**Målgruppe:**

* Virksomheter som driver varehandel og er organisert i en Hovedkontormodell.
* Primært virksomheter tilknyttet næringskoder 46 og 47.

**Presisering:**

* Gjelder både detaljhandel og engroshandel.
* Gjelder både handel med proff- og privatmarkedet.
* Gjelder både handel gjennom fysisk utsalgssted, via internett og via videreformidling (engros).
* Gjelder ikke handel med motorvogner. Se kriteriesett ‘Bilforhandler’.

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Nr** | **Kriterietekst** | **Veiledning til virksomhet** | **Høringsinnspill** |
| **1** | Virksomheten skal ha en miljøpolicy som et styrende dokument innenfor følgende virksomhetsområder:   1. Design og produktutvikling 2. Produksjon 3. Innkjøp 4. Logistikk og lager 5. Salg og sluttbruker 6. Sirkulær økonomi | **Presisering:**  En miljøpolicy skal beskrive vesentlige direkte og indirekte sosiale-, klima- og miljøaspekter og virksomhetens forpliktelse til forbedring innen disse. Policyen innenfor områder nevnt i kriterieteksten kan enten være en del av virksomhetens øvrige, lovpålagte miljøpolicy som er omtalt i kriterium #1945, eller være et selvstendig dokument. Den skal uansett være en del av virksomhetens styrende dokumenter.    Miljøpolicyen skal omfatte alle de områdene angitt i kriterieteksten som er relevant for virksomheten.  Presisering av punktene:   1. Gjelder de virksomheter som designer og utvikler produktene selv. 2. Gjelder de virksomhetene som sourcer leverandører og setter produksjonsordre selv. 3. Gjelder de virksomheter som kjøper inn ferdigprodukter og/eller halvfabrikata til videresalg. 4. Gjelder alle virksomheter. 5. Gjelder alle virksomheter. 6. Gjelder alle virksomheter.   **Dokumentasjon:**  Dokument som viser virksomhetens miljøpolicy innenfor sine virksomhetsområder.  Eksempler på aktuell dokumentasjon kan være:   * Eksplisitt miljøpolicy * Virksomhetens Klima- og miljørapport og dens «Handlingsplan med mål» (Miljøfyrtårn). * Samfunnsansvarsrapport med klima- og miljøpolicy. * Årsmelding med klima- og miljøpolicy.   Dersom virksomheten oppfyller dokumentasjonskravene for medlemskap i Etisk Handel Norge, Sedex, BSCI (amfori), Ethical Trading Initiative UK (ETI) eller tilsvarende organisasjon som har til formål å implementere en systematisk tilnærming til innkjøp så er det tilfredsstillende dokumentasjon på indirekte sosial bærekraft.  Dokumentert implementering av prinsippene i ISO 20400, «Bærekraftige innkjøp», er også tilfredsstillende dokumentasjon.  **Bakgrunn:**   * «Veikart for grønn handel 2050». Her finnes veiledninger, anbefalinger og utfordringer for handelsbransjen. Link til veikartet: <https://www.gronnkonkurransekraft.no/files/2016/10/Veikart-for-gr%C3%B8nn-handel-2050.pdf> * OECDs veileder for aktsomhetsvurderinger for ansvarlig næringsliv. <https://nettsteder.regjeringen.no/ansvarlignaringsliv2/files/2019/01/Aktsomhetsvurderinger-for-ansvarlig-n%C3%A6ringsliv-brosjyre.pdf>   + OECDs Sektorveiledere. <https://www.responsiblebusiness.no/oecds-sektorveiledere/> * «Circular Economy Action Plan» er en sentral del av EUs «Green Deal» og har blant annet til hensikt å:   + Sette strengere krav til øko-design.   + Mer tilgjengelig miljøinformasjon om produktene.   + Økte krav til gjenvinning av avfall.   + Reduksjon av avfall   <https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/en/ip_20_420> |  |
| **2** | Virksomheten skal fastsette relevante mål innen sosial bærekraft, klima og miljø med tilhørende indikatorer basert på miljøpolicy. | **Presisering:**  Målene og tilhørende indikatorer skal reflektere virksomhetens miljøpolicy som her omfatter de direkte og indirekte sosiale-, klima- og miljøaspektene knyttet til kjernevirksomheten (produkt, logistikk, sirkulær økonomi m.v.). Målene må være vesentlige, kvantifiserbare så langt det lar seg gjøre og kontrollerbare.  Målene og tilhørende indikatorer kan være (1) en del av besvarelsen av kriterium #1945, eller (2) som en egen besvarelse i dette kriteriet, eller (3) som en del av en annen rapport.  Miljøfyrtårns Klima- og miljørapporter kan benyttes til oppfølging / registrering av miljøindikatorene (tilleggstjeneste som avtales med Stiftelsen Miljøfyrtårn).  **Dokumentasjon:**  Et sett med relevante mål med tilhørende indikatorer innenfor sosiale, klima- og miljøaspekter. Kan være et selvstendig dokument, eller som en del av en annen relevant rapport.  Dersom virksomheten oppfyller dokumentasjonskravene for medlemskap i Etisk Handel Norge, Sedex, BSCI (amfori), Ethical Trading Initiative UK (ETI) eller tilsvarende organisasjon som har til formål å implementere en systematisk tilnærming til innkjøp så er det tilfredsstillende dokumentasjon på indirekte sosial bærekraft.  Dokumentert implementering av prinsippene i ISO 20400, «Bærekraftige innkjøp», er også tilfredsstillende dokumentasjon.  **Bakgrunn:**  Ekstern referanser:   * Science Based Targets: <https://sciencebasedtargets.org/> * B Corps: <https://bcorporation.net/> * UN Global Compact: <https://www.unglobalcompact.org/> * Flere??? |  |
