



# Rädda världen lite grann varje dag

Års- & hållbarhetsredovisning 2016  
Miljömärkning Sverige AB

Omslagsbilden: Världens viktigaste klassrum är en digital kampanj som ingår i bolagets övergripande kampanj Rädda världen lite grann varje dag

Fotografer:

Fredrik Hjerling, sidorna 5, 7, 10, 11, 21, 22, 29, 31, 33, 37 och 57

Therese Rydén, sidan 16

Fredrik Winqvist, sidorna 19, 27, 31 och 32

"Rädda världen lite grann varje dag":

William Hong, Reuters/TT, Jerker Lokrantz, Azote, Ryan McGinnis, AGE/TT.

Claudio Bresciani, TT och Anders Tedeholm, Azote

"Världens viktigaste klassrum":

AWB, Felix Odell/CameraLink



# Innehåll

En märkning för framtiden.....	4
Vår kärnverksamhet är hållbarhet.....	6
Svanen och EU-Blomman – två ledande miljömärken.....	6
Vårt nordiska arbete .....	6
Vår vision och värderingar .....	6
Lättare kräva miljömärkning i upphandling .....	7
Tre hållbarhetsmål.....	7
Styrelsens sammansättning .....	10
Ledningsgruppens sammansättning .....	11
Tre arbetsprocesser .....	12
Produktutveckling – vad vi utgår ifrån .....	13
Vår kriterieorganisation.....	13
Svanen.....	13
EU-Blomman.....	13
Så tas kraven (kriterier) fram för Svanen och EU-Blomman.....	13
Miljöplattformen .....	15
Cirkulär ekonomi.....	17
Kriterieutvecklingen 2016.....	17
Giltiga kriterier.....	18
Licensiering – och sedan ut på marknaden.....	20
Marknadsföring.....	20
Att miljömärka en textil.....	21
Vårt ansikte mot marknaden .....	22
Omvärlden och intressenter .....	22
Kommunikation och plattformar .....	23
Årets kampanjer 2016 .....	23
Projekt under 2016 .....	24
Intressentdialog .....	28
Vår väsentligaste fråga.....	30
Hållbarhetsredovisning enligt GRI.....	30
Väsentlighetsanalys .....	31
Medarbetare i fokus.....	31
Kunden i fokus .....	34
Konsumenter i fokus .....	34
GRI-index.....	38
Revisors rapport.....	40
Förvaltningsberättelse.....	42
Viktiga händelser under räkenskapsåret .....	42
Resultaträkning.....	45
Balansräkning .....	46
Noter .....	48
Revisionsberättelse .....	55
Miljömärkning Sverige AB Bolagsstyrningsrapport 2016 .....	56
Revisors yttrande .....	61

# En märkning för framtiden

Under året fick vi via kund- och konsumentundersökningar ånyo bekräftat vilken stark position Svanen har på den svenska marknaden. Kundnöjdheten från våra licenstagare som producerar Svanenmärkta varor och tjänster ökar – för tredje året i rad. Och dagens konsumenter visar stort förtroende för märkningen; många känner till och med stolthet när de gör Svanenmärkta val i sin konsumtion.

Men konsumtionsmönstret är under förändring och producenterna möter en ny situation och en annorlunda och utmanande marknad. Cirkulär ekonomi, delningsfilosofi och digitalisering är tre megatrender som påverkar människor och företag. Och miljömärkningen! Vi behövs idag för både konsument och producent, och vi är fast beslutade att vara lika relevanta för morgondagens marknad som för dagens.

Därför arbetar vi nu med en strategi för framtiden, där dagens trender ska vävas in i vårt arbete och vårt koncept. Alltifrån vilka produktgrupper vi ska märka till hur vi tar fram våra miljökriterier och licensierar produkter, och framför allt hur vi når och engagerar våra konsumenter. Dagens unga vuxna, tillika framtidens familjebildare, tänker och agerar inte som tidigare generationer. Men de behöver fortfarande information och vägledning för att göra hållbara konsumtionsval.

Som ett led i detta tog vi vår stora kampanj "Rädda världen lite grann varje dag" in i den digitala världen. Vi började massivt med utomhusreklam för att nå många och väcka brett intresse. Sedan lanserade vi "Världens viktigaste klassrum" där man i sociala medier kunde följa våra inbjudna externa talares syn på hållbar livsstil.

Arbetet för en hållbar utveckling är grunden för vår existens, och våra egna hållbarhetsmål är synonyma med våra verksamhetsmål. Av våra uppsatta treårsmål,

som vi i detalj redovisar längre fram i årsredovisningen, klarade vi två av tre. Nu har vi satt upp nya, utmanande mål för framtiden – alla med bäring på nyttan av vår miljömärkning.

Vi vill fortsätta möta marknaden med vår miljömärkning genom att stödja producenterna i sin miljökommunikation och ge konsumenterna vägledning för hållbara val. Och vi ska inte dra oss för storlek, komplexitet eller utmanande verklighet. Vi har precis lyckats ge byggbranschen en fungerande och dynamisk märkning. Nu planerar vi för ett kliv in på finansmarknaden genom lanseringen av Svanenmärkta investeringsfonder.

Vi är stolta över den position vår miljömärkning intagit, och som gör att vi är efterfrågade av nya branscher och nya företag, och som gör att vi har kraft att förändra vår konsumtion där det behövs. Nu ska vi säkra att vi också kan göra det i framtiden. Helt klart en utmaning men också vår skyldighet. Det är inget vi på Miljömärkning Sverige klarar själva, men tillsammans med våra stöttande organisationer, myndigheter och företag är jag övertygad om att det går. Vi ses där!



Ragnar Unge  
Vd, Miljömärkning Sverige AB



*Ragnar Unge, vd för Miljömärkning Sverige AB.*

# Vår kärnverksamhet är hållbarhet

På uppdrag av regeringen ansvarar Miljömärkning Sverige AB för den officiella nordiska miljömärkningen Svanen och dess europeiska motsvarighet, EU-Blomman, på den svenska marknaden. Kärnverksamheten är att kriterieutveckla, licensiera och marknadsföra miljömärkena Svanen och EU-Blomman.

Syftet med miljömärkningarna är att hjälpa människor att välja rätt produkter utifrån miljösynpunkt. Miljömärkning Sverige ska bidra till att Sveriges övergripande mål för konsumentpolitik uppfylls, det vill säga "väl fungerande konsumentmarknader och en miljömässigt, socialt och ekonomiskt hållbar konsumtion". Bolagets verksamhet ska genomsyras av transparens och ett öppet arbetssätt. Detta uppnås bland annat genom att ha en svensk, en nordisk och en europeisk miljömärkningsnämnd. Miljömärkningen involverar breda intressentgrupper och har ett brett remissförfarande.

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

## 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 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. 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, livscykelerspektiv samt kontroll av tredje part.

## Vårt nordiska arbete

Föreningen Nordisk Miljömärkning samordnar de nordiska miljömärkningsorganisationernas gemensamma arbete med miljömärket Svanen och EU:s miljömärke. Det finns tre centrala processer: kriterieutveckling, licensiering samt marknad- och kommunikation. Dessa processer styrs av nordiska grupper med representanter från respektive nationell organisation. Grupperna arbetar med att utveckla nordiska kriterier för olika produktgrupper, med licensieringsfrågor samt med samordning av marknadskommunikation. Därtill ett gemensamt IT-arbete för digitalt stöd till verksamheten och dess kunder. Syftet är att effektivisera och utveckla miljömärkningen.

## Vår vision och värderingar

Vår vision är att Svanen ska vara drivande i Norden för en hållbar livsstil och återspeglas i de marknadskampanjer som vi gjort under 2016. De värderingar som styr vårt nordiska arbete avspeglar både vårt arbetssätt och grundläggande värderingar inom bolaget. De sammanfattas i tre ord: trovärdig, målinriktad och tydlig.

## 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.

**Målinriktad:** 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".

## Lättare kräva miljömärkning i upphandling

Upphandling är ett viktigt område för bolaget. Under 2016 inleddes ett projekt för att bevaka miljömärkningens intressen inom området. Den nya upphandlingslagen, som trädde i kraft den 1 januari 2017, ger ökade möjligheter för licensinnehavare att offerera varor och tjänster med Svanen och EU-Blomman till upphandlande enheter.

Som ett stöd för både upphandlare och licensinnehavare har Miljömärkning Sverige satsat på att ta fram en vägledning för upphandling. Vägledningen hjälper upphandlare att ställa krav på rätt sätt och utnyttja möjligheten att direkt i upphandlingen kräva en miljömärkning. Detta kommer att bli en hjälp för många kommuner som till exempel har "Giftfri miljö" som miljömål, särskilt som

både Svanen och EU-Blomman har produktområden som passar väl in i detta begrepp.

För många upphandlare är uppföljning ett område som inte hinns med. Då riskerar de ställda kraven att bli en paperstiger. Med Svanen och EU-Blomman ingår alltid en uppföljning av de ställda kraven, eftersom kontroller ingår i kriterierna.

Utöver vägledningen har debattartiklar, seminarier och workshops utgjort viktiga delar för att påverka och sprida information.

## Tre hållbarhetsmål

Miljömärkning Sveriges ägare (staten) och vår omvärld i form av intressenter (producenter, handel, konsumenter, inköpare, myndigheter och miljö- och konsumentorganisationer) ser resultatet av bolagets arbete



Vid vårt upphandlingsseminarium i Almedalen deltog civilminister Ardalan Shekarabi.



Miljömärkning Sverige ansvarar för både Svanen och EU-Blomman.

som det primära området att sätta hållbarhetsmål för. Styrelsen satte därför upp tre övergripande för perioden 2014–2016 som integrerades med bolagets ordinarie verksamhetsmål. Nedan presenteras de tre målen och utfallet för perioden.

### Affären

Miljömärkningens licensintäkter, som speglar försäljningen av miljömärkta produkter, skulle öka med 10 % under de tre åren. Och bolaget skulle ha ett eget kapital motsvarande 33 % av den totala omsättningen.

När vi passerade årsskiftet hade vi ökat intäkterna från licenserna med hela 16,6 % trots att vi skärpt kraven för flera av våra stora produktgrupper. Det innebär alltså att det nu, på den svenska marknaden, säljs minst 16 % mer miljömärkta produkter än tidigare. Produkter som också i många fall klarat högre krav. Vi ser detta som ett resultat av våra stora konsumentkampanjer och att vi lyckats introducera några nya produktgrupper. Vårt mål ovan, för eget kapital, klarades också, och var 38,7 % vid årsskiftet.

### Planeten

1 000 licenser (företag) skulle ha klarat våra nya, skärpta krav.

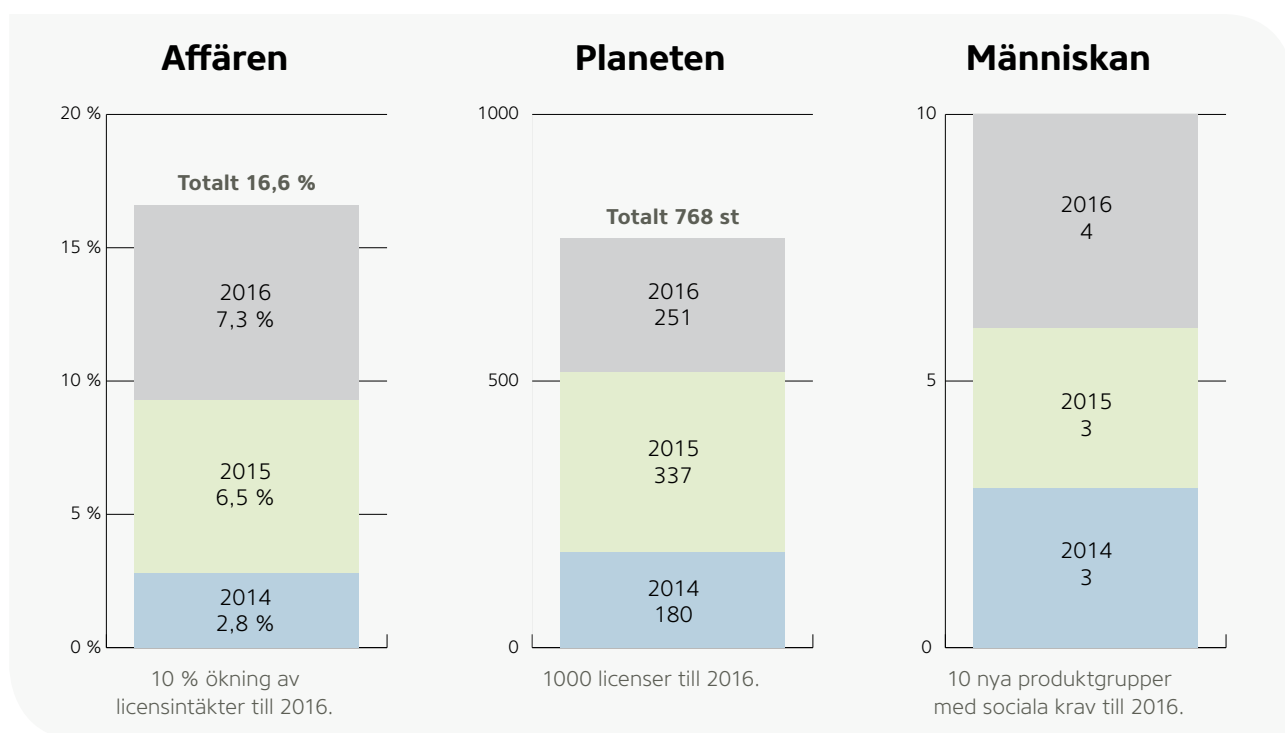
Resultatet efter de tre åren var att vi hade fått igenom 768 licenser gentemot våra höjda krav. Ett omfattande

arbete och ett gott resultat, men inte riktigt enligt det högt uppsatta målet. Orsaken är dock enkel att förklara. När Svanens och EU-Blommans arbete med att revidera kriterierna för vissa produktgrupper blev försenat, förlängdes de licenser som var kopplade till dessa kriterier automatiskt. Därmed minskade det totala antalet licenser som hade möjlighet att omprövas mot nya, skärpta krav. Mest påverkades vi av förseningen med nya kriterier för butiker. I Sverige finns 145 Svanenmärkta butiker som nu först 2017 ska mätas mot de nya kraven. Får vi igenom dem under kommande år tillsammans med några andra kundgrupper som också har försenade kriterier närmar vi oss målet – men alltså ett år för sent.

### Människan

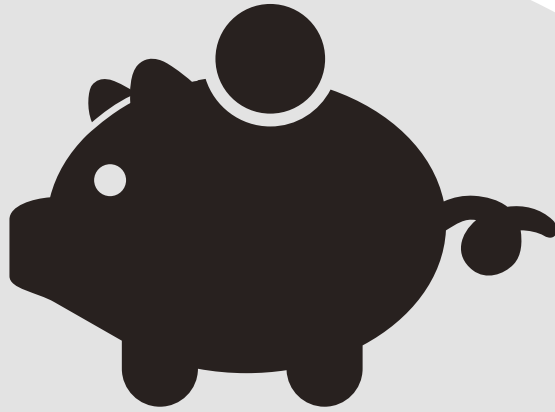
Sociala krav (utöver lagstiftning) skulle införas eller skärpas i våra kriterier för minst 10 produktgrupper.

