



Innst. 384 S

(2015–2016)

Innstilling til Stortinget fra familie- og kulturkomiteen

Dokument 8:58 S (2015–2016)

Innstilling fra familie- og kulturkomiteen om Representantforslag fra stortingsrepresentantene Anne Tingelstad Wøien, Une Aina Bastholm og Geir Jørgen Bekkevold om oppretting av lov om etikkinformasjon

Til Stortinget

Sammendrag

Forslagsstillerne viser til at lave lønninger, overtidspress, dårlig sikkerhet og mangel på respekt for fagforeningsarbeid preger store deler av vareproduksjonen for verdensmarkedet. Norske forbrukere har lite informasjon og få rettigheter når det gjelder innsyn og kunnskap om hvordan varer er produsert.

Forslagsstillerne mener det bør opprettes en lov om åpenhet og informasjon om hvordan selskapene arbeider med samfunnsansvar og leverandørkjeden, det vil si en lov som pålegger bedrifter å svare forbrukerne og organisasjoner om temaer knyttet til deres arbeid for å forbedre forhold ved produksjonen.

Formålet må være å sikre forbrukerne informasjon om etiske forhold knyttet til produkter. Lovens gyldighetsområde bør være varer som blant annet tekstiler, klær, sko, elektronikk og IKT, møbler, kaffe, te, kakao og leker. Loven bør etter forslagsstillerne syn gjelde alle som har selskaper registrert i Norge, det vil si alle selskaper som importerer varer til Norge og samtidig er en juridisk enhet i Norge, norsk eller utenlandsk.

Loven bør etter forslagsstillerne syn håndheves av en klagenemnd for private aktører og av Barne-, likestillings- og inkluderingsdepartementet og/eller nærmeste overordnede organ for offentlige aktører.

Forslagsstillerne fremmer følgende forslag:

«Stortinget ber regjeringen utrede og vurdere å fremme forslag til lov om åpenhet om produksjonssteder og etikkinformasjon om vareproduksjon til forbrukere og organisasjoner.»

Komiteens merknader

Komiteen, medlemmene fra Arbeiderpartiet, Hege Haukeland Liadal, Sonja Mandt, Arild Grande og Anette Trettebergstuen, fra Høyre, lederen Svein Harberg, Kårstein Eidem Løvaas og Mette Tønder, fra Fremskrittspartiet, Laila Marie Reiertsen og Ib Thomsen, og fra Kristelig Folkeparti, Geir Jørgen Bekkevold, mener at åpenhet i seg selv er et viktig prinsipp, for kun ved åpenhet vil man kunne avdekke hvordan selskaper produserer sine varer. For å sikre at nasjonale og internasjonale selskaper ikke bryter menneskerettigheter kan man på denne måten etterprøve hva som skjer i flere ledd av produksjonen, uten at dette betyr at bedrifter må oppgi sine bedriftshemmeligheter. Komiteen ønsker å bidra til økt åpenhet og økt tilfang av informasjon rundt de etiske sidene av produksjon av varer og tjenester. Komiteen mener at om kravet om etikkinformasjon skal ha reell effekt på produsenter og forbrukere, må åpenhetskravet gjelde for hele produksjonskjeden, ikke bare ett ledd bakover, og informasjonen må innebære at minimumskrav er oppfylt.

Komiteen viser til at i FNs veiledende prinsipper for næringsliv og menneskerettigheter (UNGP) understrekes det at næringslivet har et selvstendig ansvar for å beskytte menneskerettighetene, herunder grunnleggende faglige rettigheter i land de opererer i. Dette innebærer at selskaper skal ha etablert egne rutiner for menneskerettigheter der det er

risiko for brudd på slike rettigheter. Komiteen ser på det faktum at for de fleste produkter, med unntak av matvarer, vil informasjonsplikt kun i forrige ledd av verdikjeden ikke gi tilstrekkelig informasjon til å si noe om sluttproduktets etiske standard.

