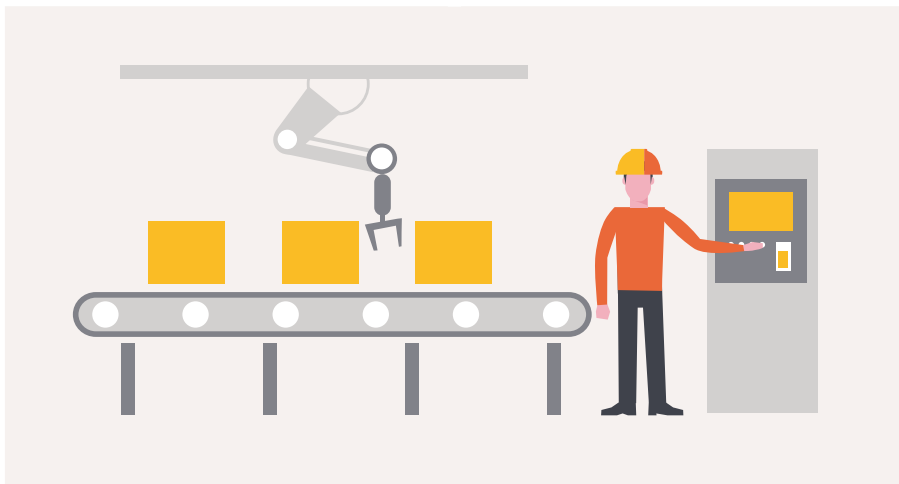
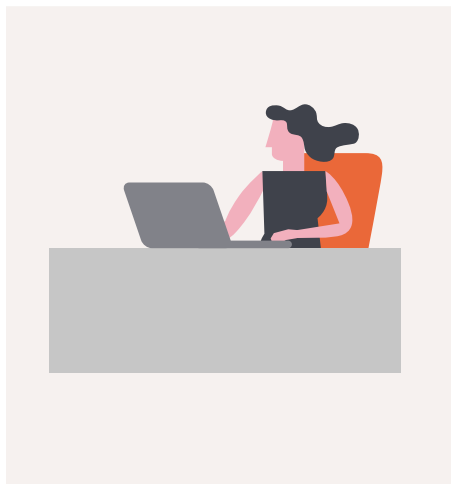
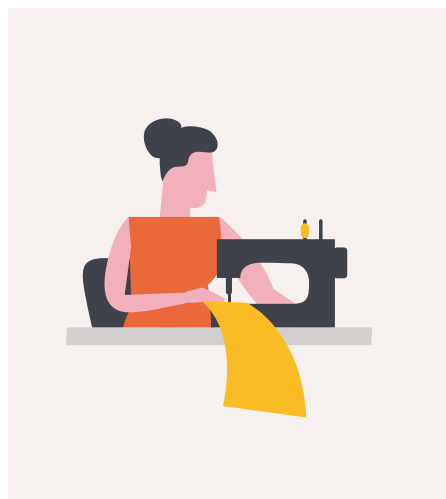


# Status etisk handel 2018

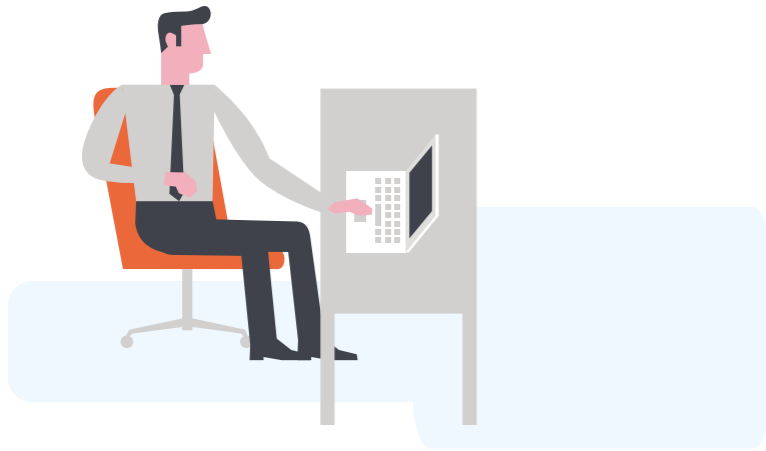


Bærekraft – å lede eller ikke leve



IEH  Initiativ for  
etisk handel





## – Ledere kan ikke lenger stikke hodet i sanden

Hvorfor skal ledere bry seg med bærekraftig handel?

– Ellers har de ikke noen virksomhet å lede om fem til ti år, svarer IEH-leder Heidi Furustøl.

**V**i står overfor et paradigmeskifte. FNs agenda 2030, internasjonale standarder og nasjonale lover, har satt en høyere standard for verdenshandelen. Klimaendringer og ressursmangel tvinger frem nye produksjonsmetoder og forbrukervaner i en mer sirkulær økonomi, og digitaliseringen sørger for at det som skjer i én del av verden er spredt til andre kontinent på tiendelssekunder.

– Ledere kan ikke stikke hodet i sanden og tenke at dette går over, for det gjør det ikke. En slik holdning medfører samtidig en stor risiko for bedriften. Styre og ledelse som viser vei og faktisk integrerer bærekraftarbeidet i kjerneoppgavene, blir vinnerne på sikt, ifølge Furustøl.

Omfattende studier og erfaring viser det samme, et tydelig fokus på bærekraft har en positiv innvirkning på innovasjon, effektivitet og langvarig konkurransedyktighet. Og det er nå det skjer: Ifølge en

rapport fra konsultentselskapet McKinsey, «Profit with purpose», er så mye som 70 prosent av bedrifters inntjening i spill på grunn av bærekraftsutfordringene.

Etisk eller bærekraftig handel betyr at virksomheten ikke skader folk og planeten vår. I praksis innebærer det å forhindre at negativ påvirkning skjer, og sørge for å rette opp skade, spesielt i leverandørkjeden med vekt på arbeidere, miljø og korrupsjon.

I årets statusrapport for etisk handel ser vi nærmere på hvordan IEHs medlemmer forholder seg til bærekraft i leverandørkjeden, egen innkjøpspraksis og internasjonale trender. Å være medlem i IEH innebærer nettopp å ta tak i utfordringer i egen leverandørkjede, og rapportere åpent om status og fremdrift i bærekraftarbeidet.

Gjennom den årlige medlemsrapporteringen kommer det frem at bærekraft er tema i mange norske styrerom. Det er bra. Samtidig viser rapportene at

bare halvparten av virksomhetene har en toppleder som er engasjert i dette arbeidet. Enda færre – rundt 30 prosent – svarer at styret har en god oversikt over virksomhetens innsats på bærekraft.

En kartlegging IEH har gjort blant norske bedriftsledere viser samme trend: Så mange som 9 av 10 ledere mener det er «avgjørende» eller «viktig» at bedriftens produkter blir produsert under anstendige arbeids- og miljøforhold. Samtidig svarer bare halvparten at de har etablert en innkjøpsstrategi som ivaretar bærekraftig innkjøp, og bare 15 prosent måler effekten av egne aktiviteter.

Du kan lese mer fra begge undersøkelsene utover i rapporten.

Dagens ledere forholder seg til en kompleks miks av sosiale, markedsmessige og digitale utfordringer, men det er fortsatt noen som mener at bærekraft ligger utenfor bedriftens kjernevirksomhet. Det er en feilslått og risikabel strategi, mener IEH-lederen.

– Norske virksomheter er aktive spillere i de komplekse, globale leverandørkjedene der risikoen for slavearbeid og barnearbeid er høy. Klimakrisen har satt bedriftenes råvaretilgang og vanntilgang under sterkt press, og den som ikke følger med i timen kan bli stående uten leveranser eller må kjøpe varer til mangedobbel pris på grunn av konkurranse om knappe ressurser. Like viktig er respekten for arbeids- og menneskerettigheter i leverandørkjeden. Det er selvfølgelig hyggelig å vite at en gjør noe godt her i verden, men dette handler i like stor grad om bunnlinja. Hva skjer med bedriften din når kundene – eller dine ansatte velger konkurrenten som tydelig prioriterer bærekraft? spør Furustøl.

– Tap av inntjening kan bli stort hvis en ikke tar innover seg at dagens interessenter ikke er begrenset til aksjonærene men også inkluderer kundene, ansatte, arbeidere i leverandørkjeden og lokalbefolkningen i produksjonsområdet, sier Furustøl.

I løpet av de siste årene er det blitt et større fokus på mulighetene – også de økonomiske – som ligger i bærekraftige, innovative og sirkulære løsninger, men det krever ledere som ser fremover. Dette er tema for årets etisk handel-konferanse, og det er ikke tilfeldig. Arbeidene trenger det. Forbrukerne vil ha det. Og investorene søker det. ●



//

Hva skjer med bedriften din når kundene – eller dine ansatte velger konkurrenten som tydelig prioriterer bærekraft?

