

Guide till överenskommelsen för fossilfria leveranser

Framtagen av handeln, för handeln.

Ordlista

ASTER
Alliance for Sustainable E-commerce, ett samarbete mellan Lindholmen Science Park och ReLog vid Lunds Universitet mellan 2021-2025 med finansiering av Vinnova och Energimyndigheten. Lindholmen Science Park driver vidare arbetet genom den interna projektportföljen NextGenRetail.

FFI
Fordonsstrategisk forskning och innovation, är ett samarbetsprogram mellan staten och fordonsindustrin som sedan 2009 finansierar forskning och innovation inom vägtransporter.

Greenwashing
Svenska begreppet är "grönmålning". En form av vilseledande marknadsföring där en verksamhet, produkt eller tjänst framställs som mer miljövänlig, hållbar eller etisk än vad den i själva verket är.

Massbalans
En metod där hållbara och icke-hållbara råvaror blandas i ett system, men bokförs separat. Inom ramen för Branschöverenskommelsen (överenskommelsen) är massbalans inte tillåtet; leveransen till konsumenten måste faktiskt vara fossilfri.

SHIFT
Ett projekt som bygger vidare på överenskommelsen för fossilfria leveranser och syftar till att tydliggöra gröna begrepp och accelerera hållbara transportlösningar inom e-handeln i Sverige. Inom SHIFT har denna guide tagits fram för att öka kunskapen om överenskommelsen och användningen av gröna begrepp.



Introduktion

Välkommen! Så använder du guiden

I takt med e-handelns snabba expansion har det uppstått en djungel av olika miljöbegrepp som möter konsumenten i kassan. Det skapar både förvirring och misstro, samtidigt som kraven på transparens ökar. Oklara miljöpåståenden kan idag leda till fällning för vilseledande marknadsföring och framöver även innebära ekonomiska konsekvenser.

Som ett svar på detta skapades ursprungligen initiativet "Branschöverenskommelsen för fossilfria leveranser". Initiativet utvecklades i samarbete mellan Svensk Handel och ASTER – av handeln, för handeln – med syftet att etablera en enhetlig definition som gör det enklare för konsumenten att välja rätt, samtidigt som risken för vilseledande budskap minimeras.

Idag har initiativet utvecklats från att vara ett centralt administrerat avtal, till att bli en öppen överenskommelse som tecknas direkt mellan e-handlare och transportör. Målet är att säkerställa gemensamma krav gällande drivmedel, transparens i checkouten samt löpande uppföljning.

Denna guide fungerar som en praktisk handbok för dig som vill arbeta utifrån och implementera överenskommelsen i din organisation. Den är framtagen och uppdaterad inom projektet SHIFT (finansierat av FFI) och målet är att:

- Förtydliga vad överenskommelsen innebär och vilka miljövinster den ger
- Visa processen från avtalstecknande till färdig implementering
- Tillhandahålla riktlinjer för kommunikation och en lista över godkända drivmedel
- Inspirera med goda exempel från företag som redan lyckats



Varför ska ert företag tillämpa överenskommelsen?

Tydlig kommunikation som bygger förtroende

En av grundorsakerna till initiativet är att reda ut den förvirring och misstro som oklara miljöpåståenden skapar hos konsumenterna. Genom att använda en tydlig och transparent definition kommunicerar ni ert hållbarhetsarbete med trovärdighet. Istället för ett luddigt "grönt val" ger ni ett konkret och verifierbart löfte, vilket bygger långsiktigt förtroende hos era kunder. Samtidigt är ni med och sätter en tydlig, gemensam praxis för e-handeln i Sverige.

Mindre risk för "greenwashing" och dyra konsekvenser

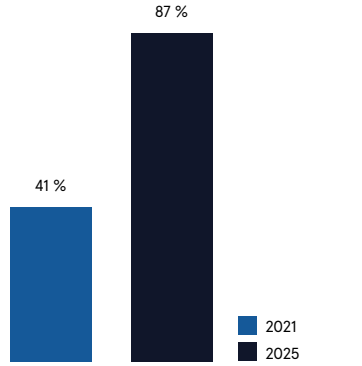
Lagstiftningen kring miljöpåståenden blir allt tuffare. Nya EU-direktiv innebär stora risker för företag som använder ogrundade påståenden. Straffavgifterna för greenwashing kan bli så höga som 4 % av årsomsättningen. När den ursprungliga överenskommelsen togs fram gjordes detta i dialog med Reklamombudsmannen. Den nuvarande överenskommelsen bygger vidare på denna grund för att minimera risken för anklagelser om vilseledande marknadsföring, genom att erbjuda branschen en konkret, gemensam och transparent definition.

Fler väljer fossilfria leveranser – minskade utsläpp

Överenskommelsen är ett verktyg för att driva på omställningen. Apoteket AB är ett lysande exempel: de ökade sin andel transporter med fossilfria bränslen från 41 % (2021) till hela 87 % (2025) efter att de införde överenskommelsen. En av anledningarna var att transportörer som kunde erbjuda fossilfria leveranser fick stå som standardval i checkouten.

Enkelt och kostnadsfritt att börja använda

Eftersom detta är en öppen branschpraxis tillkommer inga medlems- eller anslutningsavgifter, vilket gör det tillgängligt för alla företag, oavsett storlek. Målet är att hela branschen tillsammans skapar tydlighet och höjer standarden.



Apoteket AB – Transporter med fossilfria bränslen



Vad innebär det att tillämpa överenskommelsen?

När ert företag väljer att arbeta utifrån överenskommelsen förbinder ni er till några grundläggande principer som garanterar initiativets trovärdighet.

Ett centralt åtagande är att leva upp till och använda begreppet "fossilfri leverans" exakt så som det definieras i denna guide. Detta formaliseras sedan i praktiken genom ett avtal direkt mellan e-handlare och transportör. För att upprätthålla transparens mot konsumenten ställs ett par minimikrav på rapportering i avtalet. Exempelvis har transportören ett särskilt ansvar att kunna bevisa, när så behövs, att leveransen till den utlovade konsumenten faktiskt var fossilfri. Massbalans tillåts inte inom ramen för överenskommelsen.

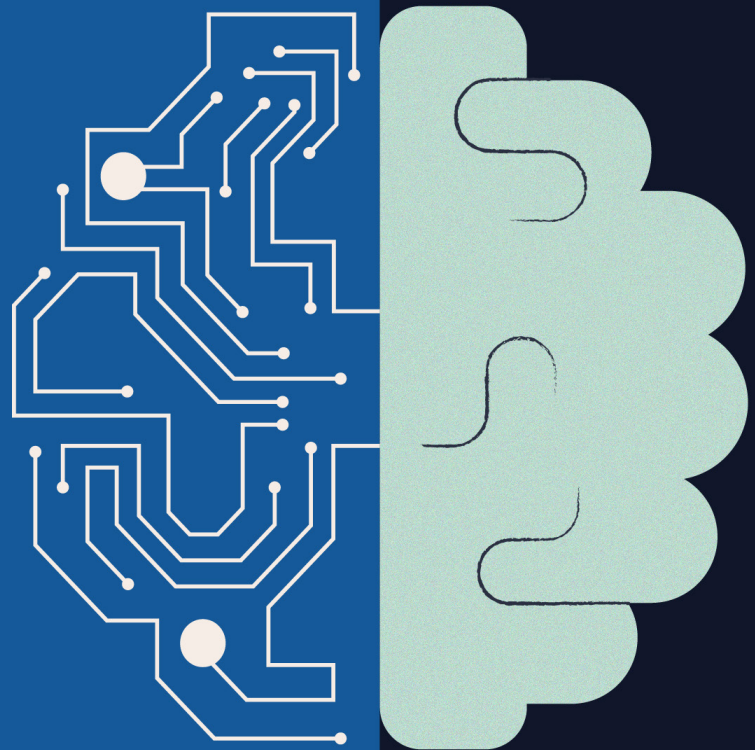
Vem ansvarar för överenskommelsen?