| **3** | Virksomheten skal kartlegge sine produkter og emballasje med hensyn på aspekter innen klima, miljø og sosial bærekraft.  Kartleggingen skal hensynta: 1. Produksjonsfasen 2. Bruksfasen 3. Avhending/ avfallshåndtering  Kartleggingen skal belyse både risikoer *og* muligheter innen klima, miljø og sosial bærekraft ved produktene og emballasjen. | **Presisering:**  Kartleggingen kan enten gjennomføres på varelinjenivå eller gjennom en generisk gruppering av henholdsvis produktene og emballasjen. En generisk gruppering forutsetter vesentlig grad av sammenfallende aspekter ved produktene/emballasjen i gruppen. Dette kan være kategorier, varegrupper eller andre hensiktsmessige grupperinger av produkter.  Med emballasje menes både det som er direkte tilknyttet produktet, det som tilbys kunden og det som brukes ved ompakking av produkter.  Kartleggingen kan brukes som underlag i besvarelsen av kriterium #4.    **Dokumentasjon:**  Ved førstegangssertifisering: Allerede gjennomførte kartlegginger og/eller plan for igangsetting og gjennomføring av kartlegginger. Plan skal inneholde mål for kommende sertifiseringsperiode.  Ved årlig møte med sertifisør: Status på gjennomførte kartlegginger siste år.  Ved resertifisering:   * Oversikt over gjennomførte kartlegginger siden forrige sertifisering. * Mål for kartlegginger i neste sertifiseringsperiode (inntil alle produktene og emballasjen er kartlagt).   **Bakgrunn:**  De vesentlige sosiale, miljømessige, og klimatiske aspektene ved en handelsvirksomhet er knyttet til produktene. En oversikt over produktene er sentralt for å kunne iverksette tiltak for både å redusere negativ påvirkning og utnytte mulighetene som finnes i markedet.  Analysen kan brukes som utgangspunkt for besvarelsen i kriterium #4.    **Annet:**  Det er mange ulike måter å gjennomføre en slik kartlegging på. Miljøfyrtårn har utviklet et enkelt verktøy som kan brukes i en kartleggingsprosess. Det er et skjema der risikoen for ulike miljøaspekt vurderes for de ulike stegene i produktenes livsløp.  Virksomheten velger selv hvilken prioriteringsrekkefølge som legges til grunn for kartleggingen, men dersom det er nybrottsarbeid så kan det være hensiktsmessig å starte med hovedkategoriene eller egne merkevarer. Det kan være lurt å starte med en enkelt varelinje eller noen få varelinjer og gjøre det til en pilot for den øvrige kartleggingen for å se hva som fungerer.    Aktuelle punkter som kan trekkes inn i en kartlegging kan være:   * Målgruppe * Har leverandøren relevant informasjon som kan brukes? * Aktuelt regelverk som gjelder for produktet/produktgruppen. * Skal produktet CE-merkes? * Finnes det en gjeldende standard for produktet (ISO, EN, NO e.l.)? * Finnes det anerkjente sosiale- eller miljømerkeordninger for produktet/produktgruppen? * Finnes det tilgjengelig forskning eller annen troverdig informasjon som kan si noe om risikoen for den varen som kartlegges? * Mulig sosial, klimatisk og miljømessig risiko og mulighetsrom * Avbøtende og fremmende tiltak |  |
| **4** | Virksomheten skal ha rutiner og kriterier for å styre:  - utviklingen av produkter  - produksjon av produkter, og  - innkjøp av produkter til videresalg  med tanke på å:   - erstatte og/eller supplere produkter som kan knyttes til vesentlig negativ sosial, klima- og miljøpåvirkning (negativ screening).   - prioriterer materialer, produkter og produsenter/leverandører som aktivt bidrar til å redusere klima- og miljøbelastningen og fremme en sosial bærekraftig handel (positiv screening). | **Presisering:**  Virksomheten skal kun ha rutiner og kriterier knyttet til de virksomhetsområdene (utvikling, produksjon og innkjøp) som den har påvirkning på.  Positiv screening er en proaktiv prosess hvor det vises lederskap ved valg/produksjon/utviklingen av mer bærekraftige produkter der profittmaksimering ikke er eneste styrende kriterium.    Negative screening er en prosess hvor man vurderer den sosiale og klima- og miljømessige påvirkningen til produktet, og som kan resultere i at produktet ikke utvikles/kjøpes inn eller erstattes av et sosialt-, klima-, eller miljømessig mer fordelaktig produkt.    