

Alle tar miljøansvar
gjennom
Grønt Punkt Norge



KARI-LILL LJØSTAD

KOMMUNIKASJONSSJEF - GRØNT PUNKT NORGE



grøntpunkt.no

Grønt Punkt merket



- Kvittering for at det er **betalt vederlag** for emballasjen
- Vederlaget **finansierer** innsamlings og gjenvinningsløsninger
- Europas **mest brukte** merke

Merket Grønt Punkt ®

Grønt Punkt Norge AS har eksklusiv lisens (1997)

Fellesmerke: Bedrifter som bruker merket kan søke om sub-lisens. Utstedes forutsatt at vilkår i merkereglement oppfylles.

Ingen utstedt eller søkt så langt

Merkereglement – Inngå i en returordning som

- Tar ansvar for all emballasje som omfattes av materialet
- Har returordning med god tilgjengelighet i alle landets regioner
- Har innsamlingsløsninger for næringslivsemballasje der den oppstår som avfall lokalt
- Har drift gjennom hele året
- Rapporterer mengder
- Tar sin andelsmessige ansvar for gratispassasjerer



Produsentansvaret

- Emballasje fikk på 80- og 90-tallet svært mye oppmerksomhet - syndebukk for avfallsmengder
- Tyskland innførte krav til innsamling og gjenvinning i 1992
- EU innførte emballasjedirektiv i 1994
- Eiere og brukere av emballasjen (næringslivet) ønsket å inngå frivillige bransjeavtaler fremfor å få en tvungen avgift
- Ønske om at det vederlaget som ble innbetalt i sin helhet skulle gå til drift av ordningene
- Avtaler med MD inngått i 1994 – 1996, fornyet i 2003
- Påtok seg utvidet produsentansvar for emballasjens kretsløp inkludert optimering og gjenvinningsmål
- Våre mål er høyere enn EU krav



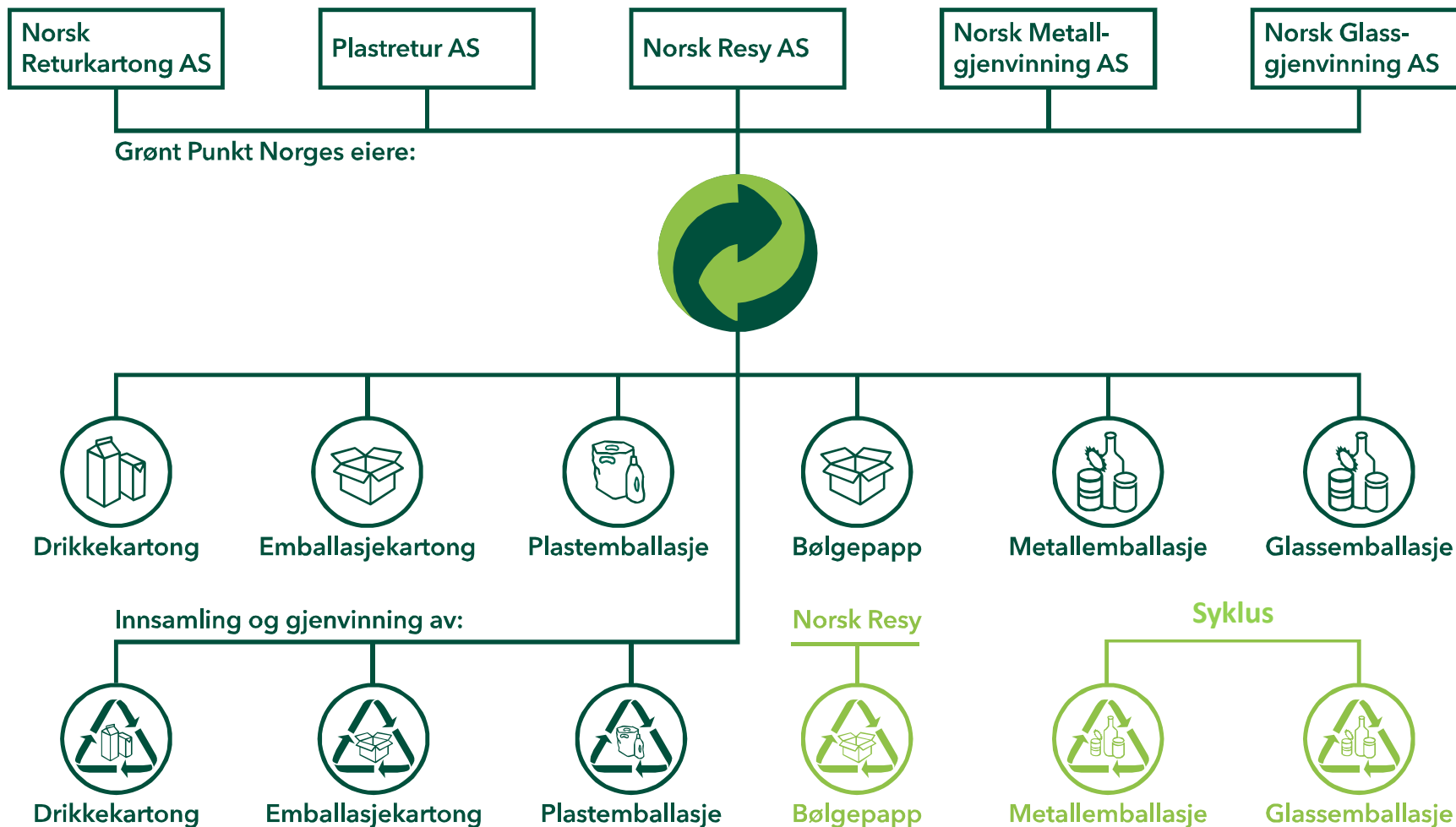
Produsentansvarets paradoks:

jo mindre man gjør, desto billigere blir det

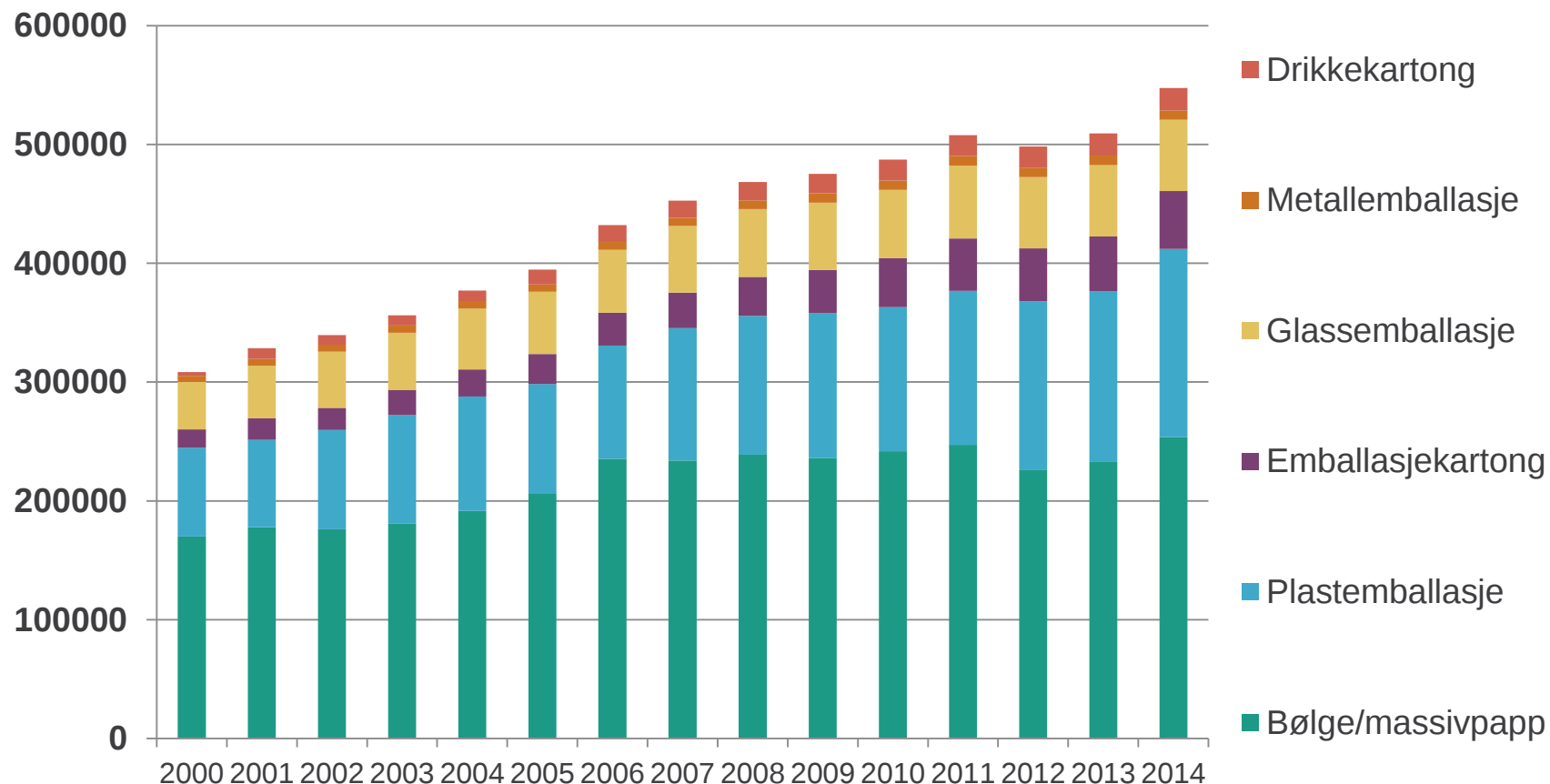
Grønt Punkt emballasjeselskapene har miljømyndighetenes tillit og har gjennom 20 års rapportering fått tilbakemelding om at vi gjør en skikkelig jobb.