Denna guide och de tillhörande mallarna har tagits fram inom ramen för projektet SHIFT. Materialet tillhandahålls som öppna, frivilliga hjälpmedel för att underlätta för branschens aktörer att ställa om och tala samma språk.

Det finns ingen central organisation som administrerar avtal, övervakar efterlevnad eller samlar in signaturer. Ansvaret ligger på e-handlarna och transportörerna själva.

Hur fungerar det i praktiken?

- **Praktiska hjälpmedel**: E-handlare och transportörer använder fritt den guide och de mallar som tagits fram inom SHIFT-projektet som ett stöd i sin verksamhet.
- **Bilaterala avtal**: Istället för att skriva under ett centralt dokument, tecknar e-handlaren och transportören ett direkt avtal med varandra (till exempel med hjälp av initiativets *Avtalsmall*).
- **Gemensamt och eget ansvar**: Uppföljning, datautbyte och ansvarsutkrävande hanteras direkt mellan affärsparterna. Eftersom det är e-handlaren som erbjuder valet i kassan (check-outen) ligger det juridiska ansvaret gentemot konsumenten på e-handlaren. Transportörens ansvar är att utföra leveransen enligt överenskommelsen och leverera den data som e-handlaren behöver för att kunna styrka sitt påstående.



Varför är gröna påståenden så viktiga?

Att använda miljöpåståenden i reklamsammanhang på ett korrekt sätt har blivit allt viktigare. För att förstå värdet av överenskommelsen är det viktigt att känna till de regler som styr kampen mot greenwashing.



Kampen mot greenwashing– en tidslinje

Den ökade klimatmedvetenheten har lett till en explosion av gröna påståenden. Samtidigt har lagstiftare agerat för att stoppa vilseledande reklam. Utvecklingen har gått från branschnormer till bindande lagar med kännbara konsekvenser.

Internationella Handelskammarens (ICC) Regler införs. ICC har länge satt standarden för ansvarsfull reklam. Deras regler, som används tex. av svenska Reklamombudsmannen, kräver att alla påståenden ska kunna bevisas. Kapitel D, som handlar om miljöpåståenden, varnar särskilt för vaga termer.

1937

Sveriges nuvarande Marknadsföringslag träder i kraft. Den svenska lagen bygger på EU-direktiv och ICC:s principer och förbjuder vilseledande marknadsföring. Bevisbördan ligger alltid på företaget som gör påståendet (i detta sammanhang faller ansvarsbördan på e-handlaren som uppvisar ett begrepp i sin check-out).

2008

Den Gröna Given. Startskottet för dagens tuffare regler var EU:s Gröna Giv 2020. En studie från EU-kommissionen visade att över 53% av granskade miljöpåståenden var vaga, vilseledande eller ogrundade. Detta leder till ett nytt lagpaket med bland annat “EmpCo-direktivet”.

2020



Reklamombudsmannen fäller flertalet e-handelstransportörer för falska miljöpåståenden.

2024 – Direktivet om mer konsumentmakt i den gröna omställningen (EmpCo) antas. Det är en direkt ändring och skärpning av det befintliga Direktivet om otillbörliga affärsmetoder (UCPD). EmpCo inför nya, specifika förbud mot greenwashing.

2026 – 27 september. Direktivet om mer konsumentmakt i den gröna omställningen (EmpCo) börjar tillämpas. Sverige är försenade och de nya reglerna föreslås träda i kraft först under 2027.

2021/2022 — 2024 — 2026

Regelverk att hålla koll på

För att agera ansvarsfullt måste företag förhålla sig till flera regelverk. Överenskommelsen är utformad för att fungera inom dessa ramar.

Reklamombudsmannen och ICC:s regler

Reklamombudsmannen (RO) är näringslivets självregleringsorgan och baserar sina beslut på Internationella Handelskammarens (ICC) regler. Kapitel D i dessa regler är avgörande för miljöpåståenden:

- **Artikel D1 – Bevisning:** Alla miljöpåståenden måste kunna styrkas med "tillförlitlig vetenskaplig bevisning".
- **Artikel D2 – Hederlig presentation:** Vaga termer som "miljövänlig", "grön", "hållbar" och "klimatsmart" får i praktiken inte användas utan ett tydligt förtydligande, eftersom det är nästan omöjligt att bevisa att de gäller produktens hela livscykel.

Marknadsföringslagen (2008:486): ICC:s regler ligger till grund för den grundläggande svenska marknadsföringslagen. 10 § är central och förbjuder "felaktiga påståenden eller andra framställningar som är vilseledande" när det gäller en produkts inverkan på miljö. Ett påstående bedöms utifrån hur en genomsnittskonsument uppfattar det. Även ett tekniskt korrekt påstående kan vara vilseledande om det ger en överdrivet positiv bild. Det är Konsumentverket som är granskande myndighet.

EU:s Skärpning: Direktivet om otillbörliga affärsmetoder (2005/29/EG) och EMPCO (EU) 2024/825

Detta är det mest centrala regelverket från EU. Direktivet om otillbörliga affärsmetoder (UCPD) är grundlagen som förbjuder all vilseledande marknadsföring inom EU. Det nya **direktivet om stärkt konsumentmakt i den gröna omställningen (EmpCo)** är en direkt uppdatering av UCPD, med ett tydligt fokus på att stoppa greenwashing. När det införs i svensk lag under 2027 kommer det att införa direkta förbud mot:

- **Allmänna miljöpåståenden:** Termer som "miljövänlig" och "grön" förbjuds om inte företaget kan bevisa "erkänd utmärkt miljöprestanda", vilket i praktiken kräver en officiell Typ I-miljömärkning som Svanen.
- **Egna märkningar:** Det blir olagligt att använda en egen påhittad hållbarhetsmärkning som inte är baserad på ett oberoende certifieringssystem.
- **Påståenden baserade på klimatkompensation:** Det blir förbjudet att hävda att en produkt är "klimatneutral" genom att hänvisa till klimatkompensation.

Dessa nya, strikta regler gör överenskommelsens specifika och avgränsade påstående "fossilfri leverans" till ett säkrare alternativ än de allmänna termer som nu direkt förbjuds.

Utöver lagarna som direkt styr marknadsföring, finns det andra ramverk där överenskommelsen spelar en viktig roll.