HEIDI FURUSTØL, IEH-LEDER

# Den røde tråden må nå helt frem



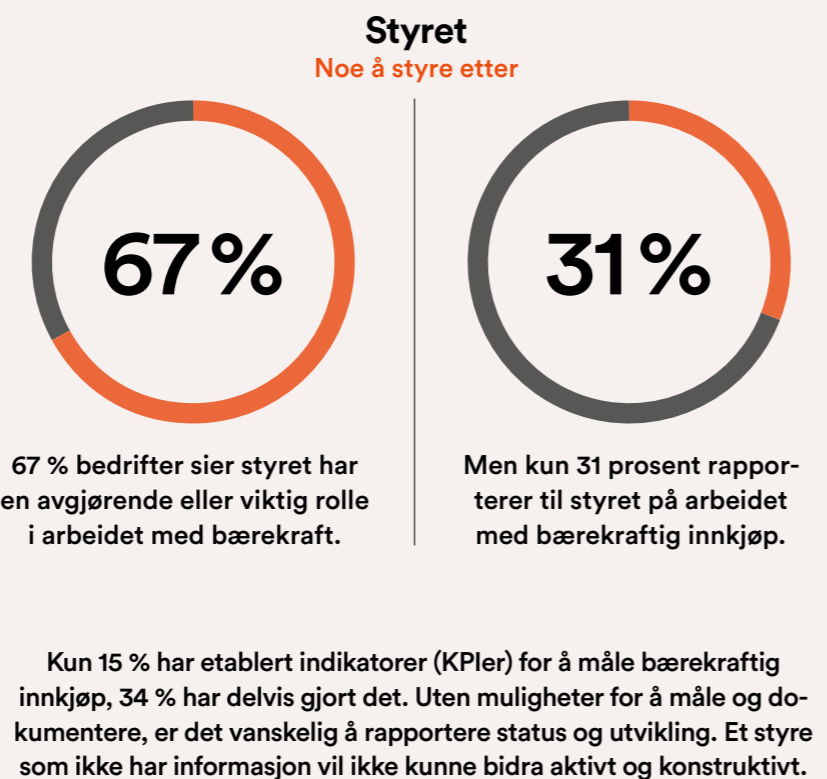
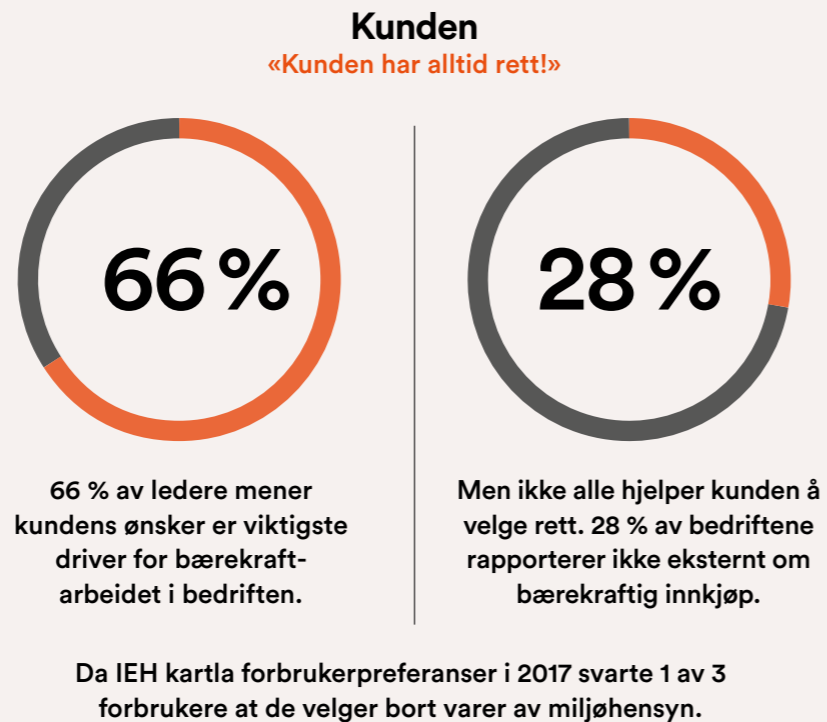
IEH har spurt ledere i norske bedrifter om deres motivasjon og arbeid for bærekraft i leverandørkjeden. Svarene bekrefter trender og internasjonale kartlegginger, og samsvarer godt med tilbakemeldingene fra IEHs medlemsrapportering; Bærekraft blir stadig viktigere. Men det er få som har det som skal til for å ta ledelsen.

Norske ledere er opptatt av at deres produkter produseres under anstendige arbeids- og miljøforhold. Men uten systematikk og sammenheng i bærekraftarbeidet, er det vanskelig å sikre at bedriften lever opp til standarden.

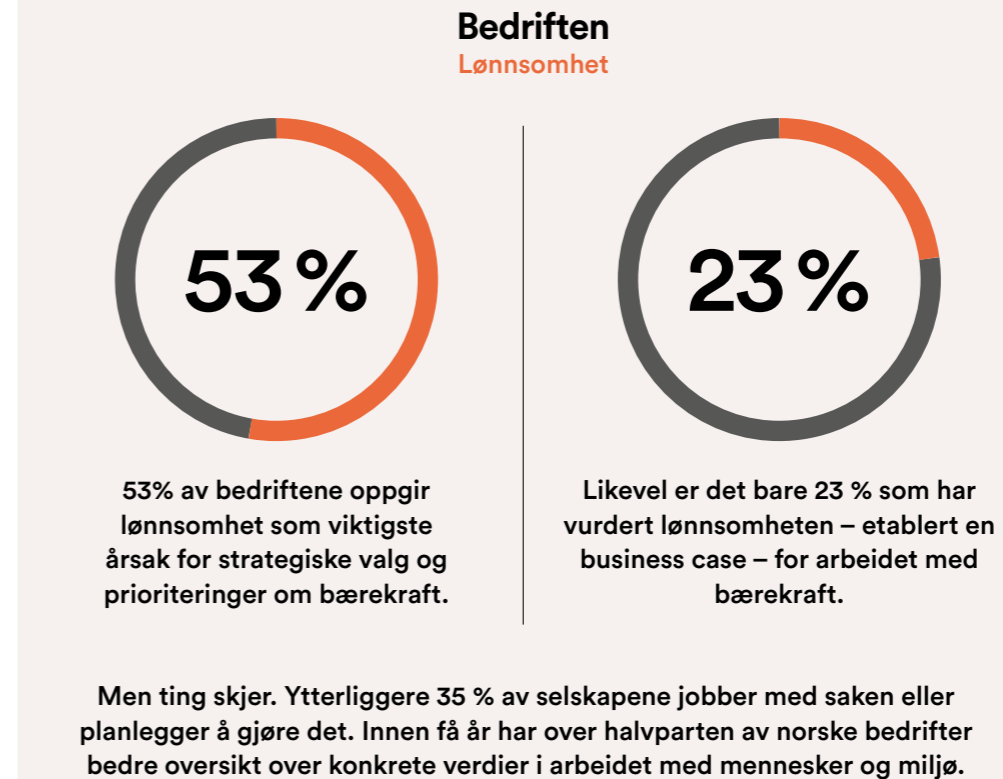
Det er en sammenheng mellom hvordan bedriftene leverer på kundenes forventninger og krav, styrets måte å stille nødvendige spørsmål, ledelsens evne til å sette strategiske mål og de ansattes mulighet til å levere på dem – helt ut i leverandørkjeden.

Uten en rød tråd vil både bedriften selv, miljøet og arbeiderne i produksjonen bli skadelidende. Det ønsker ingen.

Undersøkelsen ble sendt til ledere i bedrifter tilknyttet NHO, Virke og IEH våren 2018 og satt sammen ved hjelp av YouGov og Primus Productions.



«Alle i bedriften er informert om vår holdning til arbeidet for etisk handel. Dette gir et engasjement i bedriften» IEH-medlem

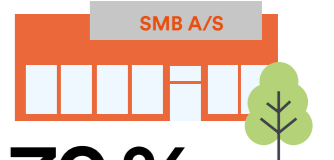


## Størrelsen teller

Svært få av de minste bedriftene har en tydelig praksis for oppfølging av leverandørenes arbeid med bærekraft.



40 % av de minste bedriftene rapporterer ikke internt



70 % av de minste bedriftene rapporterer ikke eksternt

Mange små og mellomstore bedrifter (SMB) har ofte ikke like mye ressurser som store bedrifter til å bygge kompetanse og kapasitet til å etterlever nye og strengere krav til rapportering og systematikk. Det gjør det vanskelig både å følge opp leverandører og møte offentlige og private kunders krav. Det kan igjen bidra til et skjevt bilde av hvem som faktisk leverer de mest bærekraftige produktene.

