



Årsmelding

2004

Samarbeid for handel som sikrer menneskerettigheter, utvikling og miljø

Initiativ for etisk handel (IEH)

Forord

Initiativ for etisk handel er formaliseringen av et samarbeid mellom norske organisasjoner og bedrifter som arbeider for samme mål: Handel som sikrer menneskerettigheter, utvikling og miljø. Vi er et globaliseringsprodukt: Globaliseringen har på den ene side medført at så å si alle forbruksvarer produseres i et lavkostnadsland, og ikke her hjemme. Dette er i seg selv et problem da mange stater ikke evner å ivareta og beskytte grunnleggende menneskerettigheter. For det andre har globaliseringens teknologi – internett – gitt oss korte og raske informasjonsveier. Gårsdagens overtramp i Kina er i morgendagens norske aviser. For det tredje resulterer økt reising og økt eksponering for internasjonale nyheter i økt engasjement for medmennesker langt borte. Dette er viktige forklaringer på hvorfor IEH har vokst fra seks til 27 medlemmer i løpet av sin korte eksistens.

Etisk handel forutsetter at ulike hensyn avveies og at ulike aktører jobber sammen. Konferansen *China 2004*, som IEH arrangerte i samarbeid med Norsk forbund for innkjøp og logistikk (NIMA) og Norsk senter for menneskerettigheter i november 2004, tydeliggjorde dette. Konferansen gikk over to hele dager og befattet seg med både praktiske, kulturelle og sosiale utfordringer knyttet til det å handle med Kina. Samarbeidspartnerne til IEH under dette arrangementet – NIMA og Norsk senter for menneskerettigheter, er aktører som ellers ikke har naturlige berøringspunkter.

China 2004 anskueliggjør hva IEH står for: Å bringe alle relevante parter sammen for gjensidig læring og forpliktende samarbeid, basert på respekt for hverandres roller og med et felles mål: Handel som sikrer menneskerettigheter, arbeidstakerrettigheter og miljø.

Gunstein Instefjord
Styreleder, IEH



FAKTA OM IEH

Initiativ for etisk handel (IEH) ble stiftet 27. november 2000 av Handels- og Servicenæringens Hovedorganisasjonen, Coop Norge, Kirkens Nødhjelp og Landsorganisasjonen i Norge.

IEHs visjon er samarbeid som sikrer menneskerettigheter, utvikling og miljø. IEH bistår medlemmene med praktiske utfordringer knyttet til etisk handel. Dette gjøres gjennom nettverksbygging, opplæring, kursing og kompetansebygging, utvikling av verktøy, bedriftsspesifikk rådgivning og utarbeidelse av landstudier.

IEHs etiske målsettinger – hovedpunkter:

- Ingen skal tvinges til å arbeide
- Rett til fagorganisering og kollektive forhandlinger
- Ikke barnearbeid
- Ingen diskriminering
- Ingen brutal behandling
- Sikre og hygieniske arbeidsforhold
- Lønn å leve av
- Rimelig arbeidstid
- Regulære ansettelser
- Eiendomsrett og ressursbruk i overensstemmelse med lokalsamfunnets behov
- Hensyn til miljøet

Ved utgangen av 2004 var 27 bedrifter og 8 organisasjoner medlemmer i IEH.

IEHs virksomhet er delvis finansiert ved medlemskontingenter, delvis med støtte fra Norad.

Kontaktinformasjon: IEH, Postboks 2920, Solli, 0230 Oslo, tlf 22 55 99 50, faks 22 55 03 85, e-post info@etiskhandel.no, web www.etiskhandel.no

Styret

Til årsmøtet 01.04. 2004

Medlem	Personlig varamedlem
Gunstein Instefjord, Kirkens Nødhjelp (styreleder)	Fredrik Gjernes, Kirkens Nødhjelp
Thomas Angell, HSH	Ingrid Thin Bjerke, HSH
Kate Lindgjerdet, Norgesgruppen	Karen Onsager, Varner Gruppen
Terje Kalheim, LO	Øyvind Rongevær, LO
Elin Enge, Norsk Folkehjelp	Petter Arnestad, GRIP
Svein Tevasvoll, Coop Norge	Marit Bjerås, Coop Norge
Hilde Vanvik, The Body Shop	Johan Storvik, Eurosko

Fra årsmøtet 01.04.2004

Medlem	Personlig varamedlem
Gunstein Instefjord, Kirkens Nødhjelp (styreleder)	Simon Pahle, Kirkens Nødhjelp
Thomas Angell, HSH	Ingrid Thin Bjerke, HSH
Karen Onsager, Varner Gruppen AS	Nina Schefte, IKEA
Terje Kalheim, LO	Atle Høie, Fellesforbundet
Elin Enge, Norsk Folkehjelp	Petter Arnestad, GRIP
Svein Tevasvoll, Coop Norge	Marit Bjerås, Coop Norge
Hilde Vanvik, The Body Shop	Johan Storvik, Eurosko

Sekretariatet

IEHs sekretariat har tre fulltidsansatte:

Leif Iversen, daglig leder

Gunelie Winum, prosjektleder

Kristin Holter, informasjonsrådgiver (fra 13.april)

