

KONFERENS 3 DECEMBER 2009

## Schyssta klappar?

Etisk produktion och konsumtion av leksaker



Projektet Etisk konsumtion av leksaker drevs av Sveriges Konsumenter i samarbete med SwedWatch och Fair Trade Center under juni – december 2009. Projektet stöddes av Konsumentverket. Detta är en sammanfattning av konferensen *Schyssta klappar?* som hölls när projektet avslutades.

### Jan Bertoft, Sveriges Konsumenters generalsekreterare

Sveriges Konsumenter är en paraplyorganisation med 27 medlemsorganisationer. Sveriges Konsumenter driver konsumentfrågorna både i Sverige, EU och globalt. Organisationen ger ut tidningen Råd & Rön, nyhetsbrevet KonsumentMakt och har konsumentvägledning för ett antal stadsdelar i Storstockholmsområdet.

Jan Bertoft sade i sitt inledningsanförande att etik blir allt viktigare för konsumenterna. Det hör till tidsandan att bry sig om förhållandena för produktion och konsumtion vare sig det gäller grisar, klimatet eller leksaker. Ekologiska produkter och Fair trade-varor säljer allt mer, företagen tar sitt ansvar. Det är även en global ISO-standard på gång för CSR = Corporate Social Responsibility.

Konsumenterna vill göra skillnad, använda sin konsumentmakt. Allt fler talar om konsumentmakt i dag - politiker i EU och svenska riksdagen, i kyrkan, bland fackföreningar och i företagsvärlden. Konsumenternas roll anses viktig, och det anses viktigt att det finns medvetna konsumenter.

När de gäller leksaker har konsumenterna i dag inte någon möjlighet att göra etiska val. Det finns inga märkningar i butikerna, informationen om produktionsvillkoren är svår att hitta och finns den på företagets eller butikernas hemsidor är den ofta "luddig".

Jan Bertoft menade att konsumenterna har rätt till schyssta leksaker, och rätt att välja bort dem som tillverkas i fabriker där arbetarna utnyttjas och där arbetsvillkoren är orimliga.

Konsumenterna kan göra mycket, betonade Jan Bertoft. De kan ställa frågor i butiken, visa "önskelistan" om rättvisa villkor som tagits fram till denna konferens, göra etiska val, påverka upphandlingen till förskolor och skolor. Information finns att hämta i Råd & Rön och Fair Trade Centers Etikbarometer.

Jan Bertoft var glad över att se många leksaksföretag på konferensen och betonade att utvecklingen i de kinesiska leksaksfabrikerna, där 80 procent av jordens leksaker tillverkas, förbättrats under de senaste fem åren. Men företagen får inte göra halt, mycket återstår. Jan Bertoft ville att den svenska leksaksbranschen skulle göra det lättare för konsumenterna att handla efter sina etiska värderingar. Ett minimikrav är att branschen uppfyller ILO:s (International Labour Organization) åtta så kallade kärnkonventioner som utgör en grundläggande standard för arbetsvillkor över hela världen.

Socialt ansvar är en bra affärsidé. Att inte ta sitt sociala ansvar är en dålig idé, särskilt på sikt. För det företag som inte tar sitt sociala ansvar kommer konsumenternas dom att bli hård, avslutade Jan Bertoft.

## Kristina Bjurling, researcher, SwedWatch

SwedWatch är en förening med fem medlemsorganisationer; Svenska Naturskyddsföreningen, Svenska kyrkan, Latinamerikagrupperna, Fair Trade Center och Miljöförbundet Jordens Vänner. SwedWatchs syfte är att bidra till att svenskrelaterade företag tar hänsyn till människor och miljö i sin verksamhet i utvecklingsländer. SwedWatch granskar företagens verksamhet, publicerar rapporter, bedriver opinionsbildning och för en dialog med näringslivet.

Kristina Bjurling var en av grundarna till Fair Trade Center (FTC). Hon har i år genom konsulter i Kina granskat leksaksfabrikerna, och utförde själv granskningen på plats i Kina för fem år sedan. Kristina Bjurling poängterade att det var unikt att kunna granska samma fabriker igen, vilket gav en möjlighet att titta på vilka förändringar som skett över tid.

Grunden för SwedWatchs granskningar är:

- Internationella konventioner (ILOs konventioner)
- Nationell lagstiftning i det land som granskas
- Företagens och branschens egna koder

Granskningarna görs genom företagsbesök och intervjuer med arbetare. I Kina genomförde en lokal konsult besöken och intervjuerna. Totalt gjordes ca 180 intervjuer med arbetare. Alla intervjuer gjordes utanför fabriksområdet. Ledningen för fabriken fick inte veta vilka som intervjuades.