Likevel kan størrelsen tale til deres fordel. En liten bedrift har mindre byråkrati, kan ta raskere beslutninger og har lettere for å få med alle de ulike rollene i bedriften. Det kan være enklere å nettopp den røde tråden som er viktig for helhet i bærekraftarbeidet og eierskap hos alle.

60% 60% av alle arbeidere i verden mangler en arbeidskontrakt.



# Global handel – norsk risiko

**A**lle bedrifter har et ansvar for å forhindre eller rette opp brudd på menneskerettigheter eller miljøforskrifter knyttet til egen virksomhet og produksjon av egne varer, slår FN fast. Uavhengig av om bedriften er eier av produksjonen selv eller er kunde, er bedriften ansvarlig dersom produksjonen skader mennesker eller miljø.

Norske bedrifter og offentlig sektor handler med land i hele verden. Nesten en fjerdedel av all import kommer fra Asia der risikoen for brudd er høy. Tar vi ansvaret for mennesker og miljø der våre produkter og råvarer produseres?

Kina er Norges desidert største produsentland utenfor EU. Dette gjelder både generelt og for IEHs medlemmer. Risiko varierer fra land til land, og også fra bransje til bransje. En av de største utfordringene for en bedrift er likevel å få oversikt over de reelle arbeids- og miljøforholdene i komplekse leverandørkjeder. Dette krever målrettet innsats og prioriteringer i kartleggingsarbeidet.

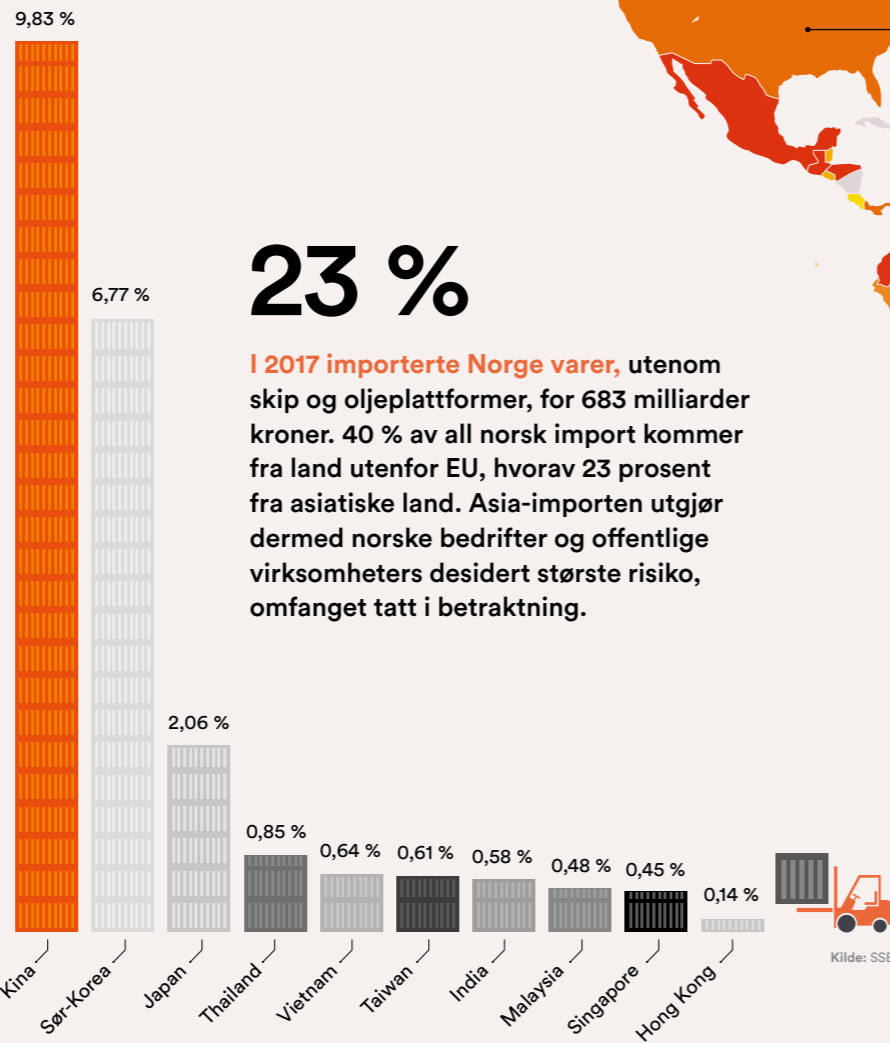
Ni av ti IEH-medlemmer har en delvis eller helhetlig forståelse av det overordnede risikobildet i egne leverandørkjeder. Den årlige medlemsrapporteringen viser en positiv utvikling, samtidig viser svarene at mye gjenstår. Flere bør kartlegge nye leverandører, kompetanse må bygges både i egen organisasjon og hos leverandør, og bærekraftarbeidet må forankres bedre hos ledelse og styre.

At produksjon gjennom globale leverandørkjeder er forbundet med risiko, betyr ikke at en skal unngå områder med utfordringer. Handelen sikrer arbeidsplasser og inntekt, og vil håndtert riktig gi positive ringvirkninger til hele verdikjeden.

**Verdenskartet viser** hvor i verden det er størst fare for at arbeidere utnyttes. Landindeksen er satt sammen etter parametere som manglende lovgivning, brudd på arbeidstakerrettigheter og mangel på mulighet til å organisere seg. Jo mørkere farge, jo vanskeligere er situasjonen.

Top 10 produsentland (utenfor EU) blant IEH medlemmer

Kilder: The International Trade Union Confederation (ITUC), Survey of violation of Trade Union Rights – Freedom of Association – Collective Bargaining – Strike – Web: <https://survey.ituc-csi.org/?lang=en>



Andre land i Asia 1,21 %

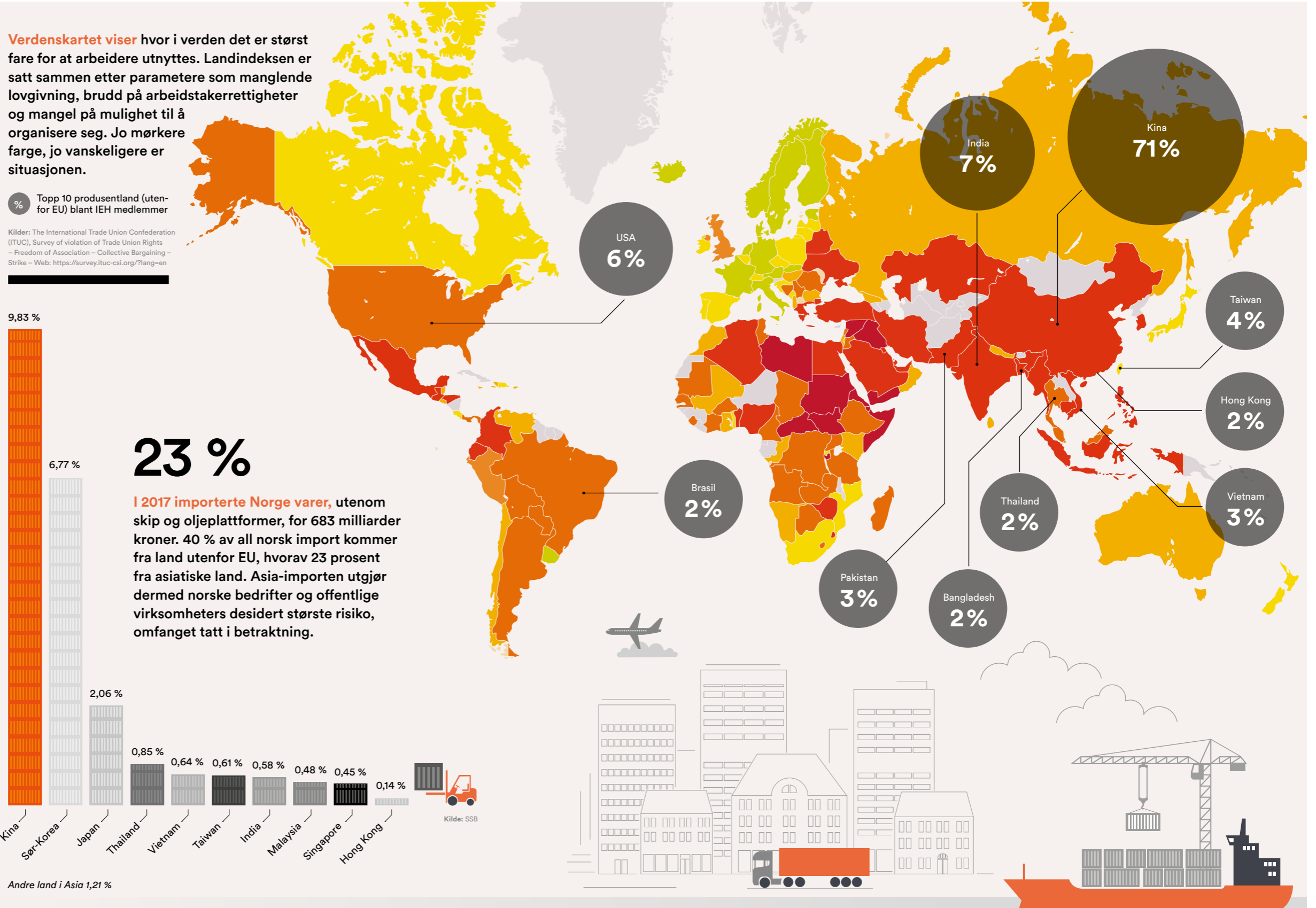
23 %

I 2017 importerte Norge varer, utenom skip og oljeplattformer, for 683 milliarder kroner. 40 % av all norsk import kommer fra land utenfor EU, hvorav 23 prosent fra asiatiske land. Asia-importen utgjør dermed norske bedrifter og offentlige virksomheters desidert største risiko, omfanget tatt i betraktning.

