**Målgruppe:**

* Virksomheter som driver varehandel.
* Primært virksomheter tilknyttet næringskoder 46 og 47.
* Enkeltstående virksomheter og underliggende enheter i Hovedkontor-modell

**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** | **HK\*** | **Høringsinnspill** |
| **1** | Virksomheten skal ha skriftlige rutiner for kartlegging og optimalisering av emballasje. | **Presisering:**  Rutinene skal:  - tydelig vise bruken av emballasje knyttet til transport, ompakking, oppbevaring, fremvisning, salg og eventuell innpakning av produktene.  - vise en handlingsplan for optimalisering av emballasjebruken.  - gjelde både den interne bruken av emballasje i virksomheten, og til leverandørkjedens bruk av emballasje oppstrøms og nedstrøms.  - omhandle mengde og type materialer som brukes til emballasje.  - revideres årlig.  **Bakgrunn:**  Avfallsforskriften og Emballasjedirektivet.  **Dokumentasjon:**   * Skriftlige rutiner som viser:  1. Krav til optimalisering av emballasje. 2. Hvordan det stilles krav til eventuelle leverandører. 3. Hvor ofte rutinene gjennomgås og eventuelt oppdateres.  * Eksempel på hvordan virksomheten implementerer rutinene.   **Annet**  Emballasjeoptimalisering kan ha en rekke former. Det kan være reduksjon av emballasje, design for gjenvinning, bruk av nye materialer m.m. | **HK** |  |
| **2** | Virksomheter som administrerer og drifter eget lager skal kunne fremvise et helhetlig system for styring av lageret og en plan for evaluering av dette systemet. | **Presisering:**  Lageret kan være en integrert del av et utsalgssted eller en egen separat enhet.  Lageret bør være av vesentlig betydning for virksomheten.  Systemet kan ha mange ulike former og også være en del av øvrige systemer i virksomheten så lenge det fyller formålet i dette kriteriet.  Formålet med systemet skal være å optimalisere alle relevante aspekter ved lageret. Dette kan være, men er ikke begrenset til:  - arbeidsmiljø  - forhindre utslipp (til jord, luft eller vann) – både fra varene på lager, driften og tilstøtende transport.  - forhindre svinn (brekkasje, utgått på dato, utgått av sortiment, feilplukk/feilsendinger m.m.).  - arealeffektivisering  **Bakgrunn:**  God lagerstyring er positivt for både kunden, virksomheten og miljøet. Bedre vareflyt, færre varemottak, høyere effektivitet, mindre overtid, bedre leveringssikkerhet og mindre svinn er noe av potensialet ved god lagerstyring.  EUs «Green Deal» og tilhørende handlingsplan inneholder flere aspekter som vil være relevante for innkjøp og lagerstyring. Eksempler på tiltak er forbud mot destruksjon av overskuddsvarer og restriksjoner på produksjon og salg av produkter med planlagt foreldelse.  Hvorvidt system kalles Inventory Management (IM), Warehouse Management System (WMS), Supply Chain Planning System, Forecasting & Replenishment eller annet så skal optimalisering av lageret være målet.  **Dokumentasjon:**  Fremvisning av et lagerstyringssystem som omhandler de vesentligste aspektene ved lageret, og en tilhørende plan for evaluering av systemet.  Ved førstegangssertifiseringer er konkret plan for innføring av et lagerstyringssystem tilstrekkelig.  **Annet:**  Pressemelding: EUs «New Circular Economy Action Plan”:  <https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/en/ip_20_420> | **HK** |  |