Six stycken var avklarade inför 2016, och när EU-Blomman under vårt inflytande införde sociala krav i produktgrupperna skor, datorer samt hotell/vandrarhem, och Svanen skärpte de sociala kraven för miljömärkta städtjänster, var vi precis i mål enligt förhoppning. Det är och förblir en strategisk fråga för framtiden i vilken grad våra miljömärkningar också ska hantera sociala frågor. De nordiska länderna ser nämligen mycket olika på problemställningen.



Det totala antalet licenser ändras p g a hopslagningar av produktgrupper och licenser. Därför redovisas det inte längre som ett nyckeltal att följa över åren.





**Affären**



**Planeten**



**Människan**

# Styrelsens sammansättning



**Christina Lindbäck, ordf.**  
**NCC**

**Född:** 1963

**Titel:** Hållbarhetschef

**Utbildning:** Jur. kand., Stockholms universitet

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

**Nuvarande uppdrag:** Regeringens råd smarta städer. Axfoundation

**Ledamot sedan:** 2010



**Anita Falkenek**  
**Åhléns AB**

**Född:** 1964

**Titel:** Hållbarhetschef

**Utbildning:** Master of Science inom ekotoxikologi, Uppsala universitet

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

**Nuvarande uppdrag:** Medlem av BSCIs styrkommitté

**Ledamot sedan:** 2015



**Marita Axelsson**  
**Finansdepartementet**

**Född:** 1962

**Titel:** Kansliråd

**Utbildning:** Agronomekonom

**Ledamot sedan:** 2012



**Jan Johansson**  
**Scandic Hotels**

**Född:** 1962

**Titel:** SVP och CFO

**Utbildning:** Civilekonom, Uppsala universitet

**Ledamot sedan:** 2016



**Gunilla Jarlbro**  
**Lunds universitet**

**Född:** 1953

**Titel:** Professor i medie- och kommunikationsvetenskap

**Utbildning:** Fil. dr. i sociologi, Lunds universitet

**Ledamot sedan:** 2011



**Jan Peter Bergkvist**  
**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:** Tekn. lic., 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



**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



**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



**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., historia och litteraturvetenskap, 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



**Pierre Papp**  
Ekonomichef

**Född:** 1972

**Utbildning:** Ek. mag. 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:** Fil. mag. inom ekotoxikologi, Stockholms universitet

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

# Tre arbetsprocesser

Inom den nordiska organisationen finns tre övergripande processer som styr verksamheten: produktutveckling, licensiering och marknadsföring



## Produktutveckling

Miljömärkning Sverige AB arbetar inom den nordiska miljömärkningsorganisationen för att ta fram kriterier inom en mängd olika produktområden. Syftet är att ta fram relevanta krav ur livscykelperspektiv och som hjälper företag att minska sin miljöpåverkan och bidra till ett hållbart samhälle.



## Licensiering

Inom den nordiska organisationen arbetar Miljömärkning Sverige AB med att licensiera varor och tjänster med våra miljömärken Svanen och EU-Blomman. Ansökningsprocessen, som är frivillig, underlättas av IT-verktyg för att göra det enkelt för företag att erhålla licens.



## Marknadsföring

När en vara eller tjänst har klarat våra kriterier är det viktigt att företagen visar för omvärlden att de har fått en Svanen- och/eller EU-Blommanlicens. Miljömärkning Sverige AB arbetar med att skapa efterfrågan och sprida kunskap och kännedom om våra miljömärken via sociala medier, pr-aktiviteter, evenemang, seminarier, filmer och hemsida.

# Produktutveckling – vad vi utgår ifrån

Miljömärkningens fokus är att skilja ut de produkter som har en lägre miljöbelastning än konkurrerande produkter på den nordiska 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 produktion och konsumtion i en mer hållbar riktning.

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

## Vår kriterieorganisation

Nordisk Miljömärkning har en produktutvecklingsorganisation (kriterieorganisation). I varje land finns en nationell kriteriechef och produktansvariga 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 EU-kommissionen, som efter samråd med den europeiska miljömärkningsnämnden (EUEB) ger uppdrag åt kommissionens Joint Research Center (JRC) att utveckla ett kriterieförslag. Miljömärkning Sverige AB deltar med expertis och vår kriteriechef förbereder förslaget innan det går till den svenska miljömärkningsnämnden och departementet för beredning och ett svenskt ställningstagande.

## Svanen

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 2016 fanns Svanen inom 56 produktområden. Produktområdena omfattar både varor och tjänster.

## EU-Blomman

Kriterier tas fram i en europeisk process där samtliga 28 medlemsländer är inblandade. Miljömärkning Sverige finns representerat i flera olika expertgrupper. Den svenska miljömärkningsnämnden ges också möjlighet att ge 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. Ungefär sex månader senare antas kriterierna av kommissionen och publiceras i "the Official Journal of the European Union". EU-Blomman ställer precis som Svanen krav på bland annat klimatpåverkan, hälsa, kemikalier och funktionalitet.

## 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.



*En hållbar livsstil är Svanens nordiska vision och med tanke på framtida generationer är det viktigt att vi redan nu ändrar vår livsstil.*

- Nationell nämnd tar ställning. Nämnden består av representanter från näringsliv, konsumentorganisationer, myndigheter och miljöorganisationer.
- Slutligt beslut i den nordiska miljömärkningsnämnden. Nämnden består av ordförandena från varje nationell nämnd.
- 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

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.

Miljömärkning Sverige för kontinuerligt en dialog med intressenterna om bland annat kriterieutveckling genom öppna remisser. De bjuds oftast också in till referensmöten för att föra fram synpunkter på våra kriterier innan de beslutas.

#### **Livscykelperspektiv**

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

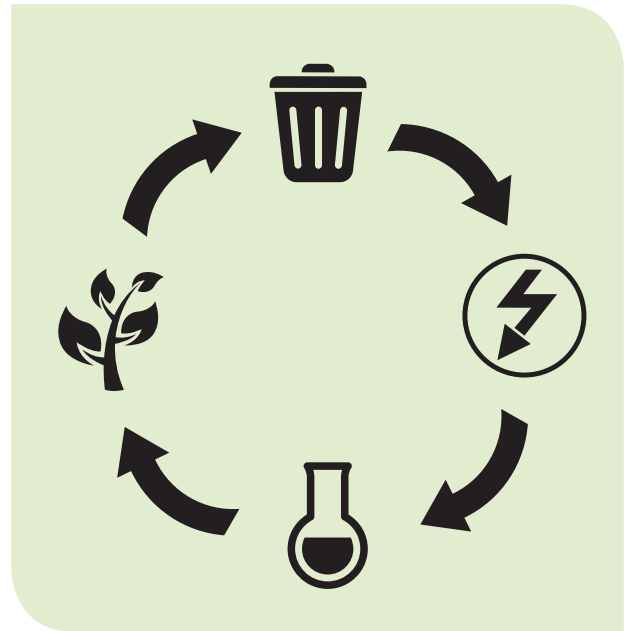
användning till avfall/återvinning. Genom att betrakta hela livscykeln säkerställs bedömningen av de mest relevanta delarna av miljöbelastningen, samtidigt som uppmärksamheten riktas mot att inte bidra till att flytta miljöpåverkan från ett område till ett annat ("burden shift"). MEKA-modellen (miljöbedömning av Material, 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 en 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 FN:s 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.



Svanen och EU-Blomman arbetar utifrån ett livscykel-perspektiv.



Vår miljöplattform omfattar bland annat avfall, energi, kemikalier och biologisk mångfald.

### Kontrollbesök – ett bra sätt att kontrollera även hur företag uppfyller krav om mänskliga rättigheter

I våra kriterier har vi formulerat krav på att företag som ansöker om en Svanenlicens ska följa internationella riktlinjer och nationella lagar för att mänskliga rättigheter upprätthålls i alla delar av företagen och deras underleverantörer.

En av våra miljöhandläggare är ofta på kontrollbesök hos våra licensinnehavare i utlandet. Här är en kort sammanfattning av hur han arbetar med att följa upp hur företag arbetar för mänskliga rättigheter:

”När jag är ute och gör dessa företagsbesök så tar jag upp ett samtal om mänskliga rättigheter och företagen får förklara hur de lever upp till internationella riktlinjer och nationella lagar inom detta område. Om vi i arbetet med produktgruppen uppmärksammat att det finns problem med mänskliga rättigheter i branschen så är det än viktigare att lyfta dessa frågor. Vi har t.ex. möjligheten att föra samtal med fackliga organisationer på företaget om vi finner det nödvändigt. Jag ber även företagen att beskriva hur de följer upp att deras underleverantörer följer lagar och olika riktlinjer.

Vid företagsbesöken följer jag även upp arbetsmiljöfrågor. Ofta handlar detta om hur buller och luftföroreningar i arbetsmiljön minimeras. Jag kontrollerar bland annat tillgången av skyddsutrustning och vilka rutiner företagen har för att få sin personal att använda skyddsutrustning.”

## Miljöplattformen

Miljömärkningens miljöplattform gäller i alla nordiska länder och är grunden till hur Svanen 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 som misstänks ha oönskade egenskaper, trots att dessa varken är faroklassificerade eller medtagna på någon myndighetsreglerad 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 visar att det kan ta lång tid innan ny forskning bekräftas som 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.

### Engianvändning och klimateffekt

Koncentrationen av växthusgaser, särskilt koldioxid, i atmosfären har ökat sedan industrialiseringen tog fart. FN:s vetenskapliga klimatpanel (IPCC) har fastslagit att



människans utsläpp av fossila växthusgaser och andra aktiviteter mycket starkt bidragit till en ökad global medeltemperatur och att detta riskerar att få svåra konsekvenser. Vi ser allvarligt på dessa utsläpp; energi-effektivisering 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 föreningar som påverkar människors hälsa och miljön negativt. Därför är effekterna svåra att bedöma. Flertalet av de miljöfarliga ämnen som hittas i naturen idag är ämnen som är svåra för naturen att bryta ner. De är långlivade och återfinns därför i miljön, i livsmedel och i oss människor. Punktkällor, där kemikalier under mer eller mindre kontrollerade former 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 avges, så kallad *diffus emission*. Miljömärkningen arbetar för att minimera mängden hälso- och miljöfarliga ämnen i livscykeln.

### **Biologisk mångfald**

Det sätt på vilket vi idag nyttjar naturens resurser är ett allvarligt hot mot den mångfald av livsmiljöer och rikedom av olika växt- och djurarter som finns. Om

denna mångfald minskar försämras naturens möjlighet att svara på 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. Miljömärkning Sverige AB bidrar till Svanens och EU-Blommans kriteriearbete och verkar där för en långsiktigt hållbar råvaruproduktion som bidrar till framtida god tillgång 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



Miljömärkning Sverige gör regelbundna kontrollbesök hos våra licensinnehavare.



När nya kriterier utvecklas läggs mycket tid på omvärldsbevakning och att undersöka nya forskningsrön om bland annat byggnadsmaterial, kemikalier, och energifrågor.



förväntat. Tillsammans med krav på kvalitetsledning säkerställs att varan och tjänsten lever upp till kraven och är av god kvalitet under licensens giltighetstid.

## Cirkulär ekonomi

Svanen är ett bra verktyg för att främja cirkulär ekonomi – och därmed stärka företagets konkurrenskraft, främja deras resurseffektivitet samt bidra till att skapa nya affärsmodeller och innovativa lösningar. Termen "Cirkulär ekonomi" har definierats som "en ekonomi, där värdet av produkter, material och tillgångar bibehålls (inom ekonomin) så länge som möjligt och där avfallsproduktionen hålls på en så låg nivå som möjligt. "Closing the Loop – An EU Action Plan for the Circular Economy."

Svanen har ett cirkulärt förhållningssätt till livscykel och det är just detta synsätt som är en förutsättning för den cirkulära ekonomin. Det innebär att fokus ligger på hur åtgärder inom en fas har en positiv effekt på flera ställen i livscykeln. Negativa miljöeffekter som kan flyttas någon annanstans i livscykeln undviks härmed.

Cirkulär ekonomi är inte bara fokus på slutna system för den enskilda produkten utan också ett gemensamt cirkulärt resurssystem. Cirkulär ekonomi kan stimuleras på flera sätt i livscykeln för en produkt eller tjänst. Samtidigt är det ett komplext system som omfattar ännu mer än bara produktutveckling. Svanen följer den internationella diskussionen där andra aspekter finns att beakta.





### Nordiskt projekt

Nordisk Miljömärkning deltar i projektet "Nordic Swan, Circular Economy and Product Environmental Footprint" som är ett av projekten som Nordiska Ministerrådet ger ekonomiskt stöd till. Projektet ska pågå tre år (2016–2018).















Fokus ska ligga på hur man evaluerar Svanens kriterier som en del i processen att utveckla en cirkulär ekonomi och att marknadsföra produkter som har en så liten miljöpåverkan som möjligt.

## Kriterieutveckling 2016

### Märke Pågående ny kriterieutveckling

-  Investeringsfonder
-  Babyprodukter av textil
-  Emballage för flytande livsmedel
-  Renovering

### Märke Reviderade kriterier

-  Dagligvarubutiker
-  Småhus, flerbostadshus och byggnader för skolor och förskolor
-  Hygienprodukter
-  Kosmetiska produkter
-  Städtjänster
-  Möbler
-  Skodon
-  Persondatorer, bärbara datorer och datorplattor
-  Turistlogi, campingplatser och logitjänster
-  Golvbeläggningar av trä
-  Maskindiskmedel
-  Handdiskmedel
-  Allrengöringsmedel och sanitetsrengöringsmedel
-  Maskindiskmedel för industriellt och institutionellt bruk
-  Tvättmedel

### Svenska Nämnden 2016

Christina Lindbäck, ordförande  
 Henry Kenamets, Jordens Vänner  
 Katarina Järverup Frisk, Konsumentverket  
 Carlos Lopes, Energimyndigheten  
 Ann Christiansson, Svensk Handel  
 Erik Gravenfors, Kemikalieinspektionen  
 Anne Karlsson, Sveriges Kommuner och Landsting  
 Eva Eiderström, Naturskyddsföreningen  
 Anna Melvås, Svenskt Näringsliv  
 Anders Finnson, Svenskt Vatten  
 Jens Henriksson, Sveriges Konsumenter

# Giltiga kriterier



## Svanen

Alternativ kemtvätt  
Avloppsfria toaletter  
Bil- och båtårdsprodukter  
Bygg- och fasadskivor  
Dagligvarubutiker  
Datorer  
Digital fotoframkallning  
Drivmedel  
Engångsartiklar för mat  
Engångsbatterier  
Engångsprodukter för medicinskt bruk  
Fettäta papper  
Fordonstvättar  
Fönster och ytterdörrar  
Golv  
Golvvårdsmedel  
Halkbekämpningsmedel  
Handdiskmedel  
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  
Maskindiskmedel för professionellt bruk  
Maskiner för park och trädgård  
Mjukpapper  
Möbler och inredningar  
Pannor för fasta biobränslen  
Pellets

Rengöringsmedel  
Rengöringsmedel för livsmedelindustrin  
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  
Eldrivna eller gasdrivna värmepumpar och gasdrivna absorptionsvärmepumpar  
Färger och lacker för inomhusbruk och utomhusbruk  
Golvbeläggningar av trä  
Handdiskmedel  
Hårda golvbeläggningar  
Konverterade pappersprodukter

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

Smörjmedel  
Textilprodukter  
Tidningspapper  
Trycksaker  
TV-apparater  
Turistlogi, campingplats- och logitjänster  
Tvättmedel  
Tvättmedel för industriellt och institutionellt bruk  
Vattentoaletter och urinaler  
Vattenvärmare



# Licensiering – och sedan ut på marknaden

Varje år ansöker många företag om att få en Svanen- och/eller EU-Blommanlicens. När ett företag ansöker om en miljömärkningslicens granskas inlämnade testrapporter och dokumentation noggrant för att kontrollera att alla krav uppfylls. När allt är uppfyllt, får företaget en licens för sin vara eller tjänst.