- Tar ansvar for emballasjen der den oppstår, hjemme hos forbruker og i næringslivet
- Et rettferdig system hvor alle behandles likt, uavhengig av størrelse og geografi
- Et transparent system hvor alt årlig rapporteres til miljømyndighetene
- Ingen kryss-subsidiering. Hvert emballasjeslag bærer sine egne kostnader
- Et enkelt system hvor faktiske emballasjemengder kan beregnes ut fra importdata
- Samarbeid med returselskap for batteri og tre returselskap for EE for å gi medlemmene den pakken som passer dem best

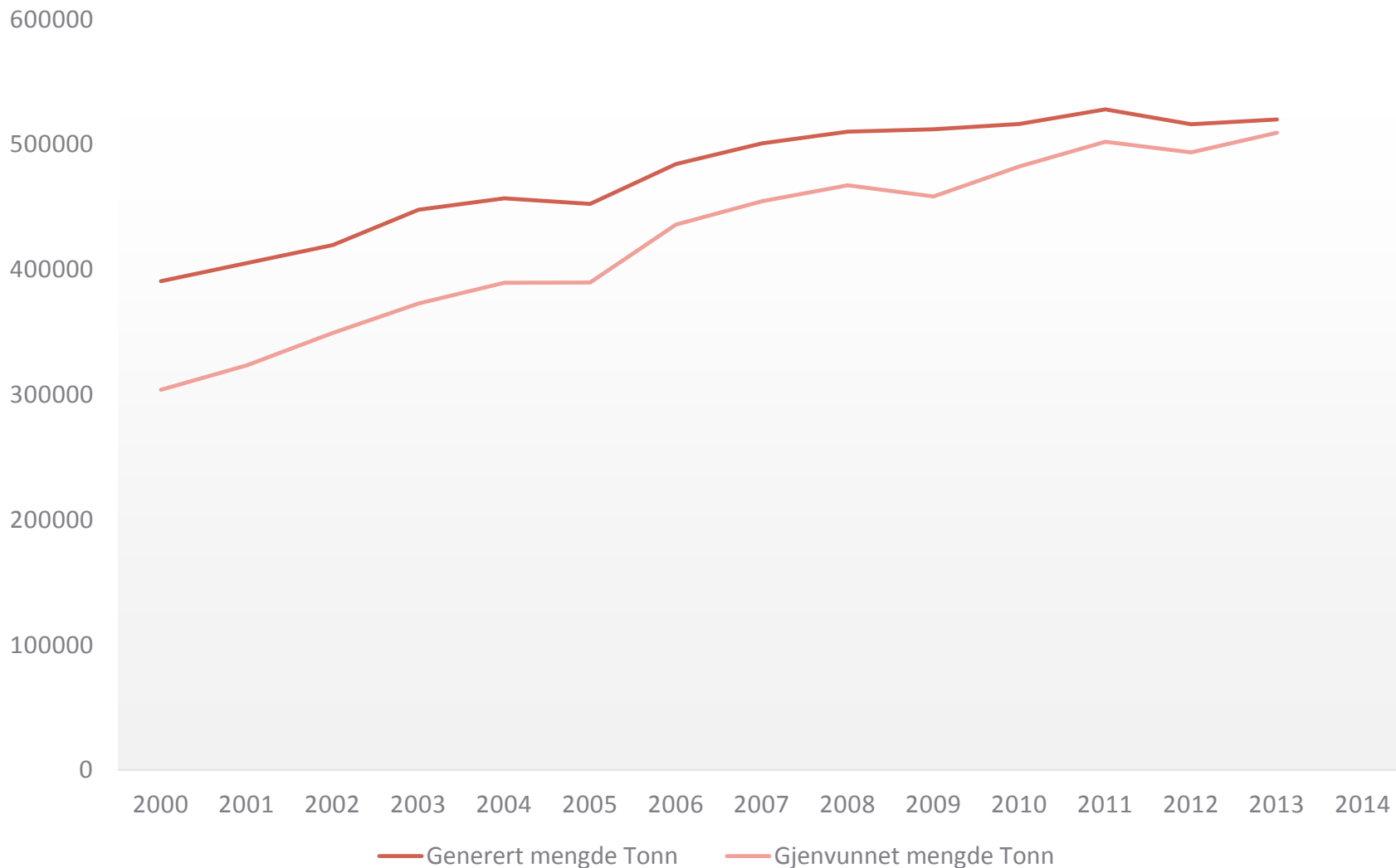




Gjenvinning all emballasje i tonn



Utvikling i generert og gjenvunnet emballasje



Grønt Punkts hovedoppgaver

