



# Rädda världen lite grann varje dag

Års- & hållbarhetsredovisning 2015  
Miljömärkning Sverige AB

Omslagsbild: Kampanjen Rädde världen lite grann varje dag blev synlig över hela Sverige i januari, 2015. Här från tunnelbanan i Stockholm.

Fotograf: Fredrik Hjerling

Medverkande fotografer för kampanjen "Rädde världen lite grann varje dag":

William Hong, Reuters/TT

Jerker Lokrantz, Azote

Ryan McGinnis, AGE/TT

Claudio Bresciani, TT

Anders Tedeholm, Azote



# Innehåll

Vd-ordet – strategi för framtiden.....	4
Svanen och EU-Blomman – vårt nordiska och europeiska miljöarbete .....	6
Vårt nordiska arbete .....	6
Svanen och EU-Blomman – två ledande miljömärken.....	7
Miljömärkningens arbetssätt.....	7
Miljöplattformen .....	8
Produktutveckling.....	9
Nordiskt varumärkesarbete.....	10
Kriterieutveckling 2015 .....	11
Miljömärkning Sveriges erfarenhet leder till bättre EU-kriterier .....	12
Miljömärkning Sveriges verksamhet – mål, medarbetare, medvind .....	14
Affärsmål som håller .....	15
Växande intresse för miljömärkning .....	16
Medarbetare .....	17
Rädda världen lite grann varje dag .....	20
Omvärlden och intressenter .....	20
Kampanjen Rädda Världen lite grann varje dag.....	20
Succéhistorier – med Svanen och EU-Blomman .....	26
Kunden i fokus.....	26
För hållbara affärer – Svanens Inköpsnätverk.....	29
Intressentdialog .....	30
Hållbarhet – en strategisk fråga.....	32
Hållbarhetsredovisning enligt GRI.....	32
Väsentlighetsanalys .....	34
GRI-index.....	36
Revisors rapport.....	38
Förvaltningsberättelse.....	40
Resultat- och balansräkning .....	43
Noter .....	46
Revisionsberättelse .....	53
Bolagsstyrningsrapport .....	54
Revisors yttrande .....	62
Giltiga kriterier 2015 .....	63

# Strategi för framtiden

Jag tror att det nu är uppenbart för alla att något måste göras. Vi har en planet som inte mår bra, och människor som allvarligt påverkas av förändringarna på jorden.

Det är stora grepp och stora beslut som ska till för att stoppa en negativ utveckling. Men om små saker görs ofta och av många så sker också stora saker. Däri ligger vårt uppdrag: att hjälpa inköpare och konsumenter att välja rätt, att de dagligen ska kunna ta kloka beslut och välja miljömässigt bra varor och tjänster.

Under året som gick gjorde vi därför en stor satsning tillsammans med företag med miljömärkta produkter. Med parollen "Rädda världen lite grann varje dag" ville vi påminna alla om det viktiga att göra det man kan, och göra det varje dag. En stor annonskampanj genomfördes utomhus – på busstationer, i tunnelbanan och på tåg – där vi visade upp miljömärkta produkter och informerade om vårt redskap. Därefter tog våra licensinnehavare budskapet vidare och fortsatte kampanjen på sina produkter, i butiker och i sin reklam.

Vi fick ett härligt gensvar från såväl handeln som från konsumenterna. Vi har kunnat se ett ökat intresset för miljömärkningen, nöjdare licenstagare och framför allt en ökad omsättning av miljömärkta produkter som då också ökade intäkterna för oss att utveckla arbetet vidare med. 2015 blev med andra ord ett riktigt bra år. Nu blickar vi framåt, och vid slutet av året fastställde vi genom den nordiska miljömärkningsnämnden strategin för kommande femårsperiod.

Strategin handlar mycket om att förenkla och effektivisera för att kunna expandera och utveckla miljö-

märkningsverksamheten. Vi måste ta fram smartare miljökriterier som ger samma goda miljöeffekt men som är enklare att handlägga och administrera, för oss och för våra kunder. Vi ska mer kraftfullt vända oss till den offentliga sektorn, där upphandlare nu genom ny lag får enklare att använda miljömärkning som instrument. Och vi ska utveckla kriterier för nya produktgrupper så att fler får möjlighet att rädda världen lite grann varje dag.

Vår vision är att miljömärkningen ska ha varit ett viktigt bidrag till att produktion och konsumtion i Norden och EU har förändrats, så att vi tillsammans har skapat en hållbar livsstil. I det arbetet hjälper vi konsumenter att välja rätt, och vi ser till att göra det lönsamt för producenter att marknadsföra från miljösynpunkt bättre varor och tjänster.

Tack för ett framgångsrikt 2015, och tack alla som delar vår vision och hjälper oss på vägen: Vår miljömärkningsnämnd, alla remissinstanser, våra licensinnehavare, våra medlemmar i inköpsnätverket och alla kloka konsumenter. Och inte minst – vår hårt arbetande personal som gör detta möjligt.



Ragnar Unge,  
vd, Miljömärkning Sverige



*– Med Svanen och EU Blomman gör det enkelt att välja rätt  
säger Ragnar Unge, Vd på Miljömärkning Sverige AB.*



# Svanen och EU-Blomman – Vårt nordiska och europeiska miljöarbete

I dagens samhälle finns många miljöproblem och miljöhot: Växt-huseffekt, kemikalieförorening, avskogning, avfallsberg, resursbrist, mm. Miljöhoten kan i värsta fall på sikt leda till att de grundläggande principerna för livets existens på jordklotet äventyras. Lokala miljöhot kan försämra livskvaliteten för den enskilda individen eller äventyra en arts överlevnad.

Alla miljöhot kommer från produktion, produkter och konsumtion, i stort och smått. Därför är det viktigt att ändra produktion och konsumtion i en mer hållbar riktning. Miljömärkningens roll är att skilja ut de producerer som tar miljöansvar utöver myndighetskraven och som producerar och levererar varor och tjänster med lägre miljöbelastning än konkurrerande produkter på den nordiska och den europeiska marknaden. I vårt arbete tar vi utgångspunkt i de stora miljöhoten, och värderar hur Svanen och EU-Blomman kan bidra till att reducera miljöbelastningen från varor och tjänster, och därmed bidra till en mer hållbar konsumtion.

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

## Vårt nordiska arbete

Föreningen Nordisk Miljömärkning som organiserades under 2014 har under 2015 bildat en stabil plattform för nordisk samordning. Inom den nordiska miljömärkningen finns tre centrala processer: kriteriutveckling, 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. Därtill ett gemensamt IT-arbete för digitalt stöd till verksamheten och dess kunder. Syftet är att effektivisera och utveckla miljömärkningen. Föreningen överlämnade i slutet av året till den nordiska miljömärkningsnämnden ett förslag till nordisk strategi för de kommande fem



Styrelsen för Föreningen Nordisk Miljömärkning:  
Martin Fabiansen (Danmark), Anita Winsnes (Norge),  
Ragnar Unge (Sverige), Gun Nycander (Executive  
Officer) och Petri Väisänen (Finland).  
Saknas på bilden: Elva Raket Jonsdottir (Island).

åren, som antogs och nu styr arbetet 2016–2020. Föreningen samordnar också de olika nordiska miljömärkningsorganisationernas gemensamma arbete med EU's miljömärke.

## Svanen och EU-Blomman – två ledande miljömärken

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

### Svanen

Svanen är Nordens officiella miljömärke. Beslutet att införa Svanenmärkningen fattades av Nordiska Ministerrådet 1989. Syftet var att ge nordiska konsumenter ett bra verktyg för att kunna välja produkter som uppfyllde stränga miljökrav.

I varje nordiskt land finns 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 2015 fanns Svanen inom 58 produktområden. 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, MÅNGA kriterier, livscykelperspektiv samt kontroll av tredje part.

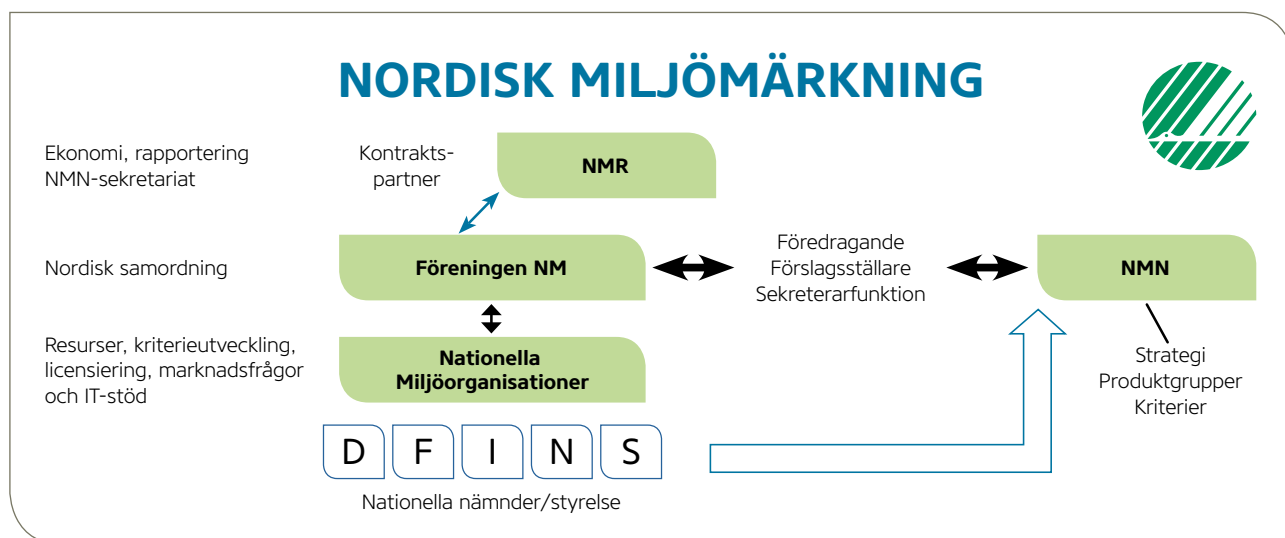
Kriterier tas fram i en europeisk process där samtliga 28 medlemsländer är inblandade. Miljömärkning Sverige finns representerat i flera olika expertgrupper. Den svenska miljömärkningsnämnden ger också inspel till EU-Blommans kriterier. Det är sedan Miljömärkning Sveriges representant, som efter en beredning i Regeringskansliet som leder fram till en röstinstruktion, 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 36 produktgrupper som kan märkas med EU-Blomman.

## 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. Miljömärkningen tillämpar en bedömningsmodell som vi betecknar RPS-modellen (relevans, potential, styrbarhet) samt livscykel- och helhetsperspektivet.

### Livscykelperspektiv

Våra kriterier ska utgå från ett livscykelperspektiv, det vill säga hela kedjan från råvaruutvinning, produktion, 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,



Den nordiska miljömärkningsorganisationen ansvarar för Svanen i de nordiska länderna med Föreningen Nordisk Miljömärkning som juridisk ansvarig.

Energi, Kemikalier, Annat) är ett analysverktyg i denna process. För att få en överblick över vilka delar i varans eller tjänstens livscykel som 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

Samtliga av Svanens och EU-Blommans kriterier följer svensk lagstiftning vad gäller arbetsrätt, icke diskriminering, rätt till föreningsfrihet och rätt till kollektivavtal. Utöver den svenska lagstiftningen kan vissa kriteriedokument, där det anses relevant, även ta upp FNs Code of Conduct för mänskliga rättigheter. I till exempel kriterierna för Svanenmärkta leksaker finns även 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 ICTI.

### 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 produkten är giltiga. Omprövning av licenser sker kontinuerligt när reviderade kriterier införs. De som har Svanen- och/eller EU-Blommanlicenser måste då ansöka på nytt. Detta förfarande påverkar bolagets hållbarhetsmål gällande antalet licenser. Under 2015 reviderades inom Svanen kriterierna för 5 produktgrupper samt de generella skogskraven med bäring på 18 produktgrupper med krav på fiber eller träåvror. Inom EU-Blomman reviderades två produktgrupper.

## Miljöplattformen

Miljömärkningens miljöplattform gäller i alla nordiska länder och är grunden till hur Miljömärkning bedömer varors och tjänsters miljöpåverkan.

### 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. Det 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

### Miljökvalitetsmål och EU:s miljömålsanalys

Vad vi önskar att åstadkomma med 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 på dessa områden.

### 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 conse-



*Kavat skon är en populär EU Blomman-märkt sko.*



kvenser. Miljömärkningen ser allvarligt på dessa utsläpp; energieffektivisering och energianvändning hör därför till de mest prioriterade områdena i våra kriterier.

### **Kemikalieanvändning**

Nya hälso- och miljöfarliga kemikalier upptäcks kontinuerligt i samhället. Samtidigt saknas fortfarande mycket kunskap om vad det är för egenskaper hos kemikalier och föroreningar 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 under produktion 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 avgas, 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 försämras naturens möjlighet att svara mot de förändringar i livsmiljöer som sker över tid. Även utsläpp till luft och vatten kan få 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.

EU-Blommans utvecklingsprogram styrs av Kommissionen, som efter samråd med den europeiska miljömärkningsnämnden (EUEB) ger uppdrag åt kommissionens Joint Research Center (JRC) att utveckla ett kriterieförslag. Miljömärkning Sverige AB (MISAB) deltar med expertis, och vår kriteriechef behandlar förslaget innan det går till den svenska miljömärkningsnämnden och departementet för ett svenskt ställningstagande.

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

- Förstudie och kriterieförslag utarbetas av en nordisk respektive europeisk projektgrupp.
- Förslaget skickas ut på remiss och omarbetas utifrån inkomna synpunkter.
- Nationell nämnd tar ställning. Nämnden består av representanter från näringsliv, konsumentorganisationer, myndigheter och miljöorganisationer.



*Representanter från den nordiska miljömärkningsnämnden.*

- Slutligt beslut i den nordiska miljömärkningsnämnden. Nämnden består av ordförandena från varje nationell nämnd.
- 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.
- Kraven höjs kontinuerligt. När de funnits några år blir de utvärderade och reviderade

### **Svanenkriterier för kaffetjänster lanserade**

I november lanserade Svanen en ny produktgrupp. Den handlar om märkning av kaffetjänster och kraven omfattar leveransen och installationen av en kaffemaskin, service och underhåll av maskinen samt förbrukningsvaror till kaffemaskinen. Svanen ställer bland annat krav på energieffektivitet, hög andel ekologiskt certifierat kaffe, hälsokrav på maskinens materialkomponenter och effektiva transporter.

