

Stiftelsen Miljømerking i Norge
Ved: Elisabeth Magnus
Kristian Augusts gate 5

0164 Oslo

Deres ref.:
2001283/1.1.3/JG/gf

Vår ref.: 434.1 m3
Saksnr.: 2002/14

Saksbeh.: Christian L. Wold Eide Dato: 27. februar 2002

■ **Forslag til revisjon av kriteriedokument – høring "Miljömärkning av utemøbler"**

Vi viser til brev fra Stiftelsen Miljømerking i Norge av 2. januar 2001 hvor Konkurransetilsynet bes om en uttalelse til ovennevnte forslag.

Tilsynet ønsker i det følgende å kommentere høringsforslaget.

Vedrørende punkt 4.2.2 Metall

I høringsforslaget heter det at *"Utemöbeln får maximalt bestå av 50 vikt-% metall."* Dette kravet medfører at "utemøbler" som vektmessig består av mer enn 50 % metall ikke vil kunne bli miljømerket i henhold til dette kriteriedokumentet.

Vi kan ikke se at det gis noen nærmere begrunnelse for hvorfor "utemøbler" av metall ikke skal kunne miljømerkes. En kan ikke uten en nærmere vurdering se bort fra at "utemøbler" fremstilt av f.eks. aluminium vil kunne være vel så miljøvennlige som "utemøbler" fremstilt av tre og plast. "Utemøbler" av aluminium vil blant annet trolig kreve relativt lite vedlikehold, være enkle å gjenvinne samt ikke stille like store krav til overflatebehandling av lakk, maling etc.

Vedrørende avgrensning/definering av produktgrupper

Det fremgår ikke klart av kriteriedokumentet hvorvidt "utemøbler" av metall anses for å være for belastende for miljøet til å kunne miljømerkes eller om de ganske enkelt ikke blir vurdert. Dersom sistnevnte er tilfellet vil vi påpeke at vi prinsipielt sett er av den oppfatning at alle de produkter som kan dekke det samme behov for en kjøper burde vurderes i et kriteriedokument. Vi er eksempelvis i denne sak av den oppfatning at "utemøbler" av enkelte metaller nok kan dekke de samme underliggende behov hos en kjøper som det "utemøbler" fremstilt av tre eller plast gjør.

Tilsynet må i sin saksbehandling ofte definere relevante marked, d.v.s. markeder som består av alle de produkter som vil dekke en kjøpers behov. Tilsynet definerer gjerne det relevante marked ut i fra følgende definisjon:

Postadresse:
Postboks 8132 Dep
0033 Oslo

Besøksadresse:
H. Heyerdahls gate 1
Oslo

Telefon: +47 22 40 09 00
Telefaks: +47 22 40 09 99

www.konkurransetilsynet.no
post@konkurransetilsynet.no

”Det relevante produktmarked inkluderer de varer og/eller tjenester kjøperen anser som substituerbare med hensyn til dekning av et bestemt behov. Med substituerbarhet menes hvilke produktvarianter etterspørrene kan velge mellom for å tilfredsstille det samme, underliggende behov. Substituerbarheten kan måles ved krysspriselasiteter som angir i hvilken grad en konsument, for sin behovstilfredsstillelse, vil gå over til å etterspørre andre produkter dersom prisen på et produkt øker. Dette vil særlig avhenge av produktets egenskaper, bruksområde og priser. Substituerbarheten kan også avhenge av om et produkt er miljømerket eller ikke.”

Tilsynet vil oppfordre Stiftelsen Miljømerking ved definisjon av produktgrupper til å ta utgangspunkt i hvilke produkter en kjøper vil kunne anse for å dekke det samme behov. Med en slik fremgangsmåte vil en kjøper kunne se hvilke produkter som anses som mest miljøvennlige. En slik praksis vil også føre til at produsenter som fremstiller produkter med samme bruksområde ved bruk av forskjellige råvarer vil konkurrere på likere vilkår om å være miljøvennlige og derigjennom også om kjøpernes gunst.

Konkurransetilsynet har for øvrig ingen merknader til forslaget om revisjon av kriteriedokumentet for miljømerking av ”utemøbler”.

Med hilsen

Birgit Løyland (e.f.)
seksjonssjef

Christian L. Wold Eide
førstekonsulent