MEDLEMSKAP

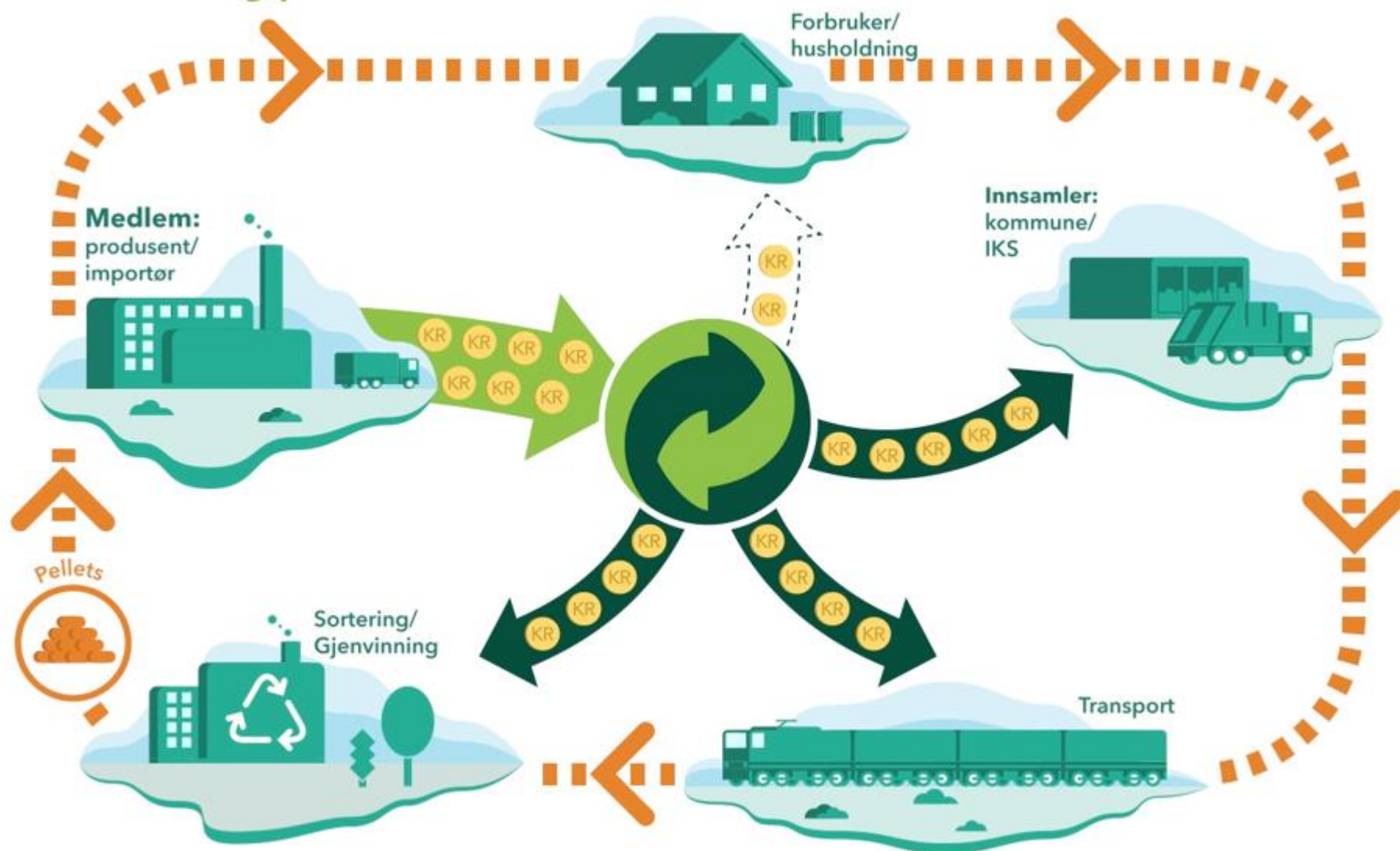
- Innhente vederlag fra medlemmene iht. den mengde emballasje de har sendt ut på det norske markedet
- Gi medlemmene god service, enkel rapportering og relevant merverdi
- Verve nye medlemmer og kontrollmedlemmer.

GJENVINNING

- Oppfylle gjenvinningsmålene for plastemballasje og emballasjekartong
- Oppnå høyest mulig returandel for drikkekartong og drikkevareemballasje av plast.



Husholdningsplast



Medlemskap



Standardmedlemskap

- For virksomheter som sender emballasje ut i det norske markedet.
- Produsenter, importører og andre emballasjebrukere.
- Betaler for vederlagspliktig emballasje.
Ingen fast medlemskostnad.