| **3** | Virksomheten skal ha skriftlige rutiner for kartlegging og optimalisering av transport. | **Presisering:**  Rutinene skal vise hvordan virksomheten jobber for å kartlegge og redusere sin miljø- og klimabelastning knyttet til transport.  Gjelder både virksomheter med egne transportløsninger og for virksomheter som kjøper transporttjenester.    Gjelder både varer som går inn og ut fra virksomheten.  Gjelder leveringer til kunden/forbrukeren og frakt av returvarer.  Gjelder både internasjonal oversjøtransport og norsk innenlands transport.  Gjelder alle forsendelser som er aktuelle for virksomheten, fra container og bulk til servicepakker, brevpakker osv. En vesentlighetsvurdering kan brukes, om hensiktsmessig.  Rutinen kan omhandle både transportmetode, transportlengde, hyppighet, fyllingsgrad og andre områder.  Rutinene skal oppdateres årlig.  **Bakgrunn:**  Transport bidrar til nesten 30 % av det globale utslippet av klimagasser. Den utgjør altså en vesentlig del av kostnader, utslipp av klimagasser og lokale miljøutfordringer knyttet til handel.  Mer effektiv og smartere transport, i tillegg til overgang til transportmetoder med mindre utslipp av klimagasser er viktige tiltak.  **Dokumentasjon:**   * Skriftlige rutiner som viser:  1. Krav til optimalisering av transport. 2. Hvordan det stilles krav til eventuelle leverandører. 3. Hvor ofte rutinene gjennomgås og eventuelt oppdateres.  * Eksempel på hvordan virksomheten implementerer rutinene.   **Annet:**  Transportmetode, transportlengde, hyppighet, fyllingsgrad kan være aktuelle områder.  Stikkord til tips:  Samlasting, slow steaming, ledetid, kortreist, type kjøretøy, miljøledelse osv | **HK** |  |
| **4** | Virksomheten skal gjennomføre obligatorisk opplæring av sine medarbeidere i relevant klima- og miljøkunnskap. | **Presisering:**  Opplæringen skal ha som formål å:   * Gjøre medarbeideren i stand til å bidra i oppfyllelsen av virksomhetens overordnede handlingsplan og mål. * Gjøre medarbeideren i stand til å veilede kundene til et mer bærekraftig valg.   Opplæringen skal som minimum ha følgende tema som del av opplæringen:   * Virksomhetens handlingsplan innenfor klima og miljø. * Innhold tilpasset de varer og tjenester som virksomheten håndterer og forhandler.   Opplæringen skal inngå som en del av den obligatoriske opplæringen som gis til virksomhetens medarbeidere.  **Dokumentasjon:**   1. Eksempel på opplæringen medarbeiderne gjennomgår. Praktisk, eller henvisning til skriftlig plan og opplegg. 2. Oversikt over medarbeidere som har gjennomgått opplæring i relevant klima- og miljøkunnskap. 3. Skriftlig plan for oppdatering av opplæringen.   Ved førstegangssertifisering; dersom virksomheten ikke har opplæring på plass på sertifiseringstidspunktet skal det foreligge en konkret plan for implementering innen 12 måneder (enkeltstående), eller neste årlige møte med hovedsertifisør (HK).  **Bakgrunn:**  Medarbeidere med kundekontakt er virksomhetens ansikt utad og dens fremste representanter. Det er avgjørende både internt og eksternt, for både omdømme, gjennomføring av handlingsplan og kundens valg at disse medarbeiderne har kunnskap om målene for virksomheten og evne til å gi kundene råd om de mest bærekraftige løsningene. | **Begge** |  |
| **5** | Virksomheten skal aktivt søke etter- og erstatte eller supplere produkter i eksisterende sortiment med tilsvarende produkter som er mer klima- og miljøvennlige. | **Presisering:**  Kriteriet omhandler   * virksomhetens rutiner og plan for å søke etter alternative produkter,   og etter   * argumentasjonen/dokumentasjonen som er lagt til grunn for å erstatte/supplere eller ikke erstatte/supplere eksisterende produkter i porteføljen.   Rutine, plan og utførelse skal inkludere alle produkter i sortimentet, men virksomheten kan gjøre en vesentlighetsvurdering og sette en prioriteringsrekkefølge.. Dette gjøres ved førstegangssertifisering.  Ved resertifisering skal virksomheten kunne vise til gjennomførte vurderinger og plan for utvidet søk for neste periode.  