Efter granskningen får leverantörer och inköpare bemöta SwedWatchs kritik. I år, liksom 2004, gjordes fabriksbesöken i Guangdong-provinsen. I Kina är det känsligt och tyvärr delvis farligt att jobba med sådana här undersökningar, sade Kristina Bjurling. Den lokale konsulten har efter fabriksbesöken anmälts till en myndighet som bevakar utländska kontakter. Denna myndighet är känd för att stoppa NGO:er och andra som arbetar med granskningar. SwedWatch kommer nog att tvingas ändra metoder för att undvika att lokala konsulter får problem trodde Kristina Bjurling. Det här är oerhört känsligt och tyvärr delvis farligt.

Vid granskningen 2004 av nio leksaksföretag framkom följande:

- 8 av 9 leverantörer saknade hälso- och säkerhetsutbildning för arbetarna
- 8 av 9 tillät extrema arbetstider, 90 tim/vecka
- 6 av 9 hade 7 dagars arbetsvecka
- 5 av 9 betalade för låg övertidsersättning
- Det var vanligt att de anställda inte fick en kopia på sitt anställningskontrakt
- Det var vanligt att leverantörerna fuskade vid de sociala inspektionerna.

2009 upprepades granskningen på fyra fabriker, två nya tillkom. Vid årets granskning kunde man konstatera att:

- De mest extrema övertiderna var borta
- 5 av 6 leverantörer garanterade en dags ledighet/vecka
- 5 av 6 gav skriftliga anställningskontrakt
- 5 av 6 gav hälso- och säkerhetsutbildning
- 5 av 6 betalade rätt övertidsersättning
- 3 av de 4 som undersöktes för andra gången hade löst de flesta problemen.

I dag finns en större medvetenhet hos arbetarna, sade Kristina Bjurling. Det finns också en rörelse mot större öppenhet i Kina via Internet med mera. SwedWatch:s och andra organisationers granskningar betyder något, när de ställer krav sker förbättringar. Men det kan också finnas andra orsaker till förändringarna, till exempel kan den ekonomiska krisen ha medfört minskad produktion och kortare arbetstider.

Trots förbättringar återstår en hel del, betonade Kristina Bjurling:

- De anställda omfattas inte av socialförsäkringar enligt lag (4 av 6 brister).
- De anställda ersätts inte enligt lag för sjukdom eller semester (4 av 6 brister).
- Brister i hälsa- och säkerhet finns på 5 av 6 leverantörer.

- Brister i medinflytande (på endast 1 av 6 leverantörer har de anställda själva valt sina representanter till fackklubben).
- Ingen av leverantörerna har förhandlat kollektivt om arbetsvillkoren.
- Fortfarande finns problem med olagligt hög arbetstid (5 av 6 har för högt övertidsuttag i högsäsong, 2 brister i detta året om).
- Det finns en pris- och produktionspress som ej anpassas till CSR-kraven.

SwedWatch och Sveriges Konsumenter ställer tillsammans med Fair Trade Center följande krav

- Åtgärda bristerna i samarbete med leverantörerna.
- Inför inköpsvillkor som stödjer CSR-kraven.
- Utöka eller påbörja satsningar på arbetarutbildningar (involvera de anställda i att förbättra arbetsvillkoren).
- Underlätta och uppmuntra lokal facklig verksamhet som kan leda till kollektiva avtal.

Man riktar också rekommendationer till leksaksbranschens internationella samarbetsorganisation ICTI Care, till exempel att de ska revidera sin egen uppförandekod så att den omfattar alla ILOs kärnkonventioner, att den fackliga verksamheten ska stärkas på fabrikerna och att kraven på köpare som är med i ICTI Care ska öka – att man exempelvis bara ska köpa från fabriker som skrivit under ICTI Cares uppförandekod. Kristina Bjurling påpekade att mycket har hänt om man jämför fem år tillbaka i tiden, och ännu mer om man jämför med för tjugo år sedan. Förra året antogs till exempel en lag om arbetsvillkor i Kina, men fortfarande finns ingen rätt att bilda fria fackföreningar.

## Han Dongfang, ordförande China Labour Bulletin

China Labour Bulletin (CLB) är en fristående organisation baserad i Hong Kong. Organisationen samarbetar dels med arbetargrupper och advokatkontor i Kina, dels med den internationella arbetarrörelsen. Ett av CLB:s främsta syften är att främja uppbyggnaden av självständiga fackföreningar i Kina. Han Dongfang grundade organisationen efter att ha utvisats till Hong Kong 1993. Han utvisades efter att ha varit med och startat en fackförening i Kina i samband med protesterna 1989 på Himmelska fridens torg.

Han Dongfang tyckte att den svenska rapporten om leksaksfabrikerna gav en god bild av läget inom den industrin. Han ville nu tala om den allmänna utvecklingen för Kinas industriarbetare, inte bara inom leksakstillverkningen. Han Dongfang betonade att arbetsvillkoren har förbättrats i Kina, mycket beroende på att CSR betonas allt mer. Den internationella fackföreningsrörelsens påtryckningar på Kinas regering har också haft stor effekt. De granskningar av olika branscher som görs är mycket betydelsefulla, eftersom de gör att arbetarna blir mer medvetna om sin situation.