Komiteen ser at flere merkeordninger stiller krav til bedriftenes etiske retningslinjer, slik som rene etikkmerker som Fair Trade. Komiteen mener at de offisielle miljømerkene, som det nordiske Svanemerket og det europeiske EU-Ecolabel, også stiller krav til etikk i tillegg til strenge miljøkrav. Komiteen viser til at produsentene må dokumentere at de møter kravene og det blir utført kontroll før varene kan bli merket. Dette gir forbrukeren relevant og utfyllende informasjon utover opplysning om fabrikkens navn og beliggenhet.

Komiteen ser at flere undersøkelser viser at folk etterspør etikk-/miljøinformasjon i kjøpsøyeblikket og at forbrukeren etterspør tydelig merking.

Komiteen ser at produsentene syns det kan være problematisk å offentliggjøre egen leverandørkjede ut fra konkurransemessige forhold. Miljø- og etikkmerkene behandler denne type konkurranse-sensitiv informasjon konfidensielt, og kan dermed være gode virkemidler for produsentene som ønsker å synliggjøre sitt sosiale og miljømessige engasjement uten full åpenhet om sin leverandørkjede. Komiteen mener lovverket bør ta hensyn til produsentenes behov for at forretnings- og konkurranse-sensitiv informasjon unntas offentligheten.

Komiteen mener merking og forbrukerrettet kampanjeinformasjon kan gi store endringer i markedet. Komiteen mener også at en målrettet bruk av miljø- og etikkmerker på varer som klassifiseres som høyrisikoprodukter av DIFI (tekstiler, klær, sko, elektronikk og IKT, møbler, kaffe, te, kakao og leker), i kombinasjon med kampanjeinformasjon til forbruker, vil dekke det behovet som lovforslaget legger opp til, og da ivaretar vi produsentenes behov for beskyttelse av konkurranse-sensitiv informasjon, forbrukeren får informasjon i selve kjøpsøyeblikket, og vil velge bort produsenter og varer uten merking.

Komiteen mener det er viktig å få markeds-kreftene til å fungere til etikkens og miljøets beste og at staten må bidra til å påvirke produsentene til å forbedre den etiske standarden ved selv å benytte sin betydelige innkjøpermakt på produkter som er merket med anerkjente merkeordninger.

Komiteen vil understreke at merking og forbrukerrettet kampanjeinformasjon kan gi store endringer i markedet, og viser til eksempelet med kampanjen mot palmeolje som Regnskogfondet og Grønn Hverdag initierte.

Komiteens flertall, alle unntatt medlemmet fra Kristelig Folkeparti, viser til ulike in-

formasjonstjenester som tilgjengeliggjøres via applikasjoner, som f.eks. Danske Tjek Kemien eller Forbrukerrådets hormonsjekk. Flertallet er opptatt av at det legges inn informasjon om ulike forbruksvarer i disse tilgjengelige applikasjoner slik at forbrukeren kan være sikker på at produsenter følger etiske retningslinjer, så vel som annen forbrukerinformasjon. Flertallet er opptatt av å gjøre etisk informasjon til forbrukerne lett tilgjengelig og etterrettelig.

Komiteen viser til lov om rett til miljøinformasjon og deltakelse i offentlige beslutningsprosesser av betydning for miljøet (miljøinformasjonsloven). Loven har til formål å sikre allmennheten tilgang til miljøinformasjon og derved gjøre det lettere for den enkelte å bidra til vern av miljøet, å verne seg selv mot helse- og miljøskade og å påvirke offentlige og private beslutningstakere i miljøspørsmål. Loven skal også fremme allmennhetens mulighet til å delta i offentlige beslutningsprosesser av betydning for miljøet.