Kontrollmedlemskap

- Stiller krav til sine norske vareleverandører om medlemskap i Grønt Punkt Norge (eller tilsvarende ordning med rapportering til myndighetene)
- Ingen kostnader

Verdien av medlemskap i Grønt Punkt Norge

Grunnlag

- Produsentansvaret for emballasje overføres til Grønt Punkt Norge
- Kostnads- og miljøeffektivt
- Innfri krav fra kunder
- Kildesortert emballasje blir gjenvunnet
- Myndighetene (MD og Miljødir.) er fornøyde

Merverdier

- Lovlig bruk av Grønt Punkt® -merket
- Profilering av medlemskapet



Status

- 300 millioner kroner i vederlag (2015)

Rapportert i 2015	Rapportert mengde
Plastemballasje	132 099 tonn
Emballasjekartong	39 443 tonn
Bølge- og massivpapp	212 275 tonn
Drikkekartong	17 086 tonn
Glassemballasje (inkl. avg. glass)	75 843 tonn
Metallemballasje (ekskl. tomt og tørt)	10 913 tonn



03.03.2016:

- 6 131 medlemmer
4 016 standardmedlemmer og 2 794 kontrollmedlemmer
- 4 000 indirekte medlemmer

Finansiering

Vederlaget betales oftest av vareprodusent/importør

Plastemballasje	0,84 – 1,38 kr/kg
EPS (f.eks Isopor®)	2,40 kr/kg
Emballasjekartong	0,37 kr/kg
Bølgepapp	0,05 kr/kg
Drikkekartong	0.036 kr/stk
Glassemballasje	0,069 – 0,288 kr/stk
Metallemballasje	0,041 – 0,187 kr/stk
Farlige stoffer	0,20 – 2,40 kr/stk



Vis verden at du er medlem!

Bedrifter som bryr seg

Vi vil at emballasjen fra våre produkter blir til noe nytt.

Derfor er vi medlem av Grønt Punkt Norge AS.

Grønt Punkt sørger for at vår emballasje får ta del i flere kretsløp - og etterlater seg så små fotavtrykk i naturen som mulig.

Det er sånn vi viser at vi bryr oss.



grøntpunkt.no

Bedrifter som bryr seg

Vi vil at emballasjen fra våre produkter blir til noe nytt.

Derfor er vi medlem av Grønt Punkt Norge AS.

Grønt Punkt sørger for at vår emballasje får ta del i flere kretsløp - og etterlater seg så små fotavtrykk i naturen som mulig. Det er sånn vi viser at vi bryr oss.



grøntpunkt.no



Bannere til bruk på nett og trykk kan lastes ned, eller vi kan lage tilpasset materiell sammen.



grøntpunkt.no

Synliggjør miljøansvaret



Forbruker velger miljøansvarlig bedrift når produkt og pris er tilnærmet likt.

Hva kan vi gjøre sammen for å fortelle om miljø og at dere tar ansvar

Husk å kildesortere emballasjen. Vi (selskap) har allerede betalt for at den gjenvinnes.

Visste du:

Hvert år resirkuleres 33 000 tonn kartong. Da sparer vi energi tilsvarende 114 millioner vaskemaskinsykluser.

Takk for at du kildesorterer - konsept



Vi har over 6000 medlemmer som gjør gjenvinning av emballasje mulig – men alt for få som stolt viser at de er med på denne jobben

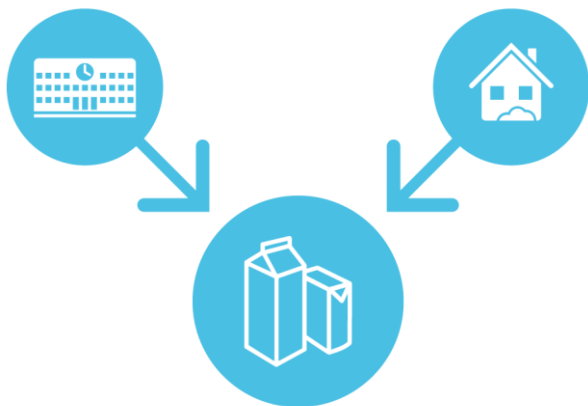
Takk for at du kildesorterer –

VI har allerede betalt for at emballasjen skal gjenvinnes!

Innsamling og gjenvinning av plastemballasje drikkekartong og emballasjekartong

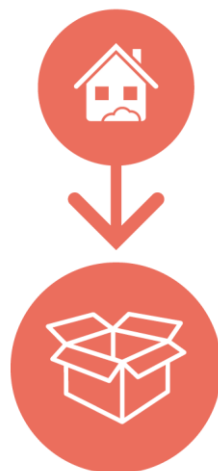


Ansvarsområder



Drikkekartong

Fra skoler/barnehager
og husholdning



Emballasjekartong

Primært fra husholdning



Plastemballasje

Fra næringsliv og
husholdning

Mål og tall 2014

	Bransjeavtale material + energi	Oppnådd material + energi
Ordinær plastemballasje	30% + 50%	40,4% + 58,9% = 99,3%
EPS (som Isopor®)	50% + 30%	42,2% + 57,2% = 99,5%
Emballasjekartong	50% + 10 %	45,3% + 53,8% = 99,1%
Plastemballasje brukt til farlige stoffer	Maks retur	42,2% + 29,7% = 71,9%