Det är varje enskilt företags ansvar och beslut att själv ansöka om en Svanen- eller EU-Blommanlicens. Innan man beslutar sig kan man granska vilka kriterier det finns för varje produktgrupp. Ansökan fylls i, dokumentation bifogas och ofta utförs ett kontrollbesök i samband med ansökan. Vi får ofta frågan hur lång tid det tar att utfärda en licens? Det beror helt på vilken produkt som ska märkas och hur väl förberett företaget är och hur snabbt de kan ta fram all dokumentation som krävs.

## Marknadsföring

Licensierade produkter får efter godkänd licens säljas och marknadsföras med Svanens och/eller EU-Blommans märke. Licensen gäller så länge kriterierna för produkten är giltiga, vanligtvis mellan tre till fem år. Omprövning av licenser sker kontinuerligt när reviderade kriterier införs. De som har Svanen- och/eller EU-Blommanlicenser måste då ansöka på nytt och processen börjar om från början. Detta förfarande påverkar Miljömärkning Sveriges eget hållbarhetsmål gällande



*För varje fibersort måste det finnas deklARATIONER som garanterar att miljömärkningens krav är uppfyllda.*



*När våra miljöhandläggare har godkänt en ansökan får företaget använda Svanen och/eller sin EU-Blommanlicens i all marknadsföring.*

antalet licenser. Om en produktgrupp med stort antal licenser ska omprövas kan detta ta lång tid och under en period minskar antalet licenser på området drastiskt. Ibland slås också två kriteriedokument ihop vilket även det påverkar antalet licenser.

## Att miljömärka en textil

För textiltillverkare är det ofta en krävande uppgift att ansöka om miljömärkningslicens eftersom kraven täcker hela produktionskedjan. Därför startar ansökningsprocessen med en kartläggning av hela produktionskedjan – från fiberframtagning och spinning av garn till beredning av tyg och färdig textil. Underleverantörer av material och kemikalier måste göras väl förberedda på att delta i arbetet med miljömärkning eftersom en stor del bygger på deras samarbete och uppgifter. Har textiltillverkaren redan en certifiering med till exempel GOTS eller annan "helhetsmärkning", finns en del krav redan bevisade, vilket vi kan använda direkt.

För varje fibersort måste fiber- och garntillverkarna visa att de klarar gränser för vissa utsläpp till luft och vatten och noga välja rätt kemikalier med deklarerationer som klarar miljömärkningens krav. För naturfiber kan de bland annat få visa certifikat för andel ekologisk bomull, göra analys för rester av bekämpningsmedel och för skogsråvara visa att ursprunget är hållbart. Ibland får fiber- och garnleverantörer komplettera sina uppgifter till oss.

Färgerierna redovisar alla kemikalier de använder för tvätt, blekning, färgning och tryckning. Vi kontrollerar

att deras deklarerationer av hälso- och miljöfarlighet lever upp till våra krav. Det är vanligt att vi samarbetar direkt med leverantörerna för att korta informationsledet. Det kan handla om ca 200 kemikalier för en licens beroende på antal fibersorter och önskemål om färger på tygerna från beställaren. Det händer ibland att kemikalier byts ut på grund av brist på data eller otillåtna egenskaper. Gör de sedan efterbehandlingar, som mjukgörning eller beläggningar, måste även dessa bedömas efter kraven och data på beståndsdelarnas egenskaper granskas. Även vissa utsläpp från färgerierna måste redovisas och hålla måttet.

Om textilen ska bli till konfektion ingår även knappar, blyxtlås och andra accessoarer i granskningen. Här ser vi på analyser från testlabb av innehåll för till exempel vissa metaller och mjukgörare.

Textilproducenten får sedan, via ett labb, testa de färdiga plaggen för färgäkthet vid tvätt, användning och i ljus, där goda betyg ska uppnås.

När allt är klart får producenten en licens som ska användas när textilierna säljs. När licensen är klar väljer många företag ofta att påbörja en utvidgning av sin licens. De vill till exempel lägga till flera nya artiklar eller nya färger. Bygger de nya produkterna på precis samma produktion som tidigare gör det arbetet enklare för den som ska handlägga licensen. Om inte, börjar processen om från början igen.



# Vårt ansikte mot marknaden

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

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.

## Omvärld och intressenter

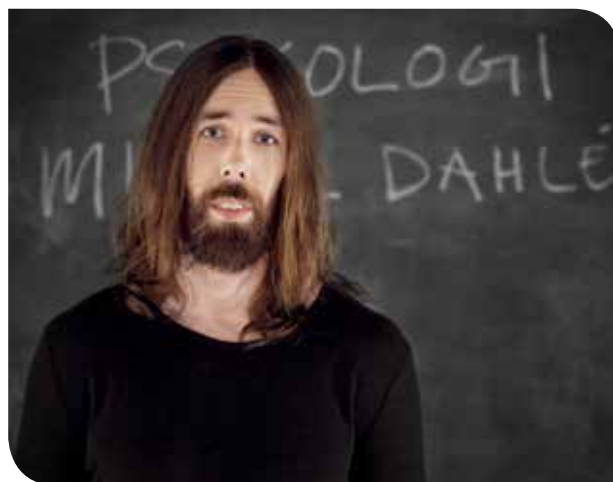
I Miljömärkning Sveriges kvalitets- och miljöpolicy slås fast att om en trovärdig miljömärkning ska kunna erbjudas som bästa redskap för miljömässigt hållbara produktval, måste en dialog föras med bolagets intressenter. De viktigaste intressentgrupperna för Miljömärkning Sverige är konsumenter, kunder (licensinnehavare), ägare, styrelse och nämnd, medarbetare, verk och myn-

digheter, leverantörer samt ett antal miljö- och ideella organisationer. Förutom dessa är följande grupper också identifierade som viktiga intressegrupper: medlemmar i Svanens inköpsnätverk, politiker, opinionsbildare, medier, statliga bolag samt övriga intresseföreningar som har fokus på miljöfrågor.

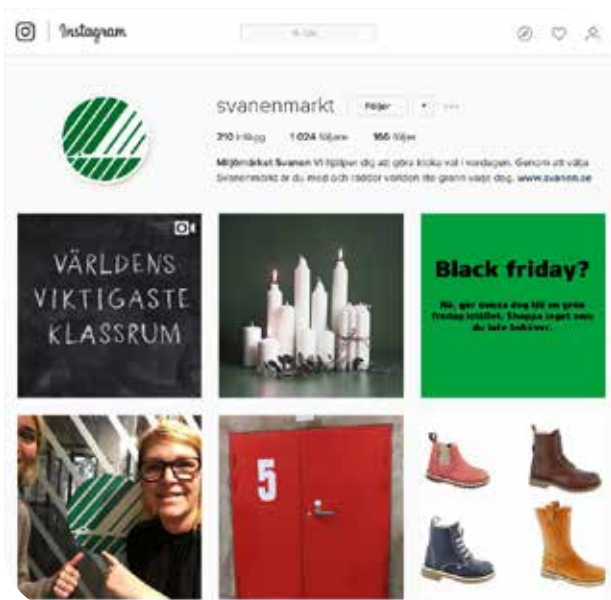
Miljömärkning Sverige för kontinuerligt en dialog med intressenterna om bolagets arbete. Deras synpunkter efterfrågas vid kriterieutveckling genom öppna remisser och de bjuds in till referensmöten för att diskutera licensierings- och marknadsfrågor. Samtidigt har de också möjlighet att tycka till och diskutera med oss genom de sociala kanaler där vi verkar.



*Gudrun Schyman och Seher Yilmaz var några av talarna på Svanens seminarium i Almedalen under ledning av Pär Lernström.*



*Svanens digitala kampanj drogs igång med temat Världens viktigaste klassrum.*



De sociala kanalerna har en nyckelroll i Miljömärkning Sveriges kommunikationsarbete.

## Kommunikation och plattformar

Via hemsidan, svanen.se, kan den som önskar kontakta Miljömärkning Sverige (info@svanen.se), hitta nya licensierade varor och tjänster, läsa pressinformation och nyhetsartiklar, prenumerera på webbnyheter och mycket mer. Här kan även våra intressenter skicka in förslag på nya produktgrupper.

Nyheter skickas löpande till utvalda medier (till exempel 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 kommunikationsarbetet är sociala medier. Miljömärkning Sverige AB finns på Twitter, Facebook, Instagram och LinkedIn. Via dessa kanaler finns möjligheten att föra dialog med tusentals följare. De olika kanalerna har olika målgrupper och tjänar olika syften.

I november fick till exempel @svanens tweets nästan 29 000 visningar. Mest populärt, med nära 6 000 visningar, blev en tweet om Black Friday, där vi uppmanade följarna att inte handla något de inte behöver utan istället göra dagen till en grön fredag. Inlägget gillades även på Facebook och Instagram.

Vår senaste satsning är på rörligt material vilket innebär att även vår Youtube-kanal har blivit en viktig del i kommunikationsarbetet. Genom att producera egna korta filmer vill vi påverka, utbilda och informera olika målgrupper inom olika områden.

## Årets kampanjer 2016

### Rädda Världen

Sedan januari 2015 driver Svanen varumärkeskampanjen "Rädda världen lite grann varje dag" med fokus på utomhusmedia. Under januari 2016 fortsatte denna utomhuskampanj över hela Sverige.

Syftet var att nå ut till den breda allmänheten och uppmärksamma vikten av en hållbar livsstil och ge inspiration till att ändra sitt beteende. Under samma period lanserades kampanjen även på SJ med tåg reklam mellan Stockholm, Malmö och Göteborg.

### Världens viktigaste klassrum

Som ett komplement till Rädda Världen-kampanjen lanserades i maj världensviktigasteklassrum.se. En sajt som bland annat innehåller korta filmer med kända personer som ger sin syn på vad hållbarhet och en hållbar livsstil innebär för dem. På sajten finns också ett quiz där besökarna får svara på frågor om hållbarhet och där de sedan kan jämföra sina resultat mot "svenska folket".

Världens viktigaste klassrum tillkom dels för att ge våra kunder ett material som enkelt kan delas och spridas. Och dels som ett sätt att bidra till arbetet i gruppen som arbetar med Sveriges genomförande av FN:s ramverk av program för hållbar konsumtion och produktion som har fokus på hållbara livsstilar. Kampanjen stödjer också vår vision om att Norden, med Svanens hjälp, ska ses som en föregångare när det handlar om hållbara livsstilar.

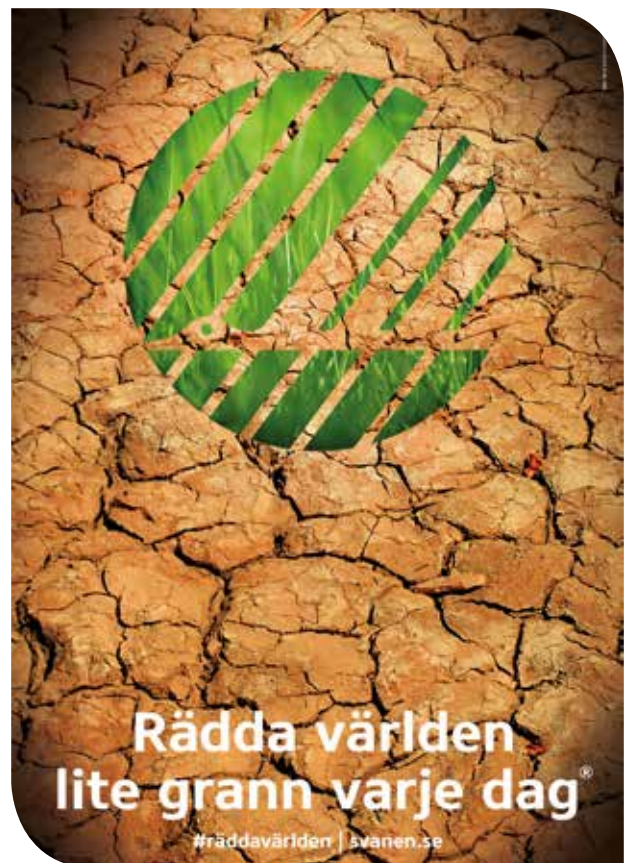
### Varför ett digitalt klassrum?

Med Världens viktigaste klassrum vill vi lyfta blicken och bredda vårt varumärke genom att ta ett större grepp om vad en hållbar livsstil innebär. Vi har skapat ett digitalt klassrum där olika intressanta och inspirerande personer, våra lärare, tar upp frågor som förutom miljöfrågan även handlar om flyktingkrisen, jämställdhet, forskning, bankernas roll i en hållbar framtid och mycket annat.

### Hållbar livsstil och kurs

Syftet med det digitala klassrummet är att engagera fler människor att göra en insats för ett mer hållbart samhälle, men även att Svanen ska få en expertposition och bli den naturliga parten och arenan för frågor kring miljö och hållbarhet. Det gör vi genom att visa att en hållbar livsstil kan se ut på många olika sätt och genom att dela med oss av flera inspirerande människors tankar om vad en hållbar livsstil kan vara.

De lärare som hittills medverkat är: Amanda Lundeteg, Klas Eklund, Maria Strømme, Micael Dahlén, Suad Ali, Saga Becker och Simon Lussetti.



Under 2016 fortsatte vår övergripande kampanj *Rädda världen lite grann varje dag* med affischer i Stockholms tunnelbana och i många andra svenska städer.

## Projekt under 2016

### Svanenmärkt i badrumsskåpet

Miljömärkning Sverige deltog i april som utställare på årets upplaga av Stockholm Beauty Week för att berätta om fördelarna med Svanen- och EU-Blommanmärkt kosmetika. Vi stod även som värd för det avslutande minglet som lockade ett hundratal aktörer bland annat från skönhetsbranschen, bloggare, aktörer, och journalister.

Under de senaste åren har det kommit allt fler kosmetiska produkter med Svanen och EU-Blomman på butikshyllorna, framför allt hud- och hårvård och hela babyserier. Ännu har dock ingen lyckats märka en sminkprodukt.

### Fullsatta seminarier i Almedalen

Att delta i Almedalen är en viktig del i Svanens strategiska kommunikation. Vår medverkan har många syften, allt från varumärkesbyggande, relationsbyggande, kundvård, strategiskt sälj till vidareutveckling av vår egen personal. Miljömärkningens egna seminarier syftar bland annat till att lyfta viktiga aktuella projekt, lyfta våra kunders miljöarbete, knyta kontakter med politiker och samarbetspartner.

I år valde vi att fokusera på följande teman på våra seminarier:

#### • Kan turismen rädda världen?

Syftet var att stärka slagkraften för Svanenmärkta hotell, restauranger och konferenser gentemot andra certifieringar. Vi bjöd därför in Svenska Möten, Scandic, Visita och lokala politiker för att diskutera hållbarhet i besöksnäringen.

