



VINMONOPOLET OG MILJØSMART EMBALLASJE

FROKOSTMØTE GRØNT PUNKT
21. JUNI 2017

MILJØSJEF FRANK LEIN

TEMA

- Om Vinmonopolet
- Miljøarbeidet så langt
- Kursendring for miljøarbeidet
 - Fokus på miljøsmart emballasje
- Overgang til bærekraftsarbeid

EGNE ERFARINGER

- TINE BA 1992-1998
 - Trainee
 - Driftsleder
 - Kvalitetsleder
 - Meieribestyrer (meierisjef)

- Coca-Cola Drikker AS 1998-2000
 - Kvalitetssjef

- Think Nordic AS (Ford Motor Company) 2000-2003
 - Organisasjons- og kvalitetsdirektør

- NorgesGruppen ASA (Unil AS) 2003-2009
 - Kvalitetssjef EMV

- AS Vinmonopolet 2009-?
 - Kvalitets- og miljørjef
 - Miljørjef



OM VINMONOPOLET

SAMFUNNSOPPDRAK

Vinmonopolet er samfunnets viktigste virkemiddel for å sikre ansvarlig salg av alkohol.

Kvalitet og ansvar i kontakt med mennesker.

VISJON

Vi skal gjøre oss fortjent til folks støtte.



VINMONOPOLET SKAL VÆRE

➤ NORGES MEST ANSVARLIGE SALGSKANAL

Begrenset tilgjengelighet, sosialt ansvar, holdningsskapende

➤ NORGES LEDENDE FAGHANDEL

Stort utvalg, god kvalitet, høy kompetanse





**Norges beste
omdømme**

**Norges ledende
faghandelskjede**

**Samfunnets
viktigste virke-
middel for å sikre
et ansvarlig salg
av alkohol**



333

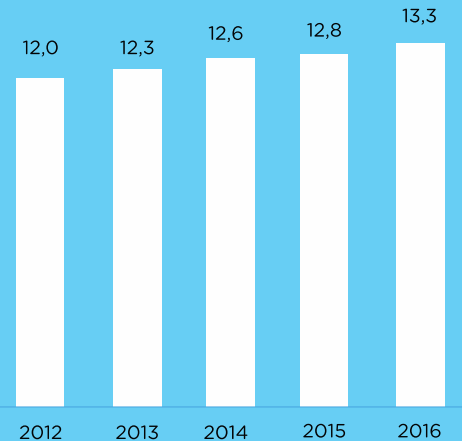
BUTIKKER I 2017

119 

BUTIKKER I 2002



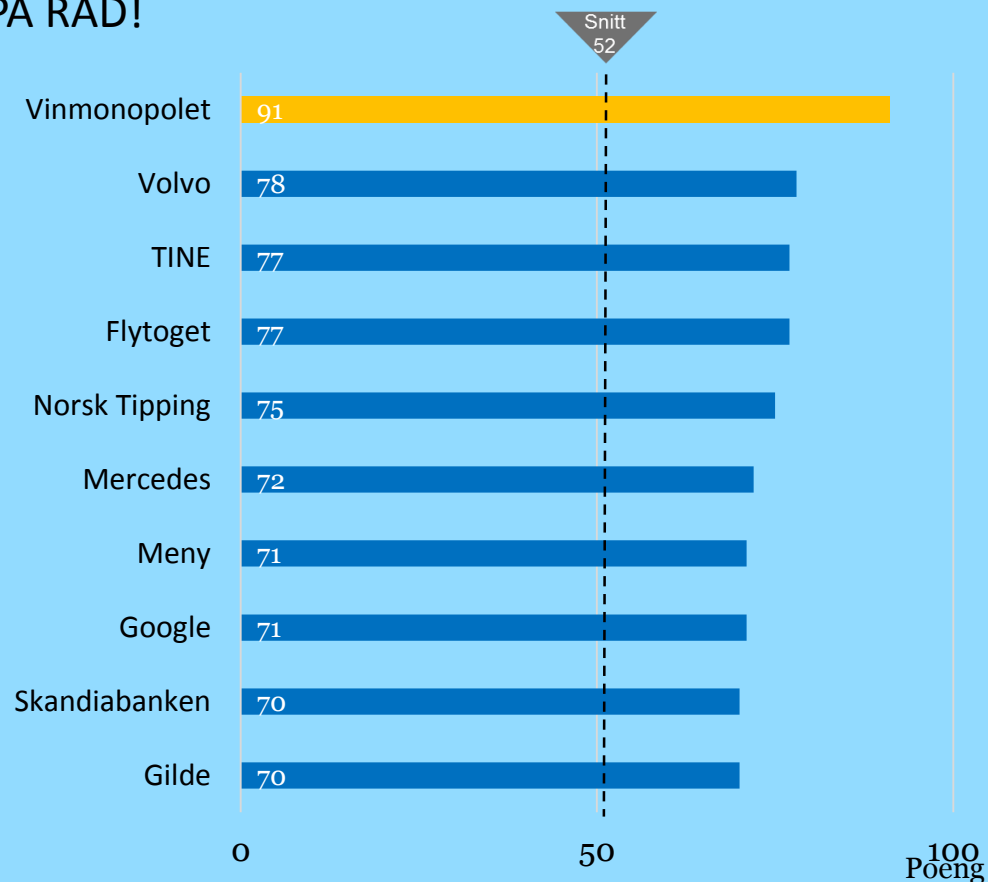
Omsetning inkl. avgifter
MRD NOK



OMDØMMEMÅLING 2017

VINMONOPOLET TOPPER FOR 5. ÅR PÅ RAD!

- ➔ Vinneren av Kantar TNS sin omdømmeundersøkelse i 2017 er Vinmonopolet.
- ➔ Dette er femte året på rad Vinmonopolet topper denne undersøkelsen.
- ➔ «De har skjønnt at det handler om å spille på lag med kundene og tilbyr god service og kompetanse i sine butikker.
- ➔ Når Vinmonopolet leverer på alle nivåer, **øker forventningene** og det er fantastisk at de har klart å opprettholde vekst i så mange år, sier Jonny Nordhøy i Kantar TNS.»