Det är redan en del företag som har visat intresse för en Svanenmärkning och vi räknar med att presentera den första Svanenmärkta kaffetjänsten under första halvåret 2016.

## **Nordiskt varumärkesarbete**

### **Grundläggande värderingar**

De värdeord som tillämpas inom bolaget avspeglar både vårt arbetssätt och grundläggande värderingar inom bolaget. De utarbetades under 2014 och implementerades nordiskt under 2015. En brandbok blev klar under året som inkluderade vår nordiska grafiska profil och

bildstrategi. "Vi gör det enkelt att välja rätt" är hur vi uttrycker vår mission.

### **Våra värdeord**

**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.

**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.



*Miljömärkning Sverige ordnade flera populära seminarier i Almedalen i juli.*






## Kriterieutveckling 2015



### Märke Utveckling nya kriterier

-  Aktiefonder
-  Kaffetjänster
-  Renovering av fastigheter

-  Städtjänster

### Märke Reviderade kriterier







-  Inomhusfärg
-  Hållbart beständigt trä
-  Byggskivor
-  Industriella rengöringsmedel
-  Levande ljus







-  Jordförbättringsmedel
-  Växtförbättringsmedel



### Märke Nya beslutade kriterier




-  Kaffetjänster

### Märke Pågående revideringar

-  Hus
-  Dagligvaruhandeln
-  Rengöringsmedel för livsmedelsindustrin
-  Kosmetika
-  Städtjänster
-  Hygienprodukter

-  Hotell
-  Campingplatser
-  TV
-  Golvbeläggningar av trä
-  Tvättmedel
-  Tvättmedel för industriellt och institutionellt bruk

-  Maskindiskmedel
-  Maskindiskmedel för industriellt och institutionellt bruk

-  Handdiskmedel
-  Allrengöringsmedel och sanitetsrengöringsmedel
-  Persondatorer

# 96

### 96% känner igen Svanen

Vartannat år genomförs en undersökning för att kartlägga kännedom, förtroende, preferenser och kunskap om Svanen, EU-Blomman och andra miljömärkningar bland konsumenterna i Norden.

Undersökningen genomfördes av Yougov Norway i februari 2015, med ett representativt urval av människor i åldrarna 15–74 år från samtliga nordiska länder. Kännedomssiffrorna för Svanen är fortfarande på en mycket hög nivå samtidigt som siffrorna för EU-Blomman ökat de senaste åren.

### Nordiska konsumenter

- 91 procent av de nordiska konsumenterna känner igen Svanen
- 29 procent av de nordiska konsumenterna känner igen EU-Blomman
- 75 procent av de nordiska konsumenterna förknippar Svanen med ett bra val för miljön

### Svenska konsumenter

- 96 procent av de svenska konsumenterna känner igen Svanen
- 27 procent av de svenska konsumenterna känner igen EU-Blomman
- 76 procent av de svenska konsumenterna har förtroende för att en vara som är märkt med Svanen är ett bra val för miljön.

# Miljömärkning Sveriges erfarenhet leder till bättre EU-kriterier

Miljömärkning Sverige AB ansvarar inte bara för Svanen utan också för EU:s officiella miljömärke EU-Blomman i Sverige. Det innebär handläggning av licenser och marknadsföring av märket, men också deltagande i det gemensamma kriteriearbetet. Under året tog Miljömärkning Sverige ett större ansvar för kriterieutvecklingen än någonsin tidigare.

När Miljömärkning Sveriges vice vd, Cecilia Ehrenborg Williams, vid tre tillfällen per år, åker till Bryssel för att avlägga Sveriges röster på nya kriterier för EU-Blomman, innebär det sista steget i en lång process. EU-kommissionens forskningscenter i Sevilla, har långt dessförinnan fått i uppdrag att ta fram ett förslag till nya kriterier. Men för att kraven ska bli så framgångsrika och välfungerande som möjligt behöver forskarna hjälp.

- Kriterierna tas fram med stöd i vetenskap och forskning, men ofta med begränsad kunskap om licensiering och om hur de olika medlemsländernas marknader fungerar. Därför finns det en risk att de också blir väldigt teoretiska, säger Ulla Sahlberg, kriteriekoordinator för EU-Blomman vid Miljömärkning Sverige.

Under processens gång anordnas därför flera möten dit Miljömärkning Sverige och andra kompetent bodies bjuds in tillsammans med licensinnehavare och branschorganisationer för att diskutera kraven i detalj, men ur andra perspektiv än de strikt vetenskapliga.

För en utomstående kan det upplevas som tveksamt att de företag vars produkter i slutändan ska uppfylla kraven också är med och påverkar hur samma krav ska utformas. Men här får branschen ändå en möjlighet att redogöra för hur vissa krav, av olika anledningar, kan vara felaktigt formulerade eller direkt omöjliga att uppfylla. Skulle kriterierna skrivas helt utan hänsyn till licensinnehavarnas verklighet finns det en överhängande risk att ansökningarna om EU-Blomman skulle lysa med sin frånvaro och miljönyttan skulle gå förlorad. Kombinationen mellan vetenskap, branschkännedom och licensieringserfarenhet anses nödvändig.

Under 2015 påbörjades kriterieutveckling för den helt nya produktgruppen städtjänster. Samtidigt inleddes revideringar för hotell och campingplatser, trægolv samt EU-Blommans kemtekniska produktgrupper. Trots att flera möten därmed har kretsat kring produktgrupper där det ännu inte finns någon svensk licensinnehavare har Ulla Sahlberg närvarat vid samtliga sex mötestillfällen för att bidra med nödvändig licensieringserfarenhet – att identifiera krav som kan vara svårtolkade och säkerställa att kriterierna blir så begripliga som möjligt.

En annan anledning till att Sverige deltagit flitigt under året är för att under kriterieutvecklingen bättre förklara den svenska marknaden, för att på så sätt, i kriterierna skapa så bra förutsättningar som möjligt för ansökningar från svenska företag.

- I de sociala kraven för städtjänster fick vi gehör för krav på kollektivavtal för att de bättre skulle fungera i Sverige där vi inte har regler om minimilön. Och tack vare oss premieras nu användning av produkter med mikrofiber och miljömärkt mjukpapper i de nya kraven, säger Ulla Sahlberg.

Genom lång erfarenhet av licensiering och av att ta fram krav som både ställer skarpa miljökrav och som accepteras av branschen har Miljömärkning Sverige en stark ställning inom EU.

- Man märker att de lyssnar på oss, säger Ulla Sahlberg och fortsätter:
- Framför allt när det handlar om krav där papper och skogsbruk ingår, där anses vi vara experter.

[www.ecolabel.eu](http://www.ecolabel.eu)



*Vice vd/Kriteriechef Cecilia Ehrenborg Williams och kriteriekoordinator för EU-Blomman Ulla Sahlberg konfererar innan ett möte i Bryssel.*

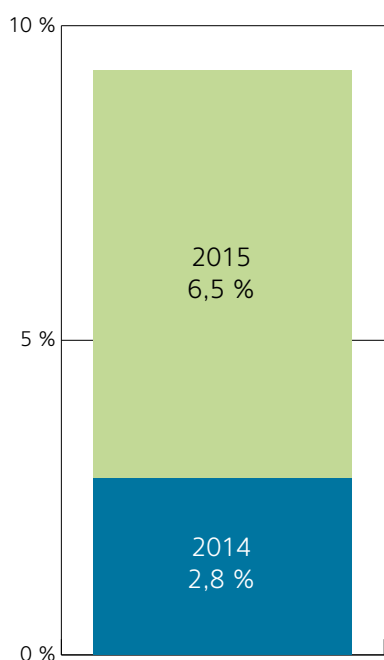
# Miljömärkning Sveriges verksamhet – mål, medarbetare, medvind

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

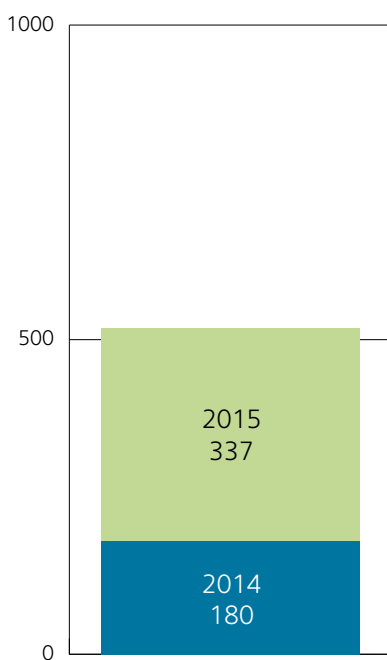
Miljömärkning Sverige arbetar med kriterieutveckling, licensiering och marknadsföring av både Svanen och EU-Blomman. Syftet med miljömärkningarna är att hjälpa människor att välja rätt produkter från miljösynpunkt. Miljömärkningarna ska reducera miljöbelastningen från varor och tjänster och bidra till 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".

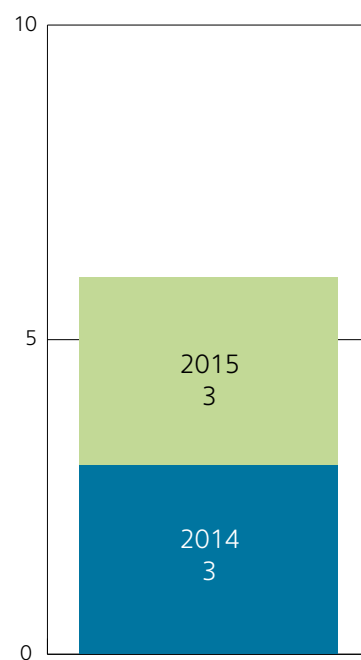
Bolagets verksamhet ska genomsyras av transparens och ett öppet arbetssätt. Detta uppnås bland annat genom att ha en svensk, en nordisk och en europeisk



**AFFÄREN**  
10 % ökning av  
licensintäkter till 2016.



**PLANETEN**  
1000 licenser till 2016.



**MÄNNISKAN**  
10 nya produktgrupper  
med sociala krav till 2016.

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 ett miljöperspektiv, viktiga områden där produkter miljömärks 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 därmed påverka utvecklingen.

## 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, Planeten och Människan.

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

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

### 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 oberoende. Under tre år ska Miljömärknings licensintäkter alltså öka med 10 procentprocent, och det totala resultatet för 2014 och 2015 blev 9 procent.

### Planeten

1000 licenser (företag) uppfyller och är kontrollerade gentemot Svanens eller EU-Blommans reviderade och skärpta krav. Detta licensmål visar på miljömärkningens förmåga och resultat, och har bäring på följande processer:



Företaget Reluminus lanserade världens första Svanenmärkt värmeljus.



New Wave Group tog fram en Svanenmärkt kollektion av profilkläder 2015.

- 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, och miljömärkning som instrument. 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 2015 blev utfallet 337. Året innan, 2014, var det 180.

### Människan

Sociala krav (utöver lagstiftning) införs eller skärps i våra miljömärkningskriterier för minst 10 produktgrupper (branscher). Det sociala målet har valts med förhoppningen om att miljömärkningen 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 tre produktgrupper där vi har skärpt de sociala kraven. Under 2015 beslutades om en ny produktgrupp (Kaffeservice) där ett av Svanens krav är att 30 % av inköpt kaffe på årsbasis ska vara certifierat med en social hållbarhetsmärkning, såsom Fair Trade. En höjning av certifieringsandelen i virkes-

relaterade produktgrupper beslutades också. I revideringen av produktgruppen Levande Ljus 2.0 beslutades att helt förbjuda palmolja i Svanenmärkta Ljus.

## Växande intresse för miljömärkning

### Stort fokus på giftfri förskola

Det har varit ett stort fokus på ämnen som skadar barns hälsa de senaste åren. Miljömärkning Sverige har varit delaktig i både Naturskyddsföreningens Operation giftfri förskola och Konkurrensverket nya kriterier för en giftfri förskola. Svanen har även arrangerat egna seminarier och aktiviteter med temat giftfri barndom. I och med dessa projekt har intresset för att rensa ut gamla plastleksaker och andra hälsoskadliga produkter från hem och förskola i hela landet vuxit stort.

Samtidigt har vi märkt ett växande intresse för Svanenmärkning från företag med produkter som riktar sig till barn. Under året har vi fått flera nya licensinnehavare, bland annat produktserier med hud- och hårvård för barn, skolmöbler, barnsängar och hobbyfärger. Extra glädjande var att vi i början av sommaren kunde lansera världens första Svanenmärkta klätterställning från företaget Nordic Parks.

### Första Svanenmärkta värmeljusen en succé

På hösten 2014 lanserades de första Svanenmärkta värmeljusen av företaget Refillsystem. Värmeljusen är gjorda av stearin som inte bidrar till växthuseffekten, de är återanvändningsbara och ljuspuckar finns att köpa som refill. Enligt Refillsystems har deras värmeljus varit en stor framgång. Under 2015 har ljusen fått mycket



Miljömärkning Sverige ordnade under 2015 kursen "Diplomerad Samordnare" i Byggprojekt.

## Exempel på sociala krav

- Palmoljaförbud i Ljus
- Höjning av certifieringsandelen i virkesrelaterade produktgrupper
- För Kaffeservice ska 30 % av inköpt kaffe på årsbasis vara certifierat med en social hållbarhetsmärkning såsom Fair Trade.



uppmärksamhet och finns nu att köpa hos många olika återförsäljare (bland annat Clas Ohlson, Åhléns, Blomsterlandet, DUNI, Lagerhaus, Hemtex och Indiska).

### Ökat utbud på miljömärkt kosmetika

I Danmark har man i flera år haft ett stort utbud av hud- och hårvårdsprodukter märkta med Svanen och EU-Blomman. Under 2015 har intresset för miljömärkning på kosmetiska produkter också vuxit på den svenska marknaden. Många företag har valt att lansera Svanenmärkta produktserier, bland andra Lindex, Lidl, Yasuragi och Apoteksgruppen. Även Coop, som sedan länge jobbat med Svanen på sin hud- och hårvård, har under året lanserat nya barnprodukter märkta med Svanen och EU-Blomman. Yves Rochers schampo Radiance som är märkt med både Svanen och EU-Blomman är enligt Yves Rocher deras näst mest säljande produkt och har sedan 2009 sålt i drygt 800 000 exemplar i Norden.