Forbedring av IEHs organisasjonsmodell

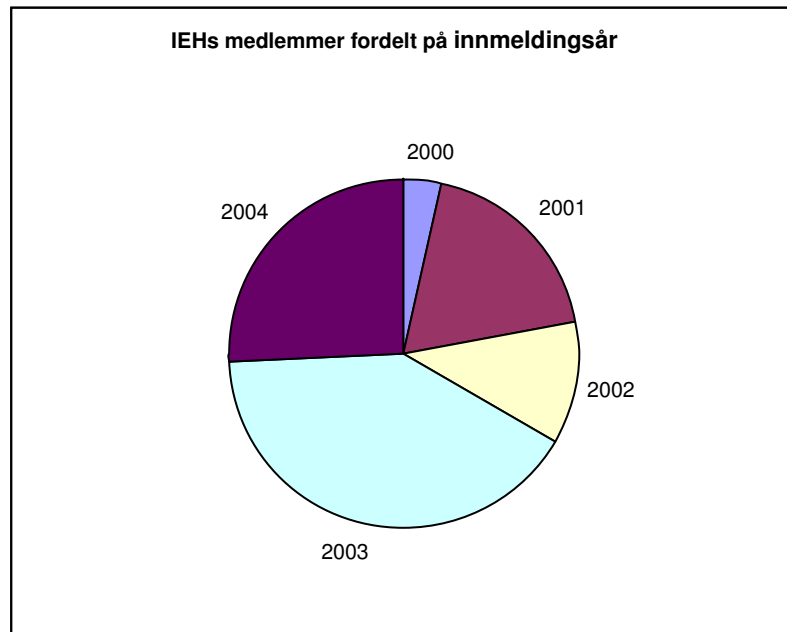
IEH er et partnerskap mellom bedrifter og organisasjoner. Dette er en ny type organisasjon, og IEH legger stor vekt på å lære av egne og andres erfaringer om hvordan denne typen samarbeid mest hensiktsmessig bør organiseres. Høy troverdighet er svært sentralt. For å sikre åpenhet og troverdighet omkring IEH og medlemmenes arbeid vedtok derfor IEHs årsmøte 1. april 2004 en endring i IEH plakaten som medfører at den årlige rapporten medlemmene gir til IEH om progresjonen i arbeidet med etisk handel skal være offentlig tilgjengelig. Årsmøtet i 2004 vedtok også en endring av vedtektene som innebærer at medlemmer som ikke tar medlemskapets forpliktelser alvorlig kan ekskluderes.

Rekruttering

IEH fikk syv nye medlemsbedrifter i 2004. Det betyr at IEH ved utgangen av 2004 hadde 27 medlemsbedrifter og åtte medlemsorganisasjoner.

Medlemsverving er mer tids- og ressurskrevende enn hva som ble antatt da IEH ble etablert i 2000. Bedrifter blir i all hovedsak rekruttert etter initiativ fra IEHs sekretariat, og som regel etter flere møter mellom representanter for bedriften og IEH. Dette er krevende for et sekretariat med tre

ansatte. Samtidig er det slik at flere medlemmer betyr flere arbeidstimer brukt på oppfølging av medlemmene. Disse forholdene tatt i betraktning er vi derfor fornøyd med en medlemsvekst på syv bedrifter i 2004. For første gang siden 2001 fikk IEH dessuten et nytt organisasjonsmedlem da Norges Fotballforbund meldte seg inn sommeren 2004.



Nye bedriftsmedlemmer i 2004:

- Arts & Crafts
- Fair Trade Norge
- Gresvig ASA
- Russeservice AS
- Scantrade AS
- Surprice AS
- University AS

Nye organisasjonsmedlemmer i 2004:

- Norges Fotballforbund

Aktiviteter

Kompetansebygging hos medlemmene

IEH har utarbeidet fem nye landnotater i 2004: Indonesia, India, Mexico, Pakistan og Tyrkia. Landnotatene beskriver kort situasjonen i de enkelte land knyttet til brudd på faglige og

menneskelige rettigheter. Landnotatene gir bakgrunnsinformasjon til nytte for medlemsbedriftenes vurdering av konteksten eksisterende eller nye produsenter befinner seg i.

IEH tok i 2003 initiativ til et samarbeid med Bedriftsøkonomisk Institutt (BI) og Det Norske Veritas (DNV) om prosjektet RAID - Rapportering som Intern Driver. Kleskjeden Varner Gruppen AS stilte seg til disposisjon som testbedrift. RAID er et databaseverktøy IEHs medlemsbedrifter kan benytte ved kartlegging av arbeidsforholdene hos sine produsenter. Prosjektet ble slutført og presentert for Varner Gruppen AS høsten 2004. RAID og dets muligheter vil bli presentert for samtlige medlemmer på årsmøtet i 2005.

Det blir holdt minimum ett møte per år mellom hvert medlem og IEHs sekretariat. I tillegg holdes det regelmessig kontakt mellom medlemsbedrift og sekretariat i form av møter, telefonsamtaler eller e-postutveksling.

Opinionsarbeid

Fra og med august 2004 har IEH sendt ut regelmessige nyhetsbrev om CSR-relevante temaer. Alle som ønsker det kan abonnere, ikke bare IEHs medlemmer. Nyhetsbrevet har over 300 abonnenter og går til bedrifter, forskermiljøer, myndigheter, media, studenter og organisasjoner. Tilbakemeldinger fra samtlige miljøer er at nyhetsbrevene inneholder nyttig og relevant informasjon. IEHs hjemmeside (www.etiskhandel.no) har gjennomsnittlig 3500 besøk per måned, hvilket vi er fornøyde med etter så kort drift (sidene ble relansert august 2004). Vi merker også økende pågang fra journalister, studenter og forskere som kontakter oss for å få informasjon om eller innspill til saker de er opptatt av eller arbeider med.

For IEH er mediedekning viktig som middel for rekruttering og som generell informasjon om hva etisk handel innebærer. IEH har i 2004 blitt nevnt eller intervjuet i cirka 50 oppslag i dagspressen, ukepressen og i fagtidsskrifter.

IEH har deltatt på 34 arrangementer om bedrifters samfunnsansvar. På 22 av disse har IEH enten innledet eller sittet i debattpanel. IEHs praktiske erfaringer med etisk handel interesserer mange. Som eksempler kan nevnes at IEH er fast foreleser på masterstudiet på BI, at vi har innledet for Nordisk ministerråd om etisk merking, for GRIP forum 2004 om etisk innkjøp og for Bistandstorget om partnerskap.

Seminarer og konferanser

IEH har i løpet av året arrangert to større offentlige arrangementer. *Ethical Supply Chain Management* ble arrangert i tilknytning til årsmøtet i april 2004.

China 2004 – et todagers seminar om praktiske, kulturelle og sosiale utfordringer knyttet til å handle med kinesiske forretningspartnere, ble arrangert i samarbeid med Norsk forbund for innkjøp og logistikk (NIMA) og Norsk senter for menneskerettigheter.

Samarbeid med sentrale norske aktører

IEH har et godt samarbeid med HSH importrådgiver. Blant annet var IEH både med i forberedelsene til de norske offisielle handelsbesøkene til Uganda og Vietnam og som deltaker ved begge besøk. Både i Uganda og i Vietnam ble betydningen av gode arbeidsforhold hos produsent vektlagt. I forhold til Vietnam bidro IEH til oppfølgingen av NHOs avtale med Vietnam Chambers of Commerce and Industry (VCCI) angående samarbeid om spørsmål knyttet til bedrifters samfunnsansvar.