Virksomheten kan enten søke etter alternativer ned på varelinjenivå, eller mer overordnet gjennom en generisk gruppering av produktene dersom produktutvalget er omfattende. En generisk gruppering forutsetter vesentlig sammenfallende aspekter ved produktene i gruppen.  **Dokumentasjon:**   1. Rutine og plan for å søke etter alternative og mer klima- og miljøvennlige produkter. Omfanget skal stå i rimelig forhold til virksomhetens størrelse og produktenes antatte klima- og miljøpåvirkning. Dette kan inngå i virksomhetens innkjøpsveileder. 2. Argumentasjon/dokumentasjon knyttet til selve varen/varegruppen vil variere. Eksempler på dokumentasjon *kan* være:  * Produktmerker/Miljømerker * Tester, artikler og annen tredjeparts informasjon. * Egne tester og undersøkelser. * Innholdsfortegnelser som viser en mer bærekraftig sammensetning av materialer. * Redusert transportbelastning til og fra lager   **Bakgrunn:**  For de fleste handelsvirksomheter utgjør selve produktene den største delen av klima- og miljøbelastningen i virksomheten. Det kan være gjennom materialbruk og sammensetning, produksjonen, bruken og/eller avhending av produktet.  Kriteriet søker en prosesstilnærming lik den som utføres gjennom [substitusjonsplikten](https://www.miljodirektoratet.no/naringsliv/industri-og-produksjon/produksjon-og-bearbeiding-av-kjemikalier/erstatte-farlige-kjemikalier-substitusjon/), men da med et sterkt utvidet fokus utover kun kjemikalier. | **HK\*\*** |  |
| **6** | Virksomheten som driver salg via nettbutikk skal gjøre tiltak for å redusere miljøbelastningen fra retursendinger fra sluttkunden. | **Presisering:**  Virksomheten skal på sertifiseringstidspunktet minimum kunne vise til en handlingsplan over planlagte tiltak for å redusere miljøbelastningen fra retursendinger av varer.  Ved resertifisering skal det vises til igangsatte og/eller gjennomførte tiltak.  Antallet retursendinger i prosent av det totale antallet forsendelser per år skal rapporteres.  **Dokumentasjon:**  Ved førstegangssertifisering:   * Handlingsplan over planlagte tiltak.   Ved resertifisering:   * Oversikt over igangsatte og gjennomførte tiltak. * Oversikt med prosentantall retursendinger gjennom sertifiseringsperioden.   **Bakgrunn:**  I tillegg til en lovfestet angrerett for en rekke varer kjøpt utenfor fast utsalgssted så er det mange butikker som praktiserer stor grad av bytterett. Netthandel kan ha en positiv klimaeffekt dersom alternativet er å hente produktet selv. Effekten avhenger derimot av avstand mellom kunde og produkt, transportmetode og hvorvidt retursendinger blir benyttet. | **HK** |  |
| **7** | Virksomheter med fysisk utsalgs- eller utleveringssted skal legge til rette for kildesortering av emballasje for sine kunder. | **Presisering:**  Dette skal være et tilbud for kunden i en kjøpssituasjon, der kunden har mulighet til å kildesortere emballasjen før kunden tar med seg varen hjem.  Det er ikke tenkt som et *returpunkt* for emballasje, utover lovpålagte ordninger som EE-avfall, flaskepant m.m.  Det skal være godt merkede løsninger som er lett tilgjengelig for kunden. Skal inneholde de fraksjonene som er mest aktuelle i den aktuelle butikken.  **Dokumentasjon:**  Synlige kildesorteringsløsninger på lokasjonen.  **Bakgrunn:**  Emballasjedirektivet stiller krav til materialgjenvinning som krever at næringslivet i større grad tar ansvar for sin emballasje og sorteringen av denne. Dette bør i størst mulig grad håndteres av profesjonelle, som er virksomheten, til fordel for forbrukeren.  Se gjerne på tiltak her sammen med tiltak som gjøres på emballasjeoptimalisering. |  |  |