Regeringen har stiftat några betydelsefulla lagar sedan proteståret 1989. En av de mest betydelsefulla kom förra året, *the labour contract law*. Ett viktigt inslag i lagstiftningsprocessen var denna gång att man hade en "remissomgång" bland allmänheten – *public consultation*. Ett utkast till lagförslaget publicerades i olika medier, och 3000 synpunkter kom in under de tre månader remisstiden varade. Denna process ökar arbetarnas medvetenhet, sade Han Dongfang, de sitter inte längre bara och väntar på att någon annan ska ta ansvar. Förhållandena på olika fabriker granskas kanske en gång per år. Men då varnar alltid arbetsgivarna i förväg, och arbetarna uppmanas att ge "rätt" svar till granskarna. Den som ger en positiv bild av arbetsförhållandena kan få bonus.

Antalet strejker har ökat de senaste fem åren, oftast gäller de högre löner. För tio år sedan arresterades alla som deltog i en strejk. Men i dag sker inga arresteringar – regeringen är mån om sin image och vill inte ha negativ publicitet.

Den privata ekonomiska sektorn har vuxit i Kina, och där går arbetarna ofta i strid mot arbetsgivarna. De vill ha skälig lön som en familj kan leva på, och vill ha högre minimilöner. Att förhandla kollektivt var tidigare en mycket känslig fråga, men det är inte lika känsligt i dag. Genom lagen om arbetsvillkor 2008 finns möjligheten att förhandla fram kollektivavtal för alla anställda på en fabrik. Men det går långsamt framåt, arbetsgivarna är fortfarande motståndare till denna typ av avtal. Var för sig kan de hålla med om att kollektivavtal kan vara fördelaktiga, men det är svårt att få någon att gå i bräschen och sluta ett avtal på sin fabrik, förklarade Han Dongfang. Det vore bättre om flera arbetsgivare gick samman och enades om att sluta avtal samtidigt. Han säger sig ändå vara optimist,

förr eller senare kommer arbetsgivarna att inse fördelarna, och arbetarna trycker också på för att få bättre avtal.

Han Dongfang fick en fråga från publiken om arbetsgivarna i Kina är medvetna om ILO:s kärnkonventioner och OECD:s riktlinjer för arbetsvillkor. Han Dongfang svarade att konventionerna och riktlinjerna är bra, men problemet i Kina är att arbetarna inte känner till dem. Eftersom arbetarna inte har rätt att bilda självständiga fackföreningar är medvetenheten låg om internationella överenskommelser och hur de skulle kunna bidra till att förbättra individernas levnadsvillkor. Nästan alla företag i Kina har en CSR-plan, men de måste också acceptera de internationella överenskommelser som finns, menade Han Dongfang. Här skulle den internationella konsument- och fackföreningsrörelsen kunna trycka på och använda sin konsumentmakt för att kräva förbättringar. Men Han Dongfang ville inte gå så långt som att föreslå bojkott av kinesiska varor, eftersom det skulle kunna leda till arbetslöshet.

## Christian Ewert, ordförande och vd för ICTI Care Foundation

International Council of Toy Industries, ICTI, grundades 1974 och har 22 nationella branschorganisationer som medlemmar. 2002 startades ICTI Care Process, ICP, som är ett etiskt program för att övervaka att arbetarna inom leksaksindustrin har goda arbetsvillkor och att tillverkningen sker på ett säkert sätt. Leksaksindustrin är den enda industrin med en global standard. ICP har kontor i Hong Kong och New York.

De viktigaste frågorna för ICP är att granska arbetstider, löner och övertidsersättning och att minderåriga inte arbetar inom leksaksindustrin. Men man arbetar också för att förbättra arbetarnas möjligheter till representation i olika organ och mot diskriminering. Dessutom tar man upp praktiska frågor som brandskydd, hälsa och säkerhet, sovsalar, matsalar och kafeterior och tillgång till sjukvård.

I dag är cirka 2 200 fabriker med totalt 1,7 miljoner anställda involverade i ICP. Cirka 1 200 fabriker har skrivit under ICP Seal of Compliance – och intygar därmed att de följer ICTI:s riktlinjer.

ICP har 111 ackrediterade granskare som reser runt till fabriker i olika länder. Christian Ewert menade att ICP:s program är kostnadseffektivt, trovärdigt och garanterar transparens.

ICP har också tagit initiativ till ett "Date Certain-Program" Detta program syftar till att få inköpare och butiker att från och med ett visst datum ("Date Certain") bara köpa in leksaker från fabriker som ingår i ICTI Cares Process. Till dags dato har 674 företag skrivit under en "Date Certain"-överenskommelse. Dessutom har hela branschorganisationer i Sverige, Danmark, Tyskland och USA skrivit under överenskommelsen.