	Avgiftsbelagt	Oppnådd material + energi
Drikkekartong		59,9% + 32,8% = 92,7%
Kartonger i skole og barnehage		80,6% + 15,8% = 96,4%
Avgiftspliktig drikkevareemballasje i plast		25,6% + 60,8% = 86,4%

Næringslivsplast

- 67 000 tonn ordinær plastemballasje
 - PE-folie, PP-sekk, hardplastemballasje
- 60,9% materialgjenvinning
- 8 643 tonn EPS (Isopor®)
- 4 500 tonn emballasje brukt til farlige stoffer

Plast er ikke plast, de ulike typene kan ikke gjenvinnes sammen. I næringslivet er det enklere å samle inn rene fraksjoner.

For hver kilo plastfolie som gjenvinnes, sparer vi 2,1 kilo CO₂ utslipp.



Næringslivskampanje «Vi ser nye produkter»



SER DU HØY-
BALLER?
VI SER
NYE HAGE-
MØBLER.



Takk for at du kildesorterer

Officte et utem rae volupta esequist, sequide de non plaut ipsum es deriet ea
cum volupta tiaspelit ut reur arum eatuae ptatur remporum faciendia expelli
gendebitas es volupituntur rate quis nita que m eatuae ptatur remporum
faciendia expelli gendebitas es volupituntur rate quis nita que



grøntpunkt.no



SER DU BRUKTE
PP-SEKKER?
VI SER FINE
FLEECE-JAKKER.

Takk for at du kildesorterer

Officte et utem rae volupta esequist, sequide de non plaut ipsum es deriet ea
cum volupta tiaspelit ut reur arum eatuae ptatur remporum faciendia expelli
gendebitas es volupituntur rate quis nita que m eatuae ptatur remporum
faciendia expelli gendebitas es volupituntur rate quis nita que



grøntpunkt.no



SER DU BRUKT
PLAST?
VI SER 1000 NYE
PLASTPOSER

Takk for at du kildesorterer

Officte et utem rae volupta esequist, sequide de non plaut ipsum es deriet ea
cum volupta tiaspelit ut reur arum eatuae ptatur remporum faciendia expelli
gendebitas es volupituntur rate quis nita que m eatuae ptatur remporum
faciendia expelli gendebitas es volupituntur rate quis nita que