### Stor satsning på Svanenmärkta profilkläder

Under året lanserade New Wave Group en Svanenmärkt kollektion profilkläder i ekologisk- och fairtrade-certifierad bomull. Med kollektionen hoppas New Wave Group påverka hela textilbranschen i en mer hållbar riktning. Svanen har gjort flera samarbetsprojekt med Cottover under året med målet att få fler företag att efterfråga miljömärkta profilkläder, både inom privat och offentlig sektor.

### Världens första återvunna engångsbatteri

Under året lanserade Energizer det Svanenmärkta engångsbatteriet EcoAdvanced™, världens första batteri som är tillverkat av delvis återvunnet material. Fyra procent av batteriet består av återvunnet och förädlad

batterimaterial. Och detta är bara början; målet för tillverkaren Energizer är 40 procent till 2025. En ökad andel återvunnet material kräver mindre gruvdrift för att ta fram råmaterial och ger en minskad mängd avfall.

### Diplomerade Svanensamordnare i byggprojekt under 2015

Under 2015 började Miljömärkningen erbjuda kursen "Diplomerad Svanensamordnare" i byggprojekt. Syftet var att erbjuda en kurs som gav en överblick av och djupare kunskap i vad det innebär att miljömärka byggnader (småhus, flerbostadshus och förskolebyggnader) med Svanen. Kursen riktar sig till byggentreprenörer, fastighetsägare, konsulter, arkitekter och andra som arbetar med Svanenbyggprojekt eller vill göra det i framtiden, både företag som redan är licensinnehavare och andra intressenter. Planen var att endast hålla enstaka kurser under 2015, men då efterfrågan blev mycket större än förväntat utökades antalet kurser väsentligt – och fler kurser är planerade under 2016.

## Medarbetare

En framgångsfaktor för Miljömärkning Sverige är att ha kunnig och engagerad personal med en trygg och stimulerande arbetsmiljö. Arbetet med att implementera de nordiska värderingarna, kompetensutveckling, trivsel och ha tydliga riktlinjer sker kontinuerligt. Samtliga anställda omfattas av kollektivavtal.

### Kunskap och engagemang

Miljömärkning Sveriges framgång är beroende av medarbetare med ett stort miljöengagemang och gedigna miljökunskaper. De flesta av bolagets medarbetare har



Nordic Park fick Svanens första licens för utomhuslekredskap för klätterställningar.

kompetens inom naturvetenskap och miljökommunikation. En ny kompetensutvecklingspolicy implementerades under 2015, som beskriver vikten av ständigt lärande. Medarbetarna uppmuntras till utveckling genom externa och interna utbildningar, workshops, seminarium, fadderskap, mentorskap, internt projektledarskap, intern introduktion och praktik, större ansvar för kunder, personal, projekt etc. Den personliga utvecklingen följs upp vid årliga medarbetarsamtal med närmaste chef. Personalen uppmuntras även till regelbunden omvärldsbevakning i syfte att vara en initierad samtalspartner med våra kunder.

Flera i personalen deltar också aktivt i olika föreningar och sammanslutningar som främjar diskussioner och förståelse av våra miljömärken. Under 2015 var Miljömärkning Sverige AB medlem i Marknadsföreningen i Stockholm, Swedish Green Building Council, Näringslivets Miljöchefer (NMC), Social Venture Network (SVN), Hållbart Företagande – nätverket för statliga bolag, SCANCOS (the Scandinavian Society of Cosmetic Chemists), SaMMA (Samverkansgruppen för minskat matavfall) samt Nätverk för kvinnor inom drivmedels- och fordonsbranschen NKDF.

#### **Policier och riktlinjer – Miljömärkning Sverige AB**

Arbetsmiljö – Generell  
Arbetsmiljö – Alkohol och droger  
Arbetsmiljö – Allergier  
Arbetsmiljö – Mångfald  
Arbetsmiljö – Trakasserier  
CRM  
Inköp  
IT och kommunikation – Epost  
IT och kommunikation – Mobiltelefoni  
IT och kommunikation – Sociala medier  
Kvalitet och miljö  
Personal – Kompetensutveckling  
Personal – Löner  
Personal – Närvaro  
Personal – Timanställda ungdomar  
Personal – Semester  
Resor – Tjänsteresa  
Sekretess  
Uppförande – Antikorruption (Mutor och jäv)  
Uppförande – Klädpolicy  
Uppförande – Representation

#### **Policier**

Miljömärkning Sveriges policier styr vårt personalarbete. Det är viktigt att skapa en trygg och stimulerande arbetsmiljö och förebygga ohälsa. Policier för mång-

fald/jämställdhet och strävan efter en personalstyrka med olika bakgrund, kön och utbildning är en viktig förutsättning för att bredda företagets möjligheter. Det finns för bolaget separata policyer som rör personalens etik och arbetsförhållanden. Miljömärkning Sverige AB ingår som en del i Föreningen Nordisk Miljömärkning. Den nordiska föreningen har under 2015 fattat beslut om att ta fram en nordiskt gemensam samlad Code of Conduct, som kommer att beslutas under 2016.

#### **Medarbetarundersökning**

Miljömärkning Sverige genomför regelbundet en nordisk medarbetarundersökning för att bland annat mäta medarbetarnas trivsel. Den senaste medarbetarundersökningen genomfördes i december 2015 och resultatet kommer att bearbetas under våren 2016 genom workshops i företagets olika enheter.

Vid undersökningen som gjordes i december 2015 framkom att arbetsklimatet generellt sett är bra, cheferna anses som föredömen och medarbetarna känner sig respekterade av sin närmaste chef. Bland förbättringsområden kan nämnas medarbetarnas möjligheter att få tid över för omvärldsbevakning och personlig utveckling. Samt möjligheter att påverka arbetsplatsen, framför allt inom licensieringsenheterna.

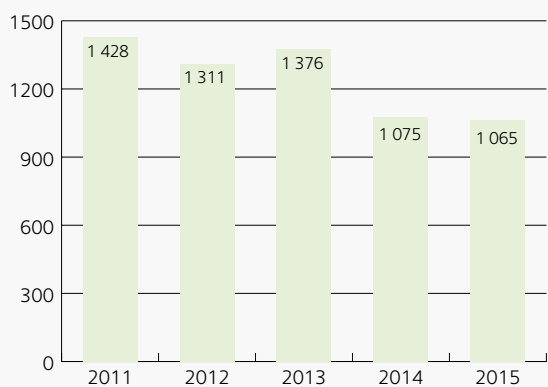
Resultatet av undersökningen har lett till en rad åtgärder. Bland annat har en ny kompetensutvecklingspolicy och rutin för omvärldsbevakning tagits fram, ett nytt teamorienterat arbetssätt har införts på de enheter som arbetar med licensansökningar och en rad förbättringsförslag angående nordiskt samarbete har slussats vidare till berörda nordiskt ansvariga med målet att förbättra de nordiskt gemensamma rutiner som påverkar arbetssituationen på Miljömärkning Sverige.

Medarbetarundersökningen har kompletterats med en intern uppföljning i syfte att framför allt få fram synpunkter på den fysiska arbetsmiljön på vårt aktivitetsbaserade kontor. Det framkom bland annat att en del av personalen har stort behov av en helt tyst koncentrationsyta som idag delvis saknas, att det är brist på rum för enskilda telefonsamtal samt att de som tränar till och från arbetet eller på lunchen inte har någonstans att göra av sina fuktiga kläder. Ledningsgruppen har därför beslutat om en mindre ombyggnad för att skapa en helt tyst koncentrationsyta samt tre nya "telefonkiosker". Ett torkskåp har installerats på en av toaletterna för att underlätta för de som vill träna i anslutning till arbetsdagen.

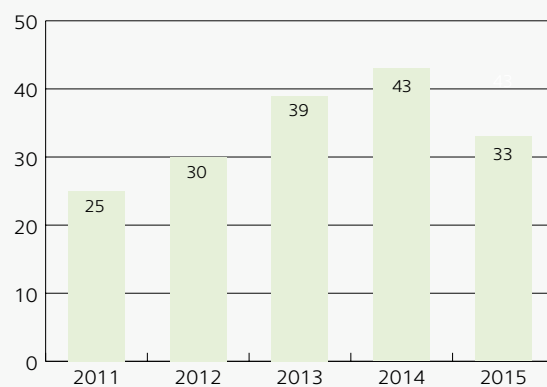


*Miljömärkning Sveriges kontor uppmuntrar till möjligheter för att träffa arbetskamrater över en kopp kaffe.*

**Antal Svanenlicenser**



**Antal EU-Blommanlicenser**



# Rädda världen lite grann varje dag

Att föra en kontinuerlig dialog med intressenterna och ha en stark omvärldsbevakning är väsentliga delar i Miljömärkning Sverige AB:s verksamhet. Miljömärkning Sverige har inte bara följt de offentliga diskussionerna utan även tagit en ledande roll i att skapa debatt kring hållbarhetsfrågor.

Med utgångspunkt från vårt övergripande tema: "Rädda världen lite grann varje dag" har marknadsaktiviteter ordnats under hela året. Utomhusreklam, seminarier, webinarier, poddradio och en ökad synlighet i sociala medier var vårt sätt att nå ut till både konsumenter och företag.

Med starka miljömärken som berör många människor, företag och organisationer är kommunikation och dialog viktiga för vår möjlighet att bidra till en mer hållbar konsumtion och produktion.

## 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 intressentgrupperna för Miljömärkning Sverige är ägare, styrelse och nämnd, medarbetare, kunder (licensinnehavare), verk och myndigheter, leverantörer, samt ett antal miljö- och ideella organisationer.

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 samt bakgrund/motivering till kraven ut till berörda intressenter. Både remisserna och en remissammanställning med svar och kommentarer till de olika remissinstanserna från Nordisk Miljömärkning publiceras även på [www.svanen.se](http://www.svanen.se). Ett annat viktigt forum är de referensmöten som miljömärkningen organiserar tillsammans med berörda branscher för att diskutera licensierings- och marknadsfrågor.

## Kampanjen Rädda Världen lite grann varje dag

Svanens utgångspunkt för kampanjen "Rädda världen lite grann varje dag" var att kommunicera att vi vill hjälpa människor att välja bra produkter för miljön. Vi vill minska effekten av konsumtion, ge ett positivt budskap att var och en kan göra sin del för att bidra till en bättre värld, samt att vi på Svanen också vill göra vår del för att åstadkomma förändring.

Vi har inte hela lösningen, men vi är en del av den. Vi är många som jobbar för detta: du som är konsument, du som Svanenmärker dina varor och tjänster, samt du som

är med i vårt nätverk och köper in miljömärkta varor och tjänster till ditt företag.

Med kampanjen vill vi åstadkomma beteendeförändringar. Vår slogan "Rädda världen lite grann varje dag" anspelar på denna utmaning: att var och en kan göra en insats, oavsett hur stor eller liten den må vara. Kampanjen var uppdelad i två delar: en kraftig start med utomhusreklamkampanj under vecka 2 och 3 i januari, 2015 och en "lavin", en stor och bred fortsättning under resterande delen av året. I lavinen var det många av våra kunder (d v s de som har en Svanen- eller EU-Blommanlicens) som valde att använda loggon Rädda världen lite grann varje dag i sina egna marknadsföringskanaler; i butiker, i reklaminsatser, på interna företagsmöten, i sociala medier. Vi är väldigt glada över den respons vi har fått för kampanjen, både från allmänheten och våra kunder, och fortsätter kampanjen under 2016.

### Kommunikation och aktiviteter

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.

Nyheter skickas löpande till utvalda medier (t ex dags/nyhets- och fackmedia) 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. En central roll i Svanens kommunikationsarbete är sociala medier. Svanen twitt-

rar och har lyckats placera sig på plats 21 av 100 på Miljöaktuells lista över de mest inflytelserika på Twitter. Svanen har egna sidor på Facebook, Instagram, LinkedIn samt en nystartad podd. Via dessa kanaler finns möjligheter att föra en dialog med tusentals följare.

Under januari månad, när Räddavärlden-kampanjen var som mest intensiv, nåddes 187 000 människor av våra Facebook-inlägg (unika användare). Så här såg det ut när vi presenterade kampanjen.

I maj hade vi vår första aktivitet på Instagram – en tävling om den bästa miljöbilden. I samarbete med Familjeliv och med hjälp av partners i Räddavärlden-kampanjen strömmade bidragen in. Uppgiften var att posta en bild på en miljö som är värd att bevaras för framtiden och tagga bilden med #räddavärlden. Vi fick in över 600 bidrag och juryn hade ett svårt arbete att utse 10 stycken vinnare. Första priset gick till Anders Bjurhammer

Seminarier med syftet att sprida kunskap om aktuella ämnen kopplat till miljömärkta varor och tjänster arrangeras. Till dessa dynamiska mötesplatser är licensinnehavare, nätverksmedlemmar och andra berörda som visat intresse för miljömärkningsfrågor välkomna. Under 2015 producerades även följande webinarer:

- "Trender och tips för hållbara inköp" med ISS och Silf
- "Är er årsredovisning Svanenmärkt?" med Grafiska företagen, Trossa och Billes
- "Success stories – Nordic network for purchasers" med de nordiska inköpsnätverken





Kampanjen "Rädda världen lite grann varje dag" syntes över hela landet, här i Stockholms tunnelbana.



HÖTO



Finansminister Per Bolund har höga förväntningar på att Svanenmärkning av fonder inte bara skulle hjälpa privatpersoner som vill fonsdspara: – Spararna vill att deras pengar ska bidra till en bättre värld, men de behöver bättre information. Svanen har lyckats på många andra marknader och skulle även göra det mycket enklare för investerare att välja rätt.

### Ministertätt i Almedalen

2015 anordnades fyra egna seminarier under den så kallade Almedalsveckan på Gotland. Tre ministrar medverkade samt kommunpolitiker, forskare, företagare och tjänstemän i offentlig sektor.

- Världens chans att rädda världen med #ModUpp2020. Om upphandling. Med Ardalan Shekarabi, civil- och upphandlingsminister.
- Rädda världen med Svanenmärkta fonder. Nya kriterier ska tas fram för aktiefonder och förvaltning. Med Per Bolund, finansmarknadsminister.
- Hur kan vi bygga utan att våra barn blir sjuka? Om giftfri miljö och byggande. Med Åsa Romson, miljöminister.
- Rädda världen lite grann varje dag. Om konsumentattityder kopplat till kampanjen.