| **8** | Virksomheten skal kartlegge sine produkters oppstrøms verdikjede for å sikre en mer bærekraftig produksjon. | **Presisering:**  Gjelder virksomheter som produserer og/eller importerer produkter fra land utenfor Norge til videresalg.  Virksomheten skal på sertifiseringspunktet ha en handlingsplan m/konkrete tiltak som viser:   * Hvordan det jobbes med kartlegging av verdikjeden. * Hvordan det jobbes med forbedringer for mer bærekraftig produksjon i verdikjeden.   Produkter som er produsert i risikoland i forhold til brudd på miljø- og menneskerettigheter skal prioriteres.  Kartlagte leverandører kan befinne seg på ulike nivå i produktenes verdikjede, men bør i det minste inkludere siste produksjonsledd.  Virksomheten skal ved resertifisering vise til:   * En oversikt over kartlagte leverandører, med markering av de som er kartlagt siden forrige sertifisering. * Status på iverksatte tiltak, og oversikt over nye tiltak i handlingsplanen.   Tiltak som planlegges og/eller iverksettes kan både være rettet direkte eller indirekte mot verdikjeden og leverandøren.  **Dokumentasjon:**  Ved førstegangssertifisering:   * Handlingsplan m/tiltak   Ved resertifisering:   * En oversikt over kartlagte leverandører, med markering av de som er kartlagt siden forrige sertifisering. * Status på iverksatte tiltak, og oversikt over nye tiltak i handlingsplanen.   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.  Dokumentert implementering av prinsippene i ISO 20400, «Bærekraftige innkjøp», er også tilfredsstillende dokumentasjon.  **Bakgrunn:**  For å kunne kommunisere, samarbeide og gjennomføre prosjekter og tiltak som gjør produksjon/tilvirkning av produktene mer bærekraftige så er det sentralt å vite hvordan verdikjeden ser ut. Det være seg både sosiale og klima- og miljømessige prosjekter og tiltak.  Forbedringstiltak begynner gjerne i egen virksomhet. Ofte kan tiltak som gjøres *internt* i virksomheten gi gode ringvirkninger i leverandørkjeden og være en god prioritering av ressurser.  Eksempel; ved omstrukturere slik at en kan bestille varer noe tidligere eller tillate noe lenger leveringstid så lettes presset på leverandørkjeden. Det betyr igjen mindre behov for overtid, mindre risiko for feilproduksjon og større sannsynlighet for punktlig levering.  [OECDs veileder for aktsomhetsvurderinger for ansvarlig næringsliv.](https://nettsteder.regjeringen.no/ansvarlignaringsliv2/files/2019/01/Aktsomhetsvurderinger-for-ansvarlig-n%C3%A6ringsliv-brosjyre.pdf)  **Annet:**  Det kan være nyttig å gjøre en vurdering av hvor det har mest for seg å gjøre en kartlegging. Bruk gjerne en risikobasert tilnærming der produktet i seg selv og/eller materialene det er satt sammen av vurderes. Det anbefales å starte kartleggingen med viktige produkter (basert på salgsvolum og/eller omsetning), og produkter der man vet med rimelig sikkerhet er knyttet stor risiko i produksjonsland. Eventuelt egne merkevarer bør prioriteres ved første kartleggingen. OECDs veileder for aktsomhetsvurderinger anbefales som metode for dette arbeidet.  Andre ressurser:  [Environmental Performance Index](https://epi.yale.edu/)  [Human Freedom Index](https://www.cato.org/human-freedom-index-new) | **HK** |  |
| **447** | Virksomheten skal aktivt informere sine kunder om alle sine lovpålagte og frivillige returordninger. | **Presisering:**  Det skal informeres gjennom oppslag i alle butikklokaler, fremvisnings- og utstillingslokaler, nettsider, på midlertidige utsalgssteder og i alt salgs- og informasjonsmateriell som publiseres i tilknytning til salgsvirksomheten, både i elektroniske og papirbaserte medier. Teksten skal være iøynefallende, lett lesbar og skille seg ut fra øvrig informasjon.  **Dokumentasjon:**  Eksempler på tilgjengelig informasjon om virksomhetens returordninger.  **Bakgrunn:**  Avfallsforskriften kap.1. | **HK** | Merknad: Revidert eksisterende kriterium. |
