömärkta alternativ. Om en svanenmärkt butik har fysiska trycksaker måste dessa trycksaker vara svanenmärkta och tryckta på ett svanenmärkt tryckeri. Dessutom måste allt mjukpapper som butiken köper in vara miljömärkt. Som tillägg till detta premieras också butiken med poäng om butiken väljer svanenmärkta tjänster.

## 6 Butikens transporter vid onlinetjänst

Följande krav gäller endast för butiker där online-beställningen plockas i butiken.

### O15 Nyinköp av fordon

**Butiken ska ha rutiner som säkerställer att nyinköpta fordon antingen ska drivas med el, biogas, vätgas.**

### O16 Logistik för effektiva körningar

**Butiken ska ha rutiner för att optimera transportererna med syfte att minska antalet körda kilometer.**

Rutinerna ska innehålla en beskrivning av hur butiken optimerar sina rutter.

### O17 Sparsam körning

**Alla chaufförer ska genomgå utbildning i sparsam körning (Eco-driving).**

Utbildningen ska ske senast tre månader efter licensieringen.

Nyanställda ska få utbildning inom tre månader.

Utbildningen måste sedan upprepas årligen.

## Bakgrund

Butiker som erbjuder online-handel och utkörning av varor som plockas i den fysiska butiken, kan minska transporterernas miljöpåverkan genom att planera och effektivisera sina körningar. Butiken ska också säkerställa att personal som kör ut varorna utbildas i sparsam körning samt att man vid nyinköp av fordon ser till fordonets drivmedel och dess miljöpåverkan.

## 7 Ledningens ansvar

### O18 Utbildning och kommunikation

**Alla anställda som deltar i den dagliga driften av butiken måste ha kunskap om att butiken är Svanenmärkt. Butiken måste genomföra en grundläggande utbildning av de anställda, som måste innehålla minst:**

- Vad det innebär att butiken är Svanenmärkt.
- Information om butikens miljöarbete.
- Vad de anställda kan bidra med till miljöarbetet. Som t.ex. arbetet med minskat matsvinn, källsortering och inköp av ekologiska varor.
- Hur man kommunicerar butikens miljöarbete och att butiken är Svanenmärkt till kunderna.

Utbildning måste ske inom två månader efter licensiering. Alla anställda måste sedan informeras varje år om allmänna miljöfrågor, butikens miljöarbete och om Svanenmärket. Nyanställda måste få nödvändig utbildning inom två månader.

## Bakgrund

Den höga omsättningen på personal kan vara en utmaning i dagligvarubranschen. Det kan också vara en utmaning med avseende på miljömärkningen av en butik. När en person som tidigare har haft ansvar för dokumentation och uppföljning slutar, kan värdefull erfarenhet och kunskap försvinna. Det är därför viktigt att en ansvarig, innan denne lämnar, delar med

sig av information och kunskap till ny ansvarig. Det är också viktigt att miljömärkningen genomsyras inom hela verksamheten. Det ska finnas en kunskap och trygghet hos all personal och det ska finnas ett huvudsakligt ansvar hos ledningen. Detta är en förutsättning för att säkerställa kravuppfyllnad genom hela licensieringsperioden, för att butikens hållbarhetsarbete ska nå kunden och personalen har möjlighet att hjälpa kunden göra hållbara val.

**O19**    **Krav på uppnådda poäng**

**Butiken ska uppfylla minst 7 poäng enligt tabell 10.**

**Tabell 10 Poängsammanställning**

Poängkrav	Högsta möjliga antal poäng
P1 Ekologisk mat och dryck, och MSC-märkt fisk	4
P2 Miljömärkta varor	4
P3 Närproducerade varor	2
P4 Avskogningsfritt kött	2
P5 Hållbar matproduktion	4
P6 Inköp av miljömärkta tjänster och produkter	5
Maximalt möjliga poäng	21