IEH har god dialog med Max Havelaar og Forum for Utviklingshandel (FFU). IEH deltar i tekstilpanelet til GRIP, som er opprettet for å gi råd og innspill tekstilbedrifter angående miljø og sosiale forhold.

Retningslinjer for bruk av IEHs logo

Forbrukerombudet vedtok i 2003 ”Retningslinjer for bruk av etiske påstander i markedsføringen”. Disse ble i 2004 gjort gjeldende på nordisk nivå. Som følge av de nordiske retningslinjene har IEH utarbeidet retningslinjer for bruk av IEHs logo. Utgangspunktet er at bruk av IEHs logo ikke må skape inntrykk av IEH som en sertifiserings- eller godkjenningsordning. Samtidig er det viktig at medlemmene synliggjør sitt medlemskap.

Det ble gjort følgende vedtak om bruk av IEHs logo:

IEHs medlemmer tillates og oppfordres til å bruke IEHs logo, eller på annen måte tilkjenne og kommunisere medlemskap i IEH. Samtidig må bruk av IEHs logo ikke skape inntrykk av organisasjonen som en sertifiserings/godkjenningsordning. Det vises i den sammenheng til Det norske Forbrukerombudets ”Retningslinjer for bruk av etiske påstander i markedsføringen” (2003).

Ved bruk av logo på web skal denne enten være med link til IEHs hjemmesider www.etiskhandel.no og/eller forklarende tekst om hva medlemskap i IEH innebærer.

Ved bruk av logo i generelle trykksaker, profilannonser, produktkataloger, årsrapporter, andre rapporter, brevark presentasjoner og tilsvarende, skal denne følges av en forklarende tekst om hva medlemskap i IEH innebærer. Forhåndsgodkjent tekst er:

”IEHs målsetting er samarbeid for handel som sikrer menneskerettigheter, utvikling og miljø.”

Andre tekster skal godkjennes av IEH i hvert enkelt tilfelle.

IEHs medlemmer kan ikke bruke IEH logo eller på annen måte kommunisere IEH-medlemskap på en måte som er direkte knyttet til et fysisk produkt. Det vil si ”hang-tags”, produktmerkelapp, produktannonser, innpakning/emballasje eller liknende.

Rapport fra medlemmene

Krav til åpenhet er viktig i arbeidet med samfunnsansvar og etisk handel. Uten tilstrekkelig åpenhet utfordres troverdigheten til bedriftens arbeid. Tilsvarende krav til åpenhet rettes selvsagt også mot IEH som organisasjon. Dette er bakgrunnen for at det siden opprettelsen har vært en viktig del av medlemsbedriftenes forpliktelser i IEH årlig å rapportere om sin virksomhet knyttet til etisk handel. I 2004 vedtok IEHs årsmøte at rapportene fra medlemmene til IEH skal være offentlige.

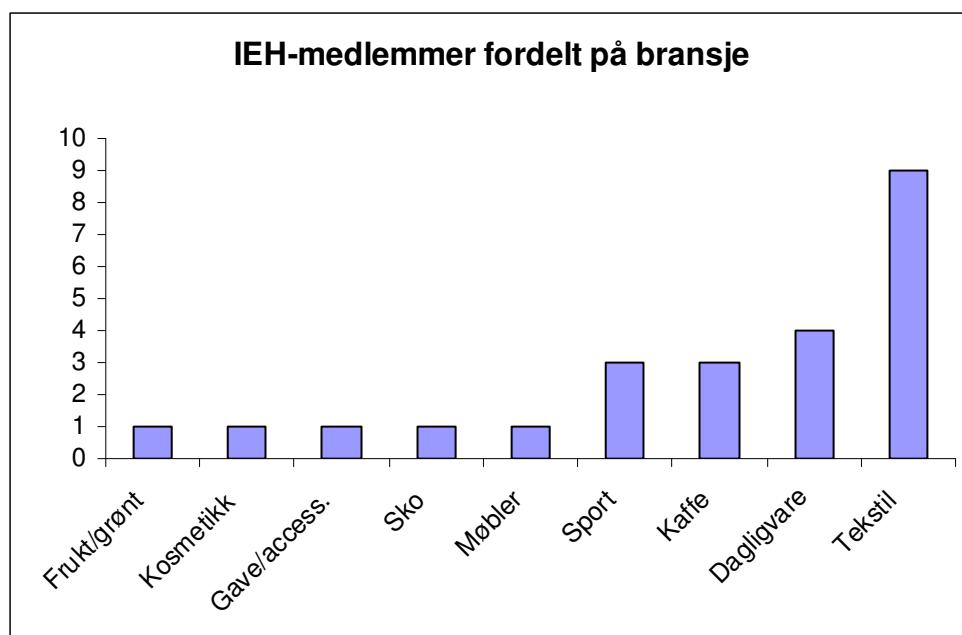
Kravet til offentlighet gir utfordringer i forhold til hvordan rapporteringsskjemaet skal utformes. En utfordring er hensynet til forretningshemmeligheter. Medlemsrapportene må synliggjøre bedriftenes arbeid med etisk handel, men ikke være så detaljerte at forretningshemmeligheter blir avslørt. Et annet hensyn er at IEHs medlemsbedrifter står overfor utfordringer av ulik vanskelighetsgrad. IEHs medlemsbedrifter er dessuten av svært ulik størrelse og har ulik kapasitet til å påvirke. Et standardisert rapportskjema vil kunne skape inntrykk av at medlemmer med små ressurser og/eller store utfordringer ikke tar sine medlemskapsforpliktelser alvorlig. En tredje utfordring er medlemmenes ulike posisjon i forhold til forbedringstiltakenes mål, som mest vanlig er produsenten. Enkelte medlemsbedrifter forholder seg direkte til produsent, andre forholder seg til mellomledd som agenter, børsere, europeiske handelshus og lignende.