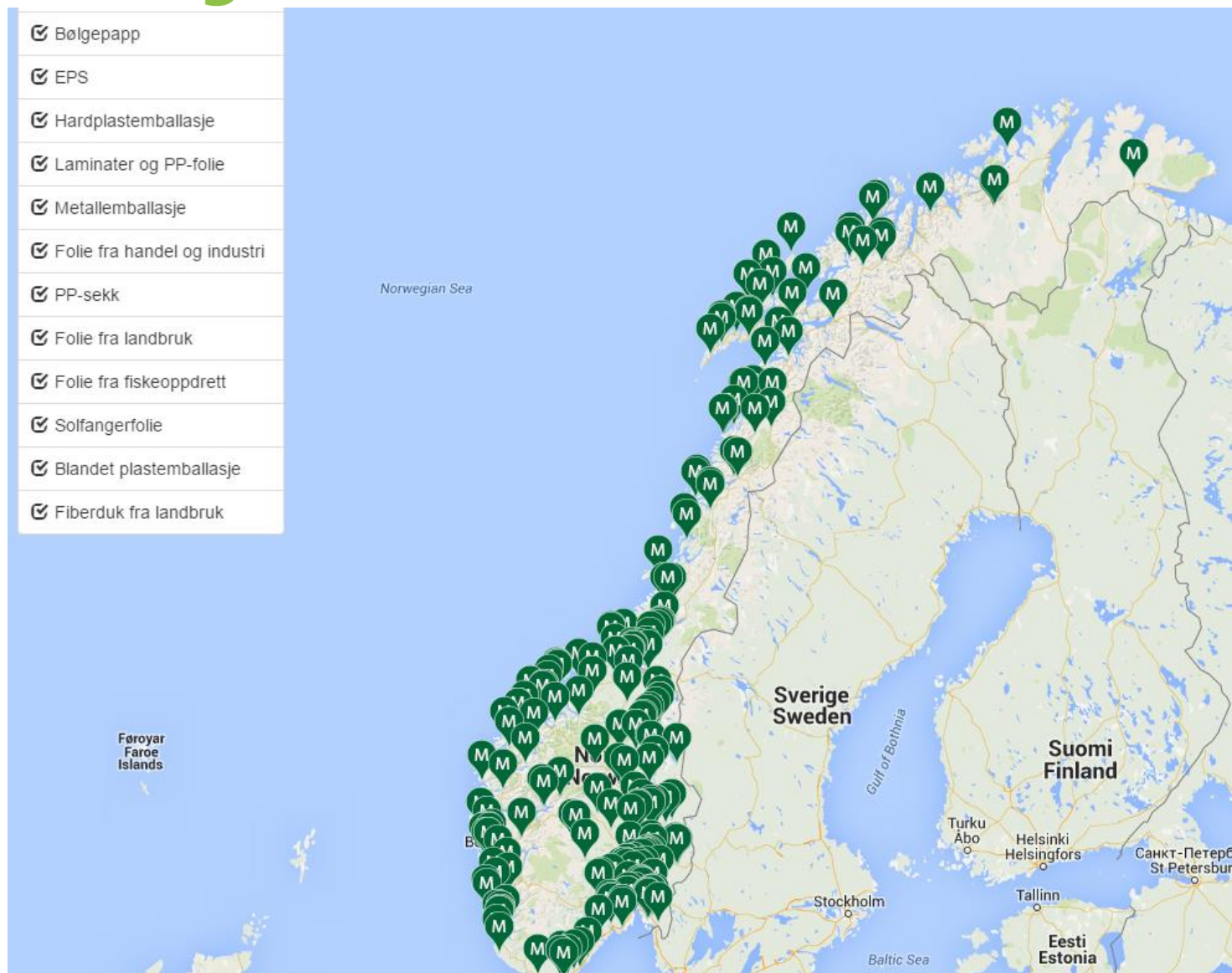
grøntpunkt.no

NB! Kun skisser –
påstandene stemmer ikke
foreløpig.



grøntpunkt.no

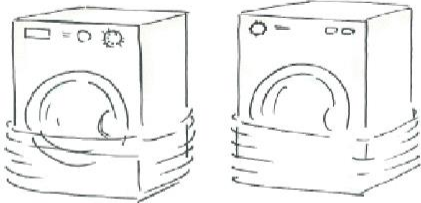
Næringslivsinnsamlere med avtale



Næringslivskampanje «Enige på et punkt.»

I næringslivet konkurrerer vi med hverandre.

- Men med Grønt Punkt medlemskap er vi med i et stort samarbeid.



Vi konkurrerer om de beste hvitevarene, men på et punkt samarbeider vi.

Grønt Punkt

Grønt Punkt er et samarbeid mellom virksomheter som tilfører markedet emballasje. Medlemmene betaler for at emballasjen blir samlet inn og gjenbrukt. Grønt Punkt er et non-profit selskap, og både offentlige og private bedrifter er medlemmer. Bæstest, selvså markert, finner du på emballasjen. Noen er fremdeles ikke medlemmer, det kan du gjøre noe med!

Sjekk om bedriften du jobber i er medlem på grontpunkt.no

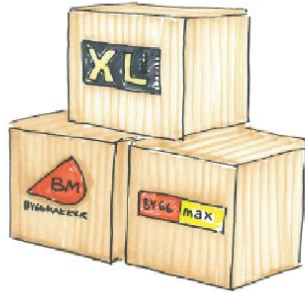


Vi konkurrerer om den beste osten, men på et punkt samarbeider vi.

Grønt Punkt

Grønt Punkt er et samarbeid mellom virksomheter som tilfører markedet emballasje. Medlemmene betaler for at emballasjen blir samlet inn og gjenbrukt. Grønt Punkt er et non-profit selskap, og både offentlige og private bedrifter er medlemmer. Bæstest, selvså markert, finner du på emballasjen. Noen er fremdeles ikke medlemmer, det kan du gjøre noe med!

Sjekk om bedriften du jobber i er medlem på grontpunkt.no



Vi konkurrerer om de beste byggevarene, men på et punkt samarbeider vi.

Grønt Punkt

Grønt Punkt er et samarbeid mellom virksomheter som tilfører markedet emballasje. Medlemmene betaler for at emballasjen blir samlet inn og gjenbrukt. Grønt Punkt er et non-profit selskap, og både offentlige og private bedrifter er medlemmer. Bæstest, selvså markert, finner du på emballasjen. Noen er fremdeles ikke medlemmer, det kan du gjøre noe med!

Sjekk om bedriften du jobber i er medlem på grontpunkt.no

Vi inviterer dere til å bli med på disse kampanjene!

Kommunikasjon mot forbruker:

Målgruppen er i utgangspunktet hele befolkningen.