ICP kommer att fortsätta att arbeta med sitt granskningsprogram, för att förbättra arbetsvillkoren inom leksaksindustrin. (Cirka 80 procent av världens leksakstillverkning sker i Kina. Den världsomspännande ekonomiska krisen har påverkat leksaksindustrin, med viss nedgång i tillverkningen.) Detta ska ske genom en kontinuerlig förbättringsprocess, de fabriker som finns med i ICP:s program ska ha en plan för hur de ska genomföra förbättringar. Christian Ewert hoppas också att inköparna i framtiden ska bli bättre informerade om hur väl deras leverantörer uppfyller kraven.

Men han betonade att det också finns svårigheter – främst är det problem med att leksaksindustrin är så säsongbetonad. Majoriteten av världens leksaker tillverkas och säljs inför jul, det är den absoluta högsäsongen. En annan svårighet är att det fortfarande sker oegentligheter vid övervakningsprocessen, tidigare talare har nämnt risker för granskare och för de arbetare som blir intervjuade. Övervakningsprocessen måste bli mer transparent. En åtgärd för att motverka riskerna vid granskningen är att ICP:s granskare delar ut kort till arbetarna där deras rättigheter finns listade. Där finns också ett telefonnummer till en ICP-Helpline och ICP:s webb- och e-postadress.

Christian Ewert fick frågor om varför processen går så långsamt fram, och han svarade att det har tagit mycket längre tid än han trodde. Det tar lång tid att informera alla tillverkare om att detta kan vara till fördel för dem. Internationella påtryckningar hjälper, tillverkare kan till exempel inte sälja till Walmart i USA om de inte följer ICTI:s uppförandekod. Detta ledde till en fråga om varför koden inte omfattade

alla ILO:s åtta kärnkonventioner. Christian Ewert menade dock att det räckte att ICTI har konventionerna i sin kontrollista, han ansåg inte att man behövde skriva in dem i uppförandekoden.

### Sadie Homer, standardiseringsansvarig, Consumers International

Consumers International (CI) är en oberoende, ideell, världsomspännande organisation med 220 medlemsorganisationer i 115 länder. CI genomför undersökningar om konsumenters attityder och beteenden samt bedriver olika kampanjer tillsammans med medlemsorganisationerna.

Sadie Homer refererade till en undersökning om konsumenternas attityder till etisk konsumtion. Undersökningen har gjorts i Storbritannien, men Sadie Homer menade att resultatet förmodligen skulle bli ungefär detsamma i andra västländer.

Konsumenterna vill ha tillgång till tydlig, jämförbar och pålitlig information. De vill också att etiska produkter ska vara lättillgängliga i butikerna. 4 procent av konsumenterna är vad CI kallar *Vocal activists*, de pratar mycket om etisk konsumtion, men gör kanske inte så mycket i praktiken. 4 procent är riktiga pionjärer, som konsekvent köper etiska produkter. 31 procent föredrar att handla etiskt när det är möjligt, 35 procent gör det ibland och 26 procent är än så länge "iakttagare" – de följer utvecklingen men inte mer.

När det gäller informationen litar konsumenterna mest på den som kommer från oberoende organisationer, framförallt konsumentorganisationer, sedan i fallande skala på information från FN, lokala företag, nationella regeringar och slutligen transnationella företag. Konsumentorganisationer kom också högt på listan när det gällde vilka informationskällor man litade på i fråga om stormarknadernas CSR-arbete och deras upphandling från olika leverantörer. Konsumenterna säger att de är villiga att betala mer för Fair trade-varor och på så sätt medverka till att arbetarna får bättre betalt. Sadie Homer menade att CI:s undersökningar visar att företagen har allt att vinna på att samarbeta med konsumentorganisationer.

Ett internationellt projekt har startats, Ethical Trade Fact Finding Process (ETFP). ETFP syftar till att öka konsumenternas vilja att köpa etiskt producerade varor och tjänster genom att minska risken för att konsumenterna vilseleds av otillbörliga eller otillförlitliga etiska påståenden. Detta gör man bland annat genom att identifiera sådana påståenden, se vilka problem de orsakar konsumenterna och föreslå lösningar på problemen. Konsumentrörelsen behöver ta fram redskap för att underlätta för konsumenterna att välja mellan olika märkningar och produkter.

Sadie Homer sade att det visat sig i undersökningar att konsumenterna ofta tror att när en vara finns på den europeiska marknaden så är den säker, och producerad på ett etiskt godtagbart sätt. Många är inte medvetna om de brister som finns. Ett redskap för att underlätta för konsumenterna att göra medvetna val är den nya standarden för socialt ansvarstagande, ISO 26000. Sadie Homer menade att ISO 26000 är det verktyg som organisationer, regeringar, branscher och företag behöver. Med ISO 26000-certifiering kan konsumenterna vara säkra på att när de gör ett val – så är det rätt val!