Utover behovet for å tilfredsstille kravet om åpenhet, kan årsrapportene fra medlemmene til IEH sies å fylle flere funksjoner:

- IEH gis mulighet til å vurdere utvikling hos det enkelte medlem.
- Rapportene betyr en synliggjøring av hva IEH-fellesskapet innebærer.
- Rapportene kan danne grunnlag for samarbeid mellom medlemmene.
- Rapportene hjelper medlemmene å vurdere egen innsats.

Rapporter fra bedriftsmedlemmene

IEH er en organisasjon for handelsbedrifter, eller bedrifter med et betydelig innkjøpsbudsjett. Den typiske IEH-bedrift er kunde hos utenlandsk produsent, og eier ingen fabrikker eller plantaser selv. IEH-bedriftenes produsenter befinner seg i all hovedsak i Asia, Latin-Amerika og Sør-Europa. Kaffe produseres i beltet rundt ekvator, klær og gaver produseres typisk i Kina eller Tyrkia. Frukt og grønt – da særlig bananer, handles fra latinamerikanske land. Cirka halvparten av IEHs medlemmer har egne utsalgssteder, resten leverer til butikk eller selger via postordre.



Hvordan organiserer bedriftene arbeidet med etisk handel?

Avhengig av størrelse og hvor lenge bedriften har vært engasjert i etisk handel, varierer det hvor bedriftene plasserer ansvaret for og arbeidet med gjennomføringen av tiltak knyttet til etisk handel:

- Dagligleder/adm.dir har ansvaret selv, medarbeidere ved behov.
Dette er den mest brukte måten å organisere arbeidet på hos de minste bedriftene.
- Egen stilling med etisk handel og samfunnsansvar som eneste ansvarsområde.
Bare bedrifter med en viss størrelse velger denne modellen.
- Varesikringsavdeling har etisk handel som del av sitt ansvarsområde.
For mange bedrifter er arbeidet med implementering av etiske retningslinjer en naturlig fortsettelse av oppfølging av andre typer regelverk, mest vanlig i forbindelse med regler for matvarehåndtering.
- Faste samarbeidsgrupper mellom relevante avdelinger i bedriften, som supply/sourcing, satelittkontor i produksjonsland og informasjonsavdeling. Uansett hvor det daglige oppfølgingsansvaret ligger, er det mange bedrifter som supplerer med slike samarbeidsgrupper.

Kunnskap om etisk handel

Menneskerettigheter, arbeidstakerrettigheter og miljø – FN, ILO og internasjonale konvensjoner - er temaer som hittil ikke har vært grundig behandlet på de utdanningssteder norske forretningsfolk har vært innom. Det er derfor i de fleste bedrifter som engasjerer seg i etiske problemstillinger et stort behov for opplæring. Etisk handel og bedriftenes samfunnsansvar er dessuten et fagfelt i rask utvikling, og selv den best skolerte har behov for oppdateringer.

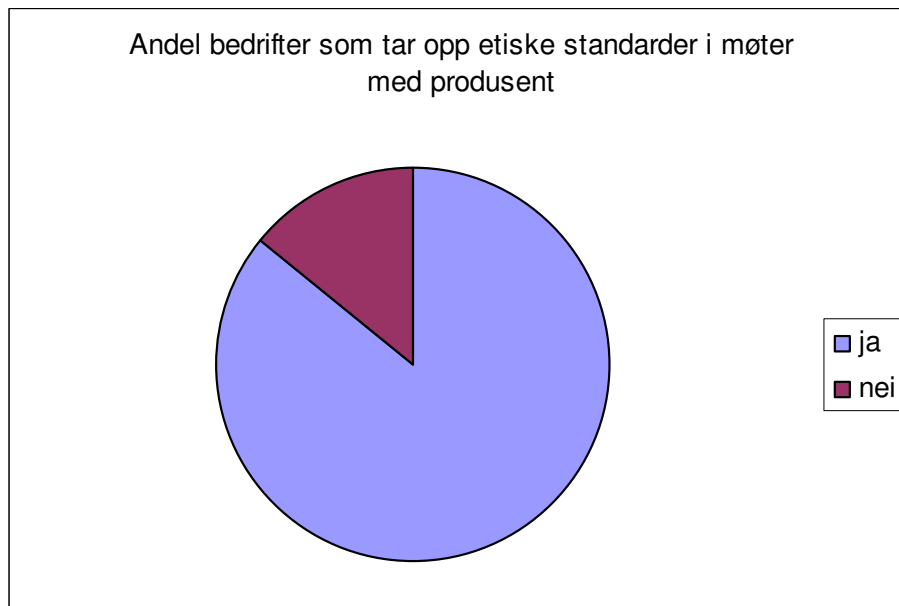


Som det fremgår av figuren har flertallet av IEHs medlemsbedrifter gjennomført et systematisert opplæringstiltak av de ansatte i løpet av 2004. Blant gruppen som ikke har gjort det, finner vi i alt overveiende grad bedrifter som har vært medlem i kort tid, og som planlegger slik opplæring i løpet av 2005. Det er IEHs målsetting at alle medlemsbedrifter som ønsker det skal motta den opplæring som passer deres bransje og de utfordringer

bedriften møter i sitt arbeid med etisk handel. Andelen medlemsbedrifter som har gjennomført kursing av sine ansatte bør øke år for år.

Etisk handel og forholdet til produsent

Vanligvis benytter IEHs medlemsbedrifter seg av to fremgangsmåter for å fremme sine krav om gode arbeidsforhold hos produsent: Kravene inngår som en del av kontrakten mellom handelsbedrift og produksjonsbedrift, og kravene formidles i møter mellom handelsbedrift og produksjonsbedrift. Flere av IEHs medlemsbedrifter lar sine etiske retningslinjene inngå som del av kontraktkravene til alle eller enkelte av sine leverandører og produsenter. Erfaringer med dette og hvordan slike krav mest hensiktsmessig bør følges opp, blir et viktig tema for IEH og IEHs medlemsbedrifter i tiden som kommer.