 MILJØARBEIDET SÅ LANGT



04 MR. MILJØ MANER TIL INNSATS

08 GRØNNE POSER FØR JUL



APROPOL

Nr. 5 / 2009 / 23. årgang



OPPFORDRER TIL FELLES MILJØINNSATS

Vår nye kvalitets- og miljøsjef, Frank Lein, skal hjelpe oss alle til å tenke miljø. Han er i gang med å sette Vinmonopolets miljøarbeid i system, og har også en del nye tiltak på gang.

TEKST KRISTINE SANNE FOTO HANS FREDRIK ASBJØRNSSEN

Med på laget har han et miljøråd og et knippe pilotbutikker. Også håper han at hver enkelt av oss kan være med å bidra.

– Det er det som er aller viktigst, at hver og en av oss tenker miljø i alt vi gjør. Vinmonopolet er ingen miljøversting, men vi er en stor og viktig bedrift og faghandelsskjede i Norge. Det vi gjør, blir derfor lagt merke til og vårt bidrag er med på å skape et bedre miljø, sier Frank.

God bakgrunn

Miljøsjefen begynte i stillingen 1. mai. Med mastergrad innen matvitenskap, samt etterutdanning fra BI, skulle han ha det teoretiske i orden. I tillegg har han lang erfaring med kvalitetsledelse i Tine, Coca-Cola, Think og Norgesgruppen. Å jobbe systematisk med miljø er imidlertid nytt – både for Frank og for Vinmonopolet som organisasjon.

– Det er det som er spennende! utbryter han entusiastisk. Han mener Vinmonopolet allerede har kommet et godt stykke på vei: En god miljøpolicy og strategi er på plass, med fem områder det skal satses på. Denne ble vedtatt av styret i april, så Frank selv har ikke hatt noen innflytelse på innholdet. Han fremhever at både policyen og det arbeidet som er lagt ned før han tiltrådte, har gitt ham et veldig godt grunnlag.

– Innen alle områdene er det gjort og gjort det en hel del. Det skorter imidlertid på systematisering og informasjon om de tingene som er gjort. De butikkene som er pilotbutikker på Miljøfyrtnæringsfisering (se egen sak), har erfart dette i sterk grad. Deres arbeid vil imidlertid være med å ska-

pe overordnede og felles retningslinjer for miljøarbeidet, påpeker Frank. Han mener at vi uten et helhetlig system og en «opp-skrift» for den enkelte butikk, ikke får hele virksomheten til å tenke på samme måte.

– Vi får ikke inn den såkalte «ryggmargs-refleksjonen» som gjør at alle ansatte tenker på om de gjør faktisk er miljøvennlig, sier han. – Vi trenger også å utvikle bedre måltall når det gjelder miljø, slik at vi kan skaffe oss status og deretter sette oss konkrete mål for forbedring.

– Dette er noe av det aller første miljørådet skal ta tak i. I riktig, vinmonopolisk ånd er det satt ned et tverrfaglig utvalg med representanter fra fagforeninger, butikker og avdelinger. Da Apropol gikk i trykken hadde de kun hatt ett møte, men det jobbes nå med å definere miljørådets rolle, evaluere miljøfyrtnæringsfiseringene og utarbeide et forslag til veien videre i forhold til miljøfyrtnæringsfisering. – I tillegg må vi så raskt som mulig få på plass måltall og en handlingsplan, sier Frank. I miljørådet sitter Arne Eriksen, Siv Frønsdal-Haga, Terje Gran, Bård-Einar Heggelund, Svend Bang-Pedersen, Roar Rønningen, Morten Saugstad, Trond Syverstad, Svein Strand og Frank Lein.

Miljøstrategien

I bunnen for miljørådets arbeid ligger miljøstrategien. Dette er et kort og lett-fattelig dokument der de fem områdene er definert med mål, aktiviteter og tidsangivelse. Denne finnes på Vintranett (søk på miljøpolicy).

– Et område det satses på er miljøsertifisering. Andre områder er energiforbruk

– Vi er en stor og tydelig aktør i Norge, og det vi gjør kan faktisk gjøre en forskjell. Det har med vårt samfunnsansvar å gjøre, sier Frank Lein.



og avfallshåndtering. Her gjøres det endel, blant annet med sparepærer og andre tiltak. Vi mangler imidlertid en totaloversikt over energiforbruk, avfall og utslipp, slik at vi igjen kan definere mål for å redusere energiforbruket og dreie forbruket mot mer miljøvennlig energi. Dette jobbes det med, forteller Frank. På sikt skal man også stille krav til miljørapportering fra distributører og leverandører.

– Dette må utarbeides i samråd med bransjeaktørene, påpeker kvalitets- og miljøsjefen.

I mål med økologisk

Ifølge miljøstrategien skal basis- og partiutvalget bestå av minimum 50 økologiske produkter ved utgangen av 2009, og det skal være økologiske produkter i alle sortiment i løpet av 2010. Dette har man nådd, men vi stopper ikke satsingen av den grunn.

Emballasje

Det jobbes også med livsløpsvurdering, såkalt LCA (Life Cycle Assessment). I samarbeid med de andre nordiske polene, noen emballasjeleverandører og en vinprodusent, ser man på hva som skjer med vinforpakninger fra «vugge til grav». Man kartlegger også hvor i livssyklusen forpakningene påvirker miljøet negativt.

– Svarene her kan brukes som grunnlag for fremtidige beslutninger tilknyttet miljø, og eventuelle krav og ønsker til forpakninger på varer som tilbys Vinmonopolet via innkjøpsprosessen, opplyser Frank. LCA-arbeidet skal etter planen være ferdig på nyåret.

Poser

De nye posene (se egen sak side 8) er et av de første direkte resultatene av miljøstrategien. I tillegg til at vi tilbyr miljøvennlige poser, er målet å få ned bruken av dem.

– Dette henger litt sammen med at hver og en av oss må ta ansvar. Derfor er en del av strategien også at vi må oppfordre ansatte til å kjøre kollektivt, tenke over hvor ofte og hvordan man reiser, også videre. Hver enhet bør også sette seg sammen og diskutere hvordan de kan bli mer miljøbevisste, oppfordrer Frank Lein avslutningsvis. Selv må han rapportere miljøstatus to ganger i året til ledergruppen.

