

PRESSMEDDELANDE

från Sveriges Konsumentråd
2001-03-14

INTERNATIONELLA KONSUMENTDAGEN DEN 15 mars
Konsumentrådet / Consumers International:

Multinationella företags dominans måste balanseras med konsumentmakt

I dagens globala ekonomi har de multinationella företagens makt tagit sådana proportioner att enskilda nationer har svårt att hävda sina intressen. Som motvikt krävs ett globalt engagemang av de stater som utgör världssamfundet. Consumers International konstaterar att de multinationella företagens världsomfattande dominans på allt fler områden måste balanseras.

Den internationella konsumentrörelsen har ett viktigt uppdrag i att kräva garantier för att multinationella företag ska bidra till, snarare än underminera, konsumenträttigheter, social utveckling och miljöskydd. För att transnationella företag ska fungera bra i världssamfundet krävs tydliga regler, effektiv tillsyn och på att företagen frivilligt engagerar sig i och respekterar det globala och lokala samhällets intressen.

– Konsumentrådet kräver att globala och transnationella företag lever upp till grundläggande konsumentkrav, säger Konsumentrådets generalsekreterare Marie Sälmark. Global konsumentmakt innebär idealt att endast seriösa företag kan överleva. I dag ser vi hur multinationella företag med skamfilat rykte ur miljösynpunkt och människorättsligt perspektiv, lägger ner stora summor på att förbättra sitt rykte. Vi hoppas att detta leder till en långsiktigt förändring, men det har tyvärr också uppstått fenomen som "greenwash" och "bluewash" (se nedan) som mest verkar handla om ytliga åtgärder.

– Tiden får utvisa om detta är seriösa satsningar, säger Marie Sälmark, men det beövs fortfarande ett nära globalt samarbete mellan konsumenter och stater för att ta fram internationella regler för att säkra människovärde och konsumentintressen. Viktiga steg i denna riktning är den transatlantiska konsumentdialogen, TACD samt den nyligen initierade dialogen mellan konsumentrörelserna i Latinamerika och EU där Sveriges Konsumentråd deltar. Endast ett långsiktigt arbete för rättvis handel kan skapa en hållbar global marknadsplats.

Med tanke på de multinationella företagens dominans över ekonomi, marknader, teknologi och politik är det inte överraskande att de anklagas för att begå övergrepp på människors och samhällets rättigheter och för att skada miljön. Men de kan samtidigt stå för viktiga bidrag till utvecklingen av lokala ekonomier genom investeringar, arbetstillfällen och kunskap. Att öppna marknader för multinationella företag kan stimulera konkurrensen och på så sätt höja levnadsstandarden och öka välfärden. Men det förutsätter att världens regeringar har ett inflytande över hur de multinationella företagen tillåts verka globalt.

För ytterligare information, ring 08-406 08 60, informationsansvarig Maria Holmkvist eller generalsekreterare Marie Sälmark.

Greenwash: Begreppet beskriver hur företag genom omfattande PR anspelar på sina gröna intentioner för att skapa en falsk bild av miljöarbetet i den egna koncernen.

Bluewash: Företag kan delta i FN-projektet Global Compact och ställa sig bakom FN:s principer, men de som anmäler sig behöver inte bevisa att de lever upp till projektets ädla syften och FN kan inte heller rikta sanktioner mot företag som inte genomför någon reell förändring av sin verksamhet. Kritiker menar FN riskerar att tappa trovärdighet och styrka som påtryckare snarare än verka för att storföretagen blir goda världsmedborgare.



SVERIGES KONSUMENTRÅD
THE SWEDISH CONSUMERS' ASSOCIATION