152 152 millioner barn utnyttes som arbeidskraft.



25 25 millioner mennesker er fanget i slavarbeid.



# Lead or let die

**S**tore internasjonale undersøkelser underbygger budskapet: Fokus på bærekraft har en positiv innvirkning på innovasjon, effektivitet og langvarig konkurransedyktighet. Styre og ledelse må vise vei – visjonært og strategisk – slik at bærekraftarbeidet integreres i kjernevirksomheten og prioriteres i hele organisasjonen. Bedrifter som lykkes med dette vil stå igjen som tiårets vinnere, ifølge GlobalScans rapport «The 2017 Sustainability Leaders».

Tilbakemeldingen fra IEHs medlemmer viser at bærekraft er blitt tema i styrerommet. Samtidig blir det tydelig gjennom årsrapportene at for få har en tett dialog med ledelsen om temaer som arbeidsrettigheter, menneskerettigheter og miljø.

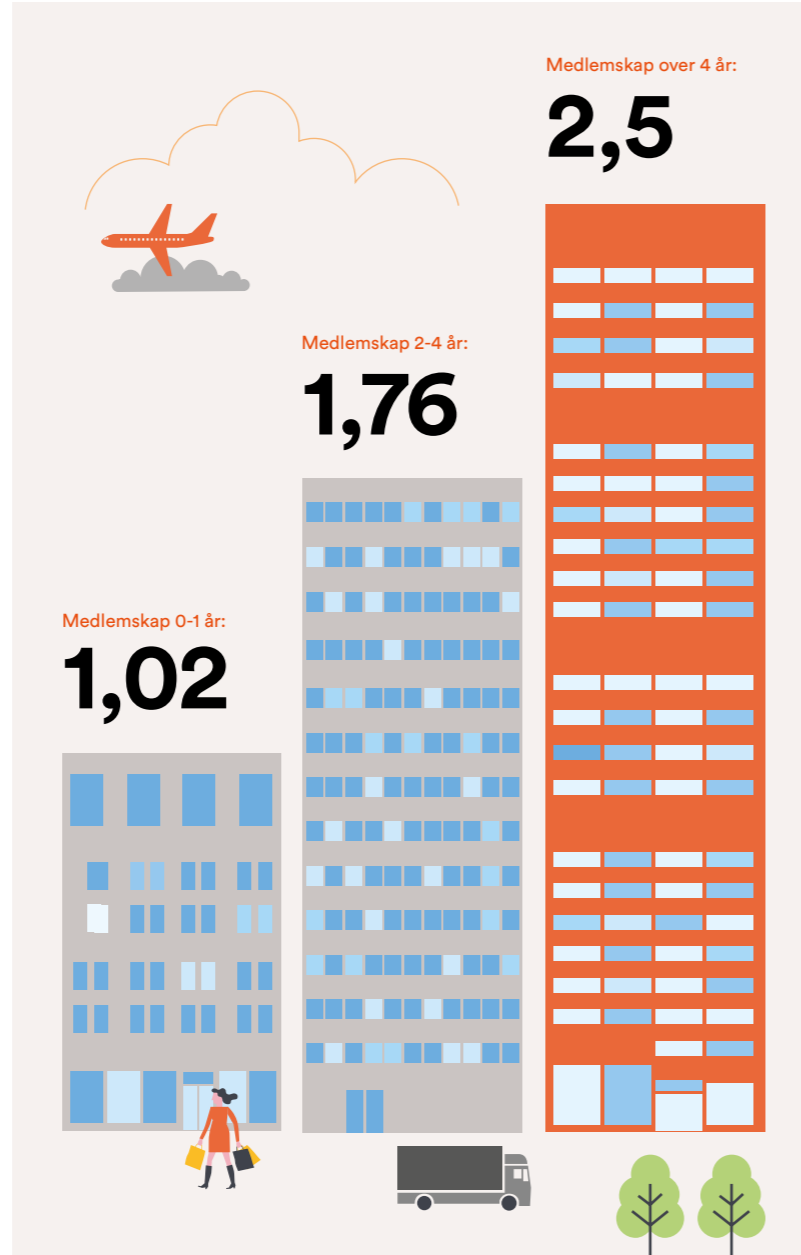
Den omfattende internasjonale kartleggingen med påfølgende rapport, «Corporate Sustainability at a Crossroads - Progress Toward Our Common Future in Uncertain Times» (MIT/BCG - 2017), viser en tydelig positiv effekt av ledelsens fokus på bærekraft.

**Dette er hva rapporten fremhever som suksesskriterier for ledelse:**

- Sett visjoner og ambisjoner for bærekraft
- Fokuser på vesentlighet
- Utvikle organisasjonen for å nå ambisjonene
- Få med styret
- Etablér en historie om verdiskapende bærekraftarbeid for investorer og andre
- Samarbeid med ulike interessenter for å styrke strategisk endring

Den samme kartleggingen sier at bare 60 prosent av bedriftene har en strategi for bærekraft, at 86 prosent av lederne er enige i at styret bør spille en rolle i firmaets innsats for bærekraft, men bare 48 prosent sier deres øverste leder er engasjert, og enda færre (30 %) er enige om at styret har en god oversikt over deres innsats på bærekraft.

Arbeidet med å nå bærekraftsmålene er i gang både internasjonalt og blant IEHs medlemmer i Norge, men fortsatt mangler en del på sammenheng mellom mål, ledelse og aktiviteter. Dette skyldes trolig kompleksitet i arbeidet med bærekraft i globale leverandørkjeder og mangelfull kompetanse, organisering og risikoforståelse.



## Medlemskapet gir resultater

I sin årlige rapportering vurderer IEHs bedriftsmedlemmer egen innsats ut fra et sett indikatorer for bærekraftig drift. Det er en klar positiv utvikling på alle områder over tid. Medlemskapet gir altså resultater. Dette dreier seg om områder knyttet til forankring, kartlegging, innkjøpspraksis, samarbeid og kommunikasjon. Skalaen går fra 0 til 4.

«Etisk handel er en kontinuerlig prosess med aktiviteter i virksomheten, som gjennomgås og drøftes som fast punkt på interne møter.» IEH-medlem

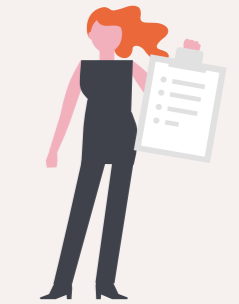
## 6 av 10 rapporterer til ledelsen mer enn en gang i året

Så godt som alle medlemmer har informert styret om innmelding i IEH. Men bare seks av ti rapporterer til ledelsen mer enn en gang i året. Tallene viser at ledelsen er gjort kjent med forpliktelsen til å ivareta menneskerettigheter og miljø i leverandørkjeden, men sier lite om kvaliteten på rapporteringen eller styrets videre oppfølging.



## 6 av 10 gjennomførte opplæringstiltak i løpet av siste året

Bærekraftig forretningsdrift krever kompetanse, derfor bør alle bedrifter kartlegge intern kompetanse og behovet for kompetansebygging. Bedre oversikt over leverandørkjedene reduserer risiko og gjør det enklere å prioritere rett med ofte knappe ressurser. Blant IEHs medlemmer har 6 av 10 gjennomført opplæringstiltak i løpet av siste året.



82 %

har identifisert opplæringstiltak, men kun 60 % har gjennomført tiltak.



83 %

mener forankring er tilfredsstillende. Men hele 25 % involverer ikke ledelsen i arbeidet med bærekraft i leverandørkjeden.