Förmiddagen sammanfattades i en diskussion mellan Kristina Bjurling, Sadie Homer, Christian Ewert och Han Dongfang.

Kristina Bjurling påpekade att SwedWatch funnit att flera svenska leksaksföretag inte var medvetna om vad ICTI:s certifiering innebar. Hon efterlyste bättre information om vilka krav riktlinjer som gäller och hur de uppfylls. Christian Ewert höll med om att leksaksbranschens utåtriktade informationen kunde vara bättre och att ICTI också arbetar på att förbättra sin egen information.

Sadie Homer menade att detta visar på konsumentens roll som vakthund. Medvetna konsumenter som går in på till exempel ICTI:s hemsida måste kunna lita på att informationen där är korrekt.

Han Dongfang betonade att det finns många organisationer i Kina som är beredda att samarbeta med ICTI, och undrade om ICTI:s medlemmar är redo för detta steg. Christian Ewert svarade "både ja och nej". Många är redo, men ICTI behöver rekommendationer till exempel från China Labour Bulletin om vilka man kan samarbeta med. Detta kommer att bli aktuellt under 2010, då man ska göra en uppdatering av miljökraven, och också arbeta med frågorna om kollektivavtal.

Sadie Homer ville höra från de övriga hur de samarbetade med konsumentrörelsen. Kristina Bjurling svarade att SwedWatch delvis är en konsumentorganisation och att man skulle vilja att ICTI förbättrade sin granskningsprocess genom att också ta med konsumenter i arbetet. Det skulle ge ICTI större trovärdighet, menade hon. Sadie Homer höll med, men påpekade också att läget för konsumenterna skiljer sig mycket från land till land. I vissa länder talar man om tillgång till rent vatten som den viktigaste frågan. De behöver först uppfylla sina basala behov för ett drägligt liv innan de kan gå vidare med andra konsumentkrav.

## Per Grankvist, CSR-konsult

Per Grankvist är rådgivare och föreläsare med fokus på hur företag kan tjäna pengar på att jobba med hållbarhet. Han ger företag råd på hur de kan öka sin lönsamhet, minska sin miljöpåverkan och ta ett större samhällsansvar. Per Grankvist hjälper dem också med kommunikationsfrågor, att nå ut med det de åstadkommit.

Ibland handlar det för mycket om vad företagen *ska* göra, man missar att tala om det man *har* gjort, sade Per Grankvist. Han tyckte inte att världsekonomin befann sig i en lågkonjunktur, utan en omstart av ekonomin. "Det installeras ett nytt kalkylprogram på världens datorer" menade han, och hoppades att världens länder skulle kunna komma överens på den förestående klimatkonferensen i Köpenhamn. Trots att han skrivit boken *CSR i praktiken* tycker Per Grankvist att CSR är ett värdelöst begrepp. I stället ska vi tala om hållbarhet, det är det viktigaste begreppet. Han var medveten om att han ibland uppfattades som cynisk, men han anser att det finns stora ekonomiska möjligheter i att jobba på ett hållbart sätt. Om vi inte tar ansvar kan vi inte tjäna pengar, sade Per Grankvist.

Varför finns företag frågade Per Grankvist? Jo, för att förse konsumenterna med de produkter de vill ha. Företagen är i dag helt beroende av att producera etiska varor och alla på denna konferens kunde påverka utvecklingen, som konsumenter eller som ansvariga i företag, betonade Per Grankvist. Om vi ska fortsätta leva på jorden måste utsläppen nå en topp 2020, för att sedan minska.

Per Grankvist menade att vi börjar bli konsumtionströtta och att vi kommer att konsumera mindre, eftersom vi bor på en planet med ändliga resurser. Den klimatsmarta familjen kan minska sin miljöpåverkan genom att konsumera mindre. Men då måste de saker de köper vara av bättre kvalitet. Det finns en klar korrelation mellan pris och kvalitet. Köper man tillräckligt dyr mat eller dyra kläder slänger man ingenting, sade Per Grankvist. Genom att spara pengar kan vi spara planeten och detta gäller både för familjerna och företagen. Stora företag som handlar ansvarsfullt får konsumenternas förtroende - det är det lönsammaste som finns.

Per Grankvist fick en fråga från auditoriet hur han fick ihop ekvationen med att om man konsumerade mindre måste ju företagen tillverka mindre och då kommer de att tjäna mindre? Var finns incitamentet för företagen att ändra konsumtionsmönstret?

Per Grankvist menade att vi måste fundera på *vad* vi konsumerar. Vi kan konsumera tjänster i stället. I stället för att tillverka nya saker hela tiden kan företag leva på att hyra ut redan producerade, hållbara varor som väskor och bilar.