| **429** | Butikken skal aktivt profilere, informere og sørge for at miljøprofilen kommer klart frem i form av tilleggsmerking/-kommunikasjon ved produktet, i butikken, i varekataloger og på internett. | **Presisering:**  Kriteriet setter fokus på butikkens produkter og deres miljøprestasjoner. Profilering/informasjon skal derfor hovedsakelig være produktspesifikk. Produktgrupper som naturlig hører sammen kan naturligvis profileres sammen.  **Dokumentasjon:**  Eksempler på profilering. Enten på produkter, i butikken, på hjemmeside, eller i varekataloger.  **Bakgrunn:**  Det er mange miljørelaterte merkeordninger på markedet og det er vanskelig for den enkelte som ikke jobber med dette til daglig å klare å skille miljømerkene fra hverandre og vite hvilke aktører som er seriøse merkeordninger. Derfor ønsker Miljøfyrtårn å veilede våre virksomheter på hvilke tredjepartsmiljømerker vi mener bør prioriteres ved innkjøp og videresalg av varer.  **Annet:**  Se i innkjøpsrutinen under kriterium id 15 for oversikt over miljømerkene. | **Begge** | Merknad: Justert eksisterende kriterium |
| **991** | Virksomheten skal ha medlemskap i et godkjent returselskap for emballasje iht. avfallsforskriften § 7.5. Virksomheten skal videre benytte seg av returselskap som er godkjent av Miljødirektoratet iht. avfallsforskriften og § 7-14. | **Presisering:**  Kriteriet gjelder produsenter og importører av emballasje. Returselskap som samler inn emballasjeavfall fra kommuner og næringsliv i Norge, skal ha godkjenning av Miljødirektoratet. Det går frem av avfallsforskriften § 7-14. Forskriften skal blant annet sørge for at ombruk og materialgjenvinning av emballasje øker. Oversikt over godkjente returselskaper for emballasje finner du på [Sortere.no](https://sortere.no/avfallsbransjen/godkjente-returselskaper)  **Dokumentasjon:**  Gyldig medlemsbevis | **HK** | Merknad: Justert eksisterende kriterium |
| **2020** | Forbruksprodukter til videresalg skal ikke inneholde tilsatt mikroplast. Dette skal dokumenteres skriftlig i virksomhetens innkjøpsrutine. | **Presisering:**  Virksomheten skal ikke selge eller anvende i prosess produkter som inneholder tilsatt mikroplast. Herunder kropps-/hårpleie- og rengjøringsprodukter samt bilpleieprodukter. Produkter innenfor de nevnte kategoriene som er merket med Svanen, Bra Miljöval eller EU-blomsten er fri for mikroplast (og andre miljømerker som forbyr mikroplast i disse produktene). Dersom du ikke får tak i miljømerkede produkter, kan du sjekke innholdsstoffene til produktet. En liste over stoffer som regnes som tilsatt mikroplast finner du ved å klikke på ekstern veiledning. Der finner du også en mal for en bekreftelse fra leverandør om at produkter som selges er frie for tilsatt mikroplast.  **Dokumentasjon:**   1. Innkjøpsrutine som inneholder punkt om å unngå produkter med mikroplast.  og 2. Eksempel fra egen praksis. Kan være dokumentasjon på merkeprodukter i sortiment, utfylt og signert mal fra leverandør, eller annet som bekrefter praksis. | **HK** | Merknad: Justert eksisterende kriterium |

\*- Ved underliggende enhet i en Hovedkontor-modell – kriteriet *kan* løftes opp og svare ut av hovedkontoret. Det vil da være merket ‘HK’ i denne kolonnen.

\*\*- Gjelder kun enkeltstående virksomheter. Et hovedkontor vil svare dette ut gjennom kriterium #3 i ‘Handelskriterier Hovedkontor’.