Vinmonopolets miljøpolicy

Vinmonopolet skal arbeide systematisk for å redusere egne miljøbelastninger, påvirke ansatte og våre leverandører i tilsvarende retning, samt legge til rette for miljøbevisste kunder. Miljø er en sentral del av Vinmonopolets samfunnsansvar.

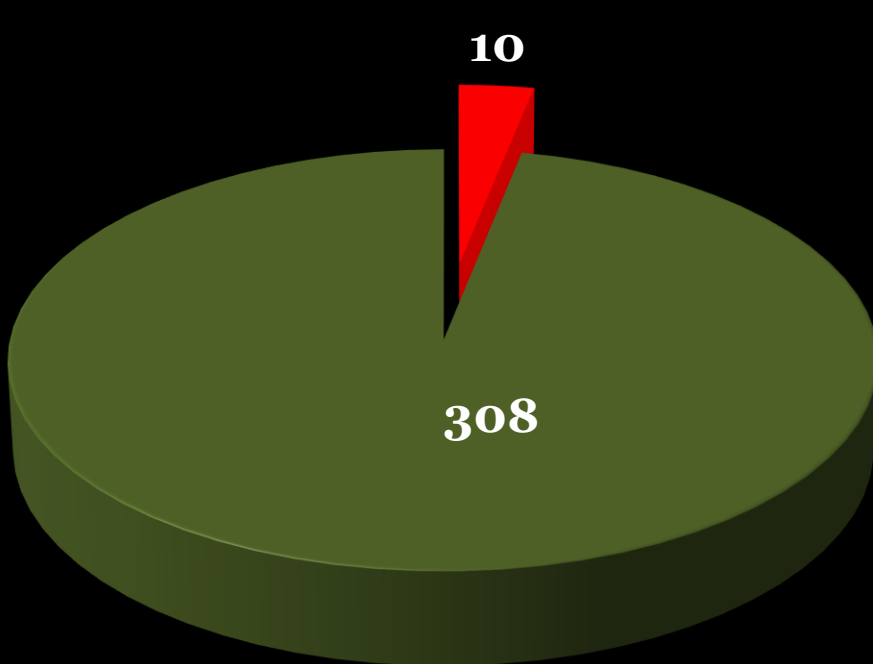
MILJØPOLICY 2009-

Vinmonopolet skal arbeide systematisk for å redusere **egne miljøbelastninger**, påvirke **ansatte** og våre **leverandører** i tilsvarende retning, samt legge til rette for **miljøbevisste kunder**.
Miljø er en sentral del av Vinmonopolets samfunnsansvar.

MILJØARBEIDET

- Vært navlebeskuende
- Fokuseret på å få frem datagrunnlag for å kunne måle effekter
 - Utviklet eget EOS → videreutviklet til MOS
- Implementert rutiner for beste praksis
 - Energibruk
 - Avfallshåndtering
 - Utskrifter
- Gått fra årlig miljørapportering til **løpende miljøoppfølging** → effektivitetsgevinst og økt miljøfokus