Dessutom samproducerade och medverkade Svanen i seminarierna:

- Framtiden förskola – med Yennenga Progress, nätverksmedlem.
- Hållbar elektronikåtervinning – med Elektronikåtervinningen.
- "Från retorik till praktik" – ny rapport om hållbar upphandling hade tagits fram inför Almedalen med New Wave Group och 2050 samt #ModUpp2020.
- "Hur miljövänlig och återvinningsbar är en mobiltelefon" med Samsung Electronics.



Ardalan Shekarabi (S), upphandlingsminister, inledde seminariet med att betona alla nya möjligheter som dukas upp på upphandlingsbordet i Sverige idag; ny lag och ny myndighet.

– För att få ett hållbart samhälle måste vi ställa om till en hållbar upphandling. Upphandlingen måste användas som ett strategiskt verktyg och kopplas till samhällspolitiska mål, sa Ardalan Shekarabi.

### ModUpp2020 driver på hållbar upphandling

Upphandling är ett hett ämne och Miljömärkning Sverige har försökt påverka kommande lagstiftning genom debattartiklar, remissvar och möten. Hösten 2015 arrangerades två välbesökta seminarier om upphandling i Malmö och i Stockholm, med Ardalan Shekarabi, upphandlingsminister som huvudtalare. Seminarierna var ett samarbete med New Wave Group, 2050 och ModUpp2020.

ModUpp2020 är ett samarbete med andra tredjepartscertifieringar: KRAV, Bra Miljöval, MSC, TCO Development och Fairtrade. Syftet är att uppmana offentlig sektor att använda upphandling för att nå miljömål och globala utvecklingsmål. Målet är att 50 procent av alla inköp ska utgöras av miljömärkta och socialt hållbarhetsmärkta produkter till år 2020. Sex kommuner och en organisation har hittills antagit utmaningen.

### Framtidens besöksnäring

Fokus på nordisk besöksnäring blev det på Nobelmuseet med talare som Maja Fjaestad, statssekreterare på departementet för strategi- och framtidsfrågor samt nordiskt samarbete. Seminariet producerades i samarbete med Samsung Electronics.

### Giftfritt för barnen

I Rosendals trädgårdar bjöds det in till seminariet Giftfri förskola med den nya Svanenmärkta klätterställningen OrganoPlay, tillverkare Nordic Parks, på plats. Fokus var på hur barns vardag kan bli så giftfri som möjligt.





– Inom byggande ser jag stor möjlighet för Sverige att gå före och visa vägen för EU.  
 Åsa Romson, miljöminister (MP) på Svanens seminarium: "Hur kan vi bygga utan att våra barn blir sjuka".



Ett fullsatt seminarium vid Rosendals trädgård i Stockholm visade upp nya Svanenmärkta utomhuslekredskap.

### Svanenpodden

Nyheter och reportage från olika spännande verksamheter har fyllt den nystartade Svanenpodden. Återkommande inslag är Pär Holmgren, klimatdebattör/meteorolog som hissar och dissar nya händelser. Svanenpodden har synts i reklam på SJ:s tåg och på så vis lockat nya följare. Både i podden och på webben, [www.svanen.se](http://www.svanen.se) har olika kända profiler som Henrik Schyffert intervjuats om deras syn på hur de kan rädda världen lite grann varje dag.

### Rädda världen när du har mens

Svanenmärkta hygienprodukter – bindor, tamponger, trosskydd – lyftes under en välbesök Menskväll som lockade en ung engagerad publik. Bland talarna fanns

även forskare, regissörer och skådespelare. Kvällen arrangerades i samarbete med Yennenga Progress som arbetar med kvinnohälsa i Burkina Faso.

### VM-rekord i Svanenmärkt biltvätt

Närmare 4 500 bilar tvättades i Svanenmärkt biltvätt under Stora Biltvättarhelgen den 25-26 april. Svanen ville sätta världsrekord i antal tvättar för att påverka fler att göra ett bra val för miljö och hälsa. Bäst i Sverige var Stockholm med omnejd som stod för 1 964 stycken tvättar.

### Hållbara livsstilar

Miljömärkning Sverige var med och arrangerade en Nationell Verkstad i november om hållbar konsumtion och produktion med fokus på hållbara livsstilar. Det är



Meteorologen Pär Holmberg och producenten Estrid Bengtsdotter tar en paus vid en poddsändning.



Debatter vid Svanens seminarier i Almedalen drog många kunniga paneldeltagare att diskutera hållbarhetsfrågor.



Många företag med Svanenmärkta produkter deltog i kampanjen "Rädda världen lite grann varje dag".



Våren 2015 utlystes en tävling om hur många som tvättade sina bilar i Svanenmärkta biltvättar.

en del av FN:s tioåriga ramverk 10YFP och ett extra aktuellt ämne i och med FN:s nya globala utvecklingsmål. 10YFP fokuserar på det 12:e hållbarhetsmålet om just hållbar konsumtion och produktion. Inför konferensen träffade Svanen ett antal personer som arbetar med miljö och frågade dem vad de lägger in i begreppet "hållbarhet" och vad vi kan göra. Resultatet blev en kort film som presenterades på konferensen och som sedan publicerades på Youtube.

## Succéhistorier – med Svanen och EU-Blomman

Miljömärkning hjälper företag att driva utvecklingen framåt – här är några av årets succéhistorier:

### Butiker har jagat energibovar

För att en butik ska kunna kalla sig Svanenmärkt krävs inte bara ett stort ekologiskt och miljömärkt sortiment. Butikspersonalen måste också jaga energibovar och använda energin mer effektivt. Nu har Svanens tuffa energikrav gett resultat. På tre år har Svanenmärkta butiker minskat sin totala energiförbrukning med motsvarande vad fler än 1 000 svenska villor förbrukar under ett år.

### Städtjänster sparade in på resurser

Städtjänstleverantören ISS har minskat förbrukningen av plastpåsar med ca 7,1 ton under 2014 jämfört med 2013, vilket motsvarar en minskning med 12 %. De nya arbetsätt och rutiner som Svanenmärkningen innebär har bidragit stort till ISS totala minskning av förbrukning av plastpåsar.

Servicecompagniet – Sesab Service har minskat på städkemikalierna med 25 %.

### Fler kosmetiska produkter med Svanen och EU-Blomman

Under 2015 har intresset för miljömärkning på kosmetiska produkter också vuxit på den svenska marknaden. Yves Rochers schampo Radiance som är märkt med både Svanen och EU-Blomman är enligt Yves Rocher deras näst mest säljande produkt och har sedan 2009 sålt i drygt 800 000 exemplar i Norden. Även Coop, som sedan länge jobbat med Svanen på sin hud- och hårvård, har under året lanserat nya barnprodukter märkta med Svanen och EU-Blomman.

### Svanen bygger många bon – i hela landet

Idag byggs det Svanenmärkta småhus, flerbostadshus och förskolor från Malmö till Luleå, se [www.svanen.se/huskarta](http://www.svanen.se/huskarta). Totalt har det hittills byggts 1 140 st bostadsenheter och 1 700 st bostadsenheter är under uppförande (oktober 2015). En bostadsenhet = en lägenhet, en villa eller en förskola.

### Fler svenskar känner igen EU-Blomman

EU-Blomman dyker upp på allt fler produkter på den svenska marknaden och allt fler konsumenter uppmärksammar märket. I årets kännedomsundersökning\* uppger 27 procent av svenskarna att de känner igen EU-Blomman. Det är en rejäl ökning från 2013 då endast 17 procent kände igen märket. (\*Yougov)

## Kunden i fokus

Nöjda kunder är en förutsättning för framgång. Genom en tät dialog och regelbundna kundundersökningar söker Miljömärkning Sverige återkoppling från bolagets kunder för att ständigt utveckla och förbättra arbetet med allt från kriterier och handläggning till servicenivå och marknadsfrågor.



**Där sitter du och räddar världen**

Tack för att du tog läget och reste på ett klimatsmart och energieffektivt sätt. (Men du fortsätter väl även när du kommer fram?) Vi hoppas att du vill fortsätta att rädda världen även när du är framme. Det är nämligen viktigare än någonsin att minska vår belastning på miljö och klimat.

Låter det stort och svårt? Det behöver det inte vara – håll bara utkik efter en grön svan röst på väg du handlar.

Svanen sätter nämligen tuffa miljö-, hälso- och kvalitetskrav på produkter och tjänster. Licensinnehavarna (har lite problem med ordet licensinnehavarna, vad sägs om "producenterna?") ändrar sin produktion, gör om sina arbetsrutiner och byter ut råvaror för att klara kraven. Nu är det upp till dig att visa att du stöder vårt arbete för en bättre miljö. Själklart kan inte Svanen ensam rädda världen. Men du, vi och våra licensinnehavare bidrar med det vi kan. För dina val, våra val och allas val gör faktiskt skillnad.

Tack för att du är med och räddar världen lite grann varje dag!

På Svanen hittar du tusentals varor och tjänster som uppfyller Svanens kriterier. Vill du ha ännu mer inspiration? Läs på Svanepodden där vi diskuterar miljö- och klimatfrågor tillsammans med experter, licensinnehavare och producenter. Sök på "Svanen" i din Favorit-app eller leta upp oss på Twitter.

Rädda världen lite grann varje dag

svanen.se

I samband med Rädda världen-kampanjen annonserade Svanen i SJs 2000 tåg.

Miljömärkning Sverige genomför varje år en kundnöjdhetsundersökning. 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 med hjälp av informationen utveckla verksamheten. Undersökningen är ett av bolagets viktigaste verktyg för att upprätthålla och utöka antalet licenser.

Miljömärkning Sverige använder 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 företagets kunder är, s k Nöjd Kund Index (NKI) och hur lojala de är, s k Lojal Kund Index (LKI).

### Nöjda kunder

Årets undersökning som genomfördes under september visar att Svanens NKI ligger på 69, vilket anses vara ett bra resultat enligt NKIs skala. Det innebär också att det skett en förbättring från förra året, då värdet låg på 67.

*"Ett seriöst varumärke som inger respekt och har ett gott anseende."*

– kommentar i kundnöjdhetsundersökningen 2015

Vårt mål inför 2015 var att öka NKI till 75, men det visade sig vara alldeles för optimistiskt. Vi ser att våra kunder ofta är lite mer kritiska under en omprövningsperiod och under 2015 håller hotellet som representerar en av våra största kundgrupper på att omprövas. Inför 2016 är målet att uppnå NKI till 71.

### Lojala kunder

Lojal Kund Index (LKI) är ett medelvärde för tre frågor som handlar om nöjdhet och lojalitet. LKI för Svanen blev 76, och är en förbättring med en procentenhet från tidigare år.

*"Om man vill ha ett starkt och välkänt miljömärke ska man absolut satsa på Svanen. Men man får vara beredd på en omfattande arbetsinsats initialt."*

– kommentar i kundnöjdhetsundersökningen 2015

Vårt mål inför 2015 var att öka LKI till 80, men det visade sig vara för tufft. Inför 2016 har vi som mål att förbättra LKI till 78.

### Personalen – Svanens främsta styrka

I undersökningen framgår tydligt att kunderna är mest nöjda med medarbetarnas tillgänglighet, servicenivå



Svanemärkta bostäder är populära och eftersökta på den svenska marknaden.

och expertis. Att kunderna får ett bra och professionellt bemötande är en viktig anledning till att bolaget förbättrat resultaten för NKI och LKI jämfört med tidigare år. En annan anledning är troligen att Svanen haft en djupare kontakt med flera av kunderna i samband med kampanjen "Rädda världen lite grann varje dag", som många kunder själva varit engagerade i.

### Ansökningsprocessen skapar mest missnöje

Det område som undersökningen tydligt 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 minimeras.

Ett omfattande arbete pågår med att se över kriterierna så att de blir tydligare och lättare att förstå. Bolaget arbetar även ständigt med att förbättra de digitala ansökningsverktygen så att de ska underlätta ansökan. Detta kommer att ha fortsatt hög prioritet de närmaste åren.

Bolaget har också infört en rutin där handläggarna bokar in möten med kunden tidigt i processen för att stämna 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.

*"Jag skulle önska tydligare riktlinjer från Svanen. Hur lång tid ska egentligen en ansökan ta? Det är mycket viktigt för*

*oss att få godkännandet/avslaget i tid eftersom vi ibland har långa ledtider på material som ska beställas".*

*– kommentar i kundnöjdhetsundersökningen 2015*

### Nya kunder mest nöjda

Undersökningen visar att företagen är mest nöjda och att Svanen ger störst värde de första åren. Fler än hälften av respondenterna har produkter som varit Svanenmärkta i fem år eller längre. Det är viktigt att Svanen ser till att kunderna upplever att det finns en efterfrågan på de märkta produkterna även för de företag som har haft sin märkning i fler än fem år. Inom flera områden ser vi att Svanen inte längre upplevs som en konkurrensfördel utan snarare som en hygienfaktor vilket leder till att företagen därför inte själva aktivt marknadsför sin miljömärkning.

### Ökad satsning på marknadsföring av varumärket

En stor andel av kunderna tycker att det är viktigast att Svanen prioriterar generell marknadsföring av varumärket. Undersökningen visar att över hälften av kunderna uppmärksammade "Rädda världen lite grann varje dag". 8 av 10 kunder tycker att det var en bra kampanj.