Ikke alltid er forholdet mellom produksjonsbedrift og handelsbedrift formalisert i en kontrakt. Det er ikke uvanlig at samarbeidet baserer seg på muntlige avtaler, personlige relasjoner og dokumenter oversendt per e-post. At kravene om gode arbeidsforhold, nedfelt i retningslinjer for etisk handel, ikke inngår som et kontraktkrav, betyr derfor ikke med nødvendighet at disse forhold er nedprioritert i forholdet mellom handelsbedrift og produsent. For alle bedrifter som lar de etiske retningslinjene inngå som en del av kontrakten med produsent, er det slik at etisk handel også blir tatt opp på møter. Tre av IEHs medlemsbedrifter melder at spørsmålet om arbeidsforhold ikke blir tatt opp i møter med produsent. To av disse er nye medlemmer som er i ferd med å utvikle bedriftens egne retningslinjer vedrørende etisk handel som ønsker å ferdigstille dette arbeidet før de bringer det opp som tema i møter med produsent. Det er IEHs målsetting at arbeidsforhold skal være en selvfølgelig del av dialogen mellom norsk handelsbedrift og utenlandsk produsent.

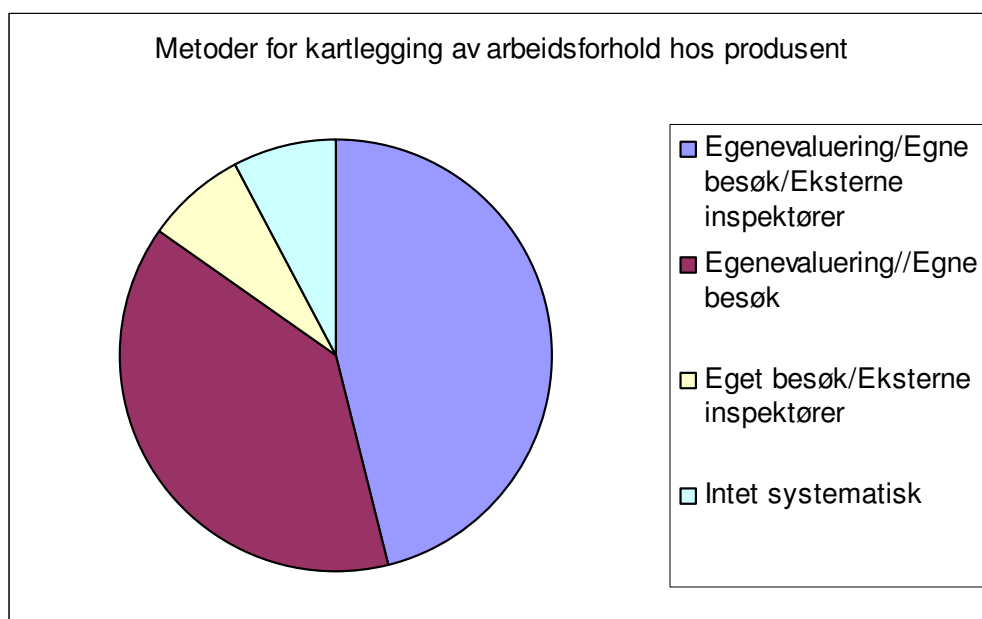
Kartlegging av arbeidsforhold

IEHs medlemsbedrifter benytter seg hovedsakelig av tre fremgangsmåter for å kartlegge eller danne seg et inntrykk av arbeidsforhold hos produsent: Ved utsendelse av egenevalueringsskjemaer, ved egne besøk hos produsent og ved bruk av eksterne inspektører. Alle disse metoder har sine styrker og sine svakheter.

Egenevalueringsskjemaene er en effektiv måte å nå mange leverandører på. Hvor godt de fungerer som kartleggingsinstrument avhenger blant annet av hvor godt de er utformet og hvorvidt det foreligger språkbarrierer. Feilrapportering er selvfølgelig en utfordring, det samme er svarprosent. Likevel finner mange bedrifter at egnevalueringsskjemaer er en god måte å danne seg et førsteinntrykk av arbeidsforholdene hos sine produsenter og hvilke hovedutfordringer implementering av retningslinjer for etisk handel vil møte.

Ved **egne besøk** hos produsent erfarer de fleste norske bedrifter naturlig nok at produsenten etterstreber å danne et best mulig inntrykk av produksjonsstedet, at den røde løperen så å si er rullet ut og at eventuelle problemer er feiet under denne. Selv om et helt troverdig bilde av situasjonen ved produksjonsstedet ikke kommer frem under slike besøk, er det viktig at den norske bedriften legger tyngde til sine etiske retningslinjer for handel ved å fortelle om sine forventninger til arbeidsforhold på produksjonsstedet ved besøk. En del av de største bedriftene har egne utdannede inspektører som foretar inspeksjoner på produksjonsbedriftene det handles fra.

Det er ikke uvanlig at det benyttes **eksterne inspektører** til å foreta kartlegging av arbeidsforhold. Dette skyldes delvis at det krever spesialkunnskap å foreta en slik kartlegging, delvis at en rapport om arbeidsforhold fra eksterne inspektører tillegges større troverdighet enn rapporter utarbeidet av bedriften selv. Slike eksterne inspektører kan være fra kommersielle konsultantselskaper eller fra organisasjoner. Imidlertid har også slike rapporter sine ulemper. For det første er det tidkrevende også sett fra produsentens ståsted. "Auditing fatigue" er blitt et begrep fordi mange produsenter utmattes av og bruker uforholdsmessig mye tid på stadige besøk fra inspektører på oppdrag for ulike kunder. Et annet forhold er at enkelte produsenter har tilpasset seg kravene i inspektørenes skjemaer ikke ved å forbedre arbeidsforholdene, men ved å produsere falsk dokumentasjon på at arbeidsforholdene er prima. Den svenske organisasjonen Swedwatch avdekket dette som et problem i leketøysproduksjon i Kina i sin rapport "Leksaker til hvilket pris?" fra 2004.



Resultatene av kartleggingsarbeidet

Enkelte av IEHs medlemsbedrifter har egne omfattende databaser for informasjon om arbeidsforhold hos produsent. De fleste av IEHs medlemsbedrifter er imidlertid kommet kort når det gjelder å utarbeide detaljerte databaser hva gjelder arbeidsforhold hos sine produsenter. Til nå har heller ikke IEHs sekretariat hatt noe godt kartleggingsverktøy å tilby medlemsbedriftene. Det har derfor ikke vært noe krav i årets rapport at arbeidsforhold hos produsent skal redegjøres for i detalj. Imidlertid er det slik at IEHs medlemsbedrifter må kunne danne seg et kvalifisert bilde av arbeidsforholdene hos sine produsenter for på en adekvat måte å kunne bidra til, eller kreve, at disse bedres der det er nødvendig. IEHs små medlemsbedrifter, som har få produsenter å forholde seg til, har relativt gode anslag for hva som er utfordringene hos sine produsenter, men som regel uten at dette er systematisert informasjon. Bedrifter med mange leverandører står naturlig nok overfor større utfordringer i dette arbeidet.