Miljøsertifisering av butikker



- Usertifiserte butikker
- Miljøsertifiserte butikker

Andel miljøsertifiserte butikker totalt = 97 %

Stavanger, Hinna

Anskaffelser

Avfall

Energi

Miljørapport

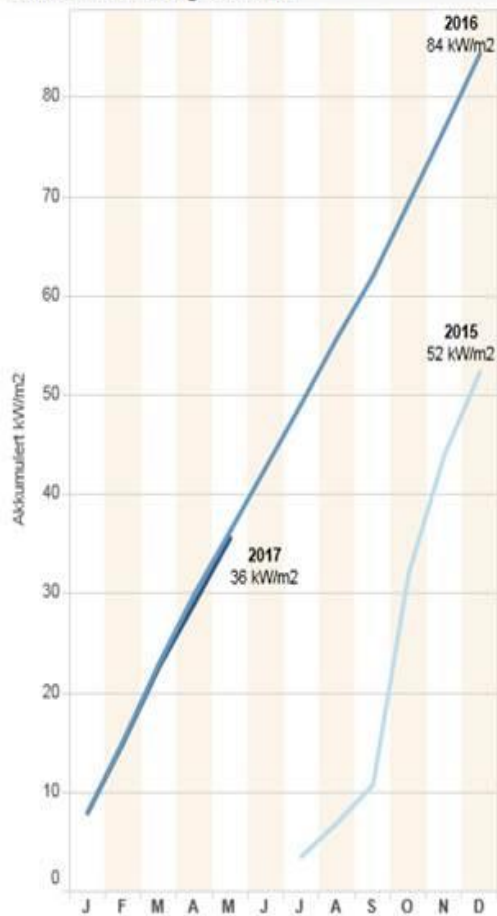
Printere

Risikovurderin

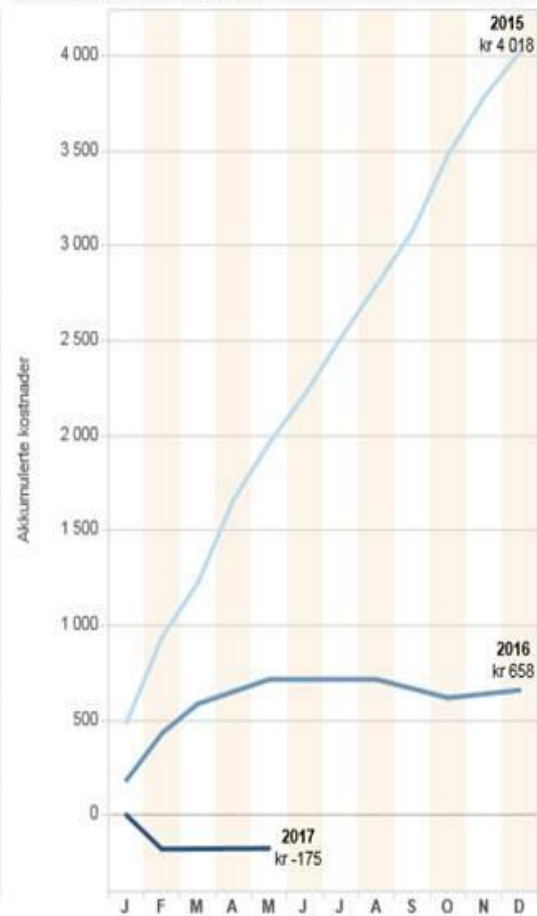
Vernerunde

Årsplan

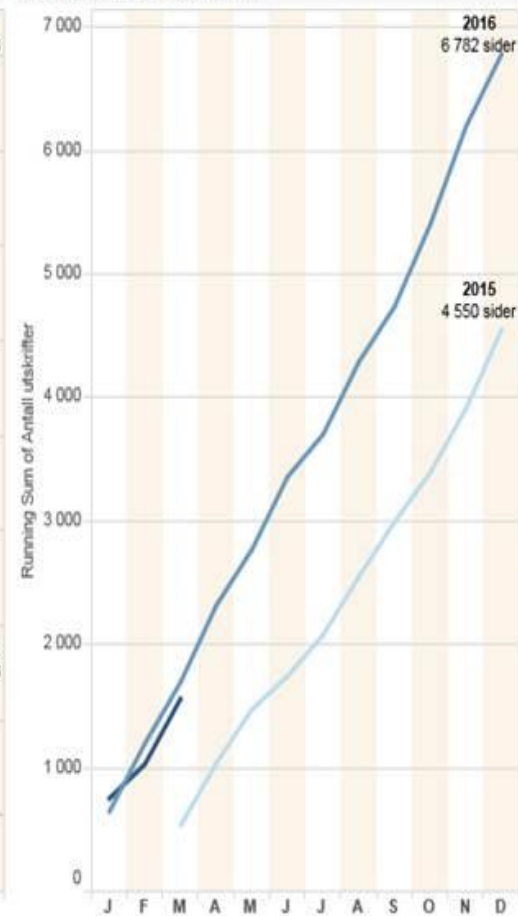
Akkumulert energibruk/m2



Akkumulert avfallskost



Akkumulerte utskrifter



Butikknr

(All)

Andel miljømerkede produkter

2017 **6%**
2016 **15%**
2015 **30%**

Antall miljømerkede produkter

2017 **1**
2016 **7**
2015 **9**

Status vernerunde

Stavanger, Hinna

Status risikovurdering

Stavanger, Hinna

Status årsplan

Stavanger, Hinna

[Gå til tiltak og mål](#)