Hållbarhetsrapportering: CSRD (Direktiv (EU) 2022/2464)

EU:s direktiv om hållbarhetsrapportering (CSRD) ställer krav på att större företag ska rapportera detaljerat om sitt hållbarhetsarbete. Den data som ni samlar in för att verifiera era fossilfria leveranser enligt överenskommelsen blir en konkret och trovärdig del av er hållbarhetsrapport. Att ansluta sig till överenskommelsen kan alltså förenkla er rapportering och visa på faktiska åtgärder.

Godkända drivmedel inom överenskommelsen: Hållbarhetslagen (2010:598) och EU:s Förnybarhetsdirektiv ((EU) 2018/2001)

Drivmedelsbilagan och beskrivningen av begreppet "Fossilfri", som används inom ramen för överenskommelsen, bygger på bla. den svenska **Hållbarhetslagen**, som i sin tur bygger på **EU:s förnybarhetsdirektiv**. Detta visar att överenskommelsens tekniska krav är förankrade i gällande lagstiftning, vilket ger ytterligare en nivå av trovärdighet och trygghet.



Skillnaden mellan märkningar, överenskommelser och egna påståenden

Otydligheten kring olika typer av hållbarhetspåståenden beror ofta på att påståenden blandas ihop. Det är viktigt att förstå skillnaderna mellan dem, dess trovärdighet samt vilka risker som kommer med dem.

Tabellen visar överenskommelsens position. Den är mer specifik och verifierbar än ett eget påstående, vilket minskar den juridiska risken. Samtidigt är den enklare och mer tillgänglig än en fullskalig miljömärkning, vilket gör att den kan införas snabbt och brett i branschen. Den fyller ett viktigt tomrum för företag som vill kommunicera en specifik miljöförbättring på ett trovärdigt och juridiskt hållbart sätt.



Miljömärkning (Typ 1)

Svanen, Bra Miljöval

Oberoende tredjepartsrevision baserad på publika, vetenskapliga livscykelkriterier.

Omfattande och holistisk (klimat, kemikalier, resursanvändning). Hög trovärdighet.

Juridisk risk
Låg. Anses som "erkänd utmärkt miljöprestanda" under EmpCo.

Överenskommelse

Fossilfri leverans

Skriftligt avtal mellan parter; uppföljning sker bilateralt baserat på delade data (t.ex. drivmedelsrapporter).

Specifik och avgränsad definition (t.ex. drivmedel från lager till kund). Fokuserar på en enskild, mätbar aspekt.

Juridisk risk
Låg-medel. Den tydliga och verifierbara definitionen ger en stark juridisk grund, men avsaknaden av oberoende granskning innebär en högre bevisbörda om påståendet ifrågasätts.

Eget Miljöpåstående

"Vårt gröna val", "Klimatsmart leverans"

Enbart interna data och egna, odefinierade, kriterier.

Godtycklig och oklar för konsumenten. Saknar transparens.

Juridisk risk
Mycket hög. Faller under kategorin "allmänt miljöpåstående" och är i praktiken förbjudet under Konsumentmaktsdirektivet om det inte kan styrkas med exceptionell bevisning.

Konsumentbeteende – insikter från aktuella studier

Konsumenters beteende kring miljömärkningar och hållbarhet präglas av en tydlig paradox: medan intresset för hållbara val är stort, styrs det faktiska agerandet fortfarande av pris och bekvämlighet men också förtroende. Flera aktuella studier och rapporter visar att konsumenter vill agera miljövänligt – men att det finns ett tydligt gap mellan intention och handling.

Enligt PostNords E-barometern Q2 2025 uppger 43 % av svenska e-handelskunder att de väljer leverantör utifrån hållbarhetsaspekter, och 28 % är beredda att vänta längre för miljövänlig leverans. Samtidigt visar DHL:s globala undersökning från 2022 att 58 % kan tänka sig längre leveranstid för gröna alternativ, men endast 28 % vill betala extra. PostNord (2024) visar att 62 % av konsumenterna vill se miljömärkning även för leverans och förpackning – inte bara för produkten. I en omfattande Europeisk rapport (BEUC, 2023) konstateras det att väldigt få förstår innebörden av olika klimatpåståenden som lågt klimatavtryck, koldioxidkompenserat och klimatneutral. Dessutom har enbart 1 av 10 hög tilltro till påståenden som dessa. Flera studier tyder på att både konsumentens kunskap och förståelse för märkningens innebörd (Nyremo & Widerberg, 2020) samt tillit till märkningen (Gorton et al., 2021) är nyckelfaktorer, där den förstnämnda påverkar köpintentionen och den sistnämnda den faktiska användningen.

Miljömärkningar fungerar alltså som viktiga informationssignaler, men deras effekt är beroende av tydlig kommunikation, synlighet och trovärdighet. Sammanfattningsvis visar forskningen att konsumenter är värderingsdrivna och vill göra rätt – men att deras beteende påverkas starkt av pris, tillgänglighet och förtroende.



43 %

av svenska e-handelskunder väljer leverantör utifrån hållbarhetsaspekter.

Överenskommelsen i praktiken: Bevisad effekt och konkurrensfördelar

Att ingå i överenskommelsen är en smart strategi för att ligga i framkant. Överenskommelsen är relevant för marknaden, har bevisad effekt och ger tydliga konkurrensfördelar.

Möt marknadens krav och framtidssäkra företaget

Trycket på hållbara leveranser kommer från flera håll. Med överenskommelsen kan ni möta dessa krav på ett effektivt sätt.

Efterfrågan från konsumenter och företag

Dagens konsumenter, särskilt den yngre generationen, ställer allt högre krav på hållbarhet och transparens. Samtidigt tvingar nya lagar som EU:s CSRD (Corporate Sustainability Reporting Directive) stora företag att redovisa sitt klimatarbete. Överenskommelsen ger er en konkret och rapporterbar åtgärd – en "fossilfri leverans" – som svarar mot både kundernas önskemål och formella rapporteringskrav.

Ett initiativ för att förebygga reglering

Överenskommelsen skapades när branschen insåg att man behövde agera för att hantera röran av miljötermer. Istället för att vänta på att staten skulle införa nya, kanske krångligare, regler tog branschen saken i egna händer. Överenskommelsen är ett exempel på framgångsrik självreglering som är anpassad efter e-handelns verklighet.



Goda exempel: Så lyckades Apoteket och Early Bird

Företag som tidigt anslöt sig till överenskommelsen har redan sett resultat. Deras erfarenheter visar vilka effekter som en implementering kan innebära i praktiken.

Fallstudie: Apoteket AB

Utgångsläge: Apoteket använde tidigare vaga begrepp som "klimatsmart" och förlitade sig på klimatkompensation, en strategi som blev allt svårare att försvara.

Strategi: Apoteket anslöt sig till överenskommelsen och gjorde en stor förändring i sin check-out. De tog bort alla andra miljötermer och, viktigast av allt, gjorde överenskommelse-kompatibla transportörer till standardval för kunden. Detta skapade ett starkt kommersiellt tryck på transportörerna att ansluta sig för att få den eftertraktade förstaplatsen, som kan öka volymerna med 4–5%.

