

Uetiske forhold kan ikke forsvares av kultur

Selvsagt er det ulikheter i arbeidsforhold på vår klode. De speiler landet og kulturen – det skal respekteres. Det skal derimot ikke slaveri, mishandling og utnyttning.

■ Av Lise Andresen

Bærekraft og etisk handel handler om menneskerettigheter, levelønn, miljøhensyn, risikovurdering, hindre mishandling av mennesker, dyr og miljø, god etikk, samt gode holdninger og verdier. Verken mer eller mindre.

Premiert arbeidsinnsats for urettferdighet

Tone Cecilie Folven Lie har over år jobbet systematisk og tålmodig for rettferdig handel i Skandinavias største skokjede. I april fikk hun den høyt respekterte prisen, «Etisk handel prisen 2017», nettopp for dette iherdige arbeidet. Det er særlig deres arbeid med sporbarhet på garverier som gjør skokjeden ledende, ikke bare i Norge, men internasjonalt.

Dette ble sagt om Tone på utdelingen:

– Årets vinner har i mange år jobbet målrettet og systematisk sammen med sine kolleger. Hun har sikret kontinuerlig lederforankring, drevet målrettet opplæring av ansatte, fra innkjøpere til butikkleidere og butikkansatte.

Prisen er personlig – og hyller altså Tones tålmodige innsats for bærekraftig produksjon.

Etisk-handel helter

– Enhver som produserer produkter i 2017 må faktisk ha orden på retningslinjer for etisk riktig produksjon, og jobbe målbevisst over tid med disse, sier Elin Andreassen som også jobber i CSR-avdelingen sammen med Tone.

Euro Sko Norge meldte seg inn i Initiativ for etisk handel, IEH allerede i 2004. Mye har skjedd siden den gang og i dag er halvannen stil-



Tones innsats i Eurosko-gruppen har ført til en prestisjetung pris, Etisk Handel prisen 2017.

ling dedikert til dette viktige arbeidet. Teamet består av Tone som er CSR-ansvarlig og Elin som jobber halv tid med samfunnsansvar.

– Vårt arbeid er godt forankret i ledelsen, men vi må likevel stadig minne både dem og kjedens innkjøpere om gruppens retningslinjer og

nye funn på våre produksjonssteder. En del av vår jobb er å være litt «pain in the ass». Forandringer tar som kjent tid og skjer ikke uten mas og påminnelser, påpeker Tone.

Besøkende og ansatte hos Euro Sko-gruppen i Moss kan ikke unngå å legge merke til jentenes sam-

FAKTA OM ETISK HANDEL PRISEN

Utmerkelsen «Etisk handel prisen», gis til enkeltpersoner som på en særskilt måte har arbeidet for å fremme anstendige arbeids- og miljøforhold, etiske forhold ved produksjon og innkjøp. Det betyr å arbeide for å sikre solid og kontinuerlig forankring av etisk handel – arbeid i egen virksomhet, konkret og målrettet forbedringssamarbeid med leverandører, informasjons- og kommunikasjonsarbeid, politisk påvirkning, samt det å være pådriver for videreutvikling innen feltet. Med andre ord; styrke oppslutningen om etisk handel.

– Mange norske skoprodusenter har ikke god nok innsikt i arbeids- og miljøforhold i egen leverandørkjede. Særlig er det store utfordringer knyttet til oversikt over og kartlegging av garverier.

Tone Cecilie Folven Lie

funnsengasjement. På hovedkontoret henger det plakater på alle toalett, og andre strategiske steder, som minner om de 17 ulike bærekraftsmålene.

Samarbeid over grenser

Tone og Euro Sko Norge, har vært initiativtakere til det skandinaviske CSR-nettverket for skobransjen. Her er målet å identifisere felles utfordringer og finne felles løsninger som bidrar til økt effekt av deltaende bedrifters arbeid med etisk handel.

Tone forteller at samarbeidet handler om engasjement for tilrettelegging av robuste systemer, åpenhet, samarbeidstilnærming og deling av erfaringer. Jo flere som trykkes på ledelsene i de ulike produksjonsleddene desto bedre får arbeiderne det. Uten vestens krav om bedret arbeidsforhold, kjemikaliebruk og åpenhet, fortsetter forhold ingen av oss ønsker å identifisere våre produkter med, verken som produsent eller forbruker.

Åpenhet

Allerede i 2013 valgte skokjeden å legge leverandørlisten sin åpen ut på nett. Åpenhet har vært viktig for ansvarliggjøring både av innkjøpere og mellomledd. Dette har ført til større forståelse for viktigheten av å velge produsenter med gode arbeidsforhold, forteller Tone.

For å få til forsvarlig samfunnsansvar må leverandørkjeden kartlegges. Dette er en langsiktig og tidkrevende prosess. Kulturulikheter gjør dette enda vanskeligere – mange av aktørene har selvfølgelig ikke forståelse for hvorfor de skal være åpne om det de gjør. Dette er nytt, tidkrevende, ubehagelig og truende for mange.

– Å få både utviklingskontorer og produsenter til å forstå at Euro Sko Norge AS ønsker informasjon om

arbeids- og miljøforhold for å kunne ta tak i forhold vi ikke kan akseptere, men ta tak i og forbedre – ikke for å avslutte leverandørforhold – har vært viktig, forklarer Tone, og fortsetter:

– Det er helt nødvendig at hovedkontoret i Norge presser på for gode miljø- og arbeidsforhold. Trykkes fra beslutningstakerne må forflytte seg nedover i leverandørkjeden, helt ned til garverier og dyreforhold. Det er jo her grunnlaget for etisk produksjon faktisk ligger.

Konkurransefortrinn

Euro Sko Norge har lagt ned mye ressurser i Corporate Social Responsibility eller på godt norsk, samfunnsansvar, de siste 13 årene. Først og fremst fordi det er en produsents etiske plikt, men også for å være konkurranseledende. Klart dette er et konkurransefortrinn i møte med den oppvoksende generasjonen som tar bærekraft på alvor. Markedet er mer transparent enn noen gang – ris og ros florerer i alle kanaler. Ingen tåler å bli tatt med buksene nede på grunn av uetiske forhold som man bevisst tar del i.

Den vanskeligste jobben

Den aller vanskeligste jobben er å etablere egen strategi for samfunnsansvar, bedriftens Code of conduct.

– Dette arbeidet må innarbeides i bedriftens kultur, forankres i ledelsen og kan ikke kopieres fra andre. Uten gode retningslinjer fra IEH, dedikerte ressurser med personlige engasjement hadde ikke vi i Euro Sko Norge kommet så langt som vi faktisk har, påpeker Tone.

Arbeid med samfunnsansvar krever tålmodighet, smidighet, ydmykhet, respekt, endringsvilje og tro, år etter år.

Tone og Elin kan kontaktes for tips og råd til dere som er i startgropa med strategi for bedriftens samfunnsansvar. ■



Lurt å henge opp tips om bærekraftige tiltak der folk ferdes, som f.eks. på toalettene slik de har gjort hos Eurosko-gruppen.