Oslo, Lambertseter

Anskaffelser

Avfall

Energi

Miljørapport

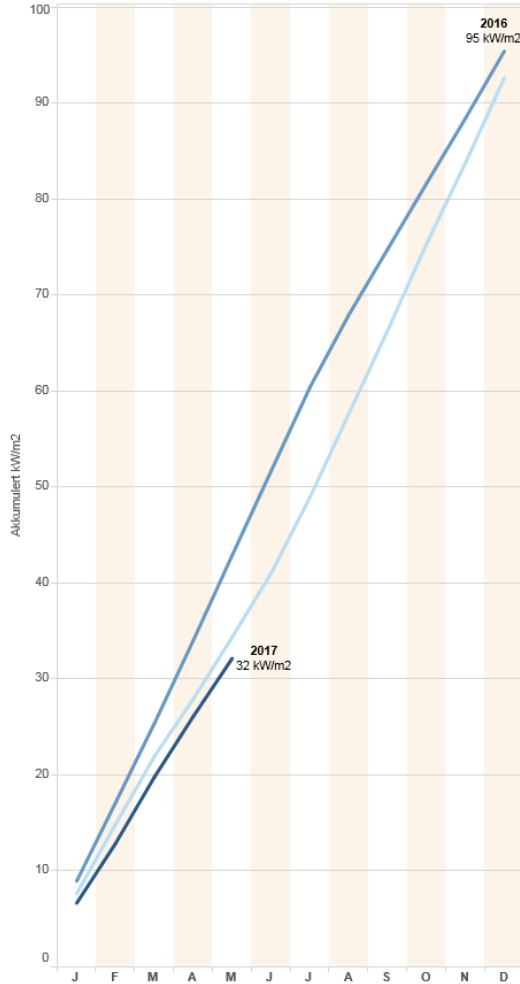
Printere

Risikovurderin

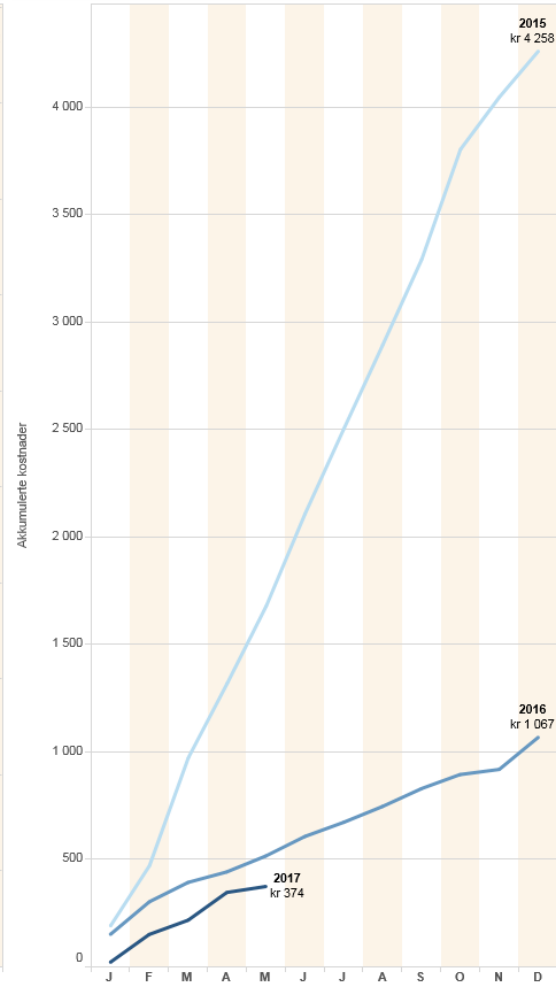
Vernerunde

Årsplan

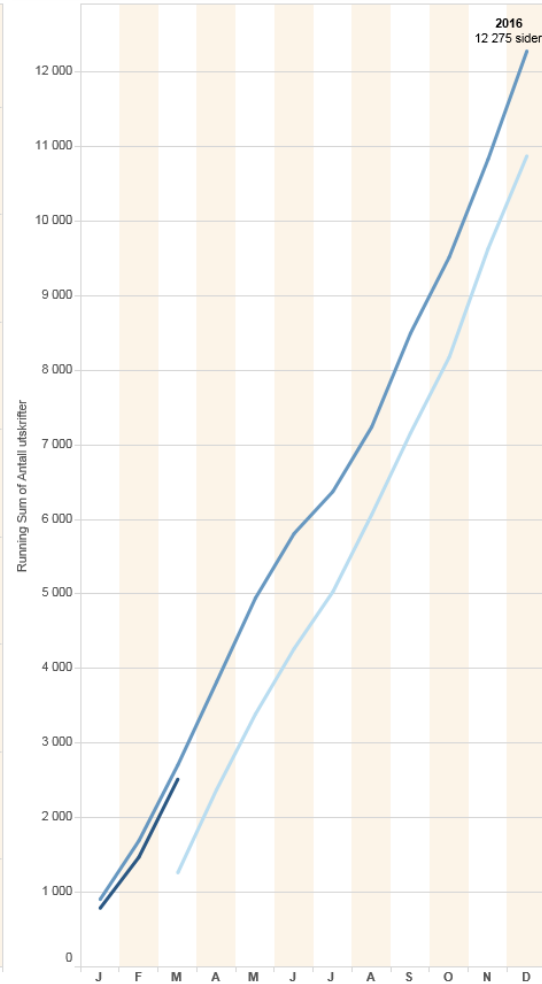
Akkumulert energibruk/m2



Akkumulert avfallskost



Akkumulerte utskrifter



Butikknr

10374

Andel miljømerkede produkter

2017 **23%**
2016 **33%**
2015 **45%**

Antall miljømerkede produkter

2017 **3**
2016 **9**
2015 **14**

Status vernerunde

Oslo, Lambertseter ●

Status risikovurdering

Oslo, Lambertseter ●

Status årsplan

Oslo, Lambertseter ●

Gå til tiltak og mål

ÅRLIGE MILJØBESPARELSER

- Bruker **177 tonn mindre papir** enn i 2009
 - Tilsvarende Oslo-Tromsø i luftlinje hvis vi omregner til A4-ark
- Leverer ut **11 millioner færre plastposer** enn i 2011
 - Tilsvarende Oslo-Ouagadougou (hovedstaden i Burkina Faso) i luftlinje
 - I tillegg får vi betalt for posene
- Sparer **1 million kroner på avfallshåndtering** per år etter innføringen av «beste praksis» fra 2014
- Energibruk pr kvadratmeter er fra 2013 til 2016 redusert med 17 prosent, som tilsvarende **1 million kroner** årlig
 - Energibruk i 2017 = energibruk i 2013 til tross for 30 flere butikker!



KURSENDRING FOR MILJØARBEIDET



MILJØSTRATEGI 2014

BUTIKKFOKUS



*PRODUKT- OG
VERDIKJEDEFOKUS*

NY MILJØSTRATEGI – NYTT MÅL!

*Vinmonopolet har som mål å være
Norges ledende
faghandelskjede på miljø*

EN LEDENDE FAGHANDEL PÅ MILJØ...

- Legger til rette for miljøbevisste kunder
 - Miljøstyrte butikker
 - Miljøsmarte ansatte (kompetanse)
 - **Miljøsmarte** produkter
- Tar ansvar for å gjøre verdikjeden bærekraftig
- Jobber svært tett sammen med leverandørene

NORDISK MILJØSAMARBEID



RÚSDREKKASÖLA
LANDSINS



VINMONOPOLET

VÍNBUÐIN



Systembolaget

- Felles strategi for samarbeid på miljø for perioden 2014-2018
- Samarbeid for å identifisere og redusere miljøbelastningene alkoholmonopolene bidrar til i verdikjedene
- Startet i 2015 prosjektet «Environmental Impacts of Alcoholic Beverages»