73 % av befolkningen deltar i returordningene i dag

Voksne menn kildesorterer litt mindre enn kvinner

Vi ønsker å påvirke de slappe til å starte

Samtidig gi bekreftelse til de flinke

15-24 år litt slappere enn resten av befolkningen

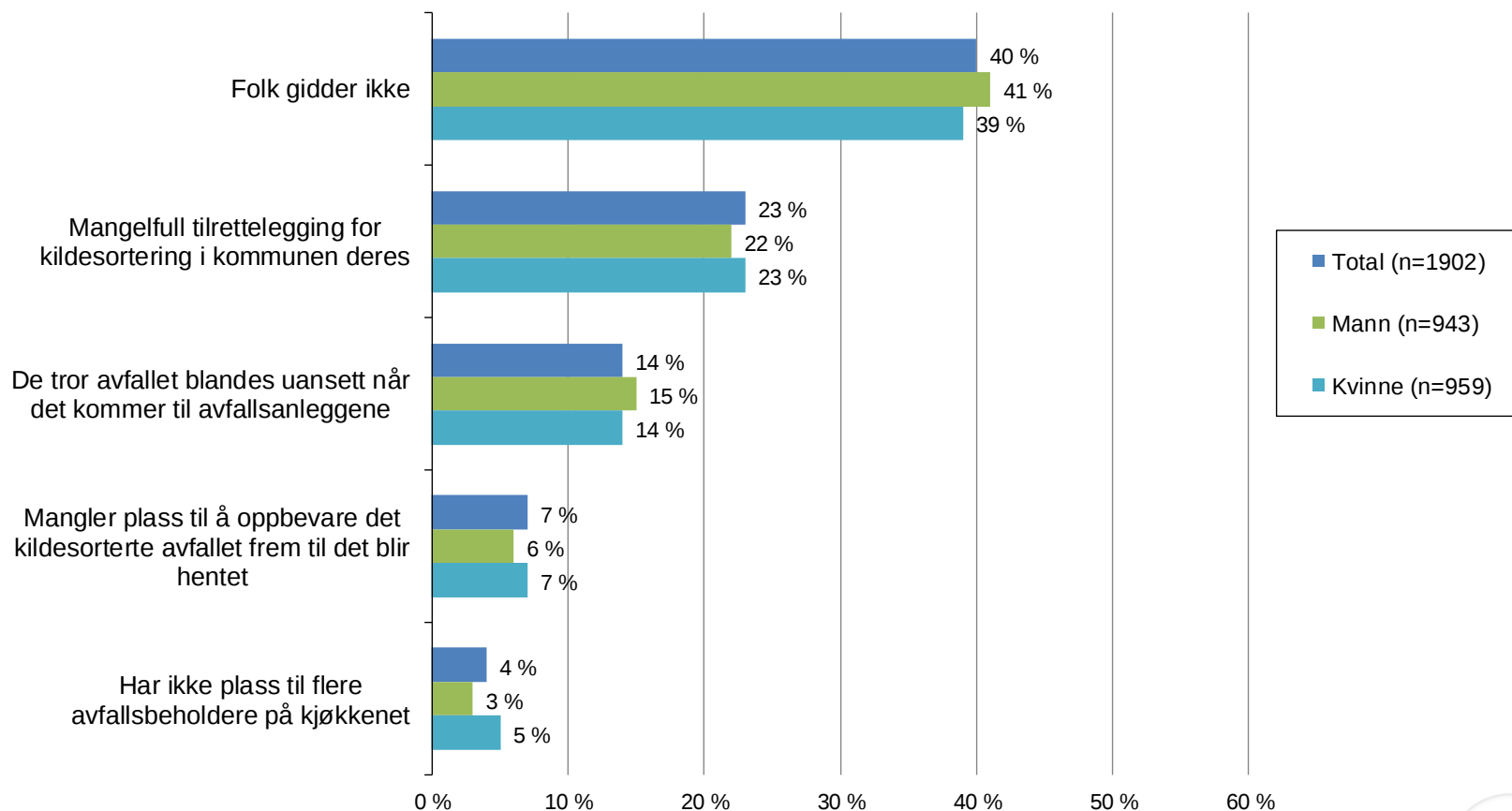
Vanskeligere å nå med tradisjonelle medier

Sterkere «reklamefilter»



«Grunnen er vel at du ikke gidder»

Hva tror du er den viktigste årsaken til at folk ikke kildesorterer, eller bare kildesorterer noe av avfallet sitt?



Brief:

Ta tak i myter på en måte som skaper oppmerksomhet

Kreativ retning:

Bruke humor

Etterlatt inntrykk:

Å la være å kildesortere skyldes først og fremst latskap.

Dårlige argumenter og unnskyldninger blir latterliggjort og fortsatt bruk av disse blir bakstreversk og gjennomskuelig.



Ta deg sammen.no

På en humoristisk måte «møte egne unnskyldninger i døra». Gjøre dem uakseptable. Skape munnhell?

Målgruppe: alle – ekstra fokus mot voksne menn

6 x 30 sek film

Puls 1: uke 11 – 14

Facebook: 2 mill. eksponeringer
 1 mill visninger
 5000 delinger

Puls 2: uke 20-24

+ Bannere og regionale web annonser

Puls 3: 35-37

+ Aktiviteter, spill, konkurranser

Puls 4: 47-48





tak!

for oppmerksomheten



grøntpunkt.no