#### • Världens viktigaste lektion

För att stärka vår kampanj Världens viktigaste klassrum tog vi med den även i Almedalen. Temat på seminariet var hållbara livsstilar. Seher Yilmaz från Rättviseförmedlingen, Gudrun Schyman och Pär Holmgren medverkade i panelen. Pär Lernström var moderator och vår vd Ragnar Unge var rektor. Rättviseförmedlingen direkt-sände seminariet på Facebook med över 9 400 tittare.

#### • Kan Svanenmärkta investeringsfonder rädda världen?

Syftet med seminariet var att introducera Svanens kommande kriterier för investeringsfonder. Vi bjöd in till en hearing där publiken var aktiv och röstade i olika frågor. Panelen bestod av insatta deltagare från refe-





rensgruppen för investeringsfonder och Ragnar Unge var moderator.

• **Är juristerna ett hinder för hållbar upphandling?**

Här framhävde vi Svanen och EU-Blomman som effektiva redskap för upphandling. Upphandling är extra aktuellt eftersom en ny lag och en ny myndighet förväntas främja miljömärkningar. Minister Ardalan Shekarabi medverkade och Johan Kuylenstierna var moderator.

De flesta seminarierna var fullsatta och folk fick vända i dörren då de inte fick plats. Vi uppskattar att vi hade totalt 400 deltagare. Alla seminarierna fick också ett gott utslag i sociala medier.

*Förutom våra seminarier i egen regi deltog Svanens medarbetare som talare på flera andra event:*

- Vad finns i en smartphone? – arrangör Samsung.
- En knuff i hållbar riktning, nudging som verktyg för att underlätta goda val – arrangör Yennenga.
- EU:s handlingsplan för cirkulär ekonomi, hur påverkas elektronikbranschen?
- Hållbar konsumtion – arrangör Örebro stad.
- Hållbar konsumtion – arrangör Hagainiciativet. Vi fick

även möjligheten att dela ut certifikat till Preem för deras Svanenmärkta diesel.

- Att vi blir inbjudna som talare på andra aktörers seminarier är en effekt av att Svanen profilerar sig i Almedalen sedan flera år, vilket är positivt för ökad synlighet och nya kontakter.

**Våra samarbeten med andra Tredjeparts-certifieringar**

ModUpp fortsätter att påverka beslutsfattare och upphandlare. ModUpp2020 är ett nätverk som startades av Svanen för fyra år sedan. Målet är att få fler aktörer att ställa miljökrav vid upphandling. Medverkande organisationer är Naturskyddsföreningen (Bra Miljöval), TCO Development, Fairtrade, MSC och KRAV. Samtliga är tredjeparts-certifieringar.

Att använda tredjeparts-certifieringar är en ovärderlig resurs för upphandlare, där uppföljning av ställda miljökrav alltför ofta blir en papperstiger. Detta går det att läsa mer om i en rapport som ModUpp presenterade för olika intressenter: SKL Kommentus, Kammarkollegiet, Statens inköpscentral och Upphandlingsmyndigheten. ModUpp har också skrivit debattartiklar om den nya nationella



Svanen samarbetade med Naturskyddsföreningen i kampanjen Fräsch på Riktigt. Kampanjen fortsätter under 2017.

upphandlingsstrategin samt debatterat upphandlingsklimat i Almédalen.

#### • Utökad samarbete mellan Svanen och Blå Ängeln

Tysklands officiella miljömärke Blå Ängeln och nordiska Svanen träffades på ett möte i Berlin för att diskutera ett närmare samarbete mellan de båda systemen. Högst på agendan stod en utökad samordning av kraven för kontorsmaskiner.

Eftersom många företag är internationella och vill märka sina produkter på flera marknader är det viktigt för de olika nationella miljömärkena att samarbeta kring sina respektive kriterier. Genom att i så hög grad som möjligt samordna kraven blir det betydligt enklare för internationella kunder att jobba med miljömärkning. Klarar de kraven för en märkning kan de tillgodoräkna sig det arbetet när de ansöker om ett annat lands märkning. Det sparar både tid och pengar.

Mötet mellan Svanen och Blå Ängeln var startpunkten för ett framtida samarbete. Vi ska i första hand utbyta information för att ytterligare samordna våra krav för kontorsmaskiner. Därefter ska vi se över våra respektive produktgrupper för att identifiera fler kriterier där vi kan jobba med en samordning.

#### • Fräsch på riktigt

I månadsskiftet september/oktober deltog vi i Naturskyddsföreningens kampanj "Fräsch på riktigt". Syftet med kampanjen är att peka ut vilka produkter i badrumsskåpet som faktiskt håller människan och naturen fräsch. Och vilka som innehåller mindre fräscha saker.

Kampanjen syntes i tv, sociala medier, butiker och i print. Svanenmärkta produkter lyftes fram lika mycket som produkter märkta med Bra Miljöval. Även EU-Blomman fick ta del av uppmärksamheten. Kampanjen hade sin höjdpunkt under vecka 40 (Miljövänliga veckan) men fortsätter leva under hela 2017.

#### För hållbara affärer – Svanens inköpsnätverk

Svanens inköpsnätverk har till syfte att skapa efterfrågan på miljömärkta varor och tjänster på B2B-marknaden och riktar sig till inköpare i företag och organisationer. Tanken är att ge nätverksmedlemmarna möjlighet att göra mer hållbara affärer med varandra och sprida goda arbetssätt mellan medlemmarna.

Under året har nätverket haft träffar i Göteborg, Stockholm och Malmö för att medlemmarna ska kunna ge varandra inspiration i sitt hållbarhetsarbete. I nätverket finns flera hållbarhetskonsulter som under 2016 varit med och bidragit med sin kunskap. De har gett nätverksmedlemmar handfasta tips på hur de ska jobba med FN:s hållbarhetsmål, hur man kan tänka för att få ut det mesta av sitt miljöarbete och hur man kan jobba med mångfald. Även licensinnehavare och andra nätverksmedlemmar har delat med sig av hur deras verksamheter arbetar med hållbarhetsfrågor.

*Årets träffar har handlat om:*

#### • Hur arbeta med FN:s hållbarhetsmål?

Seminarium i Göteborg i april. Fokus på FN:s hållbarhetsmål och hur de påverkar företagets miljöarbete.



*I Svanens nätverk anordnas många seminarier för att ge möjlighet för kunskapsutbyte om miljö- och andra hållbarhetsfrågor.*

Medverkande: New Wave Group, Fordonsgas, Schagerholm Miljökonsult.

Seminarium i Malmö i november. Fokus på FN:s hållbarhetsmål och hur de påverkar företagens miljöarbete.

Medverkande: Norrgavel, Movebybike, Schagerholm Miljökonsult.

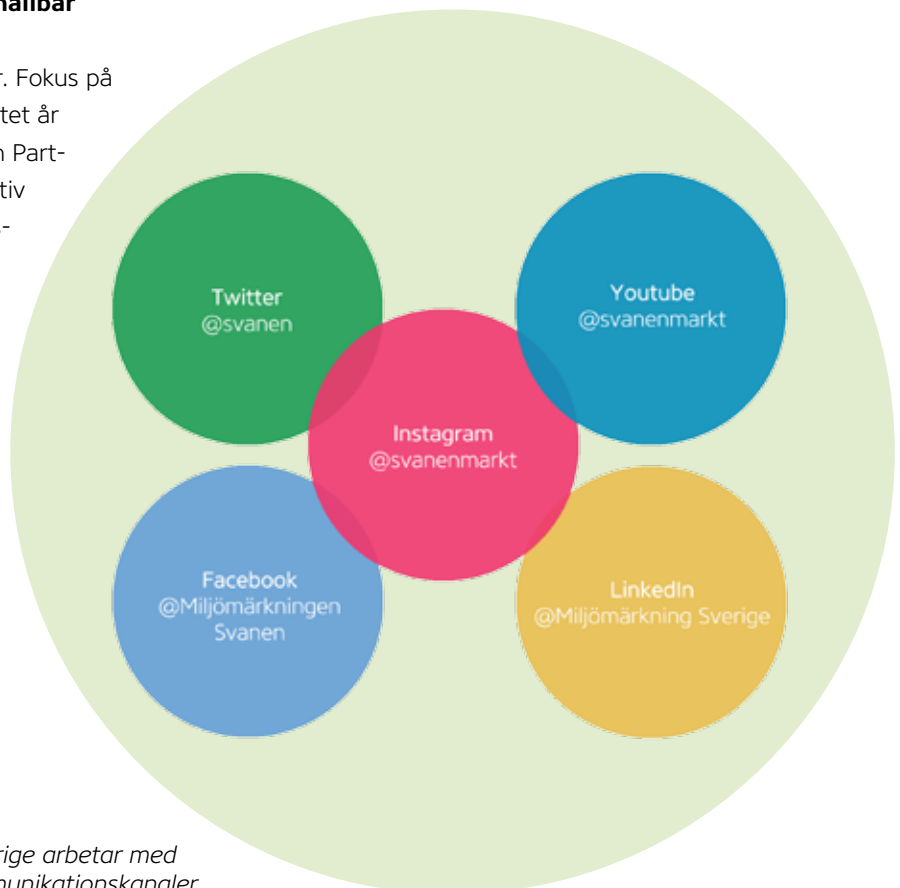
**• Hur kan Coca-cola bidra till en hållbar framtid?**

Seminarium i Stockholm i september. Fokus på hur man lyckas med hållbarhetsarbetet år efter år och hur Coca-Cola European Partners Sverige jobbar för att göra positiv skillnad på en marknad där miljömässigt- och socialt ansvar spelar en större roll.

Medverkande: Coca-Cola European Partners Sverige, Trossa, AcadeMedia.

**• Att ta ansvar**

Seminarium i Stockholm i november. Fokus på hur vi kan jobba med mångfald och skapa trygga arbetsplatser. Medverkande: Goodpoint, IM (individuell Människohjälp) WhistleB.



*Miljömärkning Sverige arbetar med flera olika kommunikationskanaler.*

# 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 av kriterier 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, exv. 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
- Webbaseerade verktyg för att underlätta licensansökningar
- Stark närvaro i sociala medier (Facebook, Twitter, Instagram, LinkedIn)
- Seminarier och webinarier



- Nordiska kund- och varumärkesundersökningar
- Marknadskampanjer och kundenkäter

### **Konsumenter**

#### *Fokusområden*

- Hållbar livsstil
- Kunskap om Typ1-märkningar

#### *Exempel på dialoger/aktiviteter*

- Stark närvaro i sociala medier (Facebook, Twitter, Instagram, LinkedIn)
- Information på Svanens hemsida
- Marknadsförings- och kommunikationsinsatser
- Stöd till journalister
- Samarbete med andra miljöorganisationer och intresseföreningar
- Seminarier och evenemang

### **Myndigheter**

#### *Nyckelfrågor för myndigheter*

- 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
- Marknadskommunikation 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



# Vår väsentligaste 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. Samtidigt gör vi insatser för att stärka våra varumärken Svanen och EU-Blomman för att ännu fler ska känna till hur man kan påverka sin livsstil i hållbar riktning.

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. Denna rapport 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 Inköpsnätverk.

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 i kapitlet Vår kärnverksamhet är hållbarhet, sid 6.

## 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 2016 till 31 december 2016. Den föregående redovisningen publicerades i april 2016 och omfattade året 2015. 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.

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

Inga ändringar i redovisningsprinciper har skett under 2016 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.



Våra anställda är ofta ute och föreläser om vår verksamhet.

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

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 år 2013 och revideras därefter varje år.

För 2016 har även intressentgruppen konsumenter tagits med som utgångspunkt.

Bolagets års- och hållbarhetsredovisning är en samordnad rapport där information om företagets arbete med hållbarhetsfrågor och deras utfall beskrivs tillsammans med företagets finansiella utveckling. För 2016 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



Vår personal har ofta möjlighet till avkopplande samtal i vårt aktivitetsbaserat kontor.

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.

## Medarbetare i fokus

En framgångsfaktor för Miljömärkning Sverige är att ha kunnig och engagerad personal med en trygg och stimulerande arbetsmiljö. För att lyckas krävs förmåga att attrahera och behålla engagerade och kompetenta medarbetare. Att ha rätt person på rätt plats är en av förutsättningarna för att uppnå mål och god lönsamhet. Det har också stor betydelse för att uppnå bra kundrelationer och på lång sikt uppfyllandet av Miljömärkning Sverige AB:s hållbarhetsmål. Samtliga anställda omfattas av kollektivavtal.

### Medarbetarundersökning

En medarbetarundersökning gjordes i september 2016 och resultaten analyserades under fjärde 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 den använda 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?



- Kan du påverka din arbetssituation?
- 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?

Bland förbättringsområdena nämns att personalen behöver mer tid för planering och återkoppling av det dagliga arbetet på en tillräckligt frekvent nivå, samt upplevd stress.

### Kontorsmiljön

En intern enkät har genomförts i december 2016 i syfte att följa upp den fysiska arbetsmiljön på vårt aktivitetsbaserade kontor.

Enkäten genomförs varje år i december och åtgärder som genomförts under året som en följd av resultatet från december 2015 är bland annat ombyggnationer för att få till en helt tyst koncentrationsyta och tre "telefonkiosker" för enskilda telefonsamtal. Behov av solavskärmning har påpekats och det har beslutats om inköp av sådana.

### Hälsosatsningar

I februari 2016 erbjöds en hälsoundersökning (med avseende på blodfetter, blodsocker, blodtryck, hemoglobin, BMI, kortisol, samt rörlighet i rygg och axlar).

45 personer antog erbjudandet, varav 7 fick medicinsk återkoppling och slussades vidare till den allmänna sjukvården för fortsatt hjälp. I samband med enkäten som genomfördes i samband med provtagningen framkom att 75 % upplever att hälsan till kropp och själ är bra eller mycket bra. Ingen i personalen är rökare. Ca 25 % av personalen känner att de är stressade på arbetet ofta eller mycket ofta. I syfte att lära oss mer om stress och hur den kan hanteras genomfördes en tvåtimmars föreläsning (av en psykolog) för hela personalen i oktober 2016. Orsaker till stress och vilka åtgärder som kan behövas för att få ner den negativa stressen till en rimlig nivå har också diskuterats vid de uppföljningsmöten som genomförts efter medarbetarundersökningen i september.

2016 infördes konceptet "Friska företaget" på Miljömärkning Sverige AB. Det som ingår är en försäkring för de anställda som omfattar screening, samtalsstöd, hälsovårdsförsäkring, sjuk- och frisk tjänst, e-doktor samt rehabiliteringsförsäkring. Hälsovårdsförsäkringen ger snabb och enkel tillgång till privat specialistvård för att minska väntetider i syfte att förkorta sjukfrånvaro. Försäkringen innehåller en vårdgaranti som ger tillgång till privat specialistvård inom 7 arbetsdagar och operation inom 14 arbetsdagar. E-doktorn erbjuder snabb tillgång till professionell vård genom konsultation med läkare via internet.



Under året satsade vi på stunder med pausgymna för att koppla av och ha lite roligt.



Motion uppmuntras och alla anställda erbjuds ett friskvårdsbidrag på 4000 kronor per år. Under hösten gjordes ett försök med pausgymna med inhyrd instruktör en dag i veckan, vilket ska utvärderas inför beslut om en eventuell fortsättning 2017. Alla erbjuds även matsubvention i form av Rikskortet.

### Jämställdhet

Miljömärkning Sverige AB har genomfört en översiktlig lönekartläggning inom företaget baserat på 2015 års löner. Vid kartläggningen framkom att de kvinnliga medarbetarnas medellön ligger på 103 % av männens medellön. Slutsatsen är att kvinnliga och manliga medarbetare har jämförbara löner och inga osakliga löneskillnader anses förekomma.