Komiteens medlem fra Kristelig Folkeparti mener det er behov for flere virkemidler i arbeidet mot de uakseptable forholdene arbeidere i vareproduksjon verden over jobber under. Bruk av merkeordninger, åpenhet om leverandørlistene og enkeltaktørens bevissthet rundt eget samfunnsansvar er alt svært viktig, men dette medlem mener det er behov for en lov som pålegger åpenhet og informasjon i tillegg. Merkeordningene er alle frivillige elementer og vil ikke kunne fange opp de i bransjen som ikke vil være åpne eller vil svare frivillig. Dette medlem mener det er behov for å lovfeste en plikt til å gi forbrukere og organisasjoner informasjon.

Dette medlem mener en etikklov etter modell av miljøinformasjonsloven kan være ett viktig virkemiddel og et skritt på veien mot bedre arbeidsforhold for disse arbeiderne. Norske forbrukere har lite informasjon og få rettigheter når det gjelder inn-syn og kunnskap om hvordan varer er produsert, og slik informasjon og åpenhet etterlyses av stadig flere. Dette medlem mener en etikklov bør ha til formål å sikre allmennheten tilgang til etikkinformasjon og derved gjøre det lettere for den enkelte å bidra til etisk handel og dermed styrking av menneske- og arbeidstakerrettigheter.

Komiteen mener det er flere forhold som bør utredes i forkant av å fremme lovforslag for Stortinget, herunder lovens virkeområde, både hva loven skal gjelde for og hvem den skal gjelde for. Komiteen mener imidlertid det er behov for flere virkemidler for å sikre norske forbrukere mulighet til å ta

informerte valg når de handler. For at markedet og forbrukermakten skal fungere, må forbrukerne vite hva de kjøper, og at de ikke med sin handel bidrar til uetiske produksjonsforhold. Komiteen mener det er behov for en utredning og at det gjøres gode vurderinger av hvorvidt en slik lov bør innføres eller ikke.

Komiteen fremmer på denne bakgrunn følgende forslag:

«Stortinget ber regjeringen utrede og vurdere å fremme forslag til lov om åpenhet om produksjonssteder og etikkinformasjon om vareproduksjon til forbrukere og organisasjoner.»

Komiteens tilråding

Komiteen viser til representantforslaget og til komiteens merknader og råår Stortinget til å gjøre slikt

vedtak:

I

Stortinget ber regjeringen utrede og vurdere å fremme forslag til lov om åpenhet om produksjonssteder og etikkinformasjon om vareproduksjon til forbrukere og organisasjoner.

II

Dokument 8:58 S (2015–2016) – representantforslag fra stortingsrepresentantene Anne Tingelstad Wøien, Une Aina Bastholm og Geir Jørgen Bekkevold om oppretting av lov om etikkinformasjon – vedlegges protokollen.

Oslo, i familie- og kulturkomiteen, den 6. juni 2016

Svein Harberg
leder

Ib Thomsen
ordfører

Vedlegg

Brev fra Barne-, likestillings- og inkluderingsdepartementet v/statsråden til familie- og kulturkomiteen, datert 29. mars 2016

Dokument 8:58 S (2015-2016) – Representantforslag om oppretting av lov om etikkinformasjon - Departementets vurdering av forslaget

Jeg viser til forslaget fra representantene Wøien, Bastholm og Bekkevold oversendt Barne-, likestillings- og inkluderingsdepartementet den 10.3.2016.

Forslagsstillerne fremmer følgende forslag: *"Stortinget ber regjeringen utrede og vurdere å fremme forslag til lov om åpenhet om produksjonssteder og etikkinformasjon om vareproduksjon til forbrukere og organisasjoner."*

Formålet med en slik lov skal være at forbrukere får tilgang til informasjon om brudd på grunnleggende arbeidstaker- og menneskerettigheter for dem som produserer varer for salg i Norge. Forslagsstillerne mener også at en lovfestet åpenhet om produksjonssteder og forholdene der, vil kunne bidra til at offentlig og privat sektor styrker innsatsen for å sikre menneske- og arbeidstakerrettigheter i leverandørkjeder.