Kriteriene / rutinene kan være av både positiv (positiv screening) og negativ karakter (negativ screening).  Kartleggingen gjennomført i kriterium #3 kan brukes som underlag til produktscreeningen.    **Dokumentasjon:**  Skriftlige rutiner og kriterier for hvordan virksomheten styrer utviklingen, produksjonen og innkjøp av produkter basert på produktenes sosiale-, klimatiske- og miljømessige aspekter.    **Annet:**  Det er viktig å ha en helhetlig tilnærming til hvilke aspekter som blir vektlagt ved prioritering av materialer, produkter og produsenter/leverandører. Det vil være flere ulike aspekter knyttet til produksjonen, distribusjonen, forbruket og en eventuell redistribusjon av et produkt. En vekting av disse i møte med prioriteringen som skal gjøres bør baseres på beste praksis i bransjen og tilgjengelig informasjon. |  |
| **5** | Virksomheten skal stimulere til klima- og miljøsmart adferd. | **Presisering:**  Virksomheten kan oppfylle kriteriet ved å:   * Stimulerer til mer klima- og miljøsmart adferd gjennom produktene de forhandler. Det betyr at produktene må ha egenskaper som gjør det enkelt for kunden å handle mer klima- og miljøsmart.   Og/eller   * Tilby kunden tilleggsprodukter/-tjenester som stimulerer til mer klima- og miljøsmart adferd.   Markedsføringstiltak tilhørende tilleggsprodukter/-tjenester kan være en del av besvarelsen på kriteriet, men kan ikke stå alene.    Uavhengig av hvilke tiltak virksomheten velger å anvende så skal virksomhetens vurdering av ønsket effekt/endret adferd være basert på etterrettelig og etterprøvbar informasjon (forskning/data m.m.).  Virksomheten kan anvende produkter og/eller ordninger som allerede eksisterer på markedet, eller den kan utvikle sine egne.    **Bakgrunn:**  Hensikten er at virksomheten gjennom sitt tilbud av produkter og tiltak skal hjelpe kunden til å forbedre sin klima- og miljøprestasjon og prøve nye ting som kan bidra til mer bærekraftig adferd. Det kan også være en form for såkalt «nudging» - små, uformelle virkemidler som påvirker folks adferd i en mer klima- og miljøsmart retning.  Produkter som blir utviklet for klima- og miljøsmart adferd har større sannsynlighet som å nettopp oppnå dette og dermed høste gevinster fra de som kjøper, bruker og/eller forbruker produktet.  Det samme gjelder tilleggsprodukter og ordninger som danner grunnlaget for klima- og miljøsmart adferd. Produkt-som-en-tjeneste er én kjent variant av dette.    **Dokumentasjon:**  Ved førstegangssertifisering: Eksempler på produkter som stimulerer til klima- og miljøsmart adferd, eller en forpliktende plan for innføring av dette. Eller; eksempel på innførte tilleggsprodukter og/eller ordninger som stimulerer til klima- og miljøsmart adferd, eller en forpliktende plan for innføring av dette.  Ved resertifisering: Eksempler på produkter og/eller tilleggsprodukter og ordninger som stimulerer til klima- og miljøsmart adferd.  Virksomhetens vurdering av oppnådd effekt på adferd og/eller miljøgevinsten legges til grunn.  **Annet:**  Det kan være hensiktsmessig å kombinere ett av møtene for gjennomgang av tiltakene med det årlige møtet med hovedsertifisør. |  |
| **6** | Virksomheten skal ha rutiner som sikrer ledelsens regelmessige gjennomgang og vurdering av:   * Måloppnåelsen på virksomhetens fastsatte mål (#2). * Gjennomføringsgrad på planlagte tiltak og de effekter som er oppnådd. * Hvorvidt mål og tiltak skal justeres for å sikre kontinuerlig forbedring. * Om positiv og negativ screening blir gjennomført i henhold til rutiner og kriterier beskrevet. * Om det inneværende periode har vært endringer i eksterne eller interne forhold som har påvirkning på virksomhetens virksomhetsområder og deres sosiale, klima, eller miljøprestasjoner. | **Presisering:**  Kriteriet er en utvidelse av kriterium #6 i felles kriteriene. Gjennomgangen her skal gjøres i tillegg.  Representant(er) fra virksomhetens øverste ledelse skal delta i gjennomgangen.    **Dokumentasjon:**  Ved førstegangssertifisering:   * Etablerte, skriftlige rutiner for ledelsens gjennomgang av punkter nevnt i kriterieteksten.   Ved resertifisering og årlig sertifiseringsmøte:   * Protokoll fra gjennomførte møter. Skal inneholde konkret informasjon om status på minimum de punkter som er nevnt i kriterieteksten, og hvem som har deltatt. Dette trenger ikke være en egen, separat protokoll så lenge nevnte punkter tydelig er regelmessig gjennomgått og dokumentert.   **Annet:**  Det kan være hensiktsmessig å kombinere ett av møtene for gjennomgang av tiltakene med det årlige møtet med hovedsertifisør. |  |