## Helena Markstedt, generalsekreterare Rättvisemärkt

Fair trade - Rättvisemärkt - är en oberoende produktmärkning. Rättvisemärkta produkter bidrar till förbättrade arbets- och levnadsvillkor för odlare och anställda i utvecklingsländer.

Rättvisemärkt är den svenska representanten i Fairtrade Labelling Organizations International, FLO. FLO är en paraplyorganisation som förenar ett tjugotal märkningsinitiativ (bl a Rättvisemärkt i Sverige) samt producentnätverk som representerar Fairtrade-certifierade producentorganisationer i Latinamerika, Afrika och Asien.

Vad tänker vi på när vi handlar? frågade sig Helena Markstedt inledningsvis. Vi handlar i genomsnitt 22 minuter per dag i Sverige, ofta känner vi oss stressade, ändå gör vi många val under de minuterna. Vad vill vi veta om produkterna, vad får vi veta?

Priset är det första vi får veta. Men konsumenterna har möjlighet att ta sig mer information än så, menade Helena Markstedt, som trodde att det skett en förskjutning, att fler konsumenter är

intresserade av produktens kvalitet och av tillverkningsprocessen. Om företagen kan visa mer om den, så har de större möjlighet att attrahera konsumenten.

Marknaden kan fungera som en drivkraft när det gäller lagar och regler för tillverkningsindustrin sade Helena Markstedt, och refererade till en OECD-undersökning som visade att när det gäller säkerhet och miljö ställer dagligvaruhandeln högre krav än nationella lagar och regler. Hon menade att företagen har ett ansvar i handeln med utvecklingsländerna. 87 procent av de svenska konsumenterna tycker att leverantörerna ska betala odlare och producenter rättvist. 85 procent vill att företag och deras leverantörer följer internationellt accepterade normer för arbetsförhållanden och miljöpåverkan. Certifieringar och tredjepartskontroller är viktigast för att se till att dessa normer följs, tycker konsumenterna. Och cirka 60 procent är villiga att betala mer för etiska produkter.

Än så länge finns ingen rättvisemärkning för leksaker, bra för fotbollar. Men man hoppas på Fair Tradecertifiering på trä, i så fall kan träleksaker också bli Rättvisemärkta. En anledning till att det saknas Rättvisemärkta leksaker är att FLO börjat med jordbruksprodukter, som till exempel bomull, te och kaffe. Det är lättare med certifiering av produkter som har en kortare produktionskedja. Helena Markstedt fick en fråga om glappet mellan viljan att konsumera rättvisemärkt och möjligheten att få tag på produkter. Varför rullar inte processen snabbare? Det måste komma initiativ från två håll svarade Helena Markstedt, processen är beroende både av konsumenternas efterfrågan och företagets vilja.

### Diskussion mellan Per Grankvist och Helena Markstedt:

Första frågan - visst borde allt vara rättvisemärkt och ekologiskt? Ofta beror den långsamma utvecklingen på "nån annanismen", sade Per Grankvist – nån annan ska köpa rättvisemärkt. Vi måste tänka efter själva vad vi köper, menade han.

Helena Markstedt tyckte att vi ska gå före som konsumenter. Om vi ställer krav måste företagen möta dem. Företagen bör också vara öppna med hur deras hållbarhetsarbete ser ut, och vad de gör i dag. Jan Nyberg från Top-toy (där BR och Toys r us ingår) gjorde här ett inlägg och berättade att butikskedjan har sektioner med "schyssta leksaker" i alla butiker. Många kunder tycker det är fina saker, men de köper inte mer än dem än andra

Miljömärkningen Svanens representant påpekade att Svanen faktiskt har färdiga kriterier för leksaker där krav på goda arbetsförhållanden finns, men att producenterna har inte nappat ännu.

## Paneldebatt

I den avslutande paneldebatten deltog Catharina Kipp, UD:s handelsavdelning/ Globalt Ansvar, Emma Hernborg, Fair Trade Center, Jan Bertoft Sveriges Konsumenter, Klas Elm, Swetoy, Mikael Robertsson, Coop och Susanne Lindberg-Elmgren, LO.

**Susanne Lindberg-Elmgren**, LO sade att hennes vision av etisk handel var en handel som är välståndsskapande överallt. Arbetarna ska få en del av produktionsresultaten, föräldrarna ska få skälig lön så att barnen inte behöver jobba. Transporter och produktion ska ske på ett miljömässigt hållbart sätt och expediterna i butikerna här i Sverige ska haschyssta villkor och vara välinformerade om de produkter de säljer. Hon såg tre parter som var viktiga för att detta ska bli verklighet:

- 1) Staterna – International Labour Organizations konventioner riktar sig till stater för att de ska ta ansvar.
- 2) Arbetsmarknadens parter, både fria fackföreningar och företag, som är villiga att förhandla om arbetsvillkoren samt
- 3) Konsumenterna som ska ställa krav på att det ska finnas fler etiska produkter i handeln.