Miljömärkning Sverige AB tillämpar fria arbetstider och erbjuder en generös flexbank. Detta underlättar planering av arbete och familjeliv på ett flexibelt sätt.

### Kunskap och engagemang

Miljömärkning Sveriges framgång är beroende av medarbetare med ett stort miljöengagemang och gedigna miljökunskaper. De flesta av bolagets medarbetare har kompetens inom naturvetenskap och miljökommunikation. Medarbetarna uppmuntras till utveckling genom externa och interna utbildningar, workshops, seminarier, 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 2016 var Miljömärkning Sverige AB medlem i Marknadsföreningen i Stockholm, Sweden Green Building Council, EnergiNätverk Sverige, Global Ecolabelling Network (via Nordisk Miljömärkning) Hållbart Företagande – nätverket för statliga bolag, SCANCOS (the Scandinavian Society of Cosmetic Chemists), Styrelseakademien, SaMMa (Samverkansgruppen för minskat matavfall) 10 YFP-programmet samt Nätverk för kvinnor inom drivmedels- och fordonsbranschen NKDF. Miljömärkning Sverige är också en del av Nordisk Miljömärkning och vd Ragnar Unge är ordförande i dess Föreningsstyrelse.

### Policyer

Miljömärkning Sveriges policyer styr vårt personalarbete. Det är viktigt att skapa en trygg och stimulerande arbetsmiljö och förebygga ohälsa. Policyer för mångfald/jämställdhet och strävan efter en personalstyrka med olika bakgrund, kön och utbildning är en viktig förutsättning för att bredda företagets möjligheter. Det



Varje måndag har vi ett gemensamt personalmöte för att informera varandra om aktuella händelser.

#### Policyer och riktlinjer – Miljömärkning Sverige AB

- Arbetsmiljö – Generellt
- 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

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 2016 arbetat med en nordiskt gemensam samlad Code of Conduct.

## Kunden i fokus

Nöjda kunder är en förutsättning för framgång. Den väsentliga aspekten som är identifierad är "Märkning av produkter & tjänster" med indikator PR5; "Uppföljning av kundnöjdhet". Miljömärkning Sveriges kunder är definierade som de som har en Svanen- och/eller EU-Blomman licens.

### Kundnöjdhetsundersökning

En årlig kundnöjdhetsundersökning har gjorts sedan 2014. I dessa undersökningar mäts hur licenskunderna uppfattar Miljömärkning Sverige AB:s arbete inom de tre centrala processerna inom Nordisk Miljömärknings organisation: kriterieutveckling, licensiering samt marknadsföring. Hur kunderna uppfattar hur bolaget lyckas i dessa områden är av central vikt för Miljömärkning Sverige AB:s fortsatta framgång. 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.

Kundnöjdhetsundersökningen genomfördes av AQ Analys i september 2016. En webbenkät skickades ut till 997 av miljömärkningens kunder inom alla branscher. 37 procent svarade.

### Nöjda och lojala kunder

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, så kallad Nöjd Kund Index (NKI) och hur lojala de är, så kallad Lojal Kund Index (LKI).

Årets undersökning visar att Svanens NKI ligger på 71, vilket anses vara ett bra resultat enligt NKI:s skala, och är en förbättring med två procentenheter.

#### Målen för 2017 är för NKI 73 och för LKI 81.

Den främsta anledningen till varför man valde att satsa på Svanenmärkning är "Ett trovärdigt sätt att profilera företaget som miljömedvetet" (68 %) följt av "Vi vill medverka till, ta ansvar för en bättre miljö" (66 %).

Att förenkla ansökningsprocessen är den aktivitet som merparten, 60 % av kunderna, tycker är allra viktigast att Svanen prioriterar framöver.

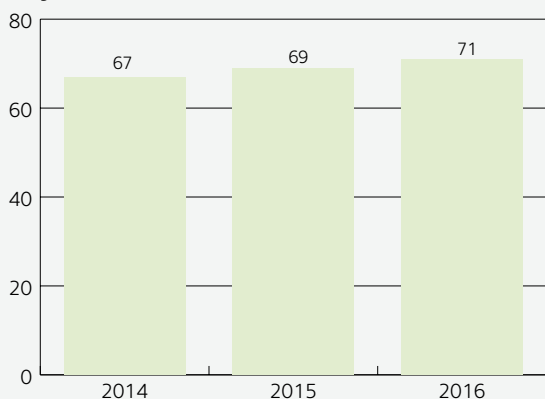
41% anser att "Påverkan på privata sektorn att köpa miljömärkta varor/tjänster" är viktigt att prioritera och 39 % anser att "Påverkan på offentlig sektor att köpa Svanenmärkta varor/tjänster" är viktigt.

79 % får Svanens digitala kundbrev, ytterligare 9 % vill få det framgent. 45 % av de som får kundbrevet anser att det ger dem relevant information och 70 % tycker att det kommer ut lagom ofta.

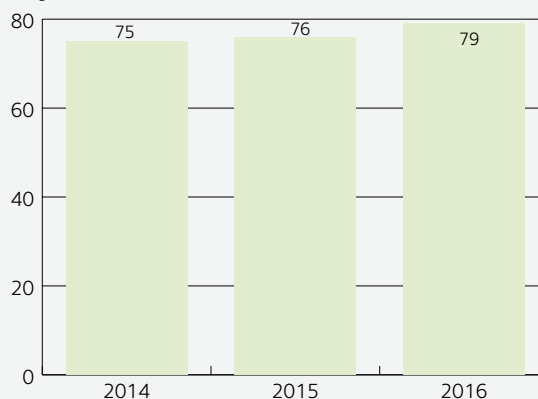
### Personalen – Svanens främsta styrka

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

Nöjd Kund Index (NKI)



Lojal Kund Index (LKI)





## Röster från kunder

"Ni gör en grym kampanj. Vi får egen/egna handläggare som är väl insatta i vårt ärende. Det går att diskutera med er när det visar sig att kriterierna slår snett."

–"Tack vare samarbetet kan vi hjälpa till med att nå ut med budskapet om att vi tillsammans kan bidra till en bättre miljö."

"Det hade varit bra om man kunde göra mer gemensamma marknadsaktiviteter för att kunna lyfta varandra, både Svanen som företag och andra medlemmar. Det borde alltså satsas mer på att hitta synergieffekter mellan Svanen och alla medlemsföretag. Det vinner alla på."

– kommentarer i kundnöjdhetsundersökningen 2016

## Ansökningsprocessen skapar mest missnöje

Det område som undersökningen tydligt visar att bolaget måste förbättra är själva ansökningsprocessen (genomförande/handläggningstid/hantering). 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 stämma av förväntningar både från kunden och från miljömärkningen med tydliga tidsplaner. Härmed får kunden en ökad förståelse för varför en handläggning kan dra ut på tiden.

## Kvalitativ kundundersökning för EU-Blommankunder

För 2016 har även en kvalitativ kundundersökning genomförts för kunder med EU-Blommanlicens. Syftet var att få en djupare förståelse för kundgruppens uppfattning av EU-Blomman som miljömärkning samt Miljömärkning Sverige AB:s arbete. Resultatet analyseras under 2016 med handlingsprogram för 2017.

## Licensieringsenkät

Under sommaren 2016 påbörjades arbetet med att undersöka hur våra kunder upplevde ansökningsprocessen. En enkät skickades ut till både nya kunder efter att de fått en Svanenlicens godkänd samt till kunder som nyligen färdigställt sin omprövningsansökan. Resultatet

A large, bold, grey number '96' is centered on a light green square background with rounded corners.

96 % av svenskarna känner igen Svanenmärket.

A large, bold, grey number '27' is centered on a light green square background with rounded corners.

27 % av svenskar känner igen EU-Blommanmärket.

## 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
- 81 procent av de svenska konsumenterna har förtroende för att en vara som är märkt med Svanen är ett bra val för miljön och 19 % för EU-Blomman.

används till internt utvecklingsarbete inom licensieringen för att förbättra våra ansökningsrutiner.

## Konsumenter i fokus

### Konsumentundersökning

Under sommaren genomfördes, som en del i ett strategiarbete om Svanens roll på framtidens marknad, en studie om svenska konsumenters förhållande till Svanen. Undersökningen gjordes i samarbete med SIFO i augusti 2016.

Här är några slutsatser från studien:

- Alla känner till Svanen och de spontana associationerna är positiva.



*Ett snabbt arbetsmöte kan äga rum varsomhelst i den hemtrevliga arbetsmiljön.*

- Svanen är en väl etablerad märkning som man har stort förtroende för, och det känns bra att handla Svanenmärkta varor.
- Svanen väcker nostalgiska känslor, vilket också kan göra att den känns lite omodern.
- Svanen är en bekräftelse på att man gör ett bra köp.
- Två områden där Svanen kan tydliggöra sitt värde för konsumenten är hälsa och bra kvalitet.

Eftersom konsumenter är en viktig intressegrupp för Miljömärkning Sverige planeras en uppföljning under 2017.

### Varumärkeskännedom

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

Undersökningen genomfördes av YouGov Norway i februari 2015, med ett representativt urval av personer 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.

Under 2016 planerades en ny nordisk undersökning som äger rum i januari, 2017.

# 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	
<b>Organisationsprofil</b>				
G4-3	Redovisa organisationens namn.		Sid 14	
G4-4	Redovisa de viktigaste varumärkena, produkter & tjänster.		Sid 6	
G4-5	Redovisa lokalisering av huvudkontor.		Sid 30	
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 30	
G4-7	Redovisa ägarstruktur och företagsform.		Sid 56	
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 30 och 34	
G4-9	Redovisa organisationens storlek.		Sid 44	
G4-10	a. Redovisa totala antalet anställda uppdelat på typ av anställningsavtal och kön. b. Redovisa totala antalet fast anställda uppdelat på typ av anställning och kön. c. Redovisa den totala personalstyrkan uppdelad på anställda och inhyrda arbetare samt kön. d. Redovisa den totala personalstyrkan uppdelad efter region och kön. 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. f. Redovisa eventuella väsentliga säsongsvariationer i antalet anställda (till exempel i turism- och jordbrukssektorerna).		Sid 44 Sid 44 Sid 44 Sid 44 Ej tillämplig Ej tillämplig	
G4-11	Redovisa hur stor andel av den totala personalstyrkan som omfattas av kollektivavtal.		Sid 31	
G4-12	Beskriv organisationens leverantörskedja.		Sid 31	
G4-13	Redovisa eventuella betydande förändringar under redovisningsperioden beträffande organisationens storlek, struktur, ägande och leverantörskedja.		Sid 31	
G4-14	Redovisa om och hur organisationen följer Försiktighetsprincipen.		Sid 15	
G4-15	Lista externt utvecklade ekonomiska, miljömässiga och sociala deklarerationer, principer eller andra initiativ som organisationen anslutit sig till eller stödjer.		Sid 15–16	
G4-16	Lista medlemskap i organisationer (t.ex. branschorganisationer) och nationella eller internationella lobbyorganisationer.		Sid 33	
G4-17	a. Lista alla enheter som ingår i organisationens redovisning eller liknande dokument. b. Ange om någon av enheterna som ingår i organisationens redovisning eller liknande dokument inte inkluderats i denna rapport.		Sid 31	
G4-18	a. Förklara processen för att definiera redovisningens innehåll och avgränsningar för aspekterna. b. Förklara hur organisationen har tillämpat principerna för att definiera redovisningens innehåll.		Sid 31	

Indikator	Beskrivning/Organisationsprofil	Kommentar	Sidhänvisning	Revisorgranskad
G4-19	Lista alla väsentliga aspekter identifierade i processen för att definiera redovisningens innehåll.		Sid 31	
G4-20	För varje väsentlig aspekt, redovisa aspektens avgränsning inom organisationen.		Sid 31	
G4-21	För varje väsentlig aspekt, redovisa aspektens avgränsning utanför organisationen.		Sid 31	
G4-22	Redovisa effekten av eventuella revideringar av information som ingår i tidigare redovisningar och skälen till sådana revideringar.		Sid 31	
G4-23	Redovisa väsentliga förändringar från tidigare redovisningsperioder vad gäller omfattning och aspekternas avgränsningar.		Sid 31	
<b>Intresserelationer</b>				
G4-24	Redovisa en lista över intressentgrupper som organisationen har kontakt med.		Sid 28–29	
G4-25	Redovisa grunden för identifiering och urval av intressenter som organisationen kommunicerar med.		Sid 22–23	
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 22–23	
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 28–29	
<b>Rapportens profil</b>				
G4-28	Redovisningsperiod (t.ex. räkenskapsår/kalenderår) för den redovisade informationen.		Sid 30	
G4-29	Datum för publiceringen av den senaste redovisningen (om sådan upprättats).		Sid 30	
G4-30	Redovisningscykel (ettårig/tvåårig etc.).		Sid 30	
G4-31	Ange kontaktperson för frågor angående redovisningen och dess innehåll.		Sid 31	
G4-32	a. Ange vilken redovisningsprincip organisationen har valt. b. Redovisa GRI-innehållsindex för valt alternativ.		Sid 30 och 38–39	
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 30 Sid 40 Sid 30 Sid 30	
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 56–60	
G4-56	Beskriv organisationens värderingar, principer, standarder och normer för uppträdande, till exempel uppförandekoder eller etiska koder.		Sid 6–7 och 33–35	

## SPECIFIKA STANDARDUPPLYSNINGAR

### Väsentlig aspekt: Produktmärkning

Indikator	Beskrivning	Kommentar	Sidhänvisning	Revisorgranskad
G4-DMA	Upplysningar om hållbarhetsstyrningen.		Sid 30	
G4-PR5	Resultat av undersökningar som mäter kundnöjdhet.		Sid 34	



# 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 2016. Företaget har definierat hållbarhetsredovisningens omfattning till de områden som hänvisas till i GRI index på sidorna 38–39.

## 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 30 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 revisions sed 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.