Resultat:

- Ökad andel fossilfria bränslen: Från 41% (2021) till 84% (2023) (87% 2025).
- Minskade absoluta utsläpp: Trots en årlig volymökning på 35% minskade de totala koldioxidutsläppen från ca 240 000 kg (2022) till 218 000 kg (2023).
- Stärkt förhandlingsposition: Apotekets strategi ledde till att en av deras viktigaste transportörer valde att ansluta sig till överenskommelsen för att inte förlora affärer. Apoteket menar att överenskommelsen har stärkt deras förhandlingsposition avsevärt.

Fallstudie: Early Bird AB

Utgångsläge: Transportören Early Bird arbetade med omställningen regionalt, men saknade en enhetlig drivkraft på ledningsnivå.

Strategi: Genom att ansluta sig till överenskommelsen blev omställningen en prioriterad ledningsfråga. Överenskommelsen skapade en "gemensam spelplan" och gav Early Bird ett konkret verktyg för att utmana konkurrenter och kommunicera sitt erbjudande.

Resultat:

- Ökad fossilfri körsträcka: Andelen fossilfri körsträcka ökade från 20% (2021) till 42% (2023).
- Minskade utsläpp per paket: Utsläppen per paket minskade från 165 gram CO2 (2021) till 125 gram CO2 (2023), trots att de totala paketvolymerna ökade.

Insikt: Tydligheten i överenskommelsen gjorde det möjligt att "utmana sina konkurrenter och utveckla sitt erbjudande".

Dessa exempel visar att överenskommelsen fungerar som en katalysator. När en stor transportköpare som Apoteket kopplar en kommersiell fördel (standardval i kassan) till en extern standard (överenskommelsen), skapas ett omedelbart incitament för transportörer att anpassa sig. Detta startar en positiv spiral där efterfrågan driver på investeringar i fossilfria fordon, och hållbarhet går från att vara en kostnad till att bli en konkurrensfördel.

Hur skiljer sig överenskommelsen mot Svanen, Fair Transport och Bra Miljöval

Överenskommelsen är ingen märkning, utan en gemensam överenskommelse med riktlinjer kring fossilfria leveranser och hur dessa ska kommuniceras mot konsument. Tabellen nedan visar hur överenskommelsen skiljer sig från Svanen, Fair Transport och Bra Miljöval.



Attribut	Överenskommelsen	Svanen (E-handelstransport)	Fair Transport	Bra Miljöval (Lokala godstransporter)
Huvudfokus	Fossilfrihet i drivmedel (el, biodrivmedel eller muskelkraft) samt harmoniserad kommunikation i kassan. Specifik och avgränsad definition.	Brett miljöfokus: klimat, energieffektivitet, förpackning.	Socialt ansvar (arbetsvillkor), trafiksäkerhet, klimat & miljö.	Låg klimat- och miljöpåverkan i tätort, med starkt fokus på fordonstyp (el, biogas, cykel).
Omfattning	Transporten från e-handlarens sista lager (eller svensk gränsterminal) ut till vald leveransplats. Returer, inkommande transporter och tillverkning omfattas ej.	Från e-handlarens sista lager till konsument.	Hela åkeriföretagets verksamhet.	Specifik, avgränsad transporttjänst (ofta lokal/regional).
Verifiering	Bilateralt avtal mellan e-handlare och transportör baserat på delad data (t.ex. drivmedelsrapporter på fordonsnivå). Ingen central tredjepartsgranskning.	Oberoende tredjepartsrevision av Nordisk Miljömärkning.	Oberoende tredjepartsrevision.	Oberoende tredjepartsrevision av Naturskyddsföreningen.
Socialt ansvar	Ingår ej. Fokus är enbart på miljöaspekten av drivmedel.	Ja, krav på anställningsvillkor i linje med kollektivavtal eller motsvarande.	Ja, detta är en kärnkomponent i märkningen.	Ja, krav på villkor i nivå med kollektivavtal (lön, semester, försäkringar).
Kostnad	Ingen licens- eller anslutningsavgift. Helt kostnadsfritt att använda.	Ansökningsavgift + årlig licensavgift baserad på omsättning.	Medlemsavgift i Sveriges Åkeriföretag täcker oftast kostnaden, annars avgift.	Ansökningsavgift + årlig licensavgift.

Överenskommelsens uppbyggnad bygger på enkelhet och tillgänglighet. Med en enda tydlig parameter (Fossilfri leverans) och inga anslutningsavgifter är tröskeln låg. Syftet är att så många som möjligt ska kunna ansluta sig, så snabbt som möjligt. Medan de andra certifieringarna är ett djupare och mer resurskrävande åtagande, fungerar överenskommelsen som ett bra första steg mot en hållbar logistik. Den gör det möjligt för hela branschen att snabbt ta ett meningsfullt, mätbart och juridiskt hållbart första steg.



Implementeringsguiden – Från beslut till lansering

Här följer en praktisk steg-för-steg-guide för att implementera överenskommelsen i er verksamhet.

Processen i sex steg

1. Förberedelser

Förankra beslutet i ledningen och gör en självutvärdering för att säkerställa att ni har förutsättningar att arbeta utifrån överenskommelsen.

2. Inventering och dialog

Rensa bort vaga och odefinierade miljöbegrepp i kassan (t.ex. ”grönt val”, ”klimatsmart”). Inled en dialog med era transportörer om möjligheten att erbjuda fossilfria leveranser.

3. Avtal

Teckna ett nytt eller utöka ett befintligt avtal med er transportör utifrån överenskommelsens *Avtalsmall* för att reglera krav, rapportering och ansvar.

4. Integration

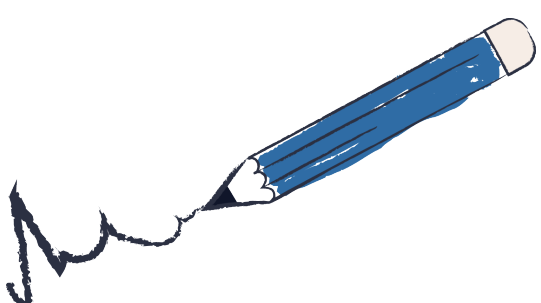
Koppla ihop era system (TA-system/check-out) för geografisk styrning (t.ex. per postnummer) och förbered kommunikationen i kassan i enlighet med kommunikationsriktlinjerna.

5. Lansering

Aktivera ”Fossilfri leverans” som fraktval i kassan och informera interna team (särskilt marknad och kommunikation) om hur begreppet får användas.

6. Uppföljning

Etablera interna rutiner för att löpande ta emot och granska drivmedelsrapporter från transportören samt hantera eventuella avvikelser.



Förberedelser inför implementering

Information om överenskommelsen, avtalet med dess två bilagor, samt kontaktperson som hjälper er med signering, hittar ni på Lindholmen Science Parks webbplats lindholmen.se.

Börja med att läsa igenom denna guide, tillhörande *Bilaga A* (godkända drivmedel) och *Bilaga B* (kommunikationsriktlinjer) samt de tillhörande mallarna.