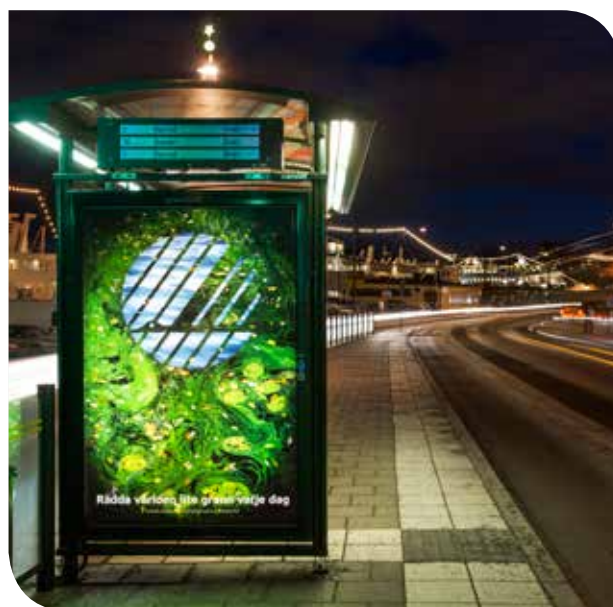
*"Pågående kampanj är suverän, många har reagerat positivt på den".*

*– kommentar i kundnöjdhetsundersökningen 2015*

Svanen kommer att satsa stort på kampanjen även 2016 och att i ännu högre grad involvera kunder i kampanjen. Vi kommer att fortsätta med utomhusreklam och reklam på SJs tåg. I bilderna kommer människor att ha en mer

Ca 4300  
följare på  
Twitter

*Under 2015 ökade vi fokus på att nå ut till opinionsbildare på Twitter.*



*Svanens skyltar lyste upp natten.*

framträdande roll än i år, då många kunder önskat att det ska framgå tydligare att Svanen även är ett bra val för hälsan.

*Kundnöjdhetsundersökningen genomfördes av AQ Analys i september 2015. En webbenkät skickades ut till 1005 av miljömärkningens kunder inom alla branscher. 35 procent svarade. Sedan 2014 görs undersökningen varje år.*

## För hållbara affärer – Svanens Inköpsnätverk

Som ett led i marknadsföringen av Svanen och EU-Blomman på den svenska marknaden har bolaget initierat Svanens inköpsnätverk. Nätverket är öppet för alla som vill utvecklas inom miljö- och hållbarhet. 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 nätverkspartners. Under 2015 redovisade 30 procent att de anlitar en Svanenmärkt städtjänst, vilket är en ökning med 9 procent jämfört med föregående år. För så många som 69 procent har partnerskapet medfört ändrade inköpsrutiner.

Nätverket stimulerar företag att införa en miljö- och inköbspolicy där inköp av miljömärkta produkter står i centrum. Ett annat syfte är att underlätta affärskontakter mellan licensinnehavare och nätverksmedlem-

mar. Nästan 42 procent svarade 2015 att de fått nya affärskontakter (2014 var svaret 30 procent). I dag är 270 företag medlemmar i Svanens nätverk. Av dessa är 19 statliga bolag. Alla medlemmarna har ett gemensamt mål – att utvecklas i sitt miljöarbete med fokus på inköp.

Inom Svanens nätverk organiseras träffar för att få igång en diskussion om vikten av att köpa in miljömärkta varor och tjänster till kontorsverksamhet. Under 2015 har webinarier samt seminarier arrangerats för partners på olika webinarier; Modern och medveten besöksnärning, Giftfri vardag för våra barn, Städtjänster samt kläder & kosmetik. Svanen har arrangerat två fullsatta seminarier, ett i Stockholm och ett i Malmö med fokus hållbar upphandling och tredjeparts-certifieringar. Svanen var med och lanserade en ny rapport under 2015: Hållbar upphandling – från retorik till praktik, skriven av Mikael Karlsson, 2050, fd ordförande i Naturskyddsföreningen. Syftet är att inspirera upphandlare och inköpare att ställa miljökrav vid upphandling. Under hösten arrangerades ett gemensamt nordiskt webinar med fokus på "Success stories" för nätverksmedlemmar i samtliga nordiska länder. Bilprovningen i Sverige, Ramboll A/S från Danmark och norska armén delade med sig av sina "success stories".

*– För att få ett hållbart samhälle måste vi ställa om till en hållbar upphandling. Upphandlingen måste användas som ett strategiskt verktyg och kopplas till samhällspolitiska mål.*

*Ardalan Shekarabi, upphandlingsminister i Sverige, som medverkade vid seminariet i Stockholm.*

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

*Andel svenskar som känner igen EU-Blomman är 27 %.*

# Intressentdialog

## 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 styrelseuppföljning av styrning, risker och möjligheter
- Deltagande i regeringens samrådsgrupp för att främja svenska företags arbete med hållbarhet och stärka Svanens nätverk
- GEN-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
- GEN-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 kriterierutveckling, licensiering och marknad och kommunikation.

## 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 huskriterier
- Deltagande i bransch- eller intressesammanslutningar, ex. Swedish Green Building Council (SGBC), Marknadsföreningen, Social Venture Network (SVN), 10YFP
- 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 inköspolicy
- Utbildningar i miljöfrågor
- Leverantörskontakter
- Aktiviteter för att behålla och stärka Svanens nätverk för inköp med omtanke

### Miljö- och ideella organisationer

*Nyckelfrågor*

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

*Exempel på dialoger/aktiviteter mot ideella organisationer*

- Kriterier och remisser
- Nyhetsbrev via webben
- Marknadsförings- och kommunikationsinsatser
- Gemensamma seminarier och webinarier
- Nyhetsbrev
- Informationsinsatser via sociala medier
- Inbjudningar till seminarier
- Seminarier tillsammans med övriga tredjepartscertifieringar i ModUpp2020: Fairtrade, Bra Miljöval, TCO Development, MSC och KRAV i samarbete med New Wave group/Cottover, Öresunds kommittén/Green procurement week.



*I Almedalen var "Rädda världen lite grann varje dag" det övergripande temat.*

# Hållbarhet – en strategisk fråga

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.

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

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 miljömärkt 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. De skapar ett verktyg för framtida utveckling och fungerar även som utgångspunkt i bolagets övergripande verksamhetsplan för att helt integrera dem i verksamheten. Dessa mål redovisas under Miljömärkning Sveriges verksamhet – Mål, medarbetare, medvind.

## Hållbarhetsredovisning enligt GRI

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, Global Reporting Initiatives, redovisningsstandard och följer den senaste versionen av GRI:s riktlinjer (G4). Core nivå har valts. Hållbarhetsredovisningen beskriver hållbarhetsfrågor av intresse för våra intressenter. Redovisningen följer Miljömärkning Sverige AB:s räkenskapsår och omfattar därmed perioden 1 januari 2015 till 31 december 2015. Den föregående redovisningen publicerades i april 2015 och omfattade året 2014. Det är Miljömärkning Sverige AB:s styrelse som beslutat om en bestyrkt hållbarhetsredovisning.

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.

Inga ändringar har skett under 2015 som avviker från tidigare redovisade rapporter.





## **Avgränsningar**

Denna rapport omfattar Miljömärkning Sveriges AB:s verksamhet i Sverige. Bolagets huvudkontor finns i Stockholm, ingen verksamhet utanför Sverige bedrivs. Miljömärkning Sverige har endast externa leverantörer till ett begränsat antal varor och tjänster som köps in till kontorsverksamheten.

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.

## **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 företagets arbete med hållbarhetsfrågor och utfallet beskrivs tillsammans med företagets finansiella utveckling. Miljömärkning Sverige AB använder Global Reporting Initiatives (GRI) riktlinjer sedan 2011. För 2015 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 företagets fortsatta arbete med hållbarhetsmålen: Affären, Planeten och Människan. Rapporteringen innefattar de indikatorer som är relevanta för Miljömärkning Sverige. Miljömärkning Sverige AB:s övergripande ambition med redovisningen är att den ska vara transparent, väsentlig och jämförbar.

Våra kunders inställning till miljöarbete enligt Svanens och EU-Blommans 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 Miljömärkning Sveriges verksamhet – Mål, medarbetare, medvind.

### **Kundnöjdhetsundersökningar**

En kundnöjdhetsundersökning 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



*Våra miljöhandläggare diskuterar ofta olika miljöfrågor.*

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 270 medlemmar som representerar statliga och privata företag och organisationer, utgör denna grupp en stor påverkan med sina inköspolicyer. Varje år görs en enkät om de viktigaste miljöinköp som bolagen 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 genomfördes ett stort arbete kring gemensamma värderingar liksom fortsatta satsningar på kompetensutveckling och hälsa. Bolagets strategi är engagerade medarbetare, vilket är ett bärande, långsiktigt tema. Tre värdeord infördes 2014: trovärdiga, målinriktade, tydliga. Implementeringen av

värdeorden fortsatte under 2015 där bl a det nordiska personalseminariet i Finland i augusti 2015 hade detta på agendan. 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 2015 och resultaten analyseras under första kvartalet 2016. Nedan listas ett antal frågor, där Miljömärkning Sverige AB hade ett bättre resultat än benchmark. Att ha ett bra resultat utifrån dessa frågor hör till de viktigaste punkterna för ett effektivt arbetsklimat enligt forskningen bakom använd metod från Netsurvey.

- Känner du dig respekterad av din närmaste chef och dina kollegor?
- Upplever du att ni är fria från trakasserier och diskriminering (avseende kön, etnisk tillhörighet, religion, sexuell läggning, funktionshinder och ålder) på jobbet?
- Involverar din närmaste chef dig när beslut fattas som påverkar din avdelning/enhet?
- Håller din närmaste chef dig välinformerad?
- Känner du till Miljömärkning Sveriges affärsidé?
- Kan du identifiera dig med Miljömärkning Sveriges värderingar?
- Är du stolt över att jobba i Miljömärkning Sverige?



Personalmöten ordnas varje måndag på vårt kontor.

# GRI-index

## GENERELLA STANDARDUPPLYSNINGAR

Indikator	Beskrivning	Kommentar	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.		Sid 14	
G4-4	Redovisa de viktigaste varumärkena, produkter & tjänster.		Sid 63	
G4-5	Redovisa lokalisering av huvudkontor.		Sid 34	
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 34	
G4-7	Redovisa ägarstruktur och företagsform.		Sid 54	
G4-8	Redovisa marknader som organisationen är verksam på (inklusive geografisk fördelning, sektorer som man är verksam i och typ av kunder och förmånstagare).		Sid 35 och 42	
G4-9	Redovisa organisationens storlek.		Sid 42	
G4-10	a. Redovisa totala antalet anställda uppdelat på typ av anställningsavtal och kön.		Sid 42	
	b. Redovisa totala antalet fast anställda uppdelat på typ av anställning och kön.		Sid 42	
	c. Redovisa den totala personalstyrkan uppdelad på anställda och inhyrda arbetare samt kön.		Sid 42	
	d. Redovisa den totala personalstyrkan uppdelad efter region och kön.		Sid 42	
	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.		Ej tillämplig	
	f. Redovisa eventuella väsentliga säsongsvariationer i antalet anställda (till exempel i turism- och jordbrukssektorerna).		Ej tillämplig	
G4-11	Redovisa hur stor andel av den totala personalstyrkan som omfattas av kollektivavtal.		Sid 17	
G4-12	Beskriv organisationens leverantörskedja.		Sid 34	
G4-13	Redovisa eventuella betydande förändringar under redovisningsperioden beträffande organisationens storlek, struktur, ägande och leverantörskedja.		Sid 34	
G4-14	Redovisa om och hur organisationen följer Försiktighetsprincipen.		Sid 8	
G4-15	Lista externt utvecklade ekonomiska, miljömässiga och sociala deklarerationer, principer eller andra initiativ som organisationen anslutit sig till eller stödjer.		Sid 7	
G4-16	Lista medlemskap i organisationer (t.ex. branschorganisationer) och nationella eller internationella lobbyorganisationer.		Sid 18	
G4-17	a. Lista alla enheter som ingår i organisationens redovisning eller liknande dokument.		Sid 34	
	b. Ange om någon av enheterna som ingår i organisationens redovisning eller liknande dokument inte inkluderats i denna rapport.			
G4-18	a. Förklara processen för att definiera redovisningens innehåll och avgränsningar för aspekterna.		Sid 34	
	b. Förklara hur organisationen har tillämpat principerna för att definiera redovisningens innehåll.			

Indikator	Beskrivning/Organisationsprofil	Kommentar	Sidhänvisning	Revisorgranskad
G4-19	Lista alla väsentliga aspekter identifierade i processen för att definiera redovisningens innehåll.		Sid 34	
G4-20	För varje väsentlig aspekt, redovisa aspektens avgränsning inom organisationen.		Sid 34	
G4-21	För varje väsentlig aspekt, redovisa aspektens avgränsning utanför organisationen.		Sid 34	
G4-22	Redovisa effekten av eventuella revideringar av information som ingår i tidigare redovisningar och skälen till sådana revideringar.		Sid 34	
G4-23	Redovisa väsentliga förändringar från tidigare redovisningsperioder vad gäller omfattning och aspekternas avgränsningar.		Sid 34	
<b>Intresserelationer</b>				
G4-24	Redovisa en lista över intressentgrupper som organisationen har kontakt med.		Sid 30–31	
G4-25	Redovisa grunden för identifiering och urval av intressenter som organisationen kommunicerar med.		Sid 20–21	
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.		Sid 20–21	
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.		Sid 30–31	
<b>Rapportens profil</b>				
G4-28	Redovisningsperiod (t.ex. räkenskapsår/kalenderår) för den redovisade informationen.		Sid 32	
G4-29	Datum för publiceringen av den senaste redovisningen (om sådan upprättats).		Sid 32	
G4-30	Redovisningscykel (ettårig/tvåårig etc.).		Sid 32	
G4-31	Ange kontaktperson för frågor angående redovisningen och dess innehåll.		Sid 34	
G4-32	a. Ange vilken redovisningsprincip organisationen har valt. b. Redovisa GRI-innehållsindex för valt alternativ.		Sid 33 och 36–37	
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.		Sid 32 Sid 38	
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.		Sid 54–61	
G4-56	Beskriv organisationens värderingar, principer, standarder och normer för uppträdande, till exempel uppförandekoder eller etiska koder.		Sid 10	

## SPECIFIKA STANDARDUPPLYSNINGAR

Väsentlig aspekt: Produktmärkning.

Indikator	Beskrivning	Kommentar	Sidhänvisning	Revisorgranskad
G4-DMA	Upplysningar om hållbarhetsstyrningen.		Sid 34	
G4-PR5	Resultat av undersökningar som mäter kundnöjdhet.		Sid 27–28	

# Revisors rapport

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

Till Miljömärkning Sverige AB

## Inledning

Vi har fått i uppdrag av styrelsen i Miljömärkning Sverige AB att översiktligt granska Miljömärkning Sverige AB:s hållbarhetsredovisning för år 2015. Företaget har definierat hållbarhetsredovisningens omfattning till de områden som hänvisas till i GRI index på sidorna 36–37.