**Klas Elm**, Swetoy sade att branschorganisationen har 30 företag som medlemmar, det är en stor del av den svenska marknaden. Hans vision om etisk produktion var en kravkedja som fungerar. Han ville att den skulle börja med konsumenterna, att de ställde krav på schyssta leksaker, och sedan att butikerna/importörerna krävde av producenterna att tillverkningen skett på ett etiskt sätt. Klas Elm hoppades att detta snart inte ens skulle behöva diskuteras, utan vara fullt genomfört överallt.

**Jan Bertoft**, Sveriges Konsumenter, tyckte att efter en sådan här konferens var det lätt att bli optimist. Det har gått att göra skillnad, nu är det bara att fortsätta. Företagen ska ta ansvar, och basera sitt arbete på Förtroende och Öppenhet samt Deltagande – och då gäller det framförallt att involvera konsument- och fackliga organisationer.

**Emma Hernborg**, Fair Trade Center: FTC har jobbat i tio år med att få företagen att ta ansvar. 1996 fanns det inget svenskt företag som hade övergripande uppförandekod - i dag är det knappt något företag som inte har några etiska regler. Svenska företag lyssnar när konsumenterna ställer krav. Men Emma Hernborg önskade ändå att företagen ska bli bättre på att dela med sig av sina erfarenheter och se över sina inköpsvillkor i dialog med leverantörerna. Dessutom behöver företagen bli bättre på att informera kunderna via sin kundtjänst, i kundtidningar och på hemsidor.

**Catharina Kipp**, UD:s handelsavdelning: Det ska utarbetas ett ramverk som ska vara klart 2011 som ska tillvarata staters, företags, konsumenters – ja, allas intressen för att se till att mänskliga rättigheter-konventionerna följs. Ramverket ska vara en regelbok för alla intressenter. När ramverket finns måste företagen förstå att man måste ha en god plan för tillverkningen av sina varor och hur man ska sälja dem. Catharina Kipp betonade att det var ett viktigt inslag att bekämpa korruption, som tyvärr är mycket utbrett i flera länder. Om ett svenskt företag etablerar sig i till exempel Kina har man säkert en "etisk kompass". Men det finns också internationell lagstiftning som man måste anpassa sig till.

**Mikael Robertsson**, Coop: Coop har nu 777 butiker, och i dem säljer man bland annat varor av våra egna varumärken. Mikael Robertssons vision var att Coop ska vara det självklara valet för miljöintresserade, och att man ska ha en god miljöanpassning av de vardagsvaror som säljs i Coop-butikerna. På det sättet kan Coop bidra till hållbar utveckling. Betoningen ska ligga på Produktsäkerhet, Redlighet i alla led och Hållbarhet.

**Klas Elm** fick en fråga om varför det inte går snabbare fram att få leksaksbranschen att acceptera etiska riktlinjer. Han betonade att han själv var en organisationsmänniska, och menar att många tillsammans måste få fram kraften som kan påverka. Visst kan företag stå bredvid, men det vill inte Swetoy att de gör. Klas Elm framhöll att leksaksbranschen har tagit ett unikt initiativ tillsammans för att försöka göra arbetsvillkoren rimliga. Samarbetet i ICTI Care Process kan bli det som avgör och för arbetet framåt.

**Mikael Robertsson** berättade att Coop driver utbildningar i flera utvecklingsländer. Inter-Coop, en inköpsorganisation som verkar i Sydamerika och Asien ser över företagen och godkänner om Coop ska kunna satsa på utbildning på dem. Framför allt har man utvecklat konceptet i Vietnam. Om företagsledningen står bakom en utbildning för arbetarna så litar arbetarna på att det är en god och viktig utbildning.

**Klas Elm** betonade att han tyckte att rapporterna som gjorts om leksaksindustrin i Kina har varit väldigt bra. Han menade att branschen måste utveckla efterfrågan på de initiativ man tar, och då behöver man konsumenterna och de ideella organisationerna. Han försäkrade att leksaksbranschen ska ta till sig den nya rapporten och se på förslagen – och att man säkert skulle bli bättre på att informera konsumenterna också. Däremot trodde han inte att efterfrågan i konsumentledet på rättvisemärkta leksaker inte var så stor ännu. Men det skulle inte hindra återförsäljarna från att kräva av sina leverantörer att de går med i ICTI Cares process.

**Jan Bertoft** tyckte också att leksaksbranschen har varit urusel på att informera om de initiativ som tagits. Han tyckte att det var lite farligt att säga att ingen frågar efter etiska leksaker och inte är villiga att betala för sådana. Svenska konsumenter har nog inte haft klart för sig att det är under sådana här förhållanden som leksaker produceras. Och när de får veta det så ökar säkert efterfrågan på etiskt producerade leksaker.