Om noe generelt skal sies om situasjonen hos produsentene, er det at så å si alle IEHs medlemsbedrifter har produsenter hvor deres krav om arbeidsstandarder bare delvis er innfridd, og at det er gode muligheter for IEHs medlemsbedrifter til å bidra med forbedringer.

Internasjonalt ser man tendenser til at svært høye krav til nøyaktig dokumentasjon av arbeidsforhold kan medføre at bedrifter legger mer ressurser i kartlegging av arbeidsforhold enn bidrag til forbedringer. Dette er en problemstilling som blant annet behandles i forskningsrapporten *"Promoting International Worker Rights through Private Voluntary Initiatives: Public Relations or Public Policy?"* (University of Iowa, 2004)

Sertifisering

Å kjøpe fra sosialt sertifiserte produsenter er én vei mot målet om at menneskerettigheter og arbeidstakerrettigheter respekteres i leverandørkjeden. Kaffe, tømmer og blomster er eksempler på bransjer som har utviklet bransjespesifikke standarder for forhold på arbeidsplassen. Av sosiale sertifikater som ikke er tilknyttet en spesiell bransje, er **SA8000** den mest anerkjente på global basis. SA8000 omfatter kun arbeidstakerrettigheter (basert på ILOs konvensjoner) og dokumentasjon av ledelsessystemer som ivaretar disse rettighetene. SA8000 stiller for eksempel ikke miljøkrav utover hva som påvirker arbeidernes helse og sikkerhet. Produsenten må gjennomgå en kontroll som blant annet omfatter intervju av ledelse og arbeidere (selvfølgelig hver for seg), dokumentasjon av helse- og sikkerhetsopplæring, system for å kontrollere at arbeiderne ikke er mindreårige, lønnsnivå og arbeidstidspraksis. Det er flere årsaker til at produsenter velger å bli SA8000-sertifisert. En grunn er krav fra vestlige kunder. En annen grunn er at produsenter ser SA8000 som et markedsføringsverktøy på verdensmarkedet. En tredje, og kanskje den viktigste grunnen, er at SA8000-sertifiserte leverandører unngår "audit fatigue", det vil si at de stadig vekk må gjennomgå samme sosiale kontroll fra ulike kunder. Antallet sertifiserte enheter stiger jevnt og trutt, men ved utgangen av 2004 var det på verdensbasis fremdeles bare utstedt 572 SA8000-sertifikater.

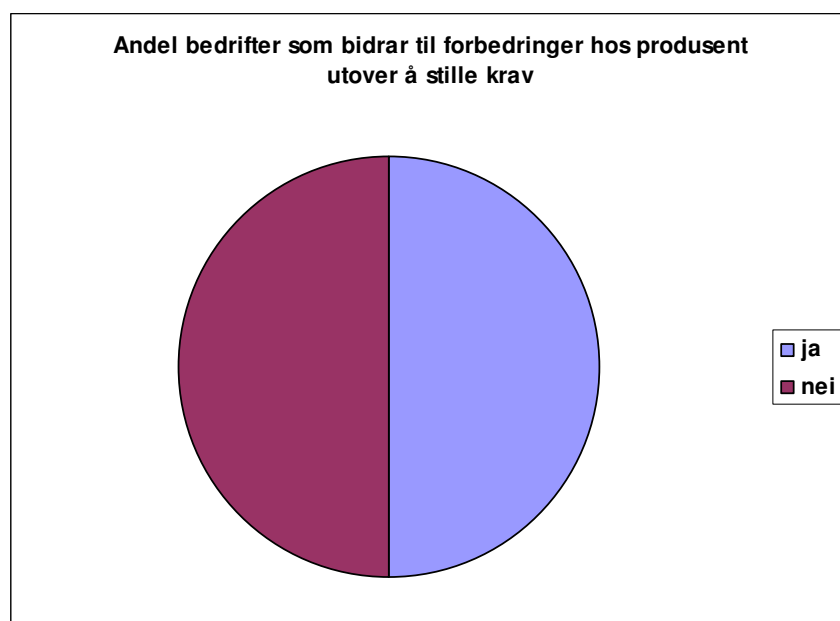
Bruken av SA8000-sertifikater har hatt ulikt gjennomslag i ulike bransjer og i ulike land. Dette avspeiler seg i store variasjoner i hvorvidt IEHs medlemsbedrifters produsenter er SA8000-sertifisert. Samtlige av Chiquitas bananplantasjer i Latin-Amerika er sertifisert, og det samme gjelder 85 prosent av de av Doles plantasjer IEH-medlem Bama handler fra. For tekstilimportørene er det slik at det blant de over tusen produsenter IEHs medlemsbedrifter har et kundeforhold til bare finnes cirka fire SA8000-sertifiserte fabrikker.

Utz Kapeh er en ikke-kommersiell organisasjon som tilbyr medlemskap til kaffedyrkere, kaffebrennere og kaffeforhandlere. Organisasjonen sertifiserer kaffeplantasjer i henhold til arbeidsstandarder og miljø. Flere av IEHs medlemmer innen kaffeindustrien forhandler kaffe fra Utz Kapeh-sertifiserte farmer.

Max Havelaar er en merkeordning innen det internasjonale Fairtrade-systemet som garanterer at småprodusenter i utviklingsland får gode handelsbetingelser og tryggere sosiale vilkår. Gjennom ordningen får bøndene direkte tilgang til vestlige markeder. I norske butikker selges det først og fremst garantimerket kaffe, te og bananer. Man kan kjøpe Max Havelaar-produkter i helsekostforretninger eller i dagligvarebutikkene. Dagligvarekjedene som fører Max Havelaar-merkede varer er IEH-medlemmer.