MILJØSTRATEGI



Oppdatert i 2016

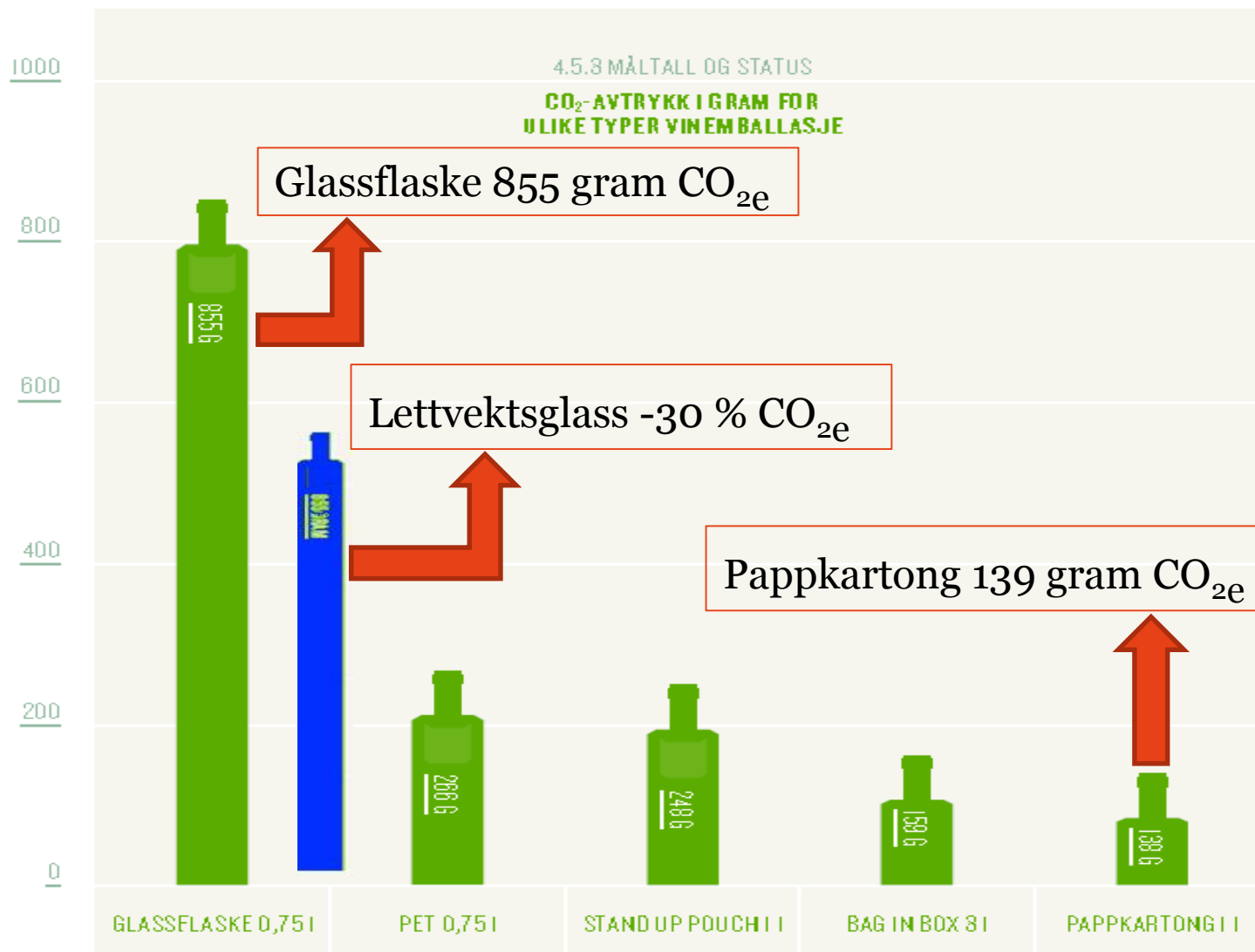
NY MILJØSTRATEGI – SAMME MÅL!

*Vinmonopolet har som mål å være
Norges ledende
faghandelskjede på miljø*

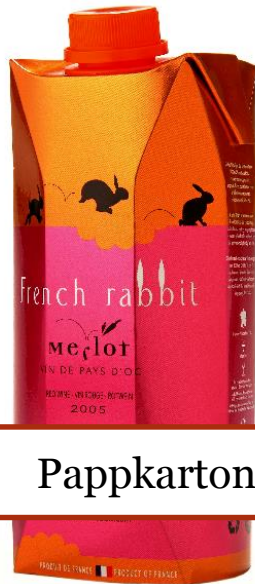
SATSNINGSOMRÅDE 5 INNKJØP PRODUKTER

- Livssyklusanalyse (LCA) av ulike vinforpakninger i 2010. Resultatene viser at tunge glassflasker kommer dårligst ut miljømessig. Generelt kan vi si at lettere emballasje gir lavere CO₂-fotavtrykk.
- 4.5.1 **STRATEGISKE MÅL**
 - Vinmonopolet skal redusere miljøpåvirkningene i verdikjeden.
 - Vinmonopolet skal tilby **miljøsmarte produkter**.
 - Vinmonopolet skal tilby et godt utvalg av økologiske produkter.
- 4.5.2 **AKTIVITETER**
 - **Øke andelen miljøsmart produktemballasje gjennom aktiv påvirkning av leverandører.**
 - Etablere måltall for emballasjevekt per liter vare.
 - Tilby økologiske produkter i tråd med kundenes etterspørsel.

RESULTATER LCA 2011



MILJØSMART EMBALLASJE



Pappkartong



PET-flaske



Bag-in-Box



Lettvektsflaske
(under 420 g)



Aluminiumsboks



Stand up pouch

KORT SAGT

- Alt annet enn tunge glassflasker er å betrakte som miljøsmart emballasje

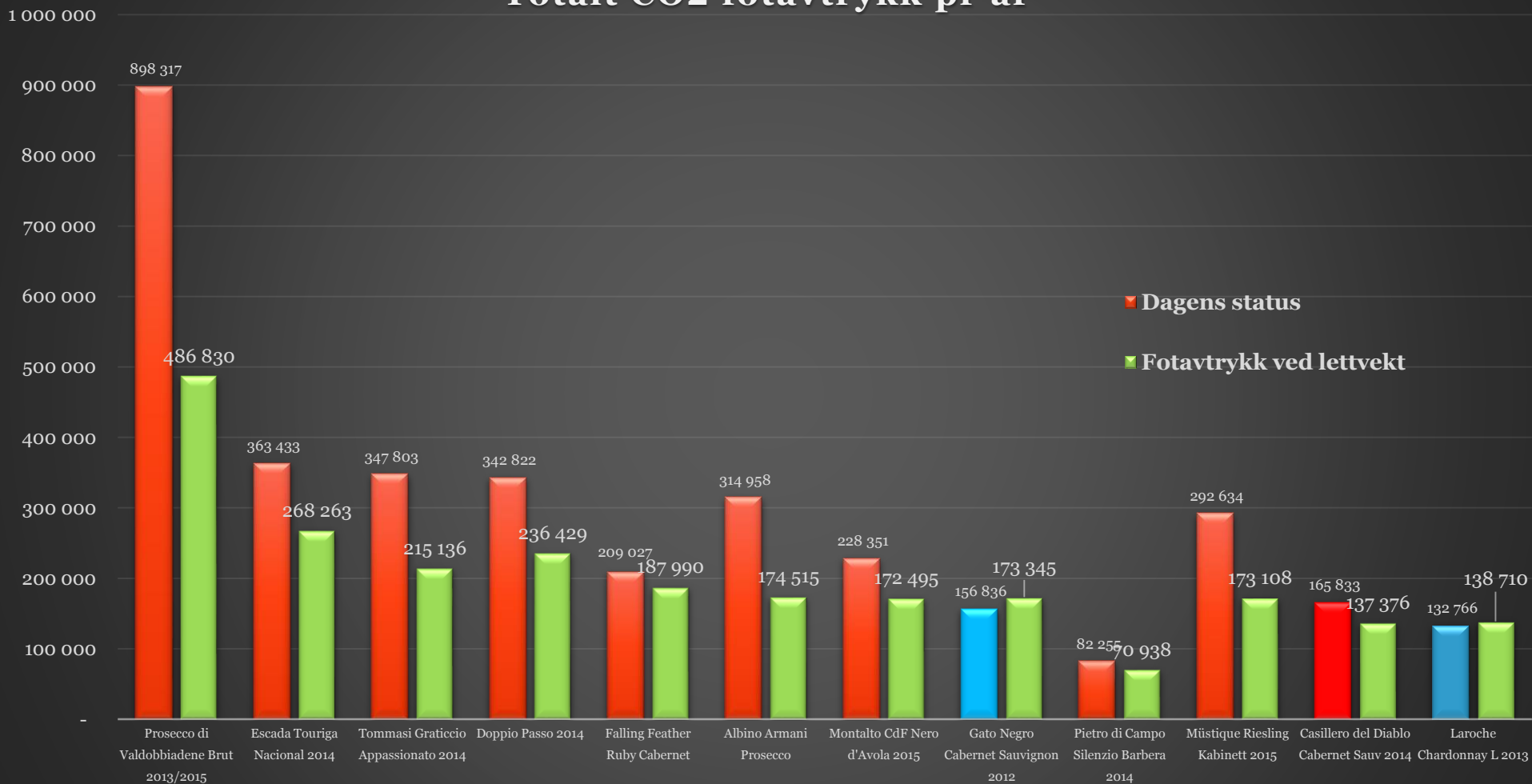


DIALOGMØTE OM LETTVEKTSEMBALLASJE

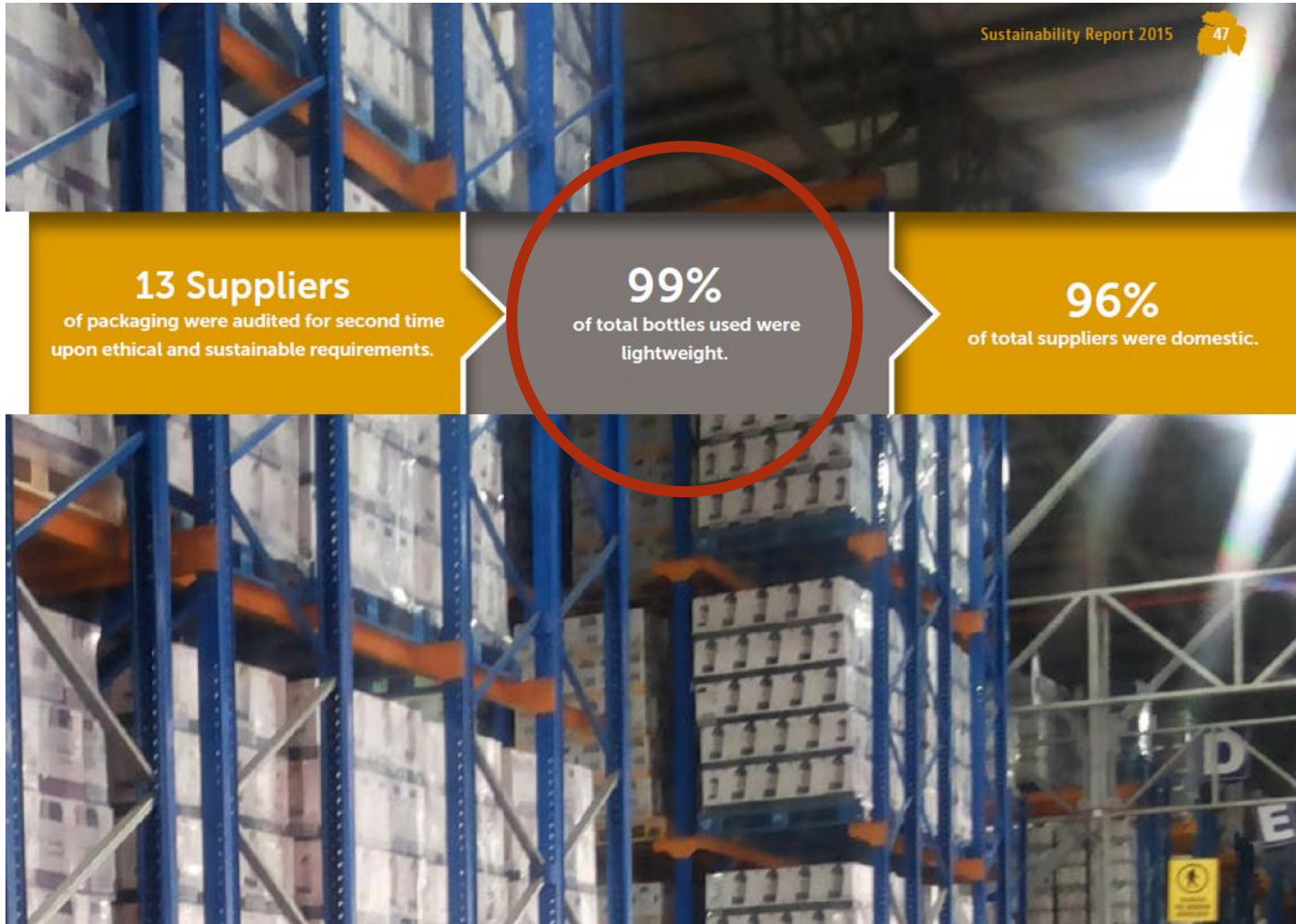
27. JUNI 2016

REDUKSJONSPOTENSIAL

Totalt CO2 fotavtrykk pr år



NOEN HAR KOMMET LANGT



STUDIEN GJØRES TILGJENGELIG NÅ



**Environmental impacts of alcoholic beverages
*as distributed by the Nordic Alcohol Monopolies 2014***

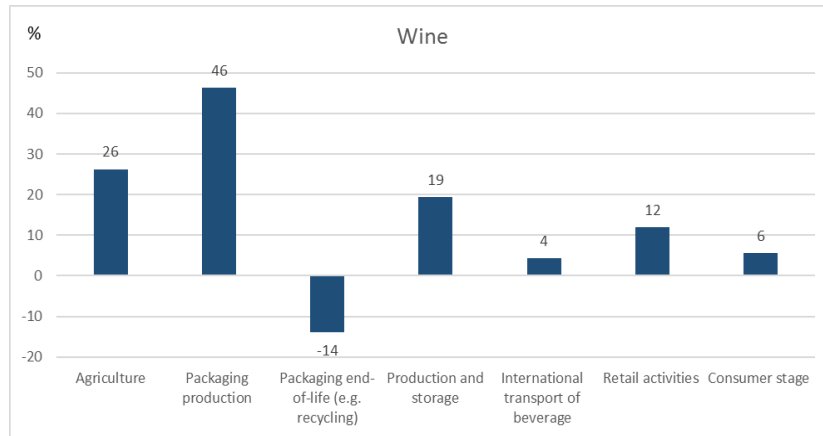
*by Bo P. Weidema, Marie de Saxcé, and Ivan Muñoz
2.-0 LCA consultants, Aalborg, 30th December 2016*

Objective of study

- To document the total environmental impact of the product portfolio of the Nordic Alcohol Monopolies
 - in year 2014
 - expressing the environmental impacts in monetary units, in addition to the underlying physical units
- Intended use:
 - To focus the environmental strategy of the Nordic Alcohol Monopolies
 - Communications, e.g. with suppliers

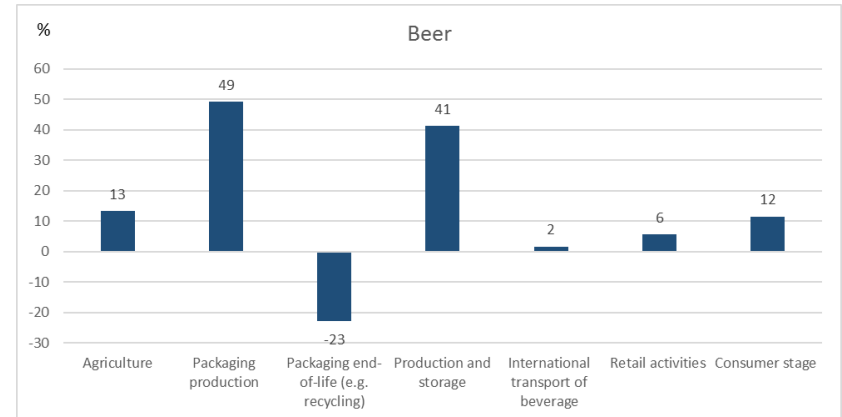
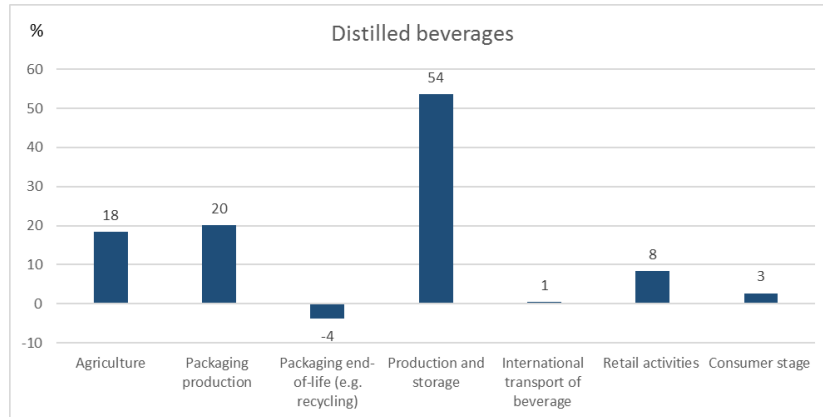


Global warming impact of product categories (% share of each stage of total life cycle impact)



Major impacts

- For wine: **Packaging and agriculture**
- For distilled beverages: **Production**
- For beer: **Packaging and production**



Main improvement areas

- Packaging
 - Weight of glass
 - Choice of material used (PET, aluminum, beverage carton, glass, bag-in-box) and weight of individual packages
- Focus on managing agricultural fuel use and greenhouse gas emissions
- Energy use
 - Large variation between producers suggest good opportunities for improvements
- Consider if agricultural yields can be increased without affecting quality

Other learnings from the study

- The potential differences between producers are likely to be more important than differences between countries
- Studying environmental impacts in our whole value chain is very complex. The results of this study rely on available data and its quality.
- **Communication and cooperation in the supply chain and towards our customers will be essential to succeed in reducing the environmental impacts.**

LANSERINGSPLAN 1. HALVÅR 2018

- Blant de tiltakene som kan redusere bransjens fotavtrykk mest og raskest, er å bruke mindre glass. Vi ønsker derfor å starte arbeidet med å redusere mengden emballasjeglasse så raskt som mulig. Denne lanseringsplanen har derfor krav om lettvekt eller PET på alle svakvin-spesifikasjoner under 150 kroner.
- Vi anmoder dere alle i tillegg sterkt om å levere lettvekt glassflasker under 420 gram der det lar seg gjøre, og på flest mulig spesifikasjoner med krav om glassflaske.
- Det jobbes for fullt med å registrere flaskevekt på eksisterende sortiment, og fra høsten av vil vi være i stand til å sette mål for dette arbeidet.

NYE HYLLEFORKANTER I BUTIKK



OPPLÆRING AV ANSATTE VIKTIG







OVERGANG TIL BÆREKRAFTSARBEID

FRA MILJØ OG CSR TIL BÆREKRAFT

- Startet arbeidet med en bærekraftsstrategi, som vil bli en del av den nye selskapsstrategien til Vinmonopolet
- Vil antakeligvis knytte strategien opp mot FNs bærekraftsmål for 2030
- Rapportering iht. GRI er høyaktuelt



MILJØARBEIDET OPPSUMMERT

- Miljøfilm laget til Poltreff 2015
 - https://www.youtube.com/watch?v=G6n9Pop_ujY&feature=youtu.be