## 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 32 och 34 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 IAASBs standarder för revision och god revisionssed i övrigt har. Revisionsföretaget tillämpar ISQC 1 (International Standard on Quality Control) och har därmed ett allsidigt system för kvalitetskontroll vilket innefattar dokumenterade riktlinjer och rutiner avseende efterlevnad av yrkesetiska krav, standarder för yrkesutövningen och tillämpliga krav i lagar och andra författningar. 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

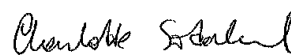
Grundat på vår översiktliga granskning har det inte kommit fram några omständigheter som ger oss anledning att anse att hållbarhetsredovisningen inte, i allt väsentligt, är upprättad i enlighet med de ovan av styrelsen och företagsledningen angivna kriterierna.

Stockholm den 24 februari 2016

Ernst & Young AB



Thomas Lönnström  
Auktoriserad revisor



Charlotte Söderlund  
Auktoriserad revisor



# Förvaltningsberättelse

Innehåll	Sida
– Förvaltningsberättelse.....	40
– Resultaträkning.....	43
– Balansräkning.....	44
– Noter.....	46

Styrelsen och verkställande direktören för Miljömärkning Sverige AB får härmed avge följande årsredovisning för verksamhetsåret 2015.

Miljömärkning Sverige AB har Svenska Staten som ensam ägare.

## Ingen intressekonflikt

Att Miljömärkning Sverige AB parallellt hanterar två miljömärkningssystem (Svanen och EU-Blomman) är i sig ingen intressekonflikt för bolaget, trots att de till synes delvis är konkurrerande. Vi utgår i vårt marknadsarbete ifrån kundens behov av märkning, beroende av produkttyp, miljöprestanda och vilken marknad kunden agerar på. Avgiftsmässigt är systemen nu i stor sett lika, så bolaget saknar incitament att gynna något av systemen. Vi arbetar också helt integrerat, dvs personal och ansvariga för de olika miljömärkningsprocesserna (kriterier, marknadsföring, licensiering och information) hanterar parallellt och med samma ansvar och mål de båda systemen.

## Verksamhet

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

För detta arbete har Miljömärkning Sverige AB under året erhållit statligt bidrag med 3 374 tkr, vilket motsvarar ca 6 % av årets intäkter. Det statliga stödet används huvudsakligen för att delfinansiera kriteriearbetet inom båda miljömärkningssystemen samt till att göra EU:s system mer spritt och känt på den svenska marknaden. 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

### Föreningen Nordisk Miljömärkning

Föreningen Nordisk Miljömärkning som organiserades under föregående år har under 2015 bildat en stabil plattform för nordisk samordning. Vi har nu nordiska arbetsgrupper och ansvariga på plats för våra tre centrala processer: kriterieutveckling, licensiering och marknadsföring. Därtill ett gemensamt IT-arbete för digitalt stöd till verksamheten och dess kunder. Föreningen överlämnade i slutet av året till nordiska miljömärkningsnämnden ett förslag till nordisk strategi för de kommande fem åren vilken också beslutades.

### Produktutveckling

En ny produktgrupp, Kaffetjänster, fick sina kriterier utvecklade och beslutade. Arbetet med utveckling av produktgruppen Aktiefonder startades, se sidan 11. Under året pågick licensomprövningar för två av bolagets starka licensområden: tryckerier och hotell-restaurang-konferens.

### Nöjdare kunder

En kundnöjdhetsundersökning genomfördes under hösten 2015 som en del av GRI-arbetet. Resultatet visade en ökning av nöjda kunder i både NKI (nöjdukund-index) och LKI (lojalitetskundindex) under det gångna året. Kunderna har fortsatt förtroende för betydelsen av våra miljömärken och ser stor affärsässig potential i att kunna visa sitt miljöarbete genom sin Svanenlicens. Undersökningen gav även värdefulla synpunkter på olika förbättringsområden, till exempel att Svanen skickar ut färre informationsmejl.

### 25 år en milstolpe

I november 2014 firade Nordisk Miljömärkning 25 år, men bolaget fortsatte under hela 2015 att fira detta. I januari 2015 lanserades varumärkeskampanjen "Rädda världen lite grann varje dag", som var det övergripande marknadstemat under året. Utomhusreklam över hela Sverige gjordes under januari med uppföljande aktiviteter under året. Det blev annonser, seminarier,





pressartiklar, insatser i sociala medier samt webinarier med detta tema. För första gången använde sig Svanen av poddradio för att ge fördjupade kunskaper i vad miljömärkning betyder och ett flertal licensinnehavare fick möjlighet att berätta om sina Svanenmärkta varor och tjänster. Miljömärkningen var representerad på Almedalsveckan med välbesökta seminarier om offentlig upphandling, varumärkesfrågor, giffri miljö samt aktiefonder.

### Ökat intresse och framgångar

Ett ökat intresse för Svanens nätverk märktes då antalet medlemmar ökade och vid årets slut var över 270 privata och statliga bolag samt andra organisationer anslutna. Detta nätverk är viktigt för att driva hållbarhetsfrågor rörande inköspolicyer och miljömedvetenhet. Under 2015 fortsatta framgångar på fordonstvättsmarknaden, städtjänster och byggsektorn med en ökning av antalet Svanenmärkta tjänster på marknaden.

### Arbetsmiljön ett fokusområde

Under hösten 2014 flyttade Miljömärkning Sverige till nya lokaler med ökad arbetsflexibilitet. Under 2015 har personalens synpunkter och erfarenheter av denna nya arbetsmiljö kontinuerligt följts upp och personalmöten äger rum varje vecka. Enligt de medarbetarundersökningar som gjorts är personalen mycket nöjd med det nya kontoret.

### IT-verktyg

Under 2015 vidareutvecklades ett IT-verktyg för att underlätta företagets ansökningsprocess. På grund av förseningar och brister i detta IT-system blev licensutfallet svagare än förväntat. Däremot fortsatte framgångarna i licensantalet för städtjänster och husbyggnader. Utmaningen för bolaget under 2016 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. Andra IT-projekt som pågått är utveckling av en byggprodukt-databas, en kundportal samt en ansökningsguide för butiker. Dessa tre stora kundrelaterade projekt fortsätter under 2016.

### Investeringar

Investeringar i Miljömärkning Sverige AB uppgick till 24 (2 476) kSEK.

### Personal

Under verksamhetsåret har Miljömärkning Sverige AB i genomsnitt sysselsatt 52 (60) personer. Vid verksamhetsårets slut uppgick antalet anställda i Miljömärkning Sverige AB till 56 (60) personer. Beträffande löner och ersättningar hänvisas till not 6. Per den 31 december 2015 var 21 män och 34 kvinnor tillsvidareanställda, en timanställd (kvinna) samt en inhyrd redovisningsekonom (kvinna) med tidsbegränsat uppdrag. Samtliga är anställda i Stockholm.

### Ägarförhållanden

Miljömärkning Sverige AB har svenska staten som ensam ägare.

### Flerårsjämförelse

Uppgifterna i fler årsöversikten har ej räknats om för perioderna innan övergången till K3-regelverket 2014, med hänvisning till K3 p.35.3 och 35.32.

### Bolagets ekonomiska utveckling i sammandrag

	2015	2014	2013	2012
Nettoomsättning, tkr	55 253	46 656	47 348	43 906
Rörelseresultat, tkr	-2 629	-2 881	211	-2 087
Resultat efter finansiella poster, tkr	1 057	155	916	-670
Balansomslutning, tkr	30 381	34 140	28 280	26 927
Antal anställda, st	52	60	59	56
Soliditet, %	75	63	76	76

Nyckeltalsdefinitioner framgår av not 1.

### Förslag till vinstdisposition

Till årsstämman förfogande står följande vinstmedel:

Balanserade vinstmedel	6 779 030
Årets vinst	1 057 066
	<b>7 836 096</b>

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	7 836 096
	<b>7 836 096</b>

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

# Resultaträkning

	Not	2015	2014
Nettoomsättning	2	55 253	46 656
Övriga rörelseintäkter	3	3 374	4 374
		<b>58 627</b>	<b>51 030</b>
<b>Rörelsens kostnader</b>			
Övriga externa kostnader	4, 5	-23 459	-16 921
Personalkostnader	6	-36 804	-36 008
Av- och nedskrivningar av materiella och immateriella anläggningstillgångar	7, 8, 9	-993	-982
<b>Summa rörelsens kostnader</b>		<b>-61 256</b>	<b>-53 911</b>
<b>Rörelseresultat</b>		<b>-2 629</b>	<b>-2 881</b>
<b>Resultat från finansiella poster</b>			
Resultat från övriga värdepapper och fordringar som är anläggningstillgångar	10	3 666	2 890
Övriga ränteintäkter och liknande resultatposter	11	24	155
Räntekostnader och liknande resultatposter	12	-4	-9
<b>Summa resultat från finansiella poster</b>		<b>3 686</b>	<b>3 036</b>
<b>Resultat efter finansiella poster</b>		<b>1 057</b>	<b>155</b>
Skatt på årets resultat	13	-	-
<b>Årets vinst</b>		<b>1 057</b>	<b>155</b>

# Balansräkning

	Not	2015-12-31	2014-12-31
<b>TILLGÅNGAR</b>			
<b>Anläggningstillgångar</b>			
<i>Immateriella anläggningstillgångar</i>			
Balanserade utgifter för programvara	7	300	784
Licenser och liknande rättigheter	9	–	45
		<b>300</b>	<b>829</b>
<i>Materiella anläggningstillgångar</i>			
Inventarier	8	1 341	1 780
<i>Finansiella anläggningstillgångar</i>			
Andra långfristiga värdepappersinnehav	14	16 750	19 849
		<b>18 391</b>	<b>22 458</b>
<b>Omsättningstillgångar</b>			
<i>Kortfristiga fordringar</i>			
Kundfordringar	15	4 679	6 489
Övriga kortfristiga fordringar	15	135	124
Förutbetalda kostnader och upplupna intäkter	16	1 191	780
		<b>6 005</b>	<b>7 393</b>
Kassa och bank	17	5 985	4 289
		<b>11 990</b>	<b>11 682</b>
		<b>30 381</b>	<b>34 140</b>

# Balansräkning

	Not	2015-12-31	2014-12-31
<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		6 779	6 624
Årets vinst		1 057	155
		<b>7 836</b>	<b>6 779</b>
<b>Summa eget kapital</b>		<b>22 636</b>	<b>21 579</b>
<i>Kortfristiga skulder</i>			
Leverantörsskulder		1 312	1 444
Övriga kortfristiga skulder		1 856	3 132
Upplupna kostnader och förutbetalda intäkter	19	4 577	7 985
<b>Summa kortfristiga skulder</b>		<b>7 745</b>	<b>12 561</b>
<b>Summa eget kapital och skulder</b>		<b>30 381</b>	<b>34 140</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).

### **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 utarbetade 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 AB 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 dess 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 avgiftsbestämt och övriga har en förmånsbestämd pension (ITP2).

**Statligt stöd**

För sitt arbete har Miljömärkning Sverige AB under året erhållit statligt bidrag med 3 374 kSEK, vilket motsvarar ca 6% 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.

**Uppskattningar och bedömningar**

I not 13 redovisas bolagets bedömning utgörande grund för att uppskjuten skattefordran inte redovisas avseende det outnyttjade skattemässiga underskottsavdrag som föreligger. I övrigt föreligger inga bedömningar medförande betydande effekt på redovisade belopp i årsredovisningen.

**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:

	2015	2014
Omsättning EU Ecolabel	2 691	2 089
Omsättning Nordisk Miljömärkning	45 823	43 911
Kampanjintäkter	6 075	-
Övriga intäkter	664	656
	<b>55 253</b>	<b>46 656</b>

Bolagets licensintäkter för 2015 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 senaste tre åren.

**Not 3 Övriga intäkter**

	2015	2014
Allmänt statsanslag	3 374	4 374

**Not 4 Operationella leasingavtal**

Framtida minimileaseavgifter, som ska erläggas avseende icke uppsägningsbara leasingavtal:

	2015	2014
Förfaller till betalning inom ett år	3 934	3 831
Förfaller till betalning senare än ett men inom 5 år	14 139	13 960
Förfaller till betalning senare än fem år	5 079	8 061
	<b>23 152</b>	<b>25 852</b>

Under perioden kostnadsförda leasingavgifter	3 248	3 263
--	-------	-------

**Not 5 Ersättning till revisorerna**

Ernst & Young  
Revisionsuppdraget  
Revisionsverksamhet utöver revisionsuppdraget

**2015**

**2014**

235  
75

170  
57

**310**

**227**

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

**Medelantalet anställda**

Kvinnor  
Män

**2015**

**2014**

30  
22

38  
22

**52\***

**60**

**Löner och andra ersättningar**

Verkställande direktören  
Styrelse  
Övriga anställda

1 349  
257  
23 071

1 291  
246  
22 536

**24 677**

**24 073**

**Pensions- och övriga sociala kostnader**

Pensionskostnader  
Sociala kostnader

3 431  
7 823

3 348  
7 620

**11 254**

**10 968**

Pensionskostnader för vd (inkl. särskild löneskatt)

566

482

Vd:s pensionsavtal ska följa ITP-plan enligt kollektivavtal. Vd:s faktiska pensionslösning följer inte formellt ITP-plan men är kostnadsneutral gentemot en sådan plan. Premier för 2015 innebär en något större kostnad än 30 % av lön.

**Könsfördelning bland ledande befattningshavare (%)**

Andel kvinnor i styrelsen  
Andel män i styrelsen  
Andel kvinnor bland övriga ledande befattningshavare  
Andel män bland övriga ledande befattningshavare

75  
25  
70  
30

75  
25  
71  
29

**Styrelseledamöter och ledande befattningshavare**

**Överenskomna arvoden och övriga ersättningar till styrelse**

Christina Lindbäck, styrelsens ordförande  
Yvonne Ingman, styrelseledamot (t.o.m. 27 april 2015)  
Svante L Axelsson, styrelseledamot  
Jan Peter Bergkvist, styrelseledamot  
Anita Falkenek, styrelseledamot  
Gunilla Jarlbro, styrelseledamot  
Marita Axelsson, styrelseledamot  
Maria Sundesten Zacharias, arbetstagarrepresentant  
Ulla Sahlberg, arbetstagarrepresentant

**2015**

**2014**

126  
-  
30  
39  
23  
39  
-  
-  
-

126  
30  
30  
39  
-  
39  
-  
-  
-

**257**

**265**

I det fall styrelseledamot har fakturerat har sociala avgifter debiterats.