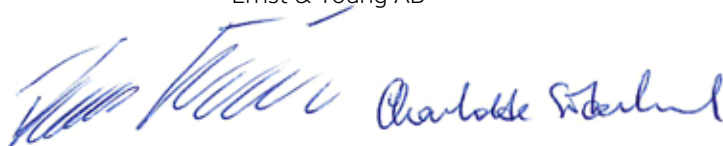
Vår granskning utgår från de av styrelsen och företagsledningen valda kriterier, som definieras ovan. Vi anser att dessa kriterier är lämpliga för upprättande av hållbarhetsredovisningen. Vi anser att de bevis som vi skaffat under vår granskning är tillräckliga och ändamålsenliga i syfte att ge oss grund 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 14 mars 2017

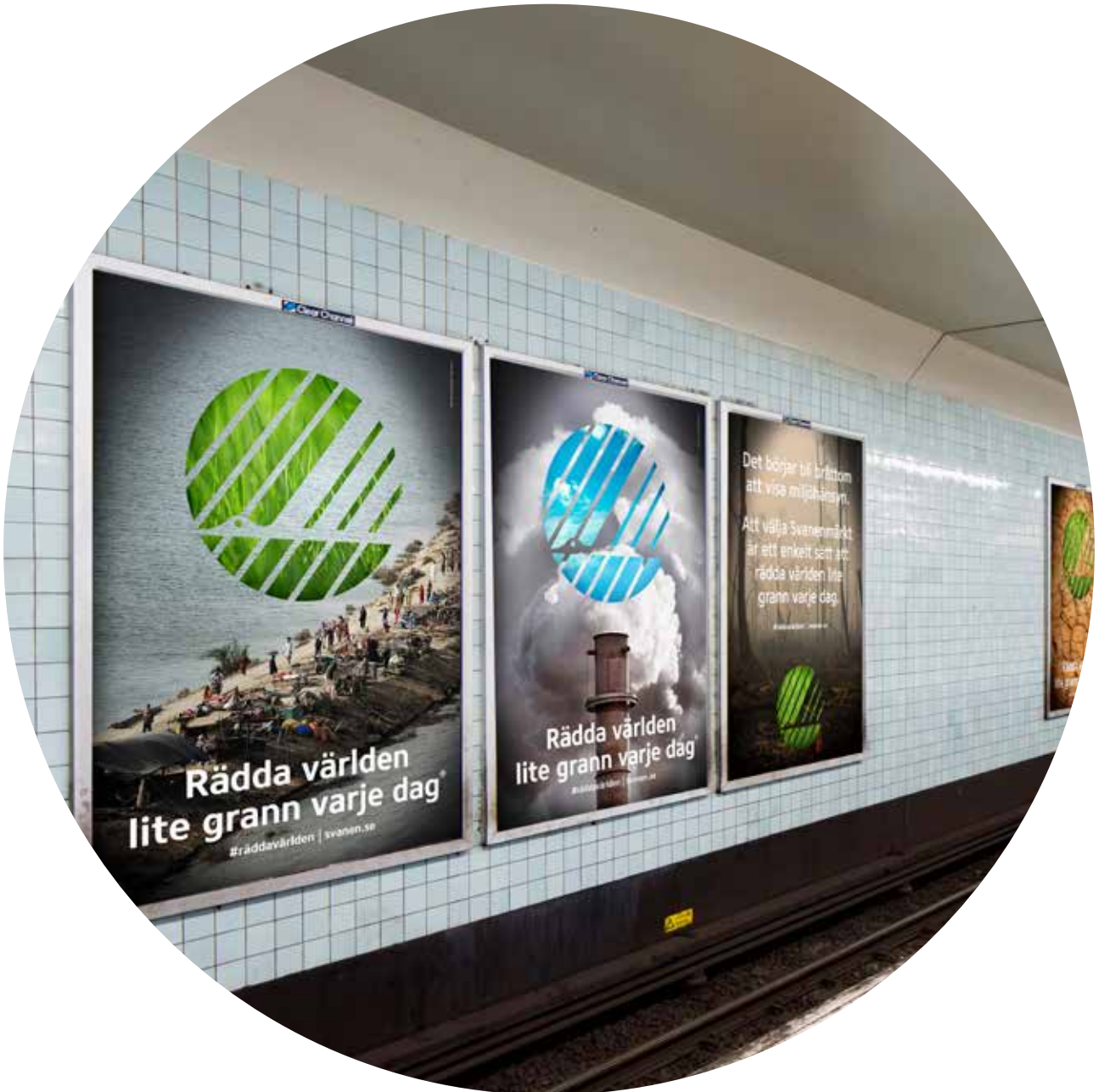
Ernst & Young AB



Thomas Lönnström  
Auktoriserad revisor

Charlotte Söderlund  
Auktoriserad revisor





# Förvaltningsberättelse

Innehåll	Sida
– Förvaltningsberättelse.....	42
– Resultaträkning.....	45
– Balansräkning.....	46
– Noter.....	48

Styrelsen och verkställande direktören för Miljömärkning Sverige AB får härmed avge följande årsredovisning för verksamhetsåret 2016.

Miljömärkning Sverige AB, med styrelsens säte i Stockholm, har svenska staten som ensam ägare.

## Verksamhet

Miljömärkning Sverige AB ska genom sitt arbete bidra till konsumentpolitikens målsättning att ha väl fungerande konsumentmarknader och en miljömässigt, socialt och ekonomiskt hållbar konsumtion. Bolaget har regeringens uppdrag att med övriga nordiska länder förvalta och utveckla den nordiska miljömärkningen Svanen, samt EU:s miljömärkning EU-Blomman.

## 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 märkningar. Bolaget utgår i sitt marknadsarbete från kundens behov av märkning, beroende av produkttyp, miljöprestanda och vilken marknad kunden agerar på. Avgiftsmässigt är systemen i stor sett likvärdiga, vilket innebär att bolaget saknar incitament att gynna något av systemen. Bolaget arbetar också helt integrerat, det vill säga personal och ansvariga för de olika miljömärkningsprocesserna hantlar, parallellt och med samma ansvar och mål, de båda systemen.

## Viktiga händelser under räkenskapsåret

### Föreningen Nordisk Miljömärkning

Föreningen Nordisk Miljömärkning som organiserades under 2014 har fortsatt med sitt arbete att bilda en stabil plattform för nordisk samordning. Vi har nordiska arbetsgrupper och ansvariga på plats för våra tre centrala processer: kriteriutveckling, licensiering och

marknadsföring. Ett stort fokusområde under året har varit den fortsatta satsningen på IT-utveckling för digitalt stöd till verksamheten och dess kunder. Föreningens beslut om en femårig nordisk strategi är förankrad inom den nordiska organisationen och arbetet är påbörjat.

## Produktutveckling

Arbete med utveckling av nya produktgruppsområden såsom investeringsfonder, babyprodukter av textil, emballage för flytande livsmedel och renovering av fastigheter har pågått under året.

Kriterierna för följande produktgrupper har reviderats under 2016: hus, hygienprodukter, städtjänster, kosmetik och dagligvarubutiker.

## Nöjdare kunder

En kundnöjdhetsundersökning genomfördes under hösten 2016 som en del av GRI-arbetet. Resultatet visade en ökning av nöjda kunder i både Nöjd Kund Index (NKI) och Lojal Kund Indexet (LKI) under det gångna året. Kunderna har fortsatt förtroende för betydelsen av våra miljömärken och ser stor affärsmässig potential i att kunna visa sitt miljöarbete genom sin Svanen- och/eller EU-Blommanlicens. Undersökningen gav även värdefulla synpunkter på olika förbättringsområden, som till exempel Svanens ansökningsprocess.

## Ökat intresse och framgångar

Det har märkts ett starkt intresse för Svanens nätverk för hållbara inköp, och seminarier har hållits i flera svenska städer. Nätverket är viktigt för att driva hållbarhetsfrågor rörande inköspolicyer och miljömedvetenhet. Under 2016 har bolaget rönt fortsatta framgångar inom fordonstvätt, städtjänster och byggsektor med en ökning av antalet Svanenmärkta varor och tjänster på marknaden.

## Arbetsmiljön ett fokusområde

Under hösten 2014 flyttade Miljömärkning Sverige till nya lokaler med ökad arbetsflexibilitet. Under 2016 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 fortfarande mycket nöjd med det nya kontoret.



### IT-verktyg

Under 2016 vidareutvecklades ett IT-verktyg för att underlätta företagets ansökningsprocess. Andra IT-projekt som pågått är utveckling av en byggproduktdatabas och lansering av en ansökningsdatabas för butiker. Dessa tre stora kundrelaterade projekt fortsätter under 2017.

### Investeringar

Investeringarna i Miljömärkning Sverige AB uppgick till 486 (24) kSEK.

### Personal

Under verksamhetsåret har Miljömärkning Sverige AB i genomsnitt sysselsatt motsvarande 52 (52) heltidstjänster. Vid verksamhetsårets slut uppgick antalet anställda i Miljömärkning Sverige AB till 60 (56) personer.

Beträffande löner och ersättningar hänvisas till not 6.

Per den 31 december 2016 var 35 kvinnor och 21 män tillsvidareanställda, samt ytterligare 4 kvinnor (en vikarie, en timanställd samt 2 visstidsanställda). Samtliga är anställda i Stockholm och alla omfattas av kollektivavtal.

- Personalomsättning 3 %
- Sjukfrånvaro 4,1 %
- VAB 0,8 %

### Flerårsjämförelse

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

### Bolagets ekonomiska utveckling i sammandrag

	2016	2015	2014	2013	2012
Nettoomsättning, tkr	52 815	55 253	46 656	47 348	43 906
Rörelseresultat, tkr	-1 159	-2 629	-2 881	211	-2 087
Resultat efter finansiella poster, tkr	-479	1 057	155	916	-670
Balansomslutning, tkr	28 355	30 381	34 140	28 280	26 927
Antal anställda, st	52	52	60	59	56
Soliditet, %	78	75	63	76	76

Nyckeltalsdefinitioner framgår av not 1.

### Förändring av eget kapital

	Aktie- kapital	Reserv- fond	Balanserat resultat	Årets resultat	Summa eget kapital
<b>Eget kapital 2015-01-01</b>	<b>250</b>	<b>14 550</b>	<b>6 624</b>	<b>155</b>	<b>21 579</b>
Överföring resultat föregående år	-	-	155	-155	-
<b>Årets resultat</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-</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>
Överföring resultat föregående år	-	-	1 057	-1 057	-
<b>Årets resultat</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-479</b>	<b>-479</b>
<b>Eget kapital 2016-12-31</b>	<b>250</b>	<b>14 550</b>	<b>7 836</b>	<b>-479</b>	<b>22 157</b>

Antal aktier: 2 500

### Förslag till vinstdisposition

Till årsstämman förfogande står följande vinstmedel:

Balanserade vinstmedel	7 836 096
Årets vinst	-478 613
	<b>7 357 483</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	7 357 483
	<b>7 357 483</b>

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

# Resultaträkning

	Not	2016	2015
Nettoomsättning	2	52 815	55 253
Övriga rörelseintäkter	3	4 374	3 374
		<b>57 189</b>	<b>58 627</b>
<b>Rörelsens kostnader</b>			
Övriga externa kostnader	4, 5	-18 566	-23 459
Personalkostnader	6	-39 075	-36 804
Av- och nedskrivningar av materiella och immateriella anläggningstillgångar	7, 8, 9	-707	-993
Summa rörelsens kostnader		-58 348	-61 256
<b>Rörelseresultat</b>		<b>-1 159</b>	<b>-2 629</b>
<b>Resultat från finansiella poster</b>			
Resultat från övriga värdepapper och fordringar som är anläggningstillgångar	10	553	3 666
Övriga ränteintäkter och liknande resultatposter	11	130	24
Räntekostnader och liknande resultatposter	12	-3	-4
Summa resultat från finansiella poster		680	3 686
<b>Resultat efter finansiella poster</b>		<b>-479</b>	<b>1 057</b>
Skatt på årets resultat	13	-	-
<b>Årets resultat</b>		<b>-479</b>	<b>1 057</b>



# Balansräkning

	Not	2016-12-31	2015-12-31
<b>TILLGÅNGAR</b>			
<b>Anläggningstillgångar</b>			
<i>Immateriella anläggningstillgångar</i>			
Balanserade utgifter för programvara	7	96	300
Licenser och liknande rättigheter	9	–	–
		<b>96</b>	<b>300</b>
<i>Materiella anläggningstillgångar</i>			
Inventarier	8	1 324	1 341
<i>Finansiella anläggningstillgångar</i>			
Andra långfristiga värdepappersinnehav	14	21 192	16 750
		<b>22 612</b>	<b>18 391</b>
<b>Omsättningstillgångar</b>			
<i>Kortfristiga fordringar</i>			
Kundfordringar	15	2 891	4 679
Övriga kortfristiga fordringar	15	682	135
Förutbetalda kostnader och upplupna intäkter	16	1 185	1 191
		<b>4 758</b>	<b>6 005</b>
Kassa och bank	17	985	5 985
		<b>5 743</b>	<b>11 990</b>
		<b>28 355</b>	<b>30 381</b>

# Balansräkning

	Not	2016-12-31	2015-12-31
<b>EGET KAPITAL OCH SKULDER</b>			
<b>Eget kapital</b>			
<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		7 836	6 779
Årets vinst		-479	1 057
		<b>7 357</b>	<b>7 836</b>
<b>Summa eget kapital</b>		<b>22 157</b>	<b>22 636</b>
<i>Kortfristiga skulder</i>			
Förskott från kunder		3	–
Leverantörsskulder		1 917	1 312
Övriga kortfristiga skulder		1 404	1 856
Upplupna kostnader och förutbetalda intäkter	18	2 874	4 577
		<b>6 198</b>	<b>7 745</b>
<b>Summa eget kapital och skulder</b>		<b>28 355</b>	<b>30 381</b>

Upplysningar om eventalförpliktelser och ställda säkerheter finns i not 19.

# Noter

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

Från och med räkenskapsåret 2014 upprättas årsredovisningen med tillämpning av årsredovisningslagen och Bokföringsnämndens allmänna råd BFNAR 2012:1 Årsredovisning (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 överförs.

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 och utländska räntefonder. Innehaven innehas på lång sikt. Samtliga innehav i portföljen värderas kollektivt då syftet med placeringarna är att uppnå riskspridning. Alla transaktioner med värdepapper redovisas på likviddagen.

### *Omräkning av poster i utländsk valuta*

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

### *Nedskrivningsprövning av finansiella anläggningstillgångar*

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

### Ersättningar till anställda

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

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

### Statsanslag

För sitt arbete har Miljömärkning Sverige AB under året erhållit statsanslag om 4 374 kSEK, vilket motsvarar ca 8 % 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.

### Händelser efter balansdagen

Inga väsentliga händelser har skett efter räkenskapsårets utgång.

### 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:

	2016	2015
Omsättning EU Ecolabel	2 934	2 691
Omsättning Nordisk Miljömärkning	47 799	45 823
Kampanjintäkter	1 210	6 075
Övriga intäkter	872	664
	<b>52 815</b>	<b>55 253</b>

Bolagets licensintäkter för 2016 är beräknade utifrån debiterade preliminära licensavgifter. Faktiska licensintäkter, vilka avräknas påföljande år, föreligger inte vid tidpunkten för årsredovisningens framtagande.

### Not 3 Övriga intäkter

	2016	2015
Allmänt statsanslag	4 374	3 374

### Not 4 Operationella leasingavtal

Framtida minimileaseavgifter, som ska erläggas avseende icke uppsägningsbara leasingavtal:

	2016	2015
Förfaller till betalning inom ett år	4 202	3 934
Förfaller till betalning senare än ett men inom 5 år	15 615	14 139
Förfaller till betalning senare än fem år	1 775	5 079
	<b>21 592</b>	<b>23 152</b>

Under perioden kostnadsförda leasingavgifter	4 132	3 248
--	-------	-------

**Not 5 Ersättning till revisorerna**

Ernst & Young		
Revisionsuppdraget	159	235
Revisionsverksamhet utöver revisionsuppdraget	93	75
Skatterådgivning	83	–

**2016**

**2015**

159

235

93

75

83

–

**335**

**310**

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

**Medelantalet anställda**

Kvinnor	33	30
Män	19	22

**2016**

**2015**

33

30

19

22

**52**

**52**

**Löner och andra ersättningar**

Verkställande direktören	1 407	1 349
Styrelse	257	257
Övriga anställda	24 155	23 071

1 407

1 349

257

257

24 155

23 071

**25 819**

**24 677**

**Pensions- och övriga sociala kostnader**

Pensionskostnader	3 871	3 431
Sociala kostnader	8 133	7 823

3 871

3 431

8 133

7 823

**12 004**

**11 254**

Pensionskostnader för vd (inkl. särskild löneskatt) 655 566

655

566

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 2016 innebär en något större kostnad än 30 % av lön.