87 %

mener det er satt av nok ressurser til arbeidet, men hele 31 % mener de kunne vært bedre på å kartlegge produsentenes forbedringsbehov.

# Ikke kjøp deg trøbbel

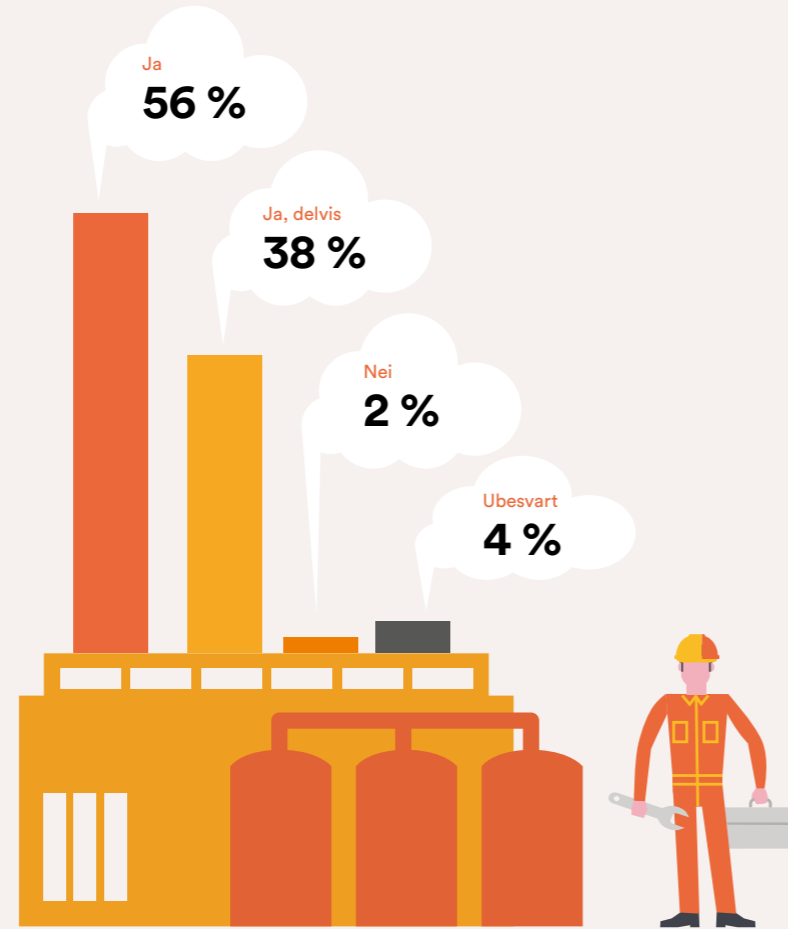
**O**mtrent hvert fjerde bedriftsmedlem vet ikke hvor varene de kjøper er produsert, viser den årlige medlemsrapporteringen. Denne fjerdedelen av bedriftsmedlemmene - 27 prosent – kan ikke etterprøve om produksjonen foregår på ansvarlig vis, eller vite om det forekommer brudd som rammer miljø, lokalt ansatte eller egen bedrift. Det å ikke vite kan medføre betydelige økonomiske konsekvenser for bedriften, som følge av tap av omdømme, forsinkede eller uteblitte leveranser, forringet kvalitet på produktet, eller rett og slett at de som leverandør ikke oppfyller kundens krav om sporbarhet.

Hvorfor har de ikke oversikt over hvem de handler med? Noe av forklaringen kan ligge i komplekse globale leverandørkjeder med handel via mellomledd. Produkter som kjøpes inn via et ikke-produserende mellomledd i et europeisk land, kan igjen komme fra et mellomledd i Asia, som igjen kjøper inn fra ulike leverandører. Det er heller ikke uvanlig at varer produseres med utfordringer på ett kontinent med råvarer og andre utfordringer fra et annet.

I alt 85 prosent av IEHs medlemmer handler varer via både mellomledd og produsent. De har utfordringer med å få full oversikt over produksjonen av egne varer.

Bare litt over halvparten (56%) av medlemmene sier de har etablert et overordnet risikobilde. Dette er ned fra 78 prosent i 2013. Bildet er gjerne basert på anerkjente kilder om risiko for spesifikke bransjer, land og produkter. Uten en god kartlegging, vil mange lete i blinde eller rette ressursene feil sted når de skal prioritere oppfølging av enkeltleverandører.

Har bedriften et overordnet risikobilde når det gjelder arbeidsforhold, menneskerettigheter, miljø og korrupsjon i egen leverandørkjede?



**56 %**

## Overordnet risikobilde:

Litt over halvparten av IEH-medlemmene har skaffet seg et overordnet risikobilde. Disse har et fortrinn fordi de vet hvilke bransjer og hvilke land som kan by på utfordringer for bedriftens vedtatte policy for bærekraft. De kan da rette sine ressurser mer effektivt i oppfølgingen av enkeltleverandører.

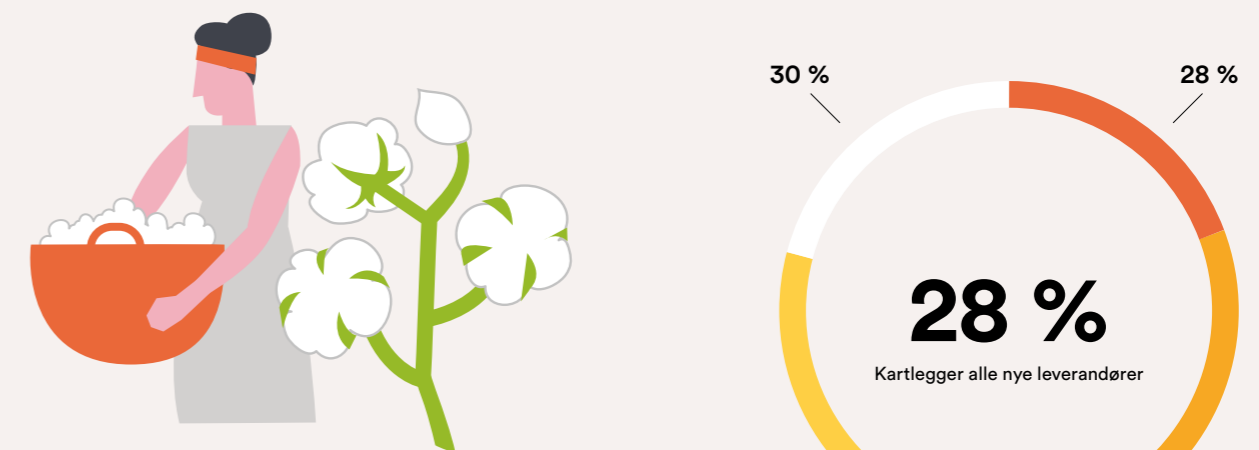


«Økt fokus på etisk handel i alle ledd vil stimulere til en mer bærekraftig utvikling med gode arbeidsforhold i hele leverandørkjeden, og det vil vi alle tjene på!» **IEH-medlem**



## Vet du hvem du handler med?

Nær 7 av 10 IEH-medlemmer svarer at de har kartlagt enkeltleverandører for risiko. Det er bra. Samtidig rapporterer kun halvparten av medlemmene at de har et overordnet risikobilde, en viktig forutsetning for prioritering av ressurser og målrettet kartlegging.



## Kartlegging nye leverandører

Mange inngår kontrakter med nye partnere uten å kartlegge arbeids- og miljøforhold. Bare 28 prosent av IEHs medlemmer svarer at de kartlegger alle nye leverandører (35 % i 2013). 40 % har kartlagt 80 % av alle nye leverandører, og 47 % har bare kartlagt halvparten av sine leverandører. Det gjør dem sårbare for risiko, og kan bli dyrt i lengden.

■ Andel screenet 100 %  
■ Andel screenet 80 %  
■ Andel screenet 50 %  
■ Andel ubesvart

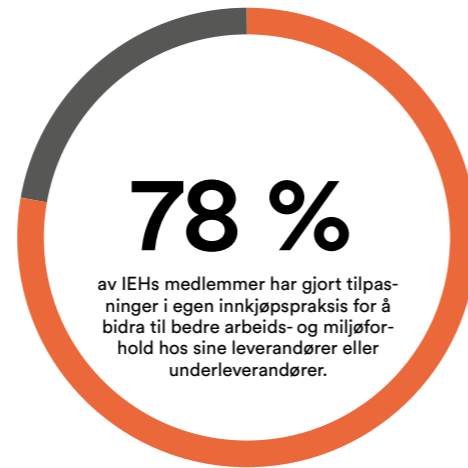
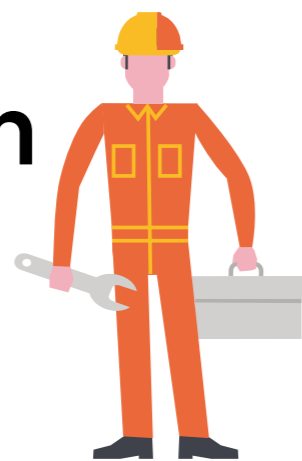
## Samarbeid er nøkkelen

Ettersom få norske virksomheter selv eier produksjonen av varer og råvarer fra utlandet, er de helt avhengig av et godt samarbeid med leverandørene for å vite hvordan varene produseres. Revisjoner er en utbredt metode for kartlegging av arbeids- og miljøforhold hos produsent. Det gir gjerne et godt bilde på nødvendige HMS tiltak, men er ikke et like godt virkemiddel for å avdekke andre alvorlige forhold eller prioritere rette forbedringstiltak.