\*Ny beräkningsmodell införd vilket innebär en skillnad mellan 2014 och 2015.



**Lön och övriga ersättningar till ledande befattningshavare***Lön*

Ragnar Unge, Vd	1 349	1 291
Cecilia Ehrenborg Williams, Vice vd och PU-chef	778	787
Pierre Papp, Ekonomichef	140	-
Gun Nycander, HR-chef	690	664
Svante Sterner, Verksamhetsområdeschef, Varor	557	90
Ingela Hellström, Verksamhetsområdeschef, Tjänster	590	573
Nancy Holm, Marknads- och kommunikationschef	746	720
Pernilla Hedberg, Kontors- och IT-chef	627	612

**5 477****4 737***Förmån*

Ragnar Unge, Vd	52	51
Cecilia Ehrenborg Williams, Vice vd och PU-chef	8	9
Pierre Papp, Ekonomichef	1	-
Gun Nycander, HR-chef	8	7
Svante Sterner, Verksamhetsområdeschef, Varor	8	1
Ingela Hellström, Verksamhetsområdeschef, Tjänster	8	9
Nancy Holm, Marknads- och kommunikationschef	1	3
Pernilla Hedberg, Kontors- och IT-chef	8	9

**94****89***Pensionskostnad*

Ragnar Unge, Vd	456	388
Cecilia Ehrenborg Williams, Vice vd och PU-chef	226	172
Pierre Papp, Ekonomichef	34	-
Gun Nycander, HR-chef	179	186
Svante Sterner, Verksamhetsområdeschef, Varor	76	8
Ingela Hellström, Verksamhetsområdeschef, Tjänster	95	87
Nancy Holm, Marknads- och kommunikationschef	2	170
Pernilla Hedberg, Kontors- och IT-chef	95	90

**1 163****1 101**

Löner och ersättningar avser endast personal i Sverige.

Uppsägningstid för vd är 6 månader. Vid uppsägning från bolagets sida finns avtal med vd om avgångsvederlag om 12 månadslöner vilka utbetalas månadsvis efter uppsägningstidens slut med avräkning mot andra eventuella inkomster från tjänst eller näringsverksamhet.

**Not 7 Balanserade utgifter för programvara**

Ingående anskaffningsvärden	1 766	1 870
Årets aktiverade utgifter, inköp	-	611
Försäljningar och utrangeringar	-	-715

**Utgående ackumulerade anskaffningsvärden****1 766****1 766**

Ingående avskrivningar	-981	-1 204
Försäljningar och utrangeringar	-	715
Årets avskrivningar	-484	-492

**Utgående ackumulerade avskrivningar****-1 465****-981****Utgående restvärde enligt plan****301****784**

**Not 8 Inventarier, verktyg och installationer**

Ingående anskaffningsvärden

Årets förändringar

-Inköp

-Försäljningar och utrangeringar

**Utgående ackumulerade anskaffningsvärden**

Ingående avskrivningar

Årets förändringar

-Försäljningar och utrangeringar

-Avskrivningar

**Utgående ackumulerade avskrivningar**

**Utgående restvärde enligt plan**

**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

**Not 11 Övriga ränteintäkter och liknande resultatposter**

Ränteintäkter från kreditinstitut

Kursdifferenser

**Not 12 Räntekostnader och liknande resultatposter**

Övriga räntekostnader

**Not 13 Skatt på årets resultat**

Bolagets utnyttjade underskottsavdrag uppgår till 4 324 (2 427), vilket om det utnyttjas medför en minskad framtida skattekostnad om 951 (534) baserad på nuvarande skattesats om 22 %. Då bolaget gör bedömningen att det inte kommer att redovisa några överskott under överskådlig tid efter år 2015 redovisas ingen uppskjuten skattefordran avseende dessa underskottsavdrag.

	<b>2015</b>	<b>2014</b>
	2 778	2 958
	24	1 865
	–	-2 045
	<b>2 802</b>	<b>2 778</b>
	-998	-2 602
	–	2 045
	-463	-449
	<b>-1 461</b>	<b>-998</b>
	<b>1 341</b>	<b>1 780</b>
	<b>2015</b>	<b>2014</b>
	148	339
	–	-191
	<b>148</b>	<b>148</b>
	-103	-244
	–	191
	-45	-49
	<b>-148</b>	<b>-102</b>
	<b>0</b>	<b>45</b>
	<b>2015</b>	<b>2014</b>
	388	554
	3 278	2 336
	<b>3 666</b>	<b>2 890</b>
	<b>2015</b>	<b>2014</b>
	1	35
	23	120
	<b>24</b>	<b>155</b>
	<b>2015</b>	<b>2014</b>
	-4	-9

**Not 14 Långfristiga värdepappersinnehav**

Ingående anskaffningsvärden	2015	2014
	19 850	17 233
Årets förändringar		
-Tillkommande värdepapper	16 461	12 601
-Avgående värdepapper	-19 561	-9 985
<b>Utgående redovisat värde, totalt</b>	<b>16 750</b>	<b>19 849</b>
<b>Bokfört värde per 31 december</b>		
Värdepapperfond svenska aktier	8 000	7 344
Värdepapperfond utländska aktier	3 426	5 031
Värdepapperfond räntebärande	5 324	7 474
	<b>16 750</b>	<b>19 849</b>
<b>Marknadsvärde per 31 december</b>		
Värdepappersfond svenska aktier	8 217	9 915
Värdepappersfond utländska aktier	3 882	5 500
Värdepappersfond räntebärande	5 681	8 109
	<b>17 780</b>	<b>23 524</b>

**Not 15 Kortfristiga fordringar**

<b>Kundfordringar</b>	<b>2015-12-31</b>	<b>2014-12-31</b>
Kundfordringar	5 269	7 327
Kursdifferens i kundfordringar	-11	-
Osäkra kundfordringar	-579	-838
	<b>4 679</b>	<b>6 489</b>

Reserveringen för kundförluster härrör sig till största delen från företaget under rekonstruktion eller konkurs.

**Övriga kortfristiga fordringar**

Skattefordringar	135	122
Övrigt	-	1
	<b>135</b>	<b>124</b>

**Not 16 Förutbetalda kostnader och upplupna intäkter**

	<b>2015-12-31</b>	<b>2014-12-31</b>
Förutbetalda hyror	893	506
Förutbetalda försäkringspremier	59	48
Förutbetald leasingavgift	40	39
Övriga förutbetalda kostnader	199	187
	<b>1 191</b>	<b>780</b>

**Not 17 Likvida medel**

Banktillgodohavanden	2015-12-31	2014-12-31
	5 985	4 289

**Not 18 Förändring av eget kapital**

	Aktie- kapital	Reserv- fond	Balanserat resultat	Årets resultat	Summa eget kapital
<b>Eget kapital 2014-01-01</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>	250	14 550	6 624	155	21 579
Överföring resultat föregående år	-	-	155	-155	-
<b>Årets resultat</b>	-	-	-	<b>1 057</b>	<b>1 057</b>
<b>Eget kapital 2015-12-31</b>	<b>250</b>	<b>14 550</b>	<b>6 779</b>	<b>1 057</b>	<b>22 636</b>

Antal aktier: 2 500

**Not 19 Förutbetalda kostnader och upplupna intäkter**

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

**2015-12-31**

-1 852

-581

-170

-491

-1 483

**-4 577**

**2014-12-31**

-1 831

-574

-230

-663

-4 687

**-7 985**

Resultat- och balansräkningen kommer att föreläggas årsstämman 27 april 2016 för fastställelse.  
Stockholm 2016-02-24.



Christina Lindbäck  
Ordförande



Marita Axelsson



Svante L. Axelsson



Jan Peter Bergkvist



Anita Falkenek



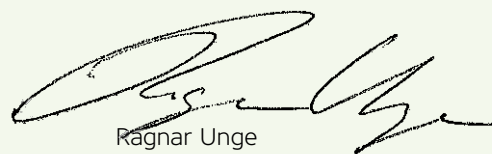
Gunilla Jarlbro



Ulla Sahlberg  
Arbetstagarrepresentant



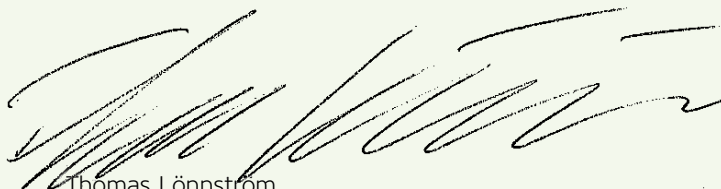
Maria Sundesten Zacharias  
Arbetstagarrepresentant



Ragnar Unge  
Verkställande direktör

Vår revisionsberättelse har lämnats den 2016-02-24

Ernst & Young AB



Thomas Lönnström  
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 år 2015. Bolagets årsredovisning ingår i den tryckta versionen av detta dokument på sidorna 40–52.

## 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 ändamåls-enligheten 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 ABs finansiella ställning per den 31 december 2015 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 år 2015.

## 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 av 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 (styrelsens motiverade yttrande samt ett urval av underlagen för detta för att kunna bedöma) 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 ersättningsskyldig 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.

Stockholm den 24 februari 2016

Ernst & Young AB



Thomas Lönnström  
Auktoriserad revisor

# Miljömärkning Sverige AB

## Bolagsstyrningsrapport 2015

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:

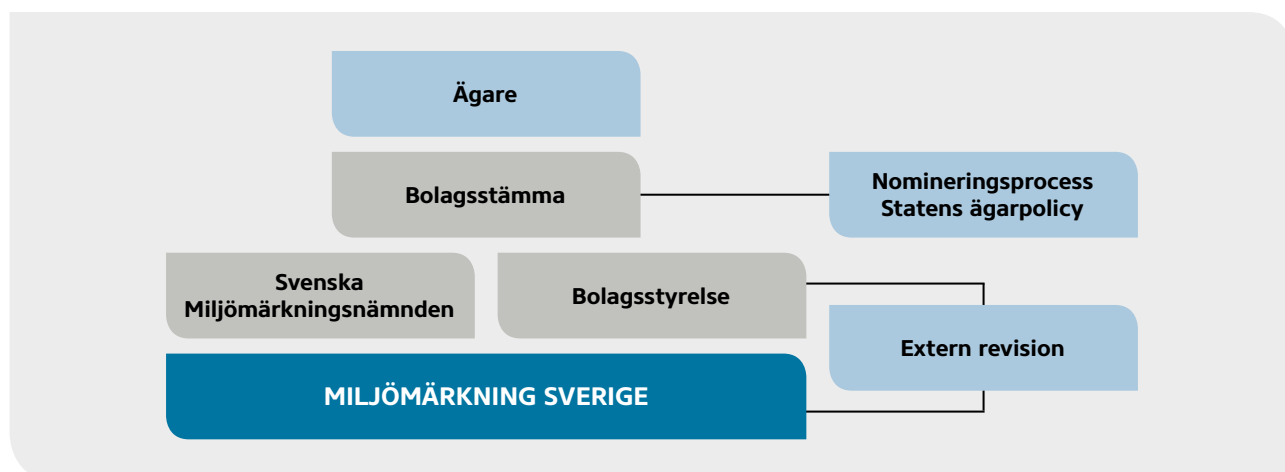
- Nominering till styrelseposten sker inte genom en av årsstämman utsedd valberedning. Nomineringsprocessen sker inom Regeringskansliet koordinerat av Finansdepartementet.
- Samtliga ledamöter är oberoende i förhållande till bolaget. Styrelseledamöternas oberoende i förhållande till staten som större 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.
- Rörlig lön ska inte ges till ledande befattningshavare enligt statens ägarpolicy vilket ersätter Kodens regler om rörlig ersättning.

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

Vd förbereder val av revisorer då det inte finns ett Revisionsutskott. Styrelseersättning förbereds av Regeringskansliet och vd's lön förbereds av ordförande i samråd med vice ordförande.

### 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 – det sistnämnda också en indikation på miljömärkningens genomslag. En ekonomiskt stark miljömärkningsverk-



samhet 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 återrapporterar 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 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 tillvara kompetens hos såväl kvinnor som män, som hos personer med olika bakgrund och erfarenhet. När processen avslutas beslutar, enligt bolagsordningen, regeringen om styrelsens sammansättning. 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 Inrikes tidningen,



Representanter från den Svenska Miljömärkningsnämnden.

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

Årsstämma 2015 hölls den 27 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, strategier och policys, följa den ekonomiska utvecklingen, samt 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.

Styrelsen utnämner den Svenska Miljömärkningsnämnden, som svarar för det svenska ställningstagandet i i kriteriefrågor inom den nordiska miljömärkningen. Verkställande direktören ingår inte i styrelsen men är föredragande på varje möte. Protokoll förs av bolagets vice vd.

Under året har styrelsen fokuserat på att diskutera interna utvecklingsprojekt rörande personalens arbetsituation och bolagets ledningsstruktur samt strategi för den nordiska miljömärkningen Svanen 2016-2020.





Styrelsen hade under året fyra ordinarie styrelsemöten, och ett konstituerande styrelsemöte efter årsstämman samt ett styrelseseminarium. Syftet med styrelseseminarier är att fördjupa sig i strategiska frågor.

### Styrelsens sammansättning

Vid årsstämman 2015 utsågs följande styrelse:

- Christina Lindbäck, ordförande
- Marita Axelsson
- Svante L Axelsson
- Gunilla Jarlbro
- Anita Falkenek (nyval; efterträder Yvonne Ingman)
- Jan Peter Bergkvist
- Ulla Sahlberg, arbetstagarrepresentant
- Maria Sundesten Zacharias, arbetstagarrepresentant

Närvaro styrelse: Fyra möten hölls under 2015. Vid tre möten var samtliga styrelsemedlemmar närvarande, vid ett möte var både Gunilla Jarlbro och Anita Falkenek frånvarande.

### Styrelsens ersättning

Ersättningen till styrelsen, fastställd på årsstämman 2015, var 30 000 kronor per år och stämموald ledamot. Regeringens representant erhåller inte arvode. Utöver detta erhåller ordförande 96 000 kronor som lön.

Den totala ersättningen till styrelse och verkställande direktör framgår av bolagets årsredovisning.