**Könsfördelning bland ledande befattningshavare (%)**

Andel kvinnor i styrelsen	75	75
Andel män i styrelsen	25	25
Andel kvinnor bland övriga ledande befattningshavare	64	70
Andel män bland övriga ledande befattningshavare	36	30

**Styrelseledamöter och ledande befattningshavare**

**Överenskomna arvoden och övriga ersättningar till styrelse**

Christina Lindbäck, styrelsens ordförande	126	126
Svante L Axelsson, styrelseledamot (t.o.m. 27 april 2016)	–	30
Jan-Peter Bergkvist, styrelseledamot	39	39
Anita Falkenek, styrelseledamot	30	23
Gunilla Jarlbro, styrelseledamot	39	39
Jan Johansson, styrelseledamot	23	–
Marita Axelsson, styrelseledamot	–	–
Maria Sundesten Zacharias, arbetstagarrepresentant	–	–
Ulla Sahlberg, arbetstagarrepresentant	–	–

**2016**

**2015**

126

126

–

30

39

39

30

23

39

39

23

–

–

–

–

–

–

–

**257**

**257**

I det fall styrelseledamot har fakturerat har sociala avgifter debiterats.



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

Ragnar Unge, vd	1 407	1 349
Cecilia Ehrenborg Williams, vice vd och pu-chef	861	778
Pierre Papp, ekonomichef	757	140
Gun Nycander, HR-chef	713	690
Svante Sterner, verksamhetsområdeschef, varor	597	557
Ingela Hellström, verksamhetsområdeschef, tjänster	611	590
Nancy Holm, marknads- och kommunikationschef	771	746
Pernilla Hedberg, kontors- och IT-chef	647	627

<b>6 364</b>	<b>5 477</b>
--------------	--------------

*Förmån*

Ragnar Unge, vd	46	52
Cecilia Ehrenborg Williams, vice vd och pu-chef	8	8
Pierre Papp, ekonomichef	8	1
Gun Nycander, HR-chef	8	8
Svante Sterner, verksamhetsområdeschef, varor	8	8
Ingela Hellström, verksamhetsområdeschef, tjänster	8	8
Nancy Holm, marknads- och kommunikationschef	4	1
Pernilla Hedberg, kontors- och IT-chef	8	8

<b>98</b>	<b>94</b>
-----------	-----------

*Pensionskostnad*

Ragnar Unge, vd	527	456
Cecilia Ehrenborg Williams, vice vd och pu-chef	206	226
Pierre Papp, ekonomichef	203	34
Gun Nycander, HR-chef	198	179
Svante Sterner, verksamhetsområdeschef, varor	101	76
Ingela Hellström, verksamhetsområdeschef, tjänster	103	95
Nancy Holm, marknads- och kommunikationschef	–	2
Pernilla Hedberg, kontors- och IT-chef	106	95

<b>1 444</b>	<b>1 163</b>
--------------	--------------

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	1 766
-----------------------------	-------	-------

**Utgående ackumulerade anskaffningsvärden**

<b>1 766</b>	<b>1 766</b>
--------------	--------------

Ingående avskrivningar	-1 466	-981
------------------------	--------	------

Årets avskrivningar	-204	-484
---------------------	------	------

**Utgående ackumulerade avskrivningar**

<b>-1 670</b>	<b>-1 465</b>
---------------	---------------

**Utgående restvärde enligt plan**

<b>96</b>	<b>301</b>
-----------	------------

**Not 8 Inventarier, verktyg och installationer**

Ingående anskaffningsvärden

Årets förändringar

-Inköp

**Utgående ackumulerade anskaffningsvärden**

Ingående avskrivningar

Årets förändringar

-Avskrivningar

**Utgående ackumulerade avskrivningar**

**Utgående restvärde enligt plan**

**Not 9 Licenser**

Ingående anskaffningsvärden

**Utgående ackumulerade anskaffningsvärden**

Ingående avskrivningar

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 1 246 (1 190), vilket om det utnyttjas medför en minskad framtida skattekostnad om 274 (262) baserad på nuvarande skattesats om 22 %. Då bolaget gör bedömningen att det inte kommer att redovisa några överskott under överskådlig tid efter år 2016 redovisas ingen uppskjuten skattefordran avseende dessa underskottsavdrag.

	<b>2016</b>	<b>2015</b>
	2 802	2 778
	486	24
	<b>3 288</b>	<b>2 802</b>
	-1 461	-998
	-503	-463
	<b>-1 964</b>	<b>-1 461</b>
	<b>1 324</b>	<b>1 341</b>
	<b>2016</b>	<b>2015</b>
	148	148
	<b>148</b>	<b>148</b>
	-148	-103
	-	-45
	<b>-148</b>	<b>-148</b>
	<b>0</b>	<b>0</b>
	<b>2016</b>	<b>2015</b>
	111	388
	442	3 278
	<b>553</b>	<b>3 666</b>
	<b>2016</b>	<b>2015</b>
	2	1
	128	23
	<b>130</b>	<b>24</b>
	<b>2016</b>	<b>2015</b>
	-3	-4

**Not 14 Långfristiga värdepappersinnehav**

Ingående anskaffningsvärden

Årets förändringar

- Tillkommande värdepapper

- Avgående värdepapper

**Utgående redovisat värde, totalt****Bokfört värde per 31 december**

Värdepapperfond svenska aktier

Värdepapperfond utländska aktier

Värdepapperfond räntebärande

**Marknadsvärde per 31 december**

Värdepappersfond svenska aktier

Värdepappersfond utländska aktier

Värdepappersfond räntebärande

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

Kundfordringar

Kursdifferens i kundfordringar

Osäkra kundfordringar

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

**Övriga kortfristiga fordringar**

Skattefordringar

Övrigt

**Not 16 Förutbetalda kostnader och upplupna intäkter**

Förutbetalda hyror

Förutbetalda försäkringspremier

Förutbetald leasingavgift

Övriga förutbetalda kostnader

**Not 17 Likvida medel**

Banktillgodohavanden

	<b>2016</b>	<b>2015</b>
	16 750	19 850
	11 000	16 461
	-6 558	-19 561
	<b>21 192</b>	<b>16 750</b>
	8 670	8 000
	1 950	3 426
	10 572	5 324
	<b>21 192</b>	<b>16 750</b>
	9 611	8 217
	2 258	3 882
	10 965	5 681
	<b>22 834</b>	<b>17 780</b>
	<b>2016-12-31</b>	<b>2015-12-31</b>
	3 477	5 269
	10	-11
	-596	-579
	<b>2 891</b>	<b>4 679</b>
	668	135
	14	-
	<b>682</b>	<b>135</b>
	<b>2016-12-31</b>	<b>2015-12-31</b>
	908	893
	44	59
	-	40
	233	199
	<b>1 185</b>	<b>1 191</b>
	<b>2016-12-31</b>	<b>2015-12-31</b>
	985	5 985

**Not 18 Förutbetalda kostnader och upplupna intäkter**

	2016-12-31	2015-12-31
Upplupna semesterlöner	-2 025	-1 852
Upplupna sociala avgifter	-620	-581
Revisionsarvode	-100	-170
Övriga upplupna kostnader	-26	-491
Övriga förutbetalda intäkter	-103	-1 483
	<b>-2 874</b>	<b>-4 577</b>

**Not 19 Eventualförpliktelser och ställda säkerheter**

	2016-12-31	2015-12-31
Eventualförpliktelser	Inga	Inga
Ställda säkerheter	Inga	Inga

Resultat- och balansräkningen kommer att föreläggas årsstämman 26 april 2017 för fastställelse.

Stockholm den 22 februari 2017

Christina Lindbäck  
Ordförande

Marita Axelsson

Jan Peter Bergkvist

Anita Falkenek

Gunilla Jarlbro

Jan Johansson

Ulla Sahlberg  
Arbetstagarrepresentant

Maria Sundesten Zacharias  
Arbetstagarrepresentant

Ragnar Unge  
Verkställande direktör

Vår revisionsberättelse har lämnats den 14 mars 2017  
Ernst & Young AB

Thomas Lönnström  
Auktoriserad revisor

# Revisionsberättelse

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

## Rapport om årsredovisningen

### Uttalanden

Vi har utfört en revision av årsredovisningen för Miljömärkning Sverige AB för räkenskapsåret 2016-01-01-2016-12-31. Bolagets årsredovisning ingår på sidorna 42-54 i detta dokument.

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 2016 och av dess finansiella resultat för året enligt årsredovisningslagen. Förvaltningsberättelsen är förenlig med årsredovisningens övriga delar.

Vi tillstyrker därför att bolagsstämman fastställer resultaträkningen och balansräkningen.

### Grund för uttalanden

Vi har utfört revisionen enligt International Standards on Auditing (ISA) och god revisionsssed i Sverige. Vårt ansvar enligt dessa standarder beskrivs närmare i avsnittet Revisorns ansvar. Vi är oberoende i förhållande till Miljömärkning Sverige AB enligt god revisionsssed i Sverige och har i övrigt fullgjort vårt yrkesetiska ansvar enligt dessa krav.

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

### Annan information än årsredovisningen

Det är styrelsen som har ansvaret för den andra informationen. Den andra informationen består av information om verksamheten s 3-29 samt hållbarhetsrapportering s 30-40 i detta dokument men innefattar inte årsredovisningen och vår revisionsberättelse avseende denna.

Vårt uttalande avseende årsredovisningen omfattar inte denna information och vi gör inget uttalande med bestyrkande avseende denna andra information.

I samband med vår revision av årsredovisningen är det vårt ansvar att läsa den information som identifieras ovan och överväga om informationen i väsentlig utsträckning är oförenlig med årsredovisningen. Vid denna genomgång beaktar vi även den kunskap vi i övrigt inhämtat under revisionen samt bedömer om informationen i övrigt verkar innehålla väsentliga felaktigheter.

Om vi, baserat på det arbete som har utförts avseende denna information, drar slutsatsen att den andra informationen innehåller en väsentlig felaktighet, är vi skyldiga att rapportera detta. Vi har inget att rapportera i det avseendet.

### Styrelsens och verkställande direktörens ansvar

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

Vid upprättandet av årsredovisningen ansvarar styrelsen och verkställande direktören för bedömningen av bolagets förmåga att fortsätta verksamheten. De upplyser, när så är tillämpligt, om förhållanden som kan påverka förmågan att fortsätta verksamheten och att använda antagandet om fortsatt drift. Antagandet om fortsatt drift tillämpas dock inte om styrelsen och verkställande direktören avser att likvidera bolaget, upphöra med verksamheten eller inte har något realistiskt alternativ till att göra något av detta.

### Revisorns ansvar

Våra mål är att uppnå en rimlig grad av säkerhet om att årsredovisningen som helhet inte innehåller några väsentliga felaktigheter, vare sig dessa beror på oegentligheter eller på fel, och att lämna en revisionsberättelse som innehåller våra uttalanden. Rimlig säkerhet är en hög grad av säkerhet, men är ingen garanti för att en revision som utförs enligt ISA och god revisionsssed i Sverige alltid kommer att upptäcka en väsentlig felaktighet om en sådan finns. Felaktigheter kan uppstå på grund av oegentligheter eller fel och anses vara väsentliga om de enskilt eller tillsammans rimligen kan förväntas påverka de ekonomiska beslut som användare fattar med grund i årsredovisningen.

Som del av en revision enligt ISA använder vi professionellt omdöme och har en professionellt skeptisk inställning under hela revisionen. Dessutom:

- identifierar och bedömer vi riskerna för väsentliga felaktigheter i årsredovisningen, vare sig dessa beror på oegentligheter eller på fel, utformar och utför granskningsåtgärder bland annat utifrån dessa



risker och inhämtar revisionsbevis som är tillräckliga och ändamålsenliga för att utgöra en grund för våra uttalanden. Risken för att inte upptäcka en väsentlig felaktighet till följd av oegentligheter är högre än för en väsentlig felaktighet som beror på fel, eftersom oegentligheter kan innefatta agerande i maskopi, förfalskning, avsiktliga utelämnanden, felaktig information eller åsidosättande av intern kontroll.

- skaffar vi oss en förståelse av den del av bolagets interna kontroll som har betydelse för vår revision för att utforma granskningsåtgärder som är lämpliga med hänsyn till omständigheterna, men inte för att uttala oss om effektiviteten i den interna kontrollen.
- utvärderar vi lämpligheten i de redovisningsprinciper som används och rimligheten i styrelsens och verkställande direktörens uppskattningar i redovisningen och tillhörande upplysningar.
- drar vi en slutsats om lämpligheten i att styrelsen och verkställande direktören använder antagandet om fortsatt drift vid upprättandet av årsredovisningen. Vi drar också en slutsats, med grund i de inhämtade revisionsbevisen, om det finns någon väsentlig osäkerhetsfaktor som avser sådana händelser eller förhållanden som kan leda till betydande tvivel om bolagets förmåga att fortsätta verksamheten. Om vi drar slutsatsen att det finns en väsentlig osäkerhetsfaktor, måste vi i revisionsberättelsen fästa uppmärksamheten på upplysningarna i årsredovisningen om den väsentliga osäkerhetsfaktorn eller, om sådana upplysningar är otillräckliga, modifiera uttalandet om årsredovisningen. Våra slutsatser baseras på de revisionsbevis som inhämtas fram till datumet för revisionsberättelsen. Dock kan framtida händelser eller förhållanden göra att ett bolag inte längre kan fortsätta verksamheten.
- utvärderar vi den övergripande presentationen, strukturen och innehållet i årsredovisningen, däribland upplysningarna, och om årsredovisningen återger de underliggande transaktionerna och händelserna på ett sätt som ger en rättvisande bild.

Vi måste informera styrelsen om bland annat revisionens planerade omfattning och inriktning samt tidpunkten för den. Vi måste också informera om betydelsefulla iakttagelser under revisionen, däribland de betydande brister i den interna kontrollen som vi identifierat.

### **Rapport om andra krav enligt lagar och andra författningar**

#### **Uttalanden**

Utöver vår revision av årsredovisningen har vi även utfört en revision av styrelsens och verkställande direk-

törens förvaltning av Miljömärkning Sverige AB för år 2016-12-31 samt av förslaget till dispositioner beträffande bolagets vinst eller förlust.

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

#### **Grund för uttalanden**

Vi har utfört revisionen enligt god revisionssed i Sverige. Vårt ansvar enligt denna beskrivs närmare i avsnittet Revisorns ansvar. Vi är oberoende i förhållande till Miljömärkning Sverige AB enligt god revisorssed i Sverige och har i övrigt fullgjort vårt yrkesetiska ansvar enligt dessa krav.

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

#### **Styrelsens och verkställande direktörens ansvar**

Det är styrelsen som har ansvaret för förslaget till dispositioner beträffande bolagets vinst eller förlust. Vid förslag till utdelning innefattar detta bland annat en bedömning av om utdelningen är försvarlig med hänsyn till de krav som bolagets verksamhetsart, omfattning och risker ställer på storleken av bolagets egna kapital, konsolideringsbehov, likviditet och ställning i övrigt.