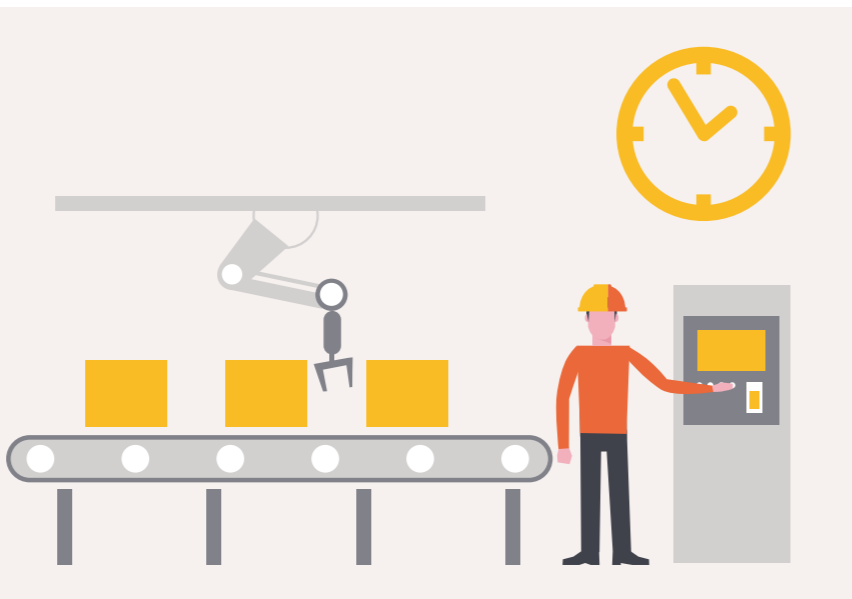
Fabrikkarbeiderne er selve motoren i produksjonen av varer i lavkostland. De som opplever overtiden, lønningene og arbeidsforholdene vet også best hvor skoen trykker. Dialog og programmer rettet mot arbeidere og ledelse, gir mulighet til å ta tak i problemer og uenigheter før de eskalerer til store konflikter. Et arbeidsliv der de ansatte blir hørt og får mulighet til å representere egne interesser, er en fordel både for den norske virksomheten og produsenten. Det viser også våre egne erfaringer.

IEH har samarbeidet med søsterorganisasjoner i England og Danmark (The Joint ETIs) om et program for sosial dialog og kapasitetsbygging i Bangladesh. Programmet gir arbeiderne kunnskap, mandat og anledning til jevnlig møter med ledelsen. 36 fabrikker og 80.000 arbeidere er allerede nådd. Resultatene viser at når de ansatte tas med på råd, blir arbeidsplassen tryggere, rettigheter sikres og fabrikken tjener mer penger. Nå rulles programmet videre til flere land, og på flere fabrikker.

Vi kan også påvirke her hjemme fra. The Joint ETIs har gjennomført en stor global undersøkelse i samarbeid med ILO. Der svarer leverandørene tydelig at kundenes innkjøpspraksis har direkte påvirkning på arbeidsforhold. Ansvarlig innkjøpspraksis kan blant annet bidra til reduserte kostnader, økt produktivitet og økt kvalitet. Samarbeid er ikke bare nøkkelen. Det har en stor verdi.

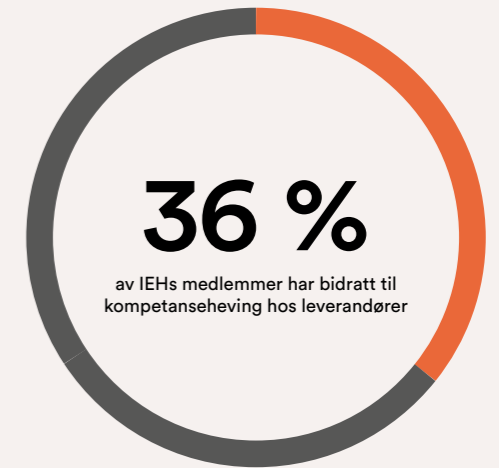


Hva skjer hvis du plasserer en stor ordre med kort frist hos en av dine leverandører? Det kan resultere i ekstremovertid for arbeiderne, bruk av tvilsomme underleverandører eller lavere kvalitet på produktene du betaler for. Innkjøpspraksis kan ha stor betydning for etisk handel. 6 av 10 IEH-medlemmer har tatt dette opp til vurdering og så mange som 8 av 10 av disse har gjort tilpasninger.

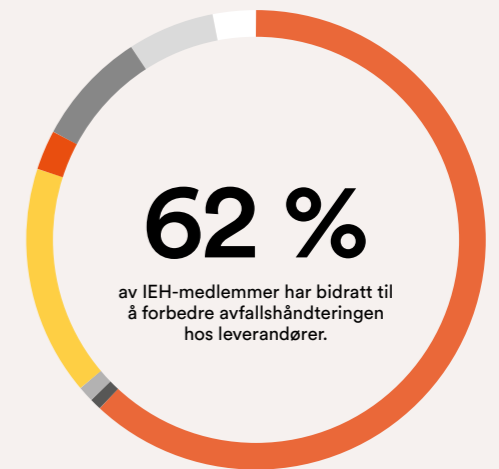


IEHs medlemmer har flest forbedringstiltak knyttet til HMS, arbeidstid og lønninger. Andre forhold, som fagforeningsfrihet, ansettelsesvilkår og brutal behandling på arbeidsplassen, kan være langt vanskeligere å påvirke for norske virksomheter.

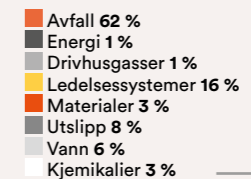
«Førsteleddet har vi relativt god oversikt over eller kan enkelt få den nødvendige informasjonen, men der hvor agenter er brukt er det vanskeligere med full oversikt.» IEH-medlem



Over halvparten av IEHs medlemmer har vurdert leverandørens kompetanse og evne til å etterleve retningslinjene på bærekraft. En tredjedel har også bidratt direkte til kurs og kompetanseheving hos leverandøren. Dette gir positive effekter utover eget kundeforhold og kommer både andre kunder og ikke minst lokalsamfunnet til gode.



Seks av ti IEH-medlemmer har bidratt til å forbedre avfallshåndteringen hos leverandører. Det er bra. På andre områder – som bruk av kjemikalier og CO2-utslipp – er tiltakene langt mer beskjedne. Ifølge World Economic Forum vil behovet for rent vann være 40 prosent høyere enn tilgangen i 2030, om ikke noe gjøres. Det er derfor overraskende at ikke flere norske virksomheter sørger for forbedringstiltak for vannhåndtering i produksjon av egne varer.





## – Det er utfordrende å følge planene i en hektisk hverdag

På fem år har Jan Christian Vestre gjennomført omfattende endringer i familiebedriften og mer enn doblet omsetningen ved å satse kompromissløst på bærekraftig produksjon.

**E**ndring er ikke et moteord for Jan Christian Vestre, selv om han er både ung og designbevisst. Da han tok over familiebedriften 25 år gammel, var det åpenbart behov for nytenkning. Han satte et ambisiøst mål: Innen 2025 skal Vestre være anerkjent som verdens mest bærekraftige produsent av utemøbler. Inkludert i forretningsfilosofien er 9 av 17 av FNs bærekraftsmål. – Vi har kommet langt, men er på ingen måte ferdige, sier Jan Cristian Vestre.

Møblene er tegnet av nordiske designere, all produksjon foregår i Norge og i Sverige og materialene består av nordisk stål og aluminium, samt treverk fra skandinaviske skoger. Selv reiser Vestre verden rundt for å promotere utemøblene som blant annet kan prøves på Aker Brygge i Oslo, på flyplassen i Hamburg eller på selveste Times Square i New York.

– For oss er Vestre mer enn business, det er et demokratisk prosjekt. Vi er en utemøbelprodusent, men vårt mål er ikke å selge mest mulig benker men skape rom der vi bringer folk sammen på tvers av sosiale, kulturelle og økonomiske forskjeller. Dagens debattskifte viser at det er viktigere enn noensinne å bringe ulike folk sammen i gode fellesarealer, sier Jan Christian Vestre entusiastisk.