### Utvärdering av styrelsens och vd:s arbete

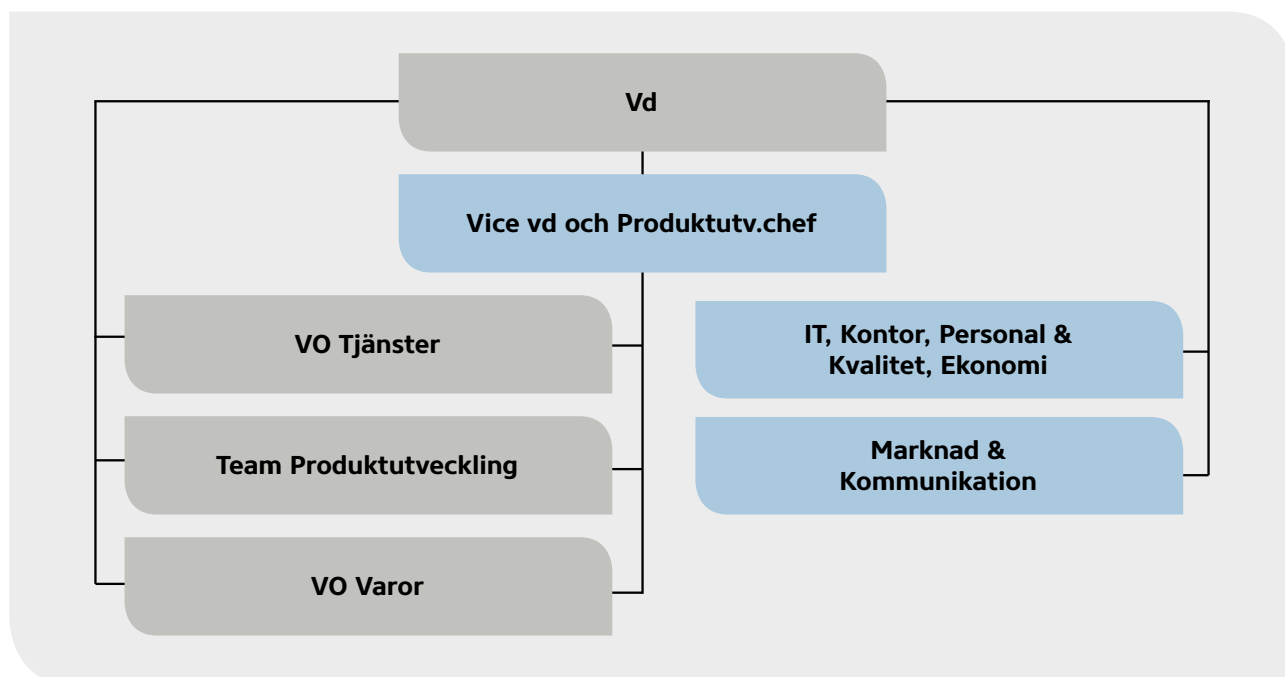
Styrelsen genomför årligen en utvärdering av sitt arbete. Under 2015 har styrelsens ordförande genomfört en utvärdering genom enkät till styrelseledamöterna. Därutöver har löpande utvärdering av vd och dennes arbete skett på styrelsens möten under året.

### 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 ordförande 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.

Från verkställande direktören sker styrningen 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.



Miljömärkning Sveriges organisation.



### **Ledning, styrning och organisation**

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

Bolaget är organiserat i sex enheter vilka leds av varsin enhetschef. Det är två verksamhetsområden, VO Varor och VO Tjänster, en Produktutvecklingsenhet (kriterieutveckling), en Marknads- och kommunikationsenhet, en Ekonomienhet samt en Kontors och IT-enhet. Enhetscheferna har budget- och resultatansvar och rapporterar till vd. Dessa enheter samt HR- och kvalitetschefen ingår i Ledningsgruppen.

Ledningsgruppens 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.

### **Policier styr hållbarhetsarbetet**

Bolagets hållbarhetsarbete styrs internt genom olika policier. Dessa finns redovisade under avsnittet Håll-

barhet – en strategisk fråga, sid 32. Varje enhetschef ansvarar för sitt verksamhetsområde. Utöver detta interna arbete upprättar bolaget långsiktiga hållbarhetsmål som genomsyrar verksamhetsplanen.

### **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 och produktutvecklingschef
- Gun Nycander, HR- och kvalitetschef
- Svante Sterner, Verksamhetsområdeschef Varor
- Ingela Hellström, Verksamhetsområdeschef Tjänster
- Nancy Holm, Marknads- och kommunikationschef
- Pierre Papp, Ekonomichef
- Pernilla Hedberg, Kontors- och IT-chef

### **Risker och möjligheter**

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 konsumenters 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 möjligheter 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 för att uppfylla 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 kriteriedokumenterna – 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 säkerställa 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.

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. Bolaget långsiktiga strategi är dock att fortsätta vara en miljömärkning med samma huvudfokus som idag.

### 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).
- Bolaget har åtagit sig att följa den internationella standarden för miljömärkningssystem, ISO 14024, vilket står inskrivet i bolagets regelverk och kvalitetsarbete.
- Bolaget bjuder in andra miljömärkningsorganisationer i det globala nätverket GEN att utföra externa kontroller av bolagets verksamhet i förhållande till ISO 14024.
- 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 av not 19 i årsredovisningen.

Det nordiska miljömärkningssystemet följer ISO 14024. Standarden är inte certifieringsbar, men överensstämmelse har granskats, genom extern kontroll av medlemmarna i GEN (Global Ecolabelling Network).

### Intern kontroll

Styrelsen avlämnar årligen en rapport om intern kontroll.

## Ägaranvisningar

1. Bolaget ska verka för båda systemens (EU Ecolabel och Svanen) framgång. Systemen ska vara relevanta på sikt och bolaget ska aktivt arbeta för att säkra detta.
2. Bolaget ska arbeta för att utveckla systemen så att behov av nya miljömärkningssystem minimeras. Samordningsvinster och synergier med andra system för hållbar konsumtion och

produktion ska aktivt sökas där detta bidrar till verksamhetens syfte och mål.

3. System bör utvecklas som tydliggör såväl miljönyttan som nyttan för konsumenter och producenter med verksamheten.
4. Bolaget ska verka för EU Ecolabels genomslag på marknaden och stimulera licensiering parallellt med den nordiska miljömärkningen.

## Styrelsens sammansättning



**Christina Lindbäck, ordf.**  
NCC

**Född:** 1963

**Titel:** Hållbarhetschef

**Utbildning:** Jur Kand

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

**Nuvarande uppdrag:** Axfoundation, suppleant i IVL, regeringens råd för grön omställning

**Ledamot sedan:** 2010



**Anita Falkenek**  
Åhléns AB

**Född:** 1964

**Titel:** Hållbarhetschef

**Utbildning:** Biologilinjen och Ekotoxikologlinjen (Master of Science in Ecotoxicology)

**Tidigare uppdrag:** Ledamot i Kravs styrelse samt Plastkretsens styrelse

**Nuvarande uppdrag:** Medlem av BSCIs styrkommitté

**Ledamot sedan:** 27 april 2015



**Marita Axelsson**  
Finansdepartementet

**Född:** 1962

**Titel:** Kansliråd

**Utbildning:** Agronomekonom

**Ledamot sedan:** 2012



**Svante Axelsson**  
EFFSO

**Född:** 1947

**Titel:** Vd

**Utbildning:** VoV ingenjör och pedagog

**Tidigare uppdrag:** Ordf. MGruppen AB, VD och ledamot Silf Gruppen AB, President IFPSM

**Nuvarande uppdrag:** Ordf. FlexGrid AB, ledamot EFFSO AB, Ordf. Asquares 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 sedan:** 2011



**Jan Peter Bergqvist**  
SleepWell AB

**Född:** 1957

**Titel:** Vd

**Utbildning:** Naturvetenskapligt gymnasium, flertalet ledarutbildningar vid Scandic Business School, Disney University samt Hilton University

**Tidigare uppdrag:** Hilton International, Scandic, SHR, Fairtrade och GMIC

**Nuvarande uppdrag:** Sustainability Advisor SleepWell AB, Ordförande Artister för Miljön, Ordförande SWP Founders Council

**Ledamot sedan:** 2013



**Maria Sundesten Zacharias**  
Miljömärkning Sverige AB

**Född:** 1969

**Titel:** Kundadministratör

**Utbildning:** Stockholms universitet

**Nuvarande uppdrag:** Arbetstagarrepresentant Miljömärkning Sverige AB

**Ledamot sedan:** 2010



**Ulla Sahlberg**  
Miljömärkning Sverige AB

**Född:** 1958

**Titel:** Kriteriekoordinator EU-Blomman

**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 och  
Produktutvecklingschef

**Född:** 1969

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

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



**Gun Nycander**  
HR- och kvalitetschef

**Född:** 1959

**Utbildning:** Civilingenjör Kemi, KTH

**Tidigare anställningar:** Utvecklingsingenjör på polymerlab på ABB Cables, handläggare på Naturvårdsverket, projektledare och enhetschef Miljömärkning Sverige AB



**Ingela Hellström**  
Verksamhetsområdeschef,  
Tjänster

**Född:** 1968

**Utbildning:** 4-årig Teknisk linje

**Tidigare anställningar:** Miljömärkning Sverige AB (flera olika tjänster), Laboratorieingenjör 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:** Administrativ chef Miljömärkning Sverige AB, vd-assistent och Kontorschef SIS Miljömärkning, Sekreterare och redovisningsekonom Frebaco Fastighets AB



**Pierre Papp**  
Ekonomichef

**Född:** 1972

**Utbildning:** Ekonomie magisterexamen med inriktning på företagsekonomi, Stockholms universitet. Chefsutbildningar i regi av Stora Enso (IFL) och International Paper (Interaction Associates / Insight Experience)

**Tidigare anställningar:** Diverse konsultuppdrag inom redovisning och ekonomistyrning. Ekonomichef International Paper Svetogorsk, Ryssland. Ekonomi- och IT-chefsroller på Stora Enso i Ungern, Storbritannien och Brasilien



**Svante Sterner**  
Verksamhetsområdeschef,  
Varor

**Född:** 1972

**Utbildning:** Filosofie magisterexamen inom ekotoxikologi, Stockholms universitet

**Tidigare anställningar:** Ekotoxikolog Södertörns högskola och processarbetare på Marabou

# Revisors yttrande

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

Det är styrelsen som har ansvaret för bolagsstyrningsrapporten för år 2015 och för att den är upprättad i enlighet med "Statens ägarpolicy och riktlinjer för företag med statligt ägande".

Vi har läst bolagsstyrningsrapporten och baserat på denna läsning och vår kunskap om bolaget anser vi att vi har tillräcklig grund för våra uttalanden. Detta innebär att vår 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, enligt ägarpolicy, obligatoriska information är förenlig med årsredovisningen.

Ernst & Young AB  
Stockholm den 24 februari 2016



Thomas Lönnström  
Auktoriserad revisor



# Giltiga kriterier



## Svanen

Alternativ kemtvätt  
 Avloppsfria toaletter  
 Bil- och båtvårdsprodukter  
 Bygg- och fasadskivor  
 Dagligvarubutiker  
 Datorer  
 Digital fotoframkalling  
 Drivmedel  
 Engångsartiklar för mat  
 Engångsbatterier  
 Engångsprodukter för medicinskt bruk  
 Fettäta papper  
 Fordonstvättar  
 Fönster och ytterdörrar  
 Golv  
 Golvvårdsmedel  
 Halkbekämpningsmedel  
 Handdiskmedel  
 Hotell och vandrarhem  
 Hotell, restaurang och konferens

Hygienprodukter  
 Hållbart beständigt trä för utomhusbruk  
 Inomhusmålarfärg och lack  
 Industriella rengörings- och avfettningsmedel  
 Kaffetjänster  
 Kemiska byggprodukter  
 Kopierings- och tryckpapper  
 Kontorsmaskiner  
 Kontors- och hobbyartiklar  
 Kompostbehållare  
 Kosmetiska produkter  
 Leksaker  
 Ljus  
 Maskindiskmedel och spolglans  
 Maskindiskmedel för professionellt bruk  
 Maskiner för park och trädgård  
 Mjukpapper  
 Möbler och inredningar  
 Pannor för fasta biobränslen  
 Pellets

Rengöringsmedel  
 Rengöringsmedel för livsmedelindustrin  
 Restauranger  
 Slutna eldstäder  
 Småhus, flerbostäder och förskolebyggnader  
 Städprodukter med mikrofiber  
 Städtjänster  
 Textilier, skinn och läder  
 Textilservice  
 Textiltvättmedel och fläckborttagningsmedel  
 Textiltvättmedel för professionellt bruk  
 Tonerkassetter  
 Tryckerier, trycksaker, kuvert och andra förädlade pappersprodukter  
 TV och projektorer  
 Uppladdningsbara batterier  
 Utemöbler och lekredskap  
 Vitvaror  
 Värmepumpar



## EU-Blomman

Absorberande hygienprodukter  
 Allrengöringsmedel och sanitetsrengöringsmedel  
 Bildåtergivningsutrustning  
 Bärbara datorer  
 Campingplatstjänster  
 Eldrivna eller gasdrivna värmepumpar och gasdrivna absorptionsvärmepumpar  
 Färger och lacker för inomhusbruk och utomhusbruk  
 Golvbeläggningar av trä  
 Handdiskmedel  
 Hårda golvbeläggningar  
 Jordförbättringsmedel  
 Konverterade pappersprodukter

Kopieringspapper och grafiskt papper  
 Kosmetiska produkter som sköljs bort  
 Ljuskällor  
 Logitjänster  
 Madrasser  
 Maskindiskmedel  
 Maskindiskmedel för industriellt och institutionellt bruk  
 Mjukpapper  
 Möbler av trä  
 Odlingssubstrat, jordförbättringsmedel och marktäckningsmaterial  
 Persondatorer  
 Sanitetsarmaturer  
 Skodon

Smörjmedel  
 Textila golvbeläggningar  
 Textilprodukter  
 Tidningspapper  
 Trycksaker  
 TV-apparater  
 Tvättmedel  
 Tvättmedel för industriellt och institutionellt bruk  
 Vattentoaletter och urinaler  
 Vattenvärmare  
 Växtmedier



Miljömärkning Sverige AB  
Besöksadress: Västgötagatan 2  
Box 38114  
100 64 Stockholm  
info@svanen.se | www.svanen.se