Styrelsen ansvarar för bolagets organisation och förvaltningen av bolagets angelägenheter. Detta innefattar bland annat att fortlöpande bedöma bolagets ekonomiska situation och att tillse att bolagets organisation är utformad så att bokföringen, medelsförvaltningen och bolagets ekonomiska angelägenheter i övrigt kontrolleras på ett betryggande sätt. Den verkställande direktören ska sköta den löpande förvaltningen enligt styrelsens riktlinjer och anvisningar och bland annat vidta de åtgärder som är nödvändiga för att bolagets bokföring ska fullgöras i överensstämmelse med lag och för att medelsförvaltningen ska skötas på ett betryggande sätt.

#### **Revisorns ansvar**

Vårt mål beträffande revisionen av förvaltningen, och därmed vårt uttalande om ansvarsfrihet, är att inhämta revisionsbevis för att med en rimlig grad av säkerhet kunna bedöma om någon styrelseledamot eller verkställande direktören i något väsentligt avseende:

- företagit någon åtgärd eller gjort sig skyldig till någon försummelse som kan föranleda ersättningskyldighet mot bolaget, eller
- på något annat sätt handlat i strid med aktiebolagslagen, årsredovisningslagen eller bolagsordningen.

Vårt mål beträffande revisionen av förslaget till dispositioner av bolagets vinst eller förlust, och därmed vårt

uttalande om detta, är att med rimlig grad av säkerhet bedöma om förslaget är förenligt med aktiebolagslagen.

Rimlig säkerhet är en hög grad av säkerhet, men ingen garanti för att en revision som utförs enligt god revisionsd i Sverige alltid kommer att upptäcka åtgärder eller försummelser som kan föranleda ersättningskyldighet mot bolaget, eller att ett förslag till dispositioner av bolagets vinst eller förlust inte är förenligt med aktiebolagslagen.

Som en del av en revision enligt god revisionsd i Sverige använder vi professionellt omdöme och har en professionellt skeptisk inställning under hela revisionen. Granskningen av förvaltningen och förslaget till dispositioner av bolagets vinst eller förlust grundar sig främst på revisionen av räkenskaperna. Vilka tillkommande granskningsåtgärder som utförs baseras på vår professionella bedömning med utgångspunkt i risk och väsentlighet. Det innebär att vi fokuserar granskningen på sådana åtgärder, områden och förhållanden som

är väsentliga för verksamheten och där avsteg och överträdelser skulle ha särskild betydelse för bolagets situation. Vi går igenom och prövar fattade beslut, beslutsunderlag, vidtagna åtgärder och andra förhållanden som är relevanta för vårt uttalande om ansvarsfrihet. Som underlag för vårt uttalande om styrelsens förslag till dispositioner beträffande bolagets vinst eller förlust har vi granskat om förslaget är förenligt med aktiebolagslagen.

Stockholm den 14 mars 2017  
Ernst & Young AB



Thomas Lönnström  
Auktoriserad revisor



# Miljömärkning Sverige AB

## Bolagsstyrningsrapport 2016

**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. Avvikelse från Koden har gjorts för att följa kraven i statens ägarpolicy och gäller följande områden:

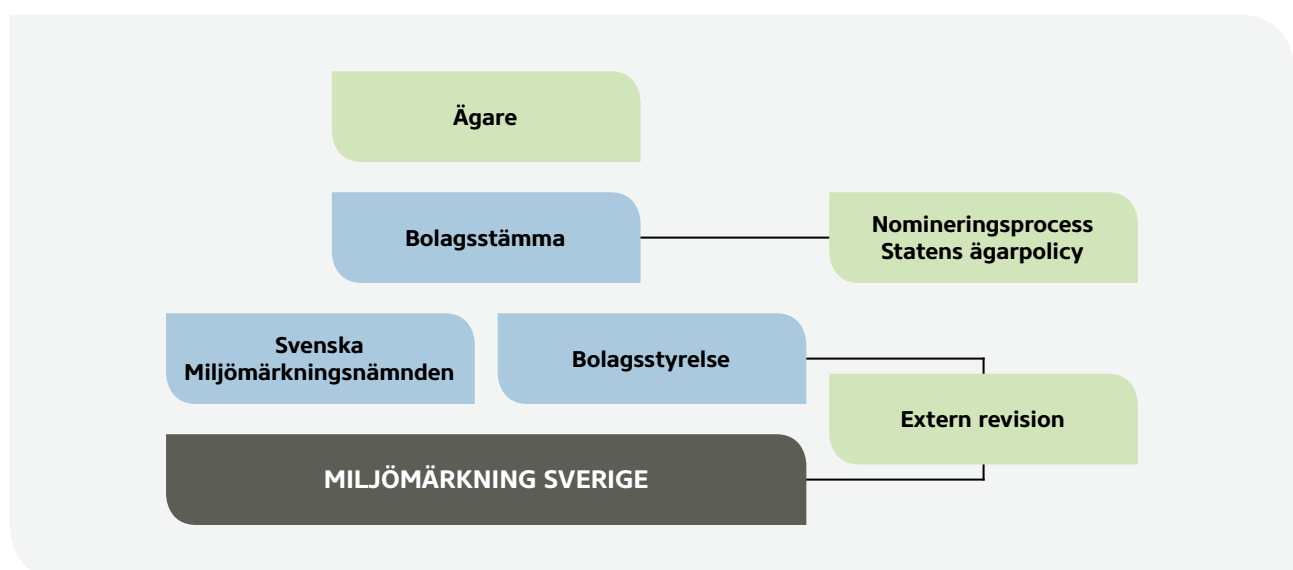
- Nominering till styrelseposter sker inte genom en av årsstämman utsedd valberedning. Nomineringsprocessen sker inom Regeringskansliet och koordinerat av Finansdepartementet.
- Samtliga ledamöter är oberoende i förhållande till bolaget. Styrelseledamöternas oberoende i förhållande till staten som större 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.

Ansvar 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 miljömärkningslicen-



ser (Svanen och EU-Blomman). Eventuellt överskott ska återföras till verksamheten och användas för kärnverksamheten, det vill säga miljömärkning för en mer hållbar konsumtion och produktion. Bolaget strävar efter en kostnadseffektiv organisation och goda intäkter – det sistnämnda är också en indikation på miljömärkningens genomslag. En ekonomiskt stark miljömärkningsverksamhet ger bolaget framtida utvecklingsmöjligheter och samhället ett starkt redskap för hållbar konsumtion.

Rapporteringen till staten sker i bolagets årsredovisning, samt genom löpande dialog med departementsansvarig. Bolaget 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 kvinnor som män med olika bakgrund och erfarenhet. När processen är avslutad nomineras styrelseledamöterna till årsstämman. 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 Tidningar. Dagens Industri samt på bolagets webbsida. Separat kallelse går till ägaren direkt.

På årsstämman fattar ägaren bland annat beslut om:

- Val av styrelseledamöter (och notering av eventuella arbetstagarrepresentanter)
- 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 2016 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 kriteriefrågor inom den nordiska miljömärkningen. Verkställande direktören ingår inte i styrelsen men är föredragande på varje möte. Protokoll förs av bolagets vice vd.



Miljömärkning Sverige AB:s styrelsemedlemmar 2016. (Jan Johansson saknas på bilden).

Under året har styrelsen fokuserat på att diskutera interna utvecklingsprojekt rörande personalens arbets-situation 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 2016 utsågs följande styrelse:

- Christina Lindbäck, ordförande
- Marita Axelsson
- Jan Johansson
- Gunilla Jarlbro
- Anita Falkenek
- Jan Peter Bergkvist
- Ulla Sahlberg, arbetstagarrepresentant
- Maria Sundesten Zacharias, arbetstagarrepresentant

Närvaro styrelse: Fyra möten hölls under 2016. Vid två möten var samtliga styrelsemedlemmar närvarande. Under ett möte var Maria Sundesten Zacharias frånvarande och under ett annat Jan Johansson.

### Styrelsens ersättning

Ersättningen till styrelsen, fastställd på årsstämman 2016, 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.

### Verkställande direktörens ansvar

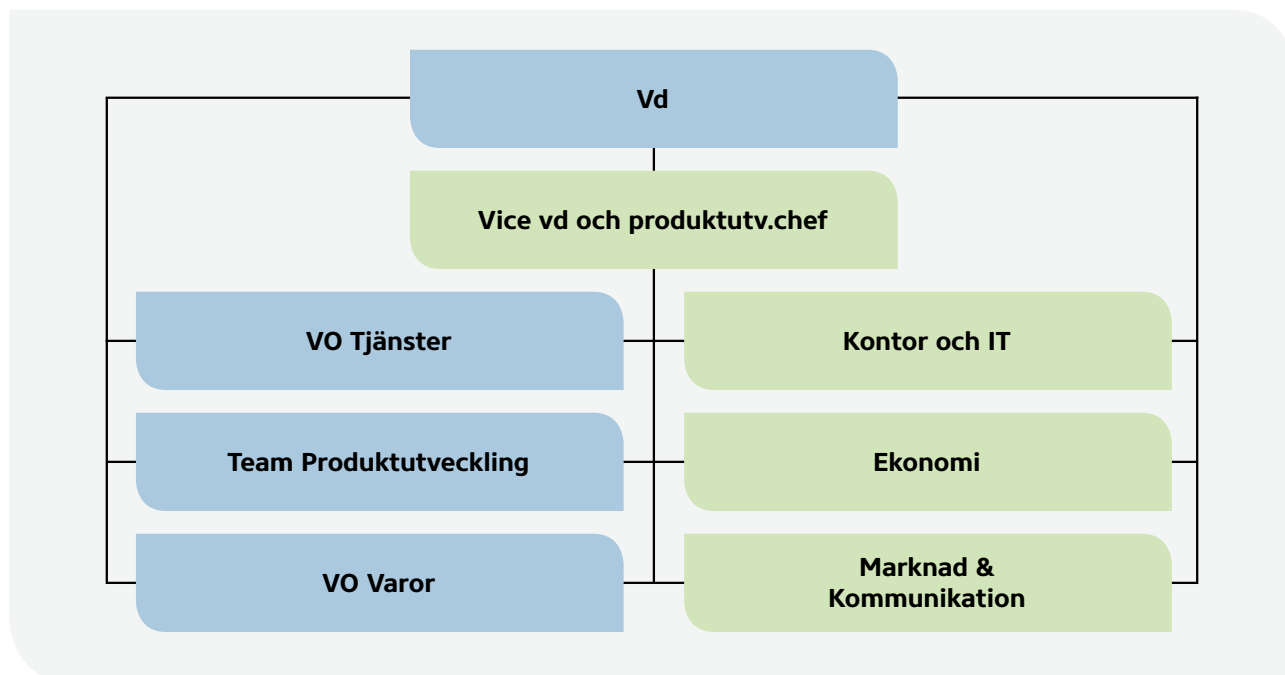
Vd ansvarar för den löpande förvaltningen av bolaget. Ansvarsområden och uppdrag regleras i den av styrelsen årligen fastställda vd-instruktionen och i instruktionen till vd om rapportering till styrelsen samt bolagets övergripande verksamhetsplan. Inom dessa ramar leder vd verksamheten samt håller styrelsens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

### 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, varor och tjänster, en produktutvecklingsenhet (kriterieutveckling), en marknads- och kommunikationsenhet, en ekonomienhet samt en kontors- och IT-enhet.



Miljömärkning Sveriges organisation.



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.

### Policyer styr hållbarhetsarbetet

Bolagets hållbarhetsarbete styrs internt genom olika policyer.

Dessa finns redovisade under kapitlet Vår väsentligaste fråga. 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 produktvecklingschef
- 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

### Nya mål – nya utmaningar

Inför nästa treårsperiod sätter vi nu nya hållbarhetsmål. Och nu blir de också de övergripande målen som direkt ska styra övriga verksamhetsmål, delmål, planer och projekt.

*Affären* – Här sätter vi ett direkt mål på omsättningen av våra miljömärkta produkter på den svenska marknaden. Vi ser det måttet som det tydligaste tecknet på vår framgång och på vilken miljönytta vår märkning gör



Svanens kampanj Rädda Världen Lite Grann Varje Dag visade kopplingen mellan miljöutmaningar och miljömärkning, med uppmaningen att handla miljömärkt för en bättre miljö.

i konsumtionsledet. Ökad omsättning innebär att en högre grad av marknadens varor och tjänster har uppfyllt våra hållbarhetskrav. 2019 ska det säljas varor med Svanen och EU-Blomman för minst 25 miljarder kronor (mätt från producentled). Och miljömärkta tjänster ska säljas så mycket att det ger Miljömärkning Sverige AB licensintäkter om 25 miljoner kronor. Utgångsläget är 20,3 msek (2015) respektive 21,62 msek (2016).

**Planeten** – Här vill vi mäta och målsätta hur många av Svanens och EU-Blommans produktgrupper som vi lyckats etablera med gott resultat. Det handlar om att värdera våra kriterier, kundreaktioner och intäkter i förhållande till kostnader samt vilket genomslag på marknaden vi fått med dem. Under första kvartalet 2017 vidareutvecklas metoden och målet.

**Människan** – Våra huvudintressenters nöjdhet är central för miljömärkningens möjlighet att göra skillnad och bidra till en mer hållbar livsstil. Vi mäter regelbundet hur konsumenter och producenter uppfattar och betygsätter oss. Deras inställning, tillsammans med vår egen personals (som ska genomföra arbetet) är viktig att mäta och förbättra. 2019 vill vi se en ytterligare höjning av deras betyg så att dessa tre intressenters nöjdhet och förtroende ökat med i genomsnitt 10 %.

#### **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 Ecolabeling Network).

#### **Intern kontroll**

Styrelsen avlämnar årligen en rapport om intern kontroll.

### **Utdrag från nya ägaranvisningar beslutade vid årsstämman 2016**

1. Miljömärkning Sverige AB (nedan Bolaget) ska bidra till en miljömässigt hållbar konsumtion genom att för Sveriges del förvalta det nordiska miljömärket Svanen och EU-miljömärket.
2. Bolaget ska bedriva verksamheten på ett ändamålsenligt, effektivt och opartiskt sätt.
3. Bolaget ska, utifrån de principer som styr val av produkter för kriterieutveckling och kravnivå inom respektive miljömärkningssystem, aktivt verka för att utveckla de två miljömärkningssystemen.
4. Bolaget ska verka för en hög kännedom om, och ett högt förtroende för, miljömärket Svanen och EU-miljömärket.

# Revisors yttrande om bolagsstyrningsrapporten

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

## **Uppdrag och ansvarsfördelning**

Det är styrelsen som har ansvaret för bolagsstyrningsrapporten för år 2016 på sidorna 58–62 och för att den är upprättad i enlighet med "Statens ägarpolicy och riktlinjer för företag med statligt ägande" (ägarpolicy).

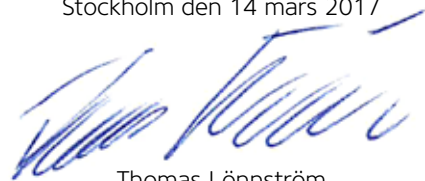
## **Granskningens inriktning och omfattning**

Vår granskning har skett enligt FARs uttalande RevU 16 Revisorns granskning av bolagsstyrningsrapporten. Detta innebär att vår granskning 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 revisions sed i Sverige har. Vi anser att denna granskning ger oss tillräcklig grund för våra uttalanden.

## **Uttalande**

En bolagsstyrningsrapport har upprättats. Den information som är obligatorisk enligt ägarpolicy är förenlig med årsredovisningen och koncernredovisningen.

Ernst & Young AB  
Stockholm den 14 mars 2017



Thomas Lönnström  
Auktoriserad revisor





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