Han er overbevist om at bedrifter som er opptatt av kortsiktig gevinst vil tape på sikt.

– Selvfølgelig skal vi tjene penger, vi skal sikre trygge arbeidsplasser og bidra til velferd, men det er ikke pris vi skal konkurrere på her i Norge. Ren energi,

høy kvalitet og god design, er norske bedrifters fortrinn, sier Vestre.

Selv har han blant annet investert i en ny fabrikk i Sverige, for å kunne ha kontroll og sikre en mest mulig miljøvennlig produksjon av utemøblene.

– Jeg forstår at dette er enklere for oss som driver en familieeid bedrift, jeg trenger ikke å tekkes eiere med kortsiktige profittmål. Samtidig vil gamle forretningsmodeller være lite lønnsomme på sikt. De vil ikke innfri fremtidens krav til ren energi og bærekraftig produksjon. Vi har i altfor mange år ikke tatt nok hensyn til hverandre og til naturen. Nå må vi legge om, vi har bare denne ene kloden. Det er det enkle svaret, sier 31-åringen.

Har norske ledere tatt kravet til bærekraftig forretningsdrift på alvor?

– Det korrekte og litt kjedelige svaret er at vi ser alle fasetter. Endel toppledere og en del selskaper har skjønnet viktigheten av dette, både ut fra en moralsk standard og ut av egeninteresse. Andre steder er dette med etikk noe noen sysler med nedover i organisasjonene, sier Vestre, før han raskt legger til:

– Jeg vil ikke dømme noen, det er bedre å ha kommet litt på vei enn å ikke ha begynt. Det kan ta tid å legge om, det er komplekse problemstillinger, og kanskje må en også overbevise eierne. Men la oss være ærlige, det er ikke så vanskelig å finne produsenter som respekterer miljø og menneskerettigheter og som betaler folk anstendige lønninger, det er bare å gjøre det. 🍌

### Når kom snuoperasjonen?

– For oss var det ikke en enkelt snuoperasjon, det handlet mer om å sette ting i system. Definere mer ambisiøse mål, bygge videre og gjøre mer av det som er bra. Overgangen mot bærekraftig drift kom for mange år siden. Vi har vært med i IEH nesten fra begynnelsen, og faren min som ledet bedriften frem til han gikk bort i 2012 brant for bærekraft og snakket alltid om IEH og prosjektene i julebordtaler og på sommeravslutninger og ofte i hverdagen. På den måten smittet engasjementet over på andre og det ble etter hvert tydelig for alle i Vestre at dette var viktig og noe vi skulle gjøre sammen.

### Hvor har dere snublet på veien?

– Jeg kan ikke komme på eksempler der vi virkelig har snublet, men det er utfordrende å følge planene man har definert i en hektisk hverdag der andre og mer presserende oppgaver tar mye oppmerksomhet, sier Jan Christian Vestre.



//

**Hvorfor vi må legge om? Vi har den kloden vi har, det er det enkle svaret.**

Jan Christian Vestre



Vestre lager ikke bare design-riktige utemøbler, de skaper uterom der folk kan møtes, ifølge Jan Christian Vestre.





# – Det må være business i det, ellers blir dette bare en flåsete fantasi

Da Aksel Lund Svindal skulle investere i en kleskolleksjon, hadde idrettsstjernen et klart mål: Bevise at man kan lage moteriktige kvalitetsprodukter uten å skade naturen.

**K**an man «redde verden» gjennom nok et motemerke? Greater Than A tar opp dilemmaet på sine egne nettsider, og lander på at det er lite en kan gjøre med menneskers grunnleggende ønske om å ta seg godt ut. De oppsummerer: «The fashion industry, however, is one of the most polluting industries in the world. So we thought our role should be to give people better and more sustainable choices for their wardrobe.»

## Hva tenker du om motebransjen som du nå er blitt en del av, Aksel Lund Svindal?

– Jeg ser at vi som mennesker har lagt oss til en bruk og kast uvane som vi er helt avhengige av å snu. Denne vanen gjør at vi i mange tilfeller forventer en veldig lav pris i innkjøp da vi uansett bare skal kaste plaggene senere. Dette er enormt skadelig for ressursene på jorda, og det går utover forholdene i de ulike ledd produktet skal innom før det er ferdig. Vi er avhengige av å resirkulere ressursene våre slik at de kan oppstå som nye produkter, sier Lund Svindal.

## Hvordan få folk til å betale mer for bærekraftig produksjon, salg- og markedssjef Marius Eckmann?

– Vi gir kundene en ærlig pris der alle ledd får den marginen de skal ha og det formidler vi til kundene. Når en T-skjorte koster 50 kroner, så er det altfor billig, det regnestykket går ikke opp. Bomullen skal dyrkes og plukkes, noen skal spinne

og veve, så skal tøyet produseres, sys og sendes. Et sted i denne kjeden er det noen som tar en smell for at vi skal handle billige klær, sier Marius Eckmann. Han tror forbrukerne er interessert i å betale det det koster, og sier kolleksjonen er blitt godt mottatt i markedet siden lanseringen i januar.

Greater Than A ble IEH-medlem i 2017.

## Tjener dere penger?

– Det må være business i det, ellers blir dette bare en flåsete fantasi. Vi ønsker å bevis at du kan ta gode valg på veien, og likevel tjene penger, sier han.

## Er det mulig å lage holdbare, komfortable klær som er nedbrytbare ned til den minste detalj, og som attpåtil ser bra ut?

– Det er ganske vanskelig, og ganske lett, svarer Kjersti Kviseth fra 2025design som er rådgiver for Greater Than A.

– Hovedstrategien er satt, vi skal bruke naturfibre som ull og bomull som kan gjenvinnes eller gå tilbake til naturen – ull blir jo fantastisk gjødsel. Det vi bruker av syntetiske produkter bør være både resirkulerte og tettvevde for å motvirke at tekstilene legger igjen mikrofiber. Vi blander ikke materialer fra ulike kategorier, en jakke i bomull isoleres for eksempel med ull i stedet for polyester. Produktene planlegges slik at de skal kunne tas fra hverandre og resirkuleres eller til og med kastes i din egen hagekompost når den dagen kommer, forteller Kviseth.

Prinsippet om sirkulærøkonomi – der

alt som settes inn i det økonomiske kretsløpet skal kunne gjenbrukes eller gå tilbake til naturen – står sterkt i Greater Than A.

## Og hva er vanskelig?

– De mindre detaljene, der har vi utfordringer. Sytråden, vaskelappene, glide-låsene eller strikken i underbuksene.

Mesteparten av produksjonen foregår i Europa, men Greater Than A har også leverandører i Kina og Taiwan.

Selv om Lund Svindal gjerne profilerer plaggene vil han ikke ha navnet sitt som en del av varemerket.

– Jeg har ikke brukt mitt eget navn, og akkurat det var et av de viktige prinsippene ved oppstarten. Vi skulle bygge et brand som står for noe bra, og som lager så gode produkter, at det å bruke et kjent navn som varemerke skulle være helt unødvendig, sier Svindal.

Eier Lund Svindal er daglig innom kontoret i Oslo når han er i byen. Han følger driften tett, og blir med på kundemøter så ofte han kan.

– Jeg tror mennesker ønsker å gjøre gode valg dersom det er lett tilgjengelig. Pantesystemet i Norge er et fantastisk eksempel. Vi panter rundt 95 prosent av all drikkeemballasje med pant. Denne panten har vært 1 krone på 0.5 plastflasker i 30 år. 1 krone er ganske mye mindre nå enn for 30 år siden, allikevel så stiger pantegraden. Dette viser at det ikke er den ene kronen som er viktig, men det er gode vaner som er lett tilgjengelig. Og det føles mye bedre enn å kaste i søpla, sier Aksel Lund Svindal. 🟡



//

## Vi mennesker har lagt oss til en bruk og kast uvane som vi er helt avhengige av å snu.

Aksel Lund Svindal

## Når kom snuoperasjonen?

Greater Than A er et nytt klesmerke der bærekraft er en del av forretningsstrategien, så det er ikke snakk om en snuoperasjon. Kviseth påpeker likevel at «Det å være liten og nystartet er en utfordring i seg selv. Med små oppstartsvolumer er vi avhengige av gode personlige relasjoner mellom produktansvarlig og leverandører, for å bli prioritert».