Barne- og likestillingsministerens vurdering

Som forbrukerminister er jeg først og fremst opptatt av at forbrukere skal ha en reell mulighet til å ta informerte valg når de handler. For forbrukere som er opptatt av arbeidsforhold og miljøbevissthet i produksjon av forbruksvarer, vil økt åpenhet gi bedre mulighet til å ta valg basert på egne preferanser. Vi har også sett en utvikling på dette området, blant annet i tekstilbransjen, hvor flere av de aller største aktørene globalt har offentliggjort sine leverandør-lister etter press fra politisk nivå, sivilsamfunn og forbrukere.

Slik det er i dag står næringsdrivende fritt til å synliggjøre sitt arbeid for etikk i leverandørkjeden og bidra til at forbrukerne kan gjøre informerte valg. Dette kan for eksempel gjøres gjennom bruk av merkeordninger. Det er flere merkeordninger som gir etterprøvbare, forbrukerrettet informasjon om forhold i leverandørkjeder. Fairtrade Norge og UTZ Good Inside er eksempler på merkeordninger som bidrar til åpenhet i leverandørkjeder i blant annet dagligvarebransjen. Det finnes også flere eksempler på selskaper med egne merkeordninger. Regjeringen er opptatt av at merker som benyttes på forbruksvarer skal være etterrettelige og gir god informasjon til forbrukerne. De mest åpenbare fordelene med merkeordninger, er at disse aktørene har erfaring og kompetanse både på å avdekke kritikkverdige forhold, på

oppfølging av forbedringsarbeid, og ikke minst på å formidle informasjon til forbrukere på en etterrettelig og forståelig måte. Forbrukerombudet fører for øvrig tilsyn med næringsdrivendes etikk- og miljø påstander i markedsføringen.

Bruk av merkeordninger, åpenhet om leverandør-lister og et grundig arbeid med samfunnsansvar i egen leverandørkjede, vil gi konkurransefortrinn i kampen om de kundene som er opptatt av etikk- og miljøspørsmål. I mange bransjer konkurrerer selskaper om å kapre stadig mer bevisste og samfunnsengasjerte kunder. Initiativ for Etisk Handel, som er et flerpartsamarbeid for næringslivet å fremme arbeid med samfunnsansvar i leverandørkjeder, har opplevd en formidabel vekst i antall medlemmer siden oppstarten i år 2000. Deres medlemmer forplikter seg både til å arbeide med samfunnsansvar i egen leverandørkjede og til å gjøre tilgjengelig årlige rapporter om dette arbeidet.

Jeg oppfatter at mange næringsdrivende både er åpne om eget arbeid rundt samfunnsansvar, og gjerne deler denne informasjonen med forbrukere og andre interessenter. De største norske selskapene er også allerede forpliktet gjennom regnskapsloven § 3-3c til å publisere årlige rapporter om eget arbeid knyttet til samfunnsansvar. Regjeringen lanserte også en handlingsplan for næringsliv og menneskerettigheter i oktober 2015. Her stilles det klare forventninger til næringslivet om å utvise aktsomhet og kartlegge risiko.

Hovedutfordringen, slik jeg ser det, er derfor ikke tilgangen på forbrukerrettet informasjon, men at for få forbrukere aktivt etterspør denne informasjonen der de handler. Det presset som kan utøves av forbrukere og organisasjoner er trolig mer effektivt for å påvirke næringsdrivende til å ta mer samfunnsansvar enn en generell lov om etikkinformasjon. Det er for øvrig å foretrekke om man på denne måten kan skape endring gjennom etterspørsel og konkurranse i markedet, fremfor å pålegge næringslivet ytterligere belastning gjennom nytt regelverk.

Det er grunn til å spørre seg om representantenes forslag faktisk vil kunne gi den ønskede effekt på produksjonsforhold utenfor Norge. Som representantene påpeker er det også mange andre forhold som eventuelt må utredes i forkant av et lovforslag om generell tilgang på etikkinformasjon fra vareproduksjon. Blant annet vil forslaget måtte vurderes opp mot handelspolitiske og konkurransemessige hensyn.