En fråga ställdes om man var beredd att förbättra lönevillkoren för arbetarna och om det då skulle fördyra leksakerna. Med tanke på att lönekostnadernas andel av produktionskostnaderna är 15 – 20 procent<sup>1</sup> borde det inte bli så stort genomslag på priset om lönevillkoren förbättrades?

**Mikael Robertsson** instämde i att det går att förbättra villkoren utan att höja priset. Det har inte blivit dyrare att köpa leksaker på Coop de senaste fem åren, trots att lönerna höjts i Kina. Coop har infört bättre rutiner och kunnat spara i andra led. Däremot har Coop varit dåliga på att informera om sitt etiska arbete de senaste två åren, eftersom man flyttat inköpsprocessen från Danmark till Sverige och det har tagit tid att genomföra detta. Under tiden har man inte riktigt haft klart för sig vad man skulle informera om.

Avslutningsvis tillfrågades panelen: Hur kommer ni att fortsätta verka för att etisk produktion av leksaker ska vara framgångsrik?

**Jan Bertoft**, Sveriges Konsumenter: Märkning som en lösning är lätt att ta till, men det är inte en standardlösning, sade Jan Bertoft. Han ville höja ett varningens finger för egna "käckä märken" från leksaksbranschen. Däremot lovade han att Sveriges Konsumenter ska fortsätta att föra debatt om etisk produktion och trycka på i allt opinionsbildande arbete. Sveriges Konsumenter arbetar också med ISO 26000 och driver på för att den standarden ska bli känd. Jan Bertoft hoppades också på flera samarbetsprojekt liknande Etiska leksaker. Dessutom lovade han att Råd & Rön ska fortsätta att skriva om etiska frågor.

**Susanne Lindberg-Elmgren**, LO lovade att LO kommer att fortsätta att arbeta inom ILO. Varje år ger man ut en rapport tillsammans med Amnesty International om kränkning av fackliga rättigheter. LO kommer även att fortsätta arbeta med OECD-watch, men hon vill också försöka fortsätta den kritiska dialogen med de statliga fackföreningarna i Kina, även om dessa inte vill träffa LO:s representanter. LO vill också samverka med andra nätverk, t ex Rättvisemärkt och Sveriges Konsumenter.

**Klas Elm**, Swetoy ville betona att de svenska företag som skrev under ICTI Cares brev visste vad det handlade om. Under 2010 ska man dessutom skriva under samma dokument igen. Svenska företag kommer att köpa in leksaker av de producenter som har skrivit under ICTI:s uppförandekod. Han såg framför sig att man ska kunna involvera alla på tillverkarsidan, så att alla arbetare vet vad koden handlar om. Klas Elm var stolt över det man lyckats med hittills på fem år – sedan förra granskningen gjordes.

**Mikael Robertsson**, Coop såg tre viktiga faktorer att jobba med i framtiden: 1) Fortsätta med att förbättra rutiner och system, så att man kan se avvikelser. 2) Fortsätta med egen utbildning, värderingar osv. Kunderna har värderingar, det måste Coop också ha. 3) Kommunicera leksaksfrågorna på ett bättre sätt.

**Catharina Kipp**, UD:s handelsavdelning: Det kommande ramverket har tre ben – vi sitter alla i samma båt: Företag/arbetare, konsumenter, investerare. Regeringen säger att de här frågorna är företagsdrivna, och man vill i dagsläget inte reglera någonting. Men regeringar kan nog komma fram till att man måste ha en mix mellan lagstiftning och frivillighet, trodde Catharina Kipp.

**Emma Hernborg**, Fair Trade Center: FTC kommer att fortsätta att göra granskningar. Men hon trodde att man kanske var klar med leksaksbranschen och ville därför rikta utmaningar till branschen:

- 1) Bli mer transparent!
- 2) Granska inspektionsprotokollen från en annan vinkel. Nu ser ni på vad man anmärkt på, se i stället på vad som är orsaken till att det blev en anmärkning.
- 3) Involvera arbetarna. Dom finns där varje dag, kanske kan de få en hotline att ringa till om de har problem.

---

<sup>1</sup> Denna siffra är oklar då det annars framgår att andelen i t ex textilindustrin är ca 0,5 –3 procent av produktionskonstnaderna.

Jan Bertoft tackade avslutningsvis alla talare och åhörare för en givande konferens och passade på att även tacka Konsumentverket för medel till projektet.

---

Sveriges Konsumenter, [www.sverigeskonsumenter.se](http://www.sverigeskonsumenter.se), [info@sverigeskonsumenter.se](mailto:info@sverigeskonsumenter.se)

SwedWatch, [www.swedwatch.org/](http://www.swedwatch.org/), [info@swedwatch.org](mailto:info@swedwatch.org)

Fair Trade Center, [www.rattvisemarkt.se/](http://www.rattvisemarkt.se/), [info@rattvisemarkt.se](mailto:info@rattvisemarkt.se)