Faktiske bidrag til forbedringer hos produsent

Å stille krav om anstendige arbeidsforhold hos produsent, og legge sin kundeposisjon som makt bak disse kravene, er i seg selv bedriftenes viktigste bidrag til bedre arbeidsforhold hos produsent. Mange er imidlertid av den oppfatning at vestlige handelsbedrifter i tillegg må gi innrømmelser i form av høyere pris eller annet for å legge til rette for bedre arbeidsforhold. Figuren nedenfor viser fordelingen av IEHs medlemmer når det gjelder i hvilken grad de har bidratt til bedre arbeidsforhold hos produsent utover det å stille krav.



Bidragene er av ulik karakter:

- Høyere pris for produktene hvis krav om gode arbeidsforhold er etterfulgt.
- Opplæringstiltak for produsenter i produktutvikling, produkthåndtering, ressursøkonomisering, arbeids- og ansettelsesforhold.
- Konkret hjelp til å innfri kravene: Støtte og oppfølging i arbeidet med forbedringer.
- Romsligere produksjonstider slik at ekstrem bruk av overtid ikke er nødvendig for å fylle produksjonskrav.

Hvordan offentliggjør bedriftene sitt arbeid med etisk handel?

Både organisasjoner, offentlige instanser og forskningsinstitusjoner arrangerer seminarer eller konferanser hvor etisk handel er tema. Innledere fra næringslivet er etterspurte ved slike anledninger. Nesten halvparten av IEHs medlemsbedrifter har deltatt som innleder ved ulike arrangementer, mange ved flere anledninger.

To tredeler av IEHs medlemsbedrifter har omtale av hva etisk handel er og hvordan bedriften arbeider med etisk handel på sine hjemmesider. Av IEHs medlemsbedrifter er det imidlertid bare IKEA som har utgitt en egen samfunnsansvarsrapport. Flere medlemsbedrifter omtaler etisk handel i selskapets regulære årsrapport.

Tilbakemeldinger til IEH

På en skala fra en til fem hvor fem er best lander medlemsbedriftene i gjennomsnitt på 4,4 når de blir spurt om hvor fornøyde de er med service og tjenester fra IEH-sekretariatet.

Ønsker fra medlemsbedriftene er verdifull informasjon når strategien for IEHs videre arbeid skal legges. Tilbakemeldingene fra bedriftene når det gjelder hva de ønsker at IEH skal prioritere i kommende år kan oppsummeres slik:

Medlemsnettverk:

- Generelt: Inspirerende samlinger for regelmessig erfaringsutveksling med konkrete eksempler (best practice).
- Vise gode eksempler på hvordan underleverandører kan inkluderes.
- Etablere nettverk eller samarbeid for inspeksjon av arbeidsforhold hos produsent.

Landfokus:

- Bangladesh og Kina.

Tjenestetilbud:

- Tettere samarbeid med medlemsbedrifter om oppfølging av enkeltleverandører.
- Fokuserer på hvilke muligheter mindre aktører har til å stille krav overfor sine leverandører.

Opinionsarbeid:

- Skape oppmerksomhet rundt hvilke etiske utfordringer som ligger i dagens verdenshandel. Tydeliggjøre problemstillingene og hvordan de best kan løses.

Rapport fra organisasjonsmedlemmene

Organisasjonsmedlemmene i IEH er, på samme måte som medlemsbedriftene, en samling til dels svært ulike aktører. Det er derfor naturlig og riktig at de oppfatter sin rolle i fellesskapet ulikt og handler deretter. Imidlertid har alle til felles at de informerer om og oppmuntrer til etisk handel i møte med norske bedrifter.

Alle driver også på eget initiativ eller sammen med sine internasjonale samarbeidspartnere tilsvarende informasjons- og påvirkningsarbeid på internasjonalt nivå.

Medlemsorganisasjonenes internasjonale kompetanse og kontaktnett er uvurderlig for IEHs arbeid. Samtidig er det viktig at organisasjonene går sin egen innkjøpspraksis etter i sømmene.

Planlagte resultater for 2004 som ikke er oppnådd: Etablering av nordisk IEH

IEH startet tidlig i 2004 en prosess overfor stifternes nordiske søsterorganisasjoner for å kartlegge interessen for å lage en nordisk IEH. Bakgrunnen for dette var at mange av IEHs medlemsbedrifter har et nordisk perspektiv på sitt arbeid, for eksempel ved at de har et felles nordisk innkjøpskontor eller opererer i flere skandinaviske land. Sønderingene viste varierende interesse for at man fra norsk side tok initiativ til et nordisk IEH. I Sverige har det vist seg å være interesse for å etablere et svensk IEH. IEH har derfor konkludert med at hvis IEH skal engasjere seg videre på nordisk nivå, må det skje som følge av konkrete initiativ i de enkelte nordiske land.

A little less conversation, a little more action...



Foto: Sverre Chr. Jarild

Små og mellomstore handelsbedrifter som tidligere produserte i Norge eller i nærliggende områder, er blitt internasjonale aktører. Mange ganske små norske bedrifter må ta i betraktning hvilken innvirkning deres virksomhet har for folks levekår under fjerne himmelstrøk. Under hvilke produksjonsforhold er varen de importerer blitt til? Er det forhold bedriften selv kan stå inne for? Tåler arbeidsforholdene norske mediers kritiske blikk?

Hittil har norske bedrifter i stor grad kunnet fraskrive seg dette ansvaret ved å si: Vi er så små, vi har ingen påvirkningskraft. Dette er i ferd med å snu. I følge en helt ny forskningsrapport fra det danske senteret for bedrifters samfunnsansvar – the Copenhagen Centre - seiler små og mellomstore bedrifter opp som en betydelig internasjonal aktør. utfordringene dette skaper er for det første selvsagt at bedriftene til tross for sin samlede påvirkningskraft ikke er en enhetlig aktør. For det andre at små og mellomstore bedrifter har begrensede ressurser å stille til rådighet til denne typen nye oppgaver. For det tredje at forskningsinstitusjoner, organisasjoner og forretningssammenslutninger som har produsert verktøy til bruk for bedrifters samfunnsansvar kun har hatt de aller største bedriftene i tankene. Det mangler rett og slett gode verktøy små og mellomstore bedrifter kan benytte seg av.