Självutvärdering för transportörer

Som transportör behöver ni säkerställa att ni kan leva upp till kraven i överenskommelsen. Använd denna checklista:

- [ ] **Drivmedel**: Kan ni garantera att leveranser inom specifika postnummerområden sker med godkända drivmedel, t.ex. HVO100, el, biogas (se *Bilaga A*)?
- [ ] **Spårbarhet**: Har ni system för att spåra och rapportera drivmedelsanvändning per fordon?
- [ ] **Avvikelsehantering**: Har ni en process för att rapportera och kommunicera avvikelser (t.ex. om ett reservfordon med fel bränsle måste användas)?

Självutvärdering för e-handlare

För dig som är e-handlare är det lika viktigt att göra en intern analys för att förstå vad tillämpningen av överenskommelsen innebär i praktiken. Använd följande checklista som stöd för era interna diskussioner:

- [ ] **Transportpartners**: Vilka av våra nuvarande transportörer arbetar redan utifrån överenskommelsen? Börja med att föra en dialog med era befintliga partners. Är vi beredda att inleda en diskussion med de som ännu inte tillämpar den för att uppmuntra dem att göra det?
- [ ] **Tekniska förutsättningar**: Har vårt checkout-system tekniskt stöd för geografisk villkorning samt visning av rätt text och informationsruta i enlighet med *Bilaga B*?
- [ ] **Kommunikation och varumärke**: Är vi beredda att, i enlighet med kraven, ta bort alla andra odefinierade miljöbegrepp (som ”klimatsmart” eller ”grönt val”) för leveranser i kassan och hålla oss strikt till *Bilaga B*? (Gäller ej certifierade miljömärkningar såsom Svanen).
- [ ] **Uppföljning och ansvar:** Har vi en rutin för att ta emot och stämma av transportörens drivmedelsrapporter? Som handlare är ni juridiskt ansvariga gentemot konsument för de påståenden som görs i er check-out.



Vid implementering: de första stegen

För att omsätta överenskommelsen i praktiken behöver kraven och villkoren regleras skriftligen mellan e-handlare och transportör. Som stöd finns en rekommenderad *Avtalsmall* framtagen.

Inventering av miljöpåståenden

Ett bra första steg för e-handlare är att se över all kommunikation som rör leveranser. Enligt god praxis bör alla befintliga, odefinierade miljöbegrepp som ”grön leverans”, ”miljöval” och ”klimatsmart” rensas bort från kassan och ersättas med den harmoniserade beskrivningen i *Bilaga B*. Detta skapar tydlighet och stärka trovärdigheten för ert åtagande. Officiella tredjepartscertifieringar som Svanen, Fair Transport och Bra Miljöval bör självklart finnas kvar. Denna rensning i kassan bör vara genomförd så snart som möjligt från och med att ni börjar tillämpa överenskommelsen.

Dialog med transportörer

För er som är e-handlare är nästa steg att prata med era transportörer:

- **Om de redan arbetar utifrån överenskommelsen:** Ni påbörjar diskussionen om hur ni bäst för in rekommenderade punkter och villkor i er avtalsrelation – antingen genom ett tillägg i ert befintliga avtal eller genom att signera *Avtalsmallen*.
- **Om de inte gör det ännu:** Detta är ett utmärkt tillfälle att agera pådrivande. Berätta att ni avser att erbjuda ”Fossilfri leverans” och att ni prioriterar partners som kan hjälpa er att uppfylla detta löfte.

Det bilaterala avtalet

Det skriftliga avtalet formaliserar ansvarsfördelningen mellan parterna. Vi rekommenderar att punkterna i *Avtalsmallen* ingår i avtalet, men ni har full flexibilitet kring formen:

- **Avtalets form:** Ni kan antingen för in villkoren som ett tillägg i era befintliga transportavtal eller signera *Avtalsmallen* som ett fristående dokument.
- **Rapportering och uppföljning:** Avtalet bör tydligt specificera hur uppföljning ska ske. Definiera hur transportören ska leverera data som styrker att leveranserna varit fossilfria, hur ofta det ska ske och i vilket format (se *Rapporteringsmallen*). Det är också viktigt att ha en tydlig rutin för hur avvikelser rapporteras och hanteras.



FAQ: Vad innebär det att vi ingår avtalet?
Det ni förpliktigar er att göra är att följa överenskommelsens principer gällande erbjudandet om fossilfri leverans. Skulle en part inte uppfylla kraven i avtalet har den andra parten rätt att bryta samarbetet och avtalet kring de fossilfria leveranserna.

Implementering mot konsument

Detta kräver både teknisk integration och noggrann kommunikation för att bygga förtroende. Rekommendationen är att anpassningen i kassan sker så snabbt som möjligt efter att ni börjar tillämpa överenskommelsen, som riktlinje senast inom ett år, men gärna snabbare.

Teknisk integration

För att kunna erbjuda ”Fossilfri leverans” behöver ert system veta var och när det är möjligt. Det är ett geografiskt villkorat erbjudande.

- **Datakoppling:** E-handlarens check-out kopplas till transportörens system, oftast via ett API. Systemet ställer då en fråga i realtid: ”Kan en fossilfri leverans erbjudas för detta postnummer?”. Alternativt kan transportören tillhandahålla listor över postnummerområden där tjänsten garanterat är fossilfri.
- **Vilka behöver involveras?** För många är det ett transportadministrationssystem (TA-system, t.ex. Ingrid eller nShift) som sköter logiken, men det kan också vara betallösningar (t.ex. Klarna, Qliro) eller system ni utvecklat själva. Ta med era tekniska partners tidigt i processen för att säkerställa en smidig integration.

En enhetlig och tydlig kommunikation i check-outen

Ett harmoniserat arbetssätt bygger förtroende. Syftet med överenskommelsen är att skapa en gemensam praxis som konsumenter kan känna igen och lita på. När kunden möter samma begrepp – ”Fossilfri Leverans” – hos flera e-handlare skapas trygghet och igenkänning.

För att uppnå denna branschnytta rekommenderas att alla parter som tillämpar överenskommelsen följer denna gemensamma formulering och utformning. De exakta rekommendationerna, principerna och exemplen återfinns i *Bilaga B*.

Som ett praktiskt verktyg för implementeringen finns en *Integrationsmall* för check-out (Markdown). Den sammanfattar kraven för UX, visuell design och godkända textformuleringar i ett format som enkelt kan klistras in i utvecklingsmiljöer (t.ex. GitHub eller Jira) för era utvecklare eller TA-leverantörer.



Engagera och inspirera internt och externt

Informera era interna team, särskilt marknads- och kommunikationsavdelningarna, om de nya riktlinjerna. Det är viktigt att alla förstår att **Fossilfri leverans** nu är ett definierat begrepp inom ramen för överenskommelsen, inte en allmän marknadsföringsterm som kan användas fritt.

Ett tips för maximal effekt

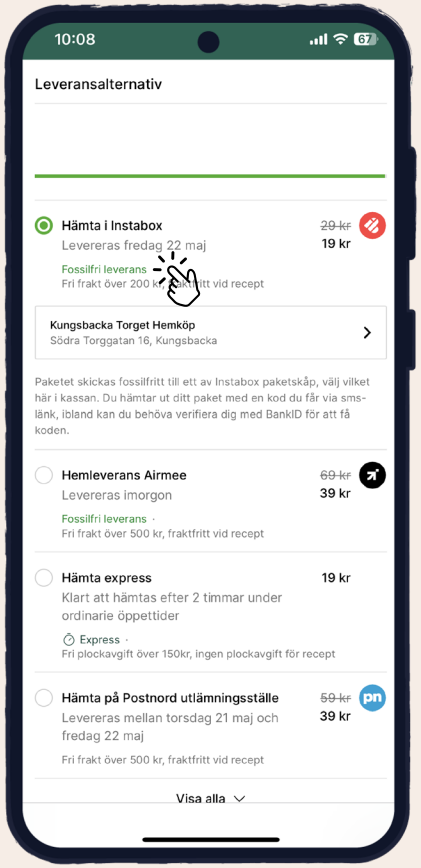
Ett av de mest kraftfulla sätten att kommunicera och samtidigt driva på omställningen är att göra det fossilfria alternativet till förvalt standardval i check-outen. Studier av tidiga användare av överenskommelsen visar att detta kan få andelen som väljer alternativet att öka dramatiskt, i ett fall från 30% till nästan 70%.

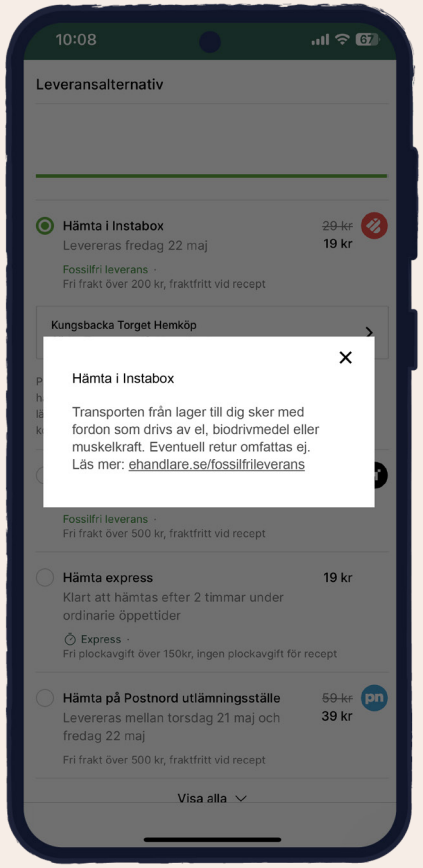
Rekommendationer kring design

- Låt texten tala: Det harmoniserade begreppet är tydligt i sig självt.
- Integrera mera: Låt alternativet följa er grafiska profil snarare än att sticka ut som en extern annons.
- Tillgänglighet: Säkerställ att den förklarande texten (som definieras i *Bilaga B*) är lätt att hitta, exempelvis via en tydlig informationssymbol (i) eller ”Läs mer”-länk. Utan denna direktlänk riskerar påståendet att anses vilseledande.

√ Så här kan det se ut

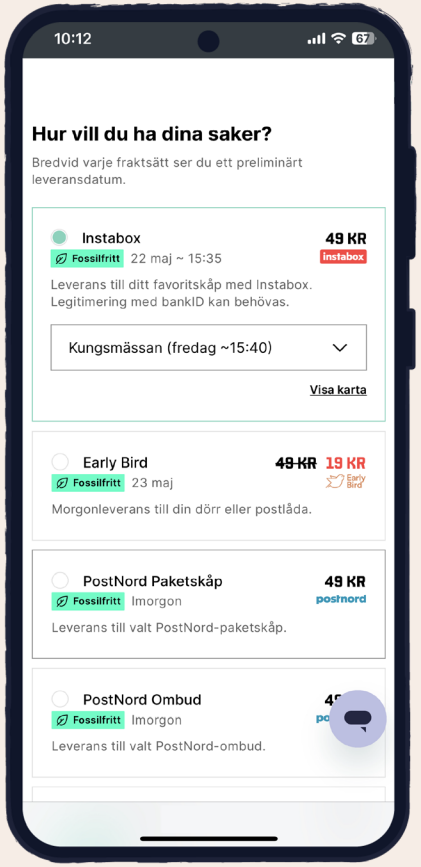
Nedan ser ni exempel på hur begreppet kan integreras naturligt i kassan med text eller en enkel markering, i linje med riktlinjerna i *Bilaga B*.

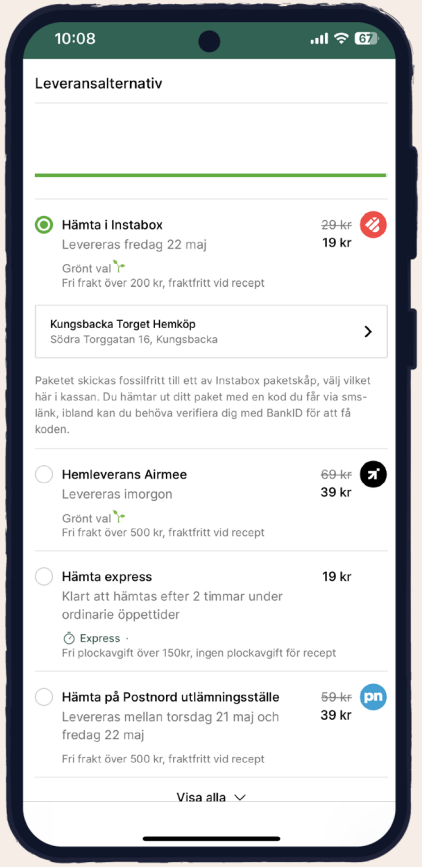




✕ Så här ska det inte se ut

Nedan ser ni exempel på design som riskerar att tolkas som en egenpåhittad märkning.





Undvik detta

Vi avråder bestämt från att ta fram egna grafiska element som liknar certifieringslogotyper (t.ex. gröna sigill, löv eller stämplar). Detta ökar risken för granskning av Konsumentverket eftersom det signalerar en tredjepartscertifiering som inte finns.

Därför ska du undvika egna varianter

Att använda egna, kreativa begrepp så som **Miljöfrakt**, **Grönt val** eller **Klimatsmart** underminerar inte bara syftet, det innebär också en betydande juridisk risk.

Enligt den nya marknadsföringslagstiftningen (och EU-direktivet EmpCo) klassas sådana begrepp som allmänna miljöpåståenden. Dessa är i praktiken förbjudna om de inte kan bevisas med ”erkänd utmärkt miljöprestanda” (t.ex. Svanen).

Om ni skapar egna logotyper eller symboler som ser ut som en certifiering, riskerar ni dessutom att fällas för att använda en otillåten hållbarhetsmärkning. Genom att hålla er till den harmoniserade, textbaserade standarden enligt överenskommelsen minimerar ni risken för att anmälas för greenwashing.

Löpande uppföljning

Att tillämpa överenskommelsen är ett löpande åtagande som kräver tydliga rutiner.

Rapportering mellan parter

Det åligger e-handlaren att följa upp att transportören lever upp till avtalade åtaganden. Att etablera en intern rutin för att ta emot och granska rapporterna är god praxis. Detta utgör e-handlarens bevis på att konsumentlöftet hålls och säkerställer att ni kan svara upp mot den bevisbörda som krävs enligt marknadsföringslagen vid en eventuell granskning. Som ett praktiskt stöd för detta löpande datautbyte finns en framtagen *rapporteringsmall* att använda.

Följande moment bör ingå i rapporteringen från transportör till e-handlare:

- Löpande drivmedelsrapportering på fordonsnivå (minst en gång per år).
- Bistå med underlag vid revision.
- Informera vid avvikelse från branschöverenskommelsen.
- Definiera åtgärder vid avsteg från branschöverenskommelsen.

Som handlare har du följande ansvar:

- Följa upp och kontrollera att transportörer uppfyller kraven för den fossilfria leveransen för att skapa transparens mot konsument. Uppföljningen sker avtalat mellan e-handlare och transportör.
- Tillhandahålla en enkel och tydlig rapporteringsmetod för att inhämta och kontrollera data från transportörer.

Hantering av avvikelser

Fel kan hända. Överenskommelsen tillåter en felmarginal upp till 2% av de totala fossilfria leveranserna per år. När en avvikelse sker är det transportörens skyldighet att informera de berörda e-handlarna. Processen för detta bör vara specificerad i det bilaterala avtalet. En ärlig och transparent hantering av avvikelser är avgörande för förtroendet.

Omvärldsbevakning och utveckling av överenskommelsen

Eftersom marknadsföringslagstiftning, drivmedelsteknik och EU-direktiv utvecklas snabbt rekommenderas att e-handlare och transportör genomför minst en strukturerad avstämning per år.

Syftet med det årliga mötet är att:

- **Utvärdera samarbetet:** Gå igenom årets samlade drivmedelsrapporter, uppföljning och hur eventuella avvikelser inom 2 %-marginalen har hanterats i praktiken.
- **Omvärldsbevakning:** Diskutera nya lagkrav (exempelvis gällande greenwashing, miljöpåståenden).
- **Anpassa avtalet:** Göra nödvändiga uppdateringar i det bilaterala avtalet, justera geografiska zoner/postnummer eller finjustera den tekniska integrationen i kassan så att erbjudandet förblir juridiskt hållbart och korrekt över tid.
- **Förbättringsarbete och ökade ambitioner:** Arbeta strategiskt för att öka andelen konsumenter som väljer fossilfria leveranser, eller diskutera möjligheten att höja ambitionen i ert samarbete. Det kan exempelvis handla om att inkludera returer i löftet eller att skärpa kraven mot “utsläppsfria” leveranser. Vid sådana initiativ är det dock viktigt att ha noga koll på aktuella regelverk och definitioner, samt att säkerställa att tilläggen anpassas och regleras korrekt i er befintliga överenskommelse.

Att avsluta eller pausa tillämpningen

Eftersom överenskommelsen numera bygger på ett bilateralt åtagande mellan e-handlare och transportör, sker en eventuell uppsägning av samarbetet kring ”Fossilfri leverans” direkt mellan er som affärsparter. Uppsägningstiden och villkoren för detta regleras i ert inbördes avtal.

Om en part inte längre kan eller vill leva upp till kraven för den fossilfria leveransen, är det viktigt att e-handlaren tar bort begreppet från check-outen och övrig kommunikation för de berörda leveranserna. Detta är avgörande för att upprätthålla branschens trovärdighet och undvika vilseledande marknadsföring gentemot konsument.



Bilagor och nedladdningsbara mallar

För att underlätta implementeringen och säkerställa en harmoniserad standard finns följande bilagor och praktiska verktyg framtagna. Samtliga mallar är fria att ladda ner och använda i ert arbete:

- **Bilaga A – Godkända drivmedel:** Kriterier och förteckning över godkända drivmedel i enlighet med Energimyndigheten.
- **Bilaga B – Kommunikationsriktlinjer:** Konkreta UX-exempel och textförlagor för check-out och webbplatser.
- **Avtalsmall:** Rekommenderade villkor och krav att föra in i ert transportavtal.
- **Integrationsmall för check-out:** En teknisk specifikation avsedd för era utvecklare och TA-leverantörer.
- **Rapporteringsmall:** Ett verktyg för det löpande datautbytet av drivmedelsdata.

Källor

- **DHL**. (2022). 2022 Online Shopper Report. Hämtad från https://www.dhl.com/global-en/microsites/ecs/ecommerce-insights/insights/reports/2022-online-shopper-report.html
- **Gorton, M., Tocco, B., Yeh, C.-H., & Hartmann, M.** (2021). What determines consumers’ use of eco-labels? Taking a close look at label trust. Ecological Economics, 189, 107173. Hämtad från https://doi.org/10.1016/j.ecolecon.2021.107173
- **Nyremo, H., & Widerberg, A.** (2020). Eco-labels: A Tool to Enhance Sustainable Consumption [Självständigt arbete, Lunds universitet]. Lund University Publications. Hämtad från http://lup.lub.lu.se/student-papers/record/9020915
- **PostNord**. (2024). Sustainable e-commerce. Hämtad från https://www.postnord.com/insights/sustainable-e-commerce/
- **PostNord**. (2025). E-barometern Q2 2025. Hämtad från https://www.postnord.com/insights/e-barometer-2025-Q2/
- **BEUC**. (2023). THE GREAT GREEN MAZE: How environmental advertising confuses consumers. Hämtad från https://www.beuc.eu.

Bilagor

Bilaga A: Godkända drivmedel inom överenskommelsen för den fossilfria leveransen

Nedanstående drivmedel accepteras, men behöver samtidigt uppfylla följande krav: För att klassas som fossilfri behöver det drivmedel som används bestå av el, muskelkraft eller biodrivmedel. I enlighet med Energimyndighetens rapport ER2021:29 finns ett antal olika biodrivmedel där råvarorna är fossilfria. Råvarorna ska även vara producerade i enlighet med Hållbarhetslagen (2010:598), vilket grundar sig i EU:s Förnyelsebarhetsdirektiv (EU) 2018/2001.

Drivmedel med endast en andel inblandade biokomponenter anses inte fossilfria, se ER2021:29. Denna överenskommelse definierar fossilfri* som den energi som kommer från fossilfria energikällor och som därmed inte framställts av fossila forms av kol, olja eller gas. Fossilfria energikällor inkluderar vattenkraft, vindkraft, solkraft, kärnkraft, biomassa och muskelkraft.

1. HVO100
2. FAME100 (inklusive RME)
3. Flytande biogas100**
4. Komprimerad biogas100**
5. Svensk elmix eller elmix som kan likställas med svensk elmix
6. Grön vätgas
7. ED95
8. BioDME

*Det finns ingen enhetlig definition av fossilfri som kan tillämpas generellt. Därför är definitionen baserad på flera källor bl.a. Vattenfall, Fossilfritt Sverige och Sveriges allmännytta.

** Grön gas-principen accepteras inte inom ramen för överenskommelsen för den fossilfria leveransen.

Bilaga B: Riktlinjer för harmoniserad kommunikation av Fossilfri Leverans

Syftet med denna bilaga är att säkerställa enhetlighet och tydlighet gentemot konsument. Genom att använda harmoniserade begrepp och förklaringar minskar vi risken för missförstånd och vilseledande miljöpåståenden.

Kommunikation i kassan (check-out)

Harmoniserat begrepp: För att konsumenten ska känna igen alternativet ska följande benämning användas som rubrik eller valalternativ i check-outen: "Fossilfri Leverans"

Viktigt angående egna varianter: Egna varianter såsom "Grön frakt" eller "Klimatsmart leverans" undviks. Utöver att det motverkar branschens syfte att säkerställa tydlighet, är dessa ofta allmänna och svårbevisade miljöpåståenden som medför stora risker för att fällas för vilseledande marknadsföring.

Visuell gestaltning

I överenskommelsen rekommenderas följande principer vid kommunikation om "Fossilfri Leverans":

- **Integrerad design:** Informationen presenteras med fördel i samma typsnitt och stil som övriga fraktalternativ.
- **Undvik logotyper:** Grafiska symboler, stämplar eller "badges" som efterliknar officiella miljömärkningar används ej.
- **Neutrala symboler:** Generella ikoner (t.ex. "i"-symbol) kan användas om de harmoniserar med e-handlarens övriga design.
- **Direkt information (Informationsruta/Tooltip)**: När fossilfri leverans erbjuds som val i check-outen ska information finnas tillgänglig i en informationsruta (t.ex. vid "mouse-over" eller klick på en info-ikon) i direkt anslutning till begreppet. Texten i rutan ska innehålla en kort definition inklusive en hänvisning (URL) där det är möjligt för konsumenten att läsa mer om överenskommelsen på e-handlarens egna hemsida. Länken i rutan behöver ej vara klickbar, men konsumenten ska kunna hitta dit direkt och inte behöva söka sig igenom hemsidan.

Följande beskrivning bör användas i direkt anslutning till leveransvalet i check-outen: "Transporten från lager till dig sker med fordon som drivs av el, biodrivmedel eller muskelkraft. Eventuell retur omfattas ej. Läs mer: (exempelvis ehandlare.se/fossilfrileverans)"

Kommunikation om överenskommelsen på e-handlarens hemsida

Nedan visas exempel på text på e-handlarnas webb som ger mer information om överenskommelsen och valet fossilfri leverans. Det är denna information som köparen ska kunna hitta när de söker sig till URL-länken i informationsrutan/tooltip, i direkt anslutning till leveransvalet. Texten kan med fördel även användas av transportörer och övriga aktörer som tillämpar initiativet.

Förslag på webbtext

Klista in följande text på webbplatsen:

Om fossilfria drivmedel och våra transporter
Vi har tillsammans med våra transportörer valt att arbeta utifrån e-handelsbranschens gemensamma överenskommelse. Syftet är att gemensamt tydliggöra vad som menas när en leverans beskrivs som fossilfri, så att du som konsument enkelt kan förstå vad valmöjligheten i kassan innebär.

Vad innebär detta för dig?
När du väljer en fossilfri leverans som leveransalternativ, betyder det att fordonet som kör dina varor från vårt lager, eller från ett externt partnerlager till din valda leveransplats, drivs med drivmedel utan fossila råvaror.

Så definieras fossilfri i detta sammanhang:
Definitionen i överenskommelsen utgår från att energin som används för framdrift inte ska vara framställd av fossila källor som kol, olja eller gas. Fossilfria energikällor inkluderar vattenkraft, vindkraft, solkraft, kärnkraft, biomassa och muskelkraft. Definitionen stödjer sig på Energimyndighetens rapport ER2021:29, som beskriver vilka råvaror som klassas som fossilfria. För att säkerställa hållbarhet ska råvarorna i biodrivmedel även vara producerade i enlighet med Hållbarhetslagen (2010:598), vilken i sin tur grundar sig på EU:s förnybartdirektiv (EU) 2018/2001.

Vilka drivmedel används?
För att en transport ska omfattas av denna definition krävs att drivmedlet består av el, muskelkraft eller biodrivmedel. Drivmedel som endast har en viss inblandning av biokomponenter (men i övrigt är fossila) räknas inte in, med hänvisning till Energimyndighetens rapport ER2021:29. Följande specifika drivmedel omfattas av definitionen:

- HVO100 (Vätgasbehandlad vegetabilisk olja)
- FAME100 (inklusive RME – Rapsmetylester)
- Flytande biogas100
- Komprimerad biogas100
- El (Svensk elmix eller motsvarande)
- Grön vätgas
- ED95 (Etanolbränsle för tunga fordon)
- BioDME (Dimetyleter baserad på biomassa)

Omfattning av transporten:
Beskrivningen gäller för hela transportsträckan från det att din beställning lämnar det sista lagret, hela vägen fram till din valda leveransplats (hem, ombud eller paketskåp).

Platsen där din order packas (det sista lagret) kan vara vårt eget e-handelslager, ett externt partnerlager eller en av våra fysiska butiker. Om din vara skickas från utlandet, gäller löftet från och med att paketet anländer till den första terminalen i Sverige. Inkommande transporter till våra lager, materialtillverkning eller eventuella returer omfattas inte av denna definition.

Klimatpåverkan ur ett livscykelperspektiv:
Att drivmedlet klassas som fossilfritt innebär att det består av råvaror som inte är fossila. Det är dock viktigt att notera att detta inte automatiskt innebär att leveransen är helt fri från klimatpåverkan. Produktionen av drivmedlet och fordonen kan innefatta energiåtgång eller utsläpp av andra växthusgaser.

Uppföljning:
För att säkerställa att beskrivningen stämmer sker löpande avstämningar mellan e-handlare och transportör. En felmarginal på maximalt 2 % (för exempelvis ofrivillig feltankning) tillämpas för att hantera praktiska utmaningar i logistikkedjan.

Läs mer:
Här kan du ta del av guiden och den gemensamma överenskommelsen i sin helhet:
[Lägg in länk till er egen hållbarhetssida där ni förklarar detta mer ingående, eller direkt till den publika Guiden för fossilfria leveranser].

Guide till överenskommelsen för fossilfria leveranser

E-handeln och konsumentkraven förändras snabbt. Med skärpta EU-direktiv och en växande bevisbörda för miljöpåståenden räcker det inte längre med vaga begrepp som ”gröna val” eller ”miljövänlig leverans”.

Guiden till överenskommelsen för fossilfria leveranser är ett praktiskt verktyg som hjälper er att navigera rätt. Den ger e-handlare och transportörer en gemensam och harmoniserad standard för kassan, tydliga ramar för bilaterala avtal samt mallar för löpande datautbyte och teknisk integration.

Framtagen av handeln, för handeln.

Guiden är ett resultat inom projektet **SHIFT** (finansierat av FFI) mellan Svensk Handel, Lindholmen Science Park, Apotea, Apoteket, Didriksons, Lyko, Panduro, Bring, EarlyBird, Instabee, PostNord, Ingrid och nShift.