## Hvor har dere snublet på veien?

– God is in the details; med det mener jeg at det er de små detaljene som avgjør om vi lykkes med produktene. For eksempel sytråden i polyester som ødelegger for at klærne blir biologisk nedbrytbare. Vi jobber med å teste sytråden av naturfibre, og det er ikke helt enkelt å få til samme kvalitet og holdbarhet som med polyester. Det samme gjelder materialene i vaskelapper, de er også i polyester noe som gir god printkvalitet og vaskeekthet. Så det er mange detaljer som må på plass for å få til de sirkulære plaggene, og med en bitteliten stab er det begrenset med ressurser for å drive utvikling av alle detaljene fort nok og godt nok, sier Kjersti Kviseth.

– Vi skal bygge et brand som står for noe bra, og som lager så gode produkter, at det å bruke et kjent navn som varemerke er helt unødvendig, sier Aksel Lund Svindal.





# – Investorene vil ikke at avkastningen skal komme fra barnearbeid

Finansnæringen setter penger bak kravet om bærekraftig drift. Selskaper som ikke tar hensyn til miljø, menneske- og arbeidsrettigheter, er ikke interessante investeringsobjekter.

**H**va teller mest når dere investerer i et selskap, økonomi eller bærekraftig drift?

– Det er ikke et relevant spørsmål slik vi ser det. Avkastning og risikostyring er to sider av samme sak, sier juridisk direktør Rebecca Svensøy i FSN Capital Partners AS.

I løpet av de ti siste årene er bærekraftige investeringer gått fra å være et nisjeprodukt til å utgjøre en tredjedel av markedet. Det er et trendskifte i deler av bransjen, og FSN Capital fondene er noen av de som presser bedrifter til mer ansvarlig forretningsdrift.

FSN Capital Partners AS er investeringsrådgiver for FSN Capital fondene, som samlet har 20 milliarder under forvaltning. FSN Capital fondene eier i dag majoritetsandel i 15 selskaper i Norge, Sverige og Danmark.

**Når ble kravet til bærekraftig drift så sentralt?**

– De siste 3 – 5 årene har oppmerksomheten og kunnskapen rundt ansvarlig forretningsdrift økt betraktelig både hos investorer og forbrukere. Jeg tror det henger sammen med økt tilgang til informasjon på grunn av digitaliseringen av samfunnet. Vi vet mer om hva som skjer i andre land og hos leverandørene, og med økt kunnskap øker også forventningene til hvordan vi forholder oss til problematikken. Vi får mer spesifikke krav fra våre

investorer, de vil ikke at avkastningen skal komme fra barnearbeid eller fra utnyttning av arbeidere, sier Rebecca Svensøy.

**Hvor viktig er ESG?**

– Veldig viktig. Selskaper som er gode på ESG (Environmental, Social and Governance) gjør det bedre på andre områder også. De har bedre kontroll, er flinkere på risk management, og gjør det bedre finansielt, derfor er også ESG en viktig del av risikovurderingen før vi bestemmer



**Vi gjør ting på en anstendig måte, og vi vet det lønner seg.**

REBECCA SVENSØY

oss for å investere i et selskap. Vi kartlegger leverandørkjeden, som en del av «due diligence»-prosessen, sier Svensøy. FSN Capital har gitt ut årlige ESG-rapporter i flere år, og ifølge Svensøy er det blitt flere og flere som gjør det samme innen investeringsbransjen, også som en del av profileringen.

Investeringsfondets uttalte mål ved å investere i et selskap, er å utvikle bedrif-

ten, øke verdien over tid, og selge med gevinst.

– Siden FSN Capital fondene går inn og tar en stor eierandel, har vi mulighet til å stille tydelige krav til driften, forklarer Svensøy.

Selskapet de kjøper opp plikter å få på plass en utviklingsplan for ESG-arbeidet, med blant annet krav til rutiner og kompetanseheving. Styret og ledelsen for øvrig måles på om målene nås, dermed blir det tydelig for hele organisasjonen at bærekraftig forretningsdrift skal prioriteres.

FSN Capital eier IEH-medlemmene PM Retail, Active Brands og Vita.

– Noen av IEHs medlemmer mener de ble «skikkelig drillet og avkrevd dokumentasjon» på rutiner og systematikk overfor leverandørkjeden i forbindelse med oppkjøp fra dere.

– Vi forventer ikke at de skal være eksperter allerede, men vi stiller tydelige krav til utvikling, sier Rebecca Svensøy.

FSN Capital Partners AS er tidvis med på møter som IEH har med medlemmer der investeringsfondet har store eierposter.

– Vi er med for å lære! Metoden dere jobber ut fra i Initiativ for etisk handel, passer veldig godt sammen med vår arbeidsmåte. Det å bygge kompetanse, jobbe kontinuerlig med neste steg, og stadig sette nye mål. Vi liker metoden. En må stille realistiske krav, ellers mister folk bare motet, sier Rebecca Svensøy. 📌



**Når kom snuoperasjonen?**

– Bærekraftig drift har alltid stått sentralt for oss i FSN Capital, men vi er fortsatt underveis på reisen. De siste årene har flere i bransjen blitt klar over den risikoen som ligger i å ikke ha god oversikt over leverandørkjeden. Det har vært et trendskifte. Store internasjonale selskaper har ledet vei ved at de stiller krav til sine leverandører, så kommer de mindre etter. Det handler også om å redusere omdømmerisiko, sier Rebecca Svensøy.

**Hvor har dere snublet på veien?**

– Selskaper i FSN Capital-porteføljen har hatt diverse hendelser, for selv om det jobbes godt med ESG kan en aldri redusere risikoen 100 prosent. Et nylig eksempel er hentet fra et av våre selskaper som selger ullklær. Der viste det seg at leverandører i bransjen drev med mulesing av sauer, det vil si at deler av bakparten skjæres av dyret. Da ble det tatt grep overfor leverandørene. Selskapet jobber nå enda tettere med traceability for å eliminere risikoen, og de har fått på plass en ordning der ulen kan spores tilbake produsenten. Dette viser også at vi og selskaper i FSN Capital-porteføljen setter tydelige forventninger til bransjen, sier Rebecca Svensøy.

Det lønner seg å stille krav til bærekraftig forretningsdrift – også økonomisk, mener juridisk direktør Rebecca Svensøy i FSN Capital Partners AS.



## – Når det går utover lønnsomheten, da skjer det noe

Etisk handel er fast tema når toppledelsen i Statsbygg diskuterer drift og lønnsomhet. – Dette er en selvsagt del av risikovurderingen, noe annet kan koste oss dyrt, sier direktør Harald V. Nikolaisen.

**N**ikolaisen har gått høyt ut og lovet at Statsbygg skal gå foran som et godt eksempel i bygg- og anleggsbransjen hva gjelder bærekraftig forretningsdrift. Han er like tydelig innad i organisasjonen, og mener dagens ledere har et ansvar for å fremme gode løsninger.

– Det er ikke nok å trekke etikken frem i festtaler, eller arrangere bærekraftig uke en gang i året. Jeg er helt sikker på at du må ha en toppledelse som er tydelig på denne type verdier for å lykkes med en omlegging. Etikken må synes i prioriteringene, ikke bare i prat. Det må inn i bedriftskulturen, sier Nikolaisen.

En i undersøkelse fra Initiativ for etisk handel fra 2011 viste at ni av ti norske bedriftsledere mente det var viktig med anstendige arbeids- og miljøforhold i tilvirkningen av egne produkter, men langt færre av dem svarte at de hadde oversikt over egen leverandørkjede. Samtidig mente hele 75 prosent av lederne at det var liten risiko for at menneskerettigheter, anstendige arbeidsforhold og miljøhensyn ikke alltid ble ivaretatt. Navnet på undersøkelsen: «Typisk norsk å være naiv?»

**Når blir bærekraft et opplagt tema i styverommene?**

– Det er en gryende oppvåkning både

hos eiere og ledere, det har nok med å gjøre hvor risikofyllt det er for et selskap hvis det ikke er orden på CSR (Corporate social responsibility). Når det går utover lønnsomheten, da skjer det noe. Tenk bare hvis det skulle vise seg at et av våre praktbygg ble bygget med stein hugget av små barn i India, det ville ikke vært til å holde ut. I den situasjonen hjelper det lite å holde budsjettene, sier Harald V. Nikolaisen.

**Hvordan jobber Statsbygg for å motvirke brudd på grunnleggende arbeidstaker- og menneskerettigheter i leverandørkjedene?**

– Stein, tømmer og andre varer som blir brukt i Statsbyggs prosjekter, skal ikke produseres under helsefarlige forhold, av barn eller av arbeidere som ikke har faglige rettigheter eller en anstendig lønn. Rent konkret har vi en innkjøpsorganisasjon som nå har bred kompetanse på feltet, og det stilles tydelige krav både til etikk og miljø i møte med leverandører og underleverandører. Vi driver oppfølging og kontroll underveis, og bidrar med hjelp og kunnskap for å få leverandører til å endre rutineene der det er nødