



Gode verktøy for miljøbevisste innkjøp - en forutsetning for å lykkes

Anbefaling til Regjeringens oppfølging
av Soria Moria-erklæringen

Anbefaling nr. 4/2006

08.11.2006

www.innkjopspanelet.no

Til:	Miljøverndepartementet, oppdragsgiver
Gjenpart:	Fornyings- og administrasjonsdepartementet, Barne- og Likestillingsdepartementet
Fra:	Nasjonalt panel for miljøbevisste innkjøp
Ønsket oppfølging:	Departementsbehandling Avsette ressurser til oppgradering av verktøy, samt utvikle kriterier for viktige produktgrupper.

Innhold

1.	Forord	3
2.	Sammendrag og anbefalinger	4
3.	Innledning	5
4.	Behov for verktøy i ulike målgrupper	6
5.	Tilgjengelige veiledere og verktøy i Norge og panelets vurdering av disse.....	7
6.	Utenlandske verktøy.....	12
7.	Hvordan formidle de ulike verktøy til målgruppene?	14
8.	Økonomiske konsekvenser	14

1. Forord

Panelet for miljøbevisste offentlige innkjøp ble oppnevnt av Miljøverndepartementet i september 2005. I Panelets mandat sies bl.a. følgende:

Offentlig sektors samlede innkjøp av varer og tjenester utgjorde nær 240 milliarder kroner i 2003. Dette utgjør et betydelig potensial for reduserte miljøbelastninger. Ved å ta miljøhensyn ved innkjøp og investeringer vil offentlig sektor gi et stort bidrag til å redusere miljøbelastning ved egen drift og bidra til å medvirke til å fremme bedre utvalg av miljøvennlige produkter og teknologi. I loven om offentlig anskaffelser stilles det krav om at det skal tas hensyn til livssyklus kostnader og miljømessige konsekvenser av anskaffelsen. I næringslivet legges det ned betydelige ressurser for å utvikle mer miljøvennlige løsninger og å ta i bruk miljømerkeordninger til å informere om produktets miljøegenskaper. Regjeringen mener at offentlig sektor i kraft av størrelsen og som forvalter av offentlige midler har et særlig ansvar for å gå foran og være bevisst miljøkonsekvenser av sine anskaffelser. Panelet for miljøbevisste innkjøp opprettes for å bidra til at offentlig sektor i større grad skal kunne foreta miljøbevisste innkjøp.

Formål:

- *Panelet skal være et rådgivende panel for Miljøverndepartementet om miljøbevisste innkjøp i offentlig sektor. Panelet kan på selvstendig ansvar også gi råd til andre.*
- *Panelet skal bidra til økt kompetanse om miljøbevisste innkjøp i Norge.*
- *Panelet skal være en viktig møteplass for utveksling av erfaringer og informasjon mellom sentrale aktører.*

Oppgaver:

foreslå nye virkemidler og tiltak, herunder vurdere eksisterende innkjøpsverktøy og eventuelt foreslå utvikling av nye verktøy/forbedring av eksisterende

I Soria Moria-erklæringen sier Regjeringen følgende:

Det offentlige må gå foran som ansvarlig forbruker og etterspørre miljøvennlige varer og varer som er tilvirket med høye etiske og sosiale standarder.

Nasjonalt panel for miljøbevisste innkjøp legger med dette fram sin andre anbefaling til Regjeringens oppfølging av Soria Moria-erklæringen.

Oslo, 08.11.2006

Bjørn Strandli
Panelleder

Diana Snibsøer
Panelmedlem

Beate Bull
Panelmedlem

Viel Sørensen
Panelmedlem

Tormod Lien
Panelmedlem

Berit Eyde-Kjuus
Panelmedlem

Dag Nordby
Panelmedlem

2. Sammendrag og anbefalinger

Oversikten i kapittel 5 og 6 viser at det i utgangspunktet er mange veiledere og verktøy tilgjengelig, hvorav mange er av relativt god kvalitet. I forhold til det definerte behovet (kapittel 4) finnes det noen hull, og noe av det eksisterende materiellet trenger å bli oppdatert.

Generelt er anbefalingen at behovet som er definert i kapittel 4 dekkes. Tanken (eller Målet) er at norske offentlige innkjøpere får en verktøykasse bestående av et relativt lite antall med robuste verktøy som dekker de grunnleggende behovene. Flere av verktøyene kan også lages relativt tidløse, slik at behovet for oppdateringer ikke blir så stort. Aktiv bruk av nettversjoner vil også kunne gjøre kostnadene knyttet til oppdateringer overkommelige.

Panelets detaljerte konklusjoner og anbefalinger er som følger:

Lokalpolitikere/ ledere / miljøsjefer/miljøansvarlige:

- Eksisterende policymal gjennomgås, spesielt med vekt på å etablere gode indikatorer for bruk internt i den enkelte virksomhet.
- En god eksempelbase bør etableres (gjelder alle målgrupper).
- Tredjepartsverifiserte miljøledelsessystemer (ISO 14001 etc) bør markedsføres i offentlig sektor.

Profesjonelle innkjøpere generelt:

- "GRIP innkjøp" bør revideres og trykkes opp på nytt
- EU-kommisjonens veileder bør vurderes oversatt til norsk og erstatte "NHD-veilederen" (Nærings- og handelsdepartementet), eventuelt med et eget tillegg for særnorske forhold.
- Dagens kartleggingsverktøy bør gjennomgås og om mulig forbedres.
- Den store mangelvaren i Norge er tilgangen på produktspesifikke kriterier på norsk. Norske innkjøpere bør gis tilgang på en god, oppdatert kriteriebase på norsk, enten det skjer i nordisk eller nasjonal regi. Det fellesnordiske formatet for kriteriesett bør i begge tilfeller legges til grunn. Norge bør spille en aktiv rolle i arbeidet med å etablere en nordisk kriteriebase. Om mulig bør alle miljøer i Norge som arbeider med slike kriterier, gå sammen og forene sine krefter og ressurser, siden dette er et ressurskrevende arbeid.
- Basen med ferdige konkurransegrunnlag bør utvides. En slik base vil kunne fungere til inspirasjon både for miljøaspekter og generelt. Fysisk bør basen legges sammen med kriteriebasen, eventuelt linkes opp derfra.

Profesjonelle innkjøpere i BA-næringen

Disse har generelt behov for mye av det samme som profesjonelle innkjøpere i andre virksomheter. Samtidig er det forhold som gjør at BA har behov for et særskilt tilbud.

- Veilederne som ble utarbeidet i regi av Økobygg-programmet, bør revideres og utgis på nytt.
- EcoProduct, som er et potensielt godt verktøy, bør utvikles videre og formidles til målgruppen.

Småinnkjøperne (medarbeidere som gjør innkjøp som bigeskjeft):

- En enkel innkjøpspolicy bør lages med sikte på daglige småinnkjøp i barnehager, på skoler og andre offentlige institusjoner.
- Veilederen "14 råd om innkjøp" bør oppdateres spesielt med denne målgruppen for øye.
- Enkel evalueringsmetodikk bør inngå i "14 råd om innkjøp"

Medarbeidere som gjør tidvis store innkjøp:

- Må ha tilgang på informasjon om hva som finnes når de trenger det

Finans- økonomi- og revisjonsmedarbeidere:

- Samme anbefaling som for lokalpolitikere/ledere

Andre anbefalinger:

- Ny innkjøpsnettsider i GRIP bør utformes som en steg for steg prosess med gode linker til relevante verktøy, veiledere, regelverk mm
- På produktgruppenivå bør det utformes faktaark som synliggjør de viktigste miljøutfordringene
- I Doffin bør det pålegges oppdragsgiver å synliggjøre miljøkrav allerede på førstesiden.
- FADs anskaffelsesprotokollmal bør også ha miljø som utsjekkingspunkt
- Riksrevisjonen bør oppfordres til å se på innkjøp og miljø i sin revisjonsvirksomhet
- Substitusjonsplikten bør kobles til innkjøpsregelverket

Panelets anslag er at 2 årsverk pr år i 3 år, bør sikre at arbeidet med veiledere og verktøy får det nødvendige løft, og sikre at et godt utvalg med kriteriesett foreligger.

3. Innledning

I 1992 oppfordret FN verdens regjeringer til å utvise lederskap gjennom offentlige anskaffelser. Siden den gang er det utgitt veiledere, metoder og verktøy, samt at de juridiske mulighetene for å ta miljøhensyn er avklart. Allikevel har vi et langt stykke igjen før miljøhensyn er godt integrert i offentlige anskaffelser.

Det har vært en noe treg respons i de norske innkjøpsmiljøene vedrørende innføring av miljøbevisste innkjøp. Dette skyldes ikke negative holdninger, men heller mangelfull styring kombinert med usikkerhet pga. manglende kunnskaper og verktøy.

I tabell 1 fremstilles de 5 viktigste hindringene for miljøbevisste offentlige innkjøp i Norge, jf. EU-undersøkelsen fra 2005 ("Grønne-7" er de 7 beste statene i EU, mens "Andre-18" er de resterende):

Hindring	Norge	EU	Grønne-7	Andre-18
1. Mangel på kunnskap om miljø og hvordan utvikle miljøkriterier	52%	35%	27%	37%
2. Mangel på ledelsesstøtte (inkludert penger og tid), strategisk fokus og virksomhetspolicy som promoterer grønne offentlige innkjøp.	42%	33%	34%	32%
3. Oppfatning om miljøtilpassede produkter er dyrere enn andre produkter	35%	44%	46%	38%
4. Mangel på praktiske verktøy og informasjon (f.eks. håndbøker og internettverktøy)	34%	25%	21%	30%
5. Mangel på opplæring for innkjøpere	34%	25%	24%	27%

Tabell 1: Hindringer for å innføre miljøbevisste innkjøp hentet fra EU-studien 2005.

Vi ser her at både punkt 1, 2, 4 og 5 berører tilgangen på kompetanse og metodikk, noe som danner grunnlag for denne anbefalingen.

På spørsmål om hva slags innkjøpsteknikker som benyttes viser det seg at norske innkjøpere er relativt gode til å bruke avanserte innkjøpsteknikker (levesykluskostnader, funksjons spesifikasjon og "grønne kontraktvarianter"). Siden "grønne" innkjøp er avhengig av innkjøpere som kan faget sitt og er villig til å ta i bruk nye krav/kriterier, så er dette et positivt resultat.

Under følger et utdrag av hvilke informasjonskilder innkjøperne oppgir at de benytter for å komme frem til sine miljøkriterier. Det er verdt å merke seg at norske innkjøpere i stor grad benytter offentlig informasjon på internett og miljømerkekriterier. Dette gir føringer for hvordan effektiv formidling bør skje i Norge.

Informasjonskilder for innkjøpere	Norge	Grønne-7	EU
Offentlig informasjon på Internett	72%	59%	45%
Miljømerkekriterier	52%	43%	27%
Leverandørinformasjon	46%	37%	30%
Kurs/seminarer	40%	34%	24%
Nasjonale veiledninger	38%	40%	30%
Samarbeid med andre organisasjoner	21%	37%	26%
Egen ekspertise/Intern miljøavdeling	17%	48%	33%

Tabell 2: Oversikt over innkjøpernes informasjonskilder fra EU-undersøkelsen 2005.

Regjeringen har gjennom Soria Moria-erklæringen varslet prioritering av arbeidet med miljøbevisste offentlige innkjøp. En forsterket politikk på miljøbevisste anskaffelser i offentlig sektor bør etter Panelets vurdering også omfatte oppgradering av eksisterende veiledere og verktøy, samt utvikling av manglende verktøy, herunder å sikre norske innkjøpere tilgang til produktspesifikke krav og kriterier på norsk.

I neste omgang må veiledere og verktøy formidles til brukergruppene.

Det er grunnlag for å anta at mer miljøbevisste anskaffelser over tid kan gi lavere kostnader for offentlig sektor (både i samfunnsøkonomisk og i bedriftsøkonomisk forstand).

4. Behov for verktøy i ulike målgrupper

Følgende matrise søker å illustrere hvilke målgrupper som det er behov for å nå, i hvilken fase av kjøpet og med hvilke verktøy (tekst i parentes er et behov, men ikke et behov som kan klassifiseres som et verktøy):

	Overordnet/ På tvers	Behovsverifisering	Markedssøk	Spesifikasjon	Evaluering
Lokalpolitikere/ ledere/miljø-ansvarlige	<ul style="list-style-type: none"> • (Styringssignaler) • Policymal • Indikatorer • Eksempler • Miljøledelsessystem 				

	Overordnet/ På tvers	Behovsverifisering	Markedssøk	Spesifikasjon	Evaluering
Profesjonelle innkjøpere generelt/ Medarbeidere som gjør tidvis store innkjøp	<ul style="list-style-type: none"> • (Vedtatt policy) • Generell veileder • Regelverksveileder • Eksempler 	<ul style="list-style-type: none"> • Prosedyreverktøy • Kartleggingsverktøy • Eksempler 	<ul style="list-style-type: none"> • Veiledning • Eksempler 	<ul style="list-style-type: none"> • Produktkriterier • Eksempler på konkurransegrunnlag 	<ul style="list-style-type: none"> • Evalueringsmetodikk inkl. nåverdimetoden • Informasjonsverktøy til brukerne
Profesjonelle innkjøpere innen BA	<ul style="list-style-type: none"> • (Vedtatt policy) • Generell veileder • Regelverksveileder • Eksempler 	<ul style="list-style-type: none"> • Prosedyreverktøy • Kartleggingsverktøy • Eksempler 	<ul style="list-style-type: none"> • Veiledning • Eksempler 	<ul style="list-style-type: none"> • Produktkriterier • Eksempler på konkurransegrunnlag 	<ul style="list-style-type: none"> • Evalueringsmetodikk inkl. nåverdimetoden • Informasjonsverktøy til brukerne
Småinnkjøpere (medarbeidere som gjør mindre innkjøp som bigeskjeft)	<ul style="list-style-type: none"> • Enkel policy • Eksempler 	<ul style="list-style-type: none"> • Enkel veiledning med eksempler 	<ul style="list-style-type: none"> • Enkel veiledning 	<ul style="list-style-type: none"> • Merkeordninger • Enkel veiledning 	<ul style="list-style-type: none"> • Enkel evalueringsmetodikk
Finans- og økonomi- og revisjonsmedarbeidere	<ul style="list-style-type: none"> • (Styringssignaler) • Indikatorer • Eksempler 				

Tabell 3: Oversikt over ulike målgruppers behov for verktøy

5. Tilgjengelige veiledere og verktøy i Norge og panelets vurdering av disse

Under følger de veiledninger og verktøy som panelet har funnet å være tilgjengelig i Norge, samt panelets vurdering av disse. Vurderingene er basert på enkelte paneldeltakeres individuelle vurdering, utprøvinger i paneldeltakernes egne organisasjoner, innkjøpernes svar på ulike spørreundersøkelser og til slutt en samlet vurdering i panelets arbeidsgruppe for veiledere og verktøy.

Følgende vurderingskriterier er lagt til grunn:

1. Dekker verktøyet et behov i markedet?
2. Hvordan er brukervennligheten?
3. Hvordan er tilgjengeligheten?
4. Er verktøyet i overensstemmelse med regelverket?

Oversikten er laget på samme format som foregående tabell. Dermed kommer forskjellen på hva som er behovet og hva som faktisk eksisterer klarere frem. Der det er mulig er det lagt inn hyperlink på verktøynavnet. For disse er det dermed mulig å klikke seg rett inn i de aktuelle verktøyene.

Målgruppe/verktøy	Kort beskrivelse	Avsender	Del av innkjøpsprosessen	Panelets vurdering
Lokalpolitikere/ ledere				
Polycymal	Ferdig formulert innkjøpspolicy som også inkluderer miljø og sosiale forhold	GRIP	Overordnet, strategisk.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Behov i markedet: Ja 2. Brukervennlig: Ja 3. Tilgjengelighet: Internett 4. Regelverk: Ikke avklart Konklusjon: Bra, generell policy. Det bør foretas en ny vurdering av indikatorene, samt kontrollere at malen er i overensstemmelse med regelverket.
Nordisk lederbrosjyre "Et godt kjøp"	Motivasjonsbrosjyre for innkjøpsledere som også inneholder forslag til innkjøpspolicy.		Overordnet, strategisk.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Behov i markedet: Behov for budskapet 2. Brukervennlig: Brosjyre er kanskje ikke rette medium 3. Tilgjengelighet: Internet/papir (Papirversjonen har litt dårlig trykk) 4. Regelverk: Ja Konklusjon: Kan være en hjelp for en del ledere som ønsker å finne ut hvor man starter arbeidet med innkjøp og miljø. Tvilomt om brosjyre er det rette mediet. Det bør vurderes alternative tilnæringsmåter til å nå ledere.
Indikator				<ol style="list-style-type: none"> 1. Behov i markedet: Ja 2. Brukervennlig: Nei 3. Tilgjengelighet: Nei 4. Regelverk: Ikke relevant Konklusjon: Gode indikatorer finnes ikke, jf. punkt om polycymal.
Eksempler				<ol style="list-style-type: none"> 1. Behov i markedet: Ja 2. Brukervennlig: Nei 3. Tilgjengelighet: Nei 4. Regelverk: Ikke relevant Konklusjon: God eksempelbase finnes ikke, men bør etableres
Miljøledelsessystem	Flere systemer for 3. parts sertifisert miljøledelse finnes (ISO 14001, EMAS, Miljøfyrtårn).	International Standard Organization, EU og Miljøfyrtårnsekretariatet		<ol style="list-style-type: none"> 1. Behov i markedet: Ja 2. Brukervennlig: Kan være utfordrende 3. Tilgjengelighet: Ja 4. Regelverk: Ikke relevant Konklusjon: Gode verktøy for ledelsen for å sikre miljøarbeidet generelt, inkludert i innkjøp

Målgruppe/verktøy	Kort beskrivelse	Avsender	Del av innkjøpsprosessen	Panelets vurdering
Profesjonelle innkjøpere generelt/ Medarbeidere som gjør tidvis store innkjøp				
"Buying Green!"/"Grønne Indkøb!"	EU-kommisjonens veileder for hvordan miljøkrav kan stilles innenfor regelverket.	EU-kommisjonen	Overordnet – med fokus på miljø og juss i innkjøpsprosessen.	1. Behov i markedet: Ja 2. Brukervennlig: Finnes på engelsk/dansk – ellers OK 3. Tilgjengelighet: Internett/papir 4. Regelverk: Ja Konklusjon: Det beste som finnes på feltet. Foreligger ikke på norsk. Bør vurdere oversettelse til norsk.
"Miljø og regelverket for offentlige anskaffelser"	NHDs veileder for hvordan miljøkrav kan stilles innenfor regelverket.	NHD	Overordnet – med fokus på miljø og juss i innkjøpsprosessen.	1. Behov i markedet: Ja 2. Brukervennlig: Ikke oppdatert pr i dag 3. Tilgjengelighet: Ja 4. Regelverk: Ja, men enkelte avvik Konklusjon: Bør videreføres.
GRIP innkjøp	Generell hovedveileder for miljøbevisste innkjøp. Dekker mange tema. Utarbeidet for 1. prosjektansvarlig som har ansvaret for å integrere miljøbevisste anskaffelser i virksomheten. 2. Oppslagsbok for innkjøpere. 3. Ledere	GRIP	Overordnet, strategisk. Hele prosessen dekkes fra behovsverifisering til evaluering av innkomne tilbud	1. Behov i markedet: Ja 2. Brukervennlig: Ja 3. Tilgjengelighet: Trykt versjon/Internett 4. Regelverk: Nei Konklusjon: God teoretisk veileder som trenger å bli oppdatert
Nordisk innkjøpsbrosjyre "Et godt kjøp"	Konkret kortversjon med spisset budskap på viktige tema. Gir til slutt tips om aktuelle krav ved varekjøp	Nordisk Ministerråd	Overordnet – med fokus på behovsverifikasjon, juss, LCC, samt utforming av krav og tips til krav.	1. Behov i markedet: Ja 2. Brukervennlig: Ja, 3. Tilgjengelighet: Internett/papir 4. Regelverk: Ja Konklusjon: Grei kortversjon, der GRIP innkjøp blir for omfattende.
Innkjøpsplakat	Plakat for veggmontering som illustrerer innkjøpsprosessen og gir miljøtips for hver enkelt fase.	GRIP	Hele innkjøpsprosessen.	1. Behov i markedet: Lite behov 2. Brukervennlig: Nei 3. Tilgjengelighet: Trykt versjon 4. Regelverk: Nei Konklusjon: Bør utgå
Prosedyre for behovsverifikasjon	Prosedyre som stiller behovshaver noen utfordrende spørsmål som må besvares før innkjøp kan foretas. Er ment som en standard rutine i virksomheten. Kan benyttes for å disiplinere og få orden på virksomhetens innkjøp.	GRIP/Grønn Stat fase 1	Behovsverifikasjon før innkjøp/bestilling/avrop.	1. Behov i markedet: Ja 2. Brukervennlig: Ja 3. Tilgjengelighet: Ja 4. Regelverk: Ja Konklusjon: Tidløst verktøy. Krever vilje og ressurser for innføring og håndheving. Tittelen bør vurderes.

Målgruppe/verktøy	Kort beskrivelse	Avsender	Del av innkjøpsprosessen	Panelets vurdering
Verktøy for kartlegging av miljøbelastning	Verktøy som gir oversikt over et produkts miljøbelastning og hvilke aspekter man bør prioritere. Kan med fordel benyttes i samarbeid med tverrfaglige anskaffelsesgrupper.	GRIP	Behovsverifikasjon	<ol style="list-style-type: none"> 1. Behov i markedet: Ja 2. Brukervennlig: Krever opplæring og en viss kompetanse 3. Tilgjengelighet: Internet 4. Regelverk: Ja <p>Konklusjon: Et verktøy som brukt på riktig måte kan bidra til å velge miljøriktige løsninger, samt holde fokus på de viktigste aspektene. Bør prøves ut mer i markedet.</p>
Svanekriterier	Offisiell nordisk merkeordning som har kriteriesett for en rekke varer og tjenester. Kriteriene sikrer et høyt miljønivå.	Nordisk Ministerråd/ Stiftelsen Miljømerking i Norge	Utforming av spesifikasjonskrav/ tildelingskriterier/ gjennomføringskrav. Lisensbevis kan brukes som dokumentasjon.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Behov i markedet: Ja 2. Brukervennlighet: Høy brukerterskel for å bruke kriteriene – (sjekkes ut under terskelverdi) 3. Tilgjengelighet: Internet. Ikke alle produkter har svanekriterier 4. Regelverket: Overensstemmelse med regelverket varierer <p>Konklusjon: Kriteriesettene er såpass omfattende at innkjøpere trenger hjelp til å bruke kriteriene. Lisensbevis kan benyttes som dokumentasjon på at kriteriene oppfylles.</p>
EU-blomsten	Europeisk merkeordning som viser at produktet holder et visst miljønivå.	EU/Stiftelsen Miljømerking i Norge	Utforming av spesifikasjonskrav/ tildelingskriterier/ gjennomføringskrav. Lisensbevis kan brukes som dokumentasjon	<ol style="list-style-type: none"> 1. Behov i markedet: Ja 2. Brukervennlighet: Høy brukerterskel for å bruke kriteriene – (sjekkes ut under terskelverdi) 3. Tilgjengelighet: Internet. Ikke alle produkter har EU-blomstkriterier. 4. Regelverket: Overensstemmelse med regelverket varierer <p>Konklusjon: Kriteriesettene er såpass omfattende at innkjøpere trenger hjelp til å bruke kriteriene. Lisensbevis kan benyttes som dokumentasjon på at kriteriene oppfylles.</p>
Ø-merket	Merkeordning som viser at landbruksprodukter er økologisk dyrket.	EU/Debio	Utforming av spesifikasjonskrav/ tildelingskriterier/ gjennomføringskrav. Merket kan brukes som dokumentasjon	<ol style="list-style-type: none"> 1. Behov i markedet: Ja 2. Brukervennlighet: Ja 3. Tilgjengelighet: Internet. 4. Regelverket: Ja <p>Konklusjon: God merkeordning som er enkel å bruke.</p>
EPD (Environmental Product Declaration – Miljødeklarasjon)	En miljødeklarasjon, kalt EPD, er et kortfattet dokument som oppsummerer miljøprofilen til et produkt. EPDer bygger på livsløpsvurderinger av miljødata fra råvareuttak, produksjon, bruksfase og avhending.	NHO/ Næringslivets Stiftelse for Miljødeklarasjoner	Utforming av spesifikasjoner/ tildelingskriterier og som dokumentasjon.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Behov i markedet: Ja 2. Brukervennlig: Nei 3. Tilgjengelighet: Nei – alt for få produkter med 3. parts EPD. 4. Regelverk: Varierer <p>Konklusjon: God 3. parts produktinformasjon. Bør utvikles for flere produkter.</p>

Målgruppe/verktøy	Kort beskrivelse	Avsender	Del av innkjøpsprosessen	Panelets vurdering
Miljoinnkjop.no	Generell innføring i miljø og innkjøp, samt en kriteriebase for drøyt 30 produktgrupper.	10 fylkeskommuner og kommuner	Overordnet, pluss utforming av spesifikasjoner.	1. Behov i markedet: Ja 2. Brukervennlighet: Nei 3. Tilgjengelighet: Internett 4. Regelverket: Nei Konklusjon: Kriteriene bør innarbeides i felles nordisk kriteriebase.
GRIPs produkttips	Kravformuleringer for noen produktgrupper.	GRIP	Utforming av spesifikasjoner/ tildelingskriterier.	1. Behov i markedet: Ja 2. Brukervennlighet: Ja 3. Tilgjengelighet: Internett/trykket versjon 4. Regelverket: Nei Konklusjon: Det er behov for en oppgradering i både form og innhold. Bør innarbeides i en felles nordisk kriteriebase
Konkurransesgrunnlagsbase	Komplette konkurransegrunnlag som har miljø inkludert og som har fungert i markedet.	GRIP	Utforming av konkurransegrunnlag	1. Behov i markedet: Ja 2. Brukervennlighet: Ja 3. Tilgjengelighet: Internett 4. Regelverket: Ja Konklusjon: Bør legges sammen med den nordiske kriteriebasen
GRIPs evalueringsverktøy	Fleksibelt evalueringsverktøy basert på nåverdimetoden og Fischbeins poengsystem.	GRIP	Evalueringsfasen (men vil også påvirke utforming av konkurransegrunnlaget).	1. Behov i markedet: Ja 2. Brukervennlighet: Ja 3. Tilgjengelighet: Internett 4. Regelverket: Ja Konklusjon: Bra verktøy
GRIPs eksempelbase	Eksempler både innen innkjøp og andre områder	GRIP	Alle faser	1. Behov i markedet: Ja 2. Brukervennlighet: Ja 3. Tilgjengelighet: Internett 4. Regelverket: - Konklusjon: Bra verktøy, bør utvides med flere eksempler
Profesjonelle innkjøpere innen BA	<i>I tillegg til verktøyene under, gjelder også verktøyene over for denne målgruppen.</i>			
EcoProduct	EcoProduct er et web-verktøy for miljøinformasjon om bygningsprodukter for arkitekter, rådgivere, entreprenører, utbyggere og øvrige aktører innenfor byggenæringen.	SINTEF Byggforsk	Behovsverifikasjon, spesifikasjon og evaluering.	1. Behov i markedet: Ja 2. Brukervennlighet: Ja 3. Tilgjengelighet: Metoden er tilgjengelig på Internett som betalingstjeneste, men er inn til videre gratis. 4. Regelverket: Ikke avklart Konklusjon: Et potensielt godt verktøy.
Småinnkjøpere	<i>I tillegg til verktøyene under, gjelder også merkeordningene for denne målgruppen..</i>			
14 råd om innkjøp	Generell veileder som gir tips om relevante krav ved varekjøp.	GRIP	Hovedfokuset ligger på tekniske spesifikasjoner.	1. Behov i markedet: Ja 2. Brukervennlighet: Ja 3. Tilgjengelighet: Trykt versjon/Internett 4. Regelverket: Ja Konklusjon: "Tidløs" veileder med mange

Målgruppe/verktøy	Kort beskrivelse	Avsender	Del av innkjøpsprosessen	Panelets vurdering
				nyttige råd.
Finans- og økonomimedarbeidere				
Ingen spesielle verktøy utarbeidet for denne målgruppen innen innkjøp og miljø.				

Tabell 4: Oversikt over tilgjengelig verktøy i Norge og Panelets vurdering av disse

6. Utenlandske verktøy

Det er laget mange utenlandske verktøy innen tematikken offentlige innkjøp og miljø. Noen er allerede nevnt i tabell 4, som de nordiske brosjyrene, miljømerkeordninger, EPDer og miljøstyringssystemer. I tabell 5 følger en begrenset oversikt over de nyeste (og dermed forhåpentligvis de beste) verktøy som kan være relevante for Norge å dra veksler på. Panelet anbefaler ikke en direkte oversettelse av utenlandske verktøy, men verktøyene er en god ressurs når vi selv skal oppdatere vår egen "verktøykasse". Panelet har ikke vurdert utenlandske verktøy på lik linje med de nasjonale, da disse verktøyene er utenfor Panelets nedslagsområde.

Målgruppe/verktøy	Kort beskrivelse	Avsender	Del av innkjøpsprosessen
Lokalpolitikere/ ledere/ miljøsjefer/ miljøansvarlige			
Procura+	Procura+ er kanskje ikke et verktøy, men en kampanje for miljø og innkjøp som offentlige virksomheter kan delta i. Kampanjen inneholder imidlertid "verktøy" som deltakerne anbefales å benytte.	ICLEI	Overordnet strategisk/metodisk, samt noen kriterier for utarbeidelse av spesifikasjoner.
LEAP	Denne verktøykassen er omfattende og dekker både overordnede, strategiske spørsmål og ned til kriterier for ulike produktgrupper pluss en del mer.	En rekke europeiske samarbeidspartnere med ICLEI som sekretariat.	Overordnet strategisk, produktkriterier mm.
Profesjonelle innkjøpere generelt	<i>I tillegg til verktøyene under, gjelder også verktøyene over for denne målgruppen.</i>		
EKU-verktøyet	Kjernen i EKU-verktøyet er en kriteriebase for en rekke produktgrupper.	Miljøstyringsrådet AB	Utforming av spesifikasjoner.
Danske produktkriterier	DK har utarbeidet flere titalls produktkriterier på 90-tallet. Disse ble revidert for 2-3 år siden.	Miljøstyrelsen	Utforming av spesifikasjoner.
Totalkostnadsberegninger	Håndboken beskriver metodene for å sikre at man legger vekt på de totale kostnadene ved kjøp og ikke kun anskaffelsespris. Nåverdimetoden står i fokus.	Stockholm kommune	Utforming av konkurransegrunnlag og evaluering av tilbud.

Målgruppe/verktøy	Kort beskrivelse	Avsender	Del av innkjøpsprosessen
Profesjonelle innkjøpere innen BA	<i>I tillegg til verktøyene under, gjelder også verktøyene over for denne målgruppen.</i>		
DEEP – Dissemination of Energy Efficient Measures in the Public Building Sector	The DEEP project aims to promote opportunities in improving energy efficiency through high environmental standards for public office buildings. Criteria for building materials, energy performance, and green electricity will be developed.	ICLEI	Synes primært å rette seg mot kriterier for de tre nevnte produktgruppene.
Medarbeidere som gjør tidvis store innkjøp			
Ingen funnet.			
Småinnkjøpere			
Ingen funnet.			
Finans- og økonomimedarbeidere			
Ingen funnet.			

Tabell 5: Oversikt over relevante utenlandske verktøy

I forbindelse med UKs arbeid med handlingsplan for grønne offentlige innkjøp ble 17 forskjellige verktøy vurdert etter 3 parametere; sosiale aspekter, miljøaspekter og økonomiske aspekter. Mange fikk relativt lav score, mens GRIP innkjøp på engelsk fra 1996 faktisk kom på andre plass. På første og tredjeplass kom to verktøy utarbeidet av Environment Agency for England and Wales. I en underlagsrapport til britenes h-plan beskrives disse slik:

1. Green Matters CD ROM: This CD ROM is aimed at small to medium sized business and people with little knowledge of sustainability issues. It uses an organisation as a case study and takes the user on a tour of four departments, finance, marketing, procurement and legal and ends with a discussion about Corporate Social Responsibility and builds a business case for the user as to why they should take sustainability into account in the running of their business.

The CD ROM is useful for new starters or as a supplier development tool. It does however depend on the user liking interactive software and its format will appeal to some and not to others. It covers procurement amongst the tour but you have to get through finance and marketing first. It is not possible to skip through the CD and this structure may be frustrating to some users

2. Sustainable Procurement Guide 2002: The guide was not designed as a tool kit in its own right, it is in fact the tools and techniques used by the Environment Agency to manage its own sustainable procurement activity. From that perspective it is highly practical and has a comprehensive focus on risk management. It is environment biased and whilst social and economic issues are mentioned the guide is not detailed in that regard.

The guide is strong on risk assessment and practical tools to support procurers, it is however weak on social and economic aspects of sustainability. It is however due for update.

7. Hvordan formidle de ulike verktøy til målgruppene?

Ved utforming av formatet på veiledere, verktøy, eksempler mm, må det tas hensyn til at formidlingen skjer effektivt, samtidig som informasjonen er brukervennlig og tilgjengelig. For noen verktøy må det vurderes andre kanaler (formidlingsmåter) ved siden av Internett.

For de **profesjonelle innkjøperne** vil informasjon på internett antakelig være den foretrukne distribusjonskanalen for det aller meste av stoffet. Det vil være enkelt å nå denne gruppen med informasjon om hva og hvor aktuelt stoff finnes på internett, dette gjelder blant annet fagtidsskrift, annonsering, nyhetsbrev, presentasjon på innkjøpskonferanser, presentasjon direkte. Større veilederne som generell veileder og regelverksveilederen, bør imidlertid også foreligge i trykte versjoner, da de også fungerer som oppslagsverk.

Profesjonelle innkjøpere innen BA kan behandles på samme måte som over, men disse har i stor grad sine egne kanaler, fagtidsskrift og møteplasser.

Miljøsjeff/miljøansvarlig har sine definerte arenaer (konferanser, fagtidsskrift mm), og vil ofte være mottakelige for innspill på innkjøpsområdet. Miljøansvarlige vil ofte kunne være en viktig kanal ut til de andre målgruppene i egen virksomhet, men de må utstyres med nødvendig ballast slik at de klarer å sette innkjøp på dagsordenen internt og følge temaet opp over tid. Miljøsjeffene vil kunne være aktive nettbrukere, men de vil ikke være daglige brukere av dedikert grønt innkjøpsnettsted. Formidlingen om hva som finnes må derfor skje på annet vis (nyhetsbrev, konferanser, fagtidsskrift mm).

Ledelsen/lokalpolitikere bør primært nås via styringssignaler ovenfra. Dette budskapet kan med fordel forsterkes via media og på konferanser hvor denne gruppen samles. I egen virksomhet bør lederne helst møte det samme budskapet fra miljøsjef og innkjøpschef.

Småinnkjøperne nås best gjennom et klart signal internt som kombineres med opplæring og veiledning.

Medarbeidere som gjør tidvis store innkjøp nås best gjennom et klart signal internt som kombineres med opplæring og veiledning.

Finans- og økonomimedarbeiderne må overbevises gjennom ledelsens policy og klare eksempler på at dette er bra for virksomhetens omdømme og økonomi. Denne målgruppen har også fagblader og møteplasser som bør benyttes for å formidle budskapet.

8. Økonomiske konsekvenser

Det anbefales å starte arbeidet så snart som mulig og gjennomføre hoveddelen av arbeidet i løpet av 2 til 3 år. Arbeidet med kriteriesett og konkurransegrunnlag vil antakelig måtte pågå lenger, men innen 3 år bør et rimelig godt tilbud være etablert. Når vurderingen er at det foreligger et stort nok antall kriteriesett og konkurransegrunnlag, må det settes av ressurser til oppdatering av disse. Hva som er "stort nok" antall kriteriesett bør baseres på markedsundersøkelser/tilbakemelding fra brukerne.

Det er vanskelig å gi et nøyaktig anslag for hvor mye ressurser som kreves de første 3 årene. Erfaringer tilsier at kriterieutvikling er et krevende arbeid, spesielt når man beveger seg inn på områder hvor man ikke uten videre kan basere seg på andres arbeid. Det bør imidlertid innen noen områder være mulig benytte seg av, eventuelt

videreutvikle, eksisterende kriterier fra blant annet naboland, svanen, blomsten og lignende. En del merarbeid vil det likevel bli, blant annet med undersøkelser og gjennomføring av nødvendige kvalitetssikring.

Panelets anslag er at 2,5 årsverk pr år i 3 år, bør sikre at arbeidet med veiledere og verktøy får det nødvendige løft, og sikre at et godt utvalg med kriteriesett foreligger.