IEH ser viktigheten av små og mellomstore bedrifter internasjonale rolle og er en møteplass for bedrifter som ellers måtte ha arbeidet med etisk handel alene. Basert på egne og andres erfaringer tilbyr vi opplæring og systemer for gjennomføring av etiske retningslinjer for handel som selv små bedrifter finner overkommelige.

Likevel er det slik at det mange norske bedrifter først og fremst trenger, er en vekker i forhold til den påvirkningsmulighet og det ansvar de har i forhold til arbeidsforhold hos produsenten de handler med. En våknende oppmerksomhet blant folk flest har gått parallelt med skandinaviske handelsbedrifters økende internasjonalisering. Vi tror på en positiv utvikling når det gjelder norske bedrifters vilje og evne til å ta ansvar. I sekretariatet har vi Elvis-låta "A little less conversation, a little more action" som vårt motto. Ønsket vårt er at vi i året som kommer kan variere med Leonard Cohens "First we take Manhattan, then we take Berlin".

*Leif Iversen
Daglig leder, IEH*

Oversikt over medlemmer pr. 31.12. 2004

Bedrift	Medlem fra år				
	2000	2001	2002	2003	2004
Arts & Crafts (gave&interiør)					X
Bama Gruppen (frukt og grønt)			X		
Body Shop (kosmetikk)		X			
Coop (dagligvare + tekstil)	X				
Elite Sport (sport)				X	
Euro Sko (sko)				X	
Fabel Tekstil (tekstil)		X			
Fairtrade Norge (gave- og interiør)					X
Friele Kaffehus (kaffe)				X	
Gresvig ASA (sport)					X
Helly Hansen (tekstil/sport)				X	
ICA Norge (dagligvare)		X			
IKEA (møbel)				X	
Joh. Johansson (kaffe)				X	
Kapp Ahl (tekstil)			X		
Kjeldsberg Kaffebrenneri (kaffe)				X	
Lindex (tekstil)				X	
Norgegruppen (dagligvare)		X			
Norsk Dekor (reklame art)				X	
Rema 1000 (dagligvare)		X			
Russeservice (tekstil)					X
ScanTrade AS (sport)					X
Stormberg (tekstil)			X		
Surprice (tekstil)					X
University (tekstil)					X
Varnergruppen (tekstil)				X	
Voice (tekstil)				X	

Organisasjoner	Medlem fra år				
	2000	2001	2002	2003	2004
Fellesforbundet		X			
GRIP		X			
HSH	X				
Handel og Kontor I Norge		X			
Kirkens Nødhjelp	X				
Landsorganisasjonen	X				
Norsk Folkehjelp		X			
Norges Fotballforbund					X

Initiativ for etisk handel (IEH)

Årsregnskap 1/1 - 31/12 2004

	<i>Noter</i>	Regnskap 2004	Budsjett 2004	Regnskap 2003
Inntekter				
Kontingentinntekter		1 243 748	1 200 000	972 239
Offentlige driftstilskudd		800 000	800 000	869 727
Andre driftsinntekter		84 966	10 000	21 178
Sum driftsinntekter		2 128 714	2 010 000	1 863 144
 Kostnader				
Personalkostnader	<i>1</i>	(1 327 454)	(1 240 612)	(909 003)
Administrasjonskostnader	<i>2</i>	(543 627)	(409 000)	(456 786)
Materiell- og utviklingskostnader	<i>3</i>	(288 117)	(360 000)	(467 981)
Sum driftskostnader		(2 159 198)	(2 009 612)	(1 833 770)
Driftsresultat		(30 484)	388	29 374
Netto finansinntekter		362	10 000	4 042
Årsresultat	<i>4</i>	(30 122)	10 388	33 416

Initiativ for etisk handel (IEH)

Balanse per 31.12.2004

	Noter	2004	2003
Eiendeler			
Omløpsmidler			
Kontingentfordringer		0	0
Andre fordringer		81 824	65 641
Bankinnskudd	5	330 876	228 930
Sum eiendeler		412 700	294 571
Egenkapital og gjeld			
Egenkapital			
Opptjent egenkapital		23 551	
Årets resultat	4	(30 122)	
Sum egenkapital		(6 571)	23 551
Kortsiktig gjeld			
Leverandørgjeld		166 028	53 181
Skyldig offentlige avgifter	5	107 323	84 861
Annen kortsiktig gjeld		145 920	102 705
Skyldig NORAD		0	30 273
Sum kortsiktig gjeld		419 271	271 020
Sum egenkapital og gjeld		412 700	294 571

Oslo, 14. april 2005


Gunstein Insteffjord
(styreleder)


Thomas Angel


Karen Onsager


Terje Kalheim


Svein Tevasvoll


Elin Enge


Hilde Vanvik


Leif Iversen
Daglig leder

Initiativ for etisk handel (IEH)

Noter til regnskapet for 2004

Generelle opplysninger

Årsregnskapet er satt opp i samsvar med regnskapslovens bestemmelser.

Det er ikke utbetalt honorar til styret i 2004.

Lån og sikkerhetsstillelse: Det er ikke gitt lån til, eller stilt sikkerhet for noen i 2004.

Note 1: Lønnskostnader	2004	2003
Lønn inkl. på feriepengar	1 074 995	763 245
Arbeidsgiveravgift	163 831	113 125
Pensjonspremie +yrkesskadefors	70 793	26 084
Andre personalkostnader	17 835	6 649
Sum lønnskostnader	1 327 454	909 103

Antall ansatte i sekretariatet per 31.12.2004: 3

Lønn daglig leder: Kr 430 000

IEH dekket fripolise(individuell pensjonspremie) til daglig leder med kr 24 511

IEH inngikk i 2004 en kollektiv pensjonsavtale for alle ansatte og som også omfatter daglig leder

Note 2: Adm.kostnader

Honorar revisor kr 14 260,- (Abrahamsen, Valvik & Co)

Note 3: Materiell- og utviklingskostnader

Rapporter, webutvikling og møter og konferanser

Note 4: Egenkapitalbevegelse	2004	2003
Egenkapital 01.01	23 551	(9 865)
Årets resultat	(30 122)	33 416
Egenkapital 31.12	(6 571)	23 551

Negativ egenkapital foreslås inndeckt gjennom driften i 2005.

Note 5: Bundne bankinnskudd

Bundet bankinnskudd for skattetrekk pr 31.12.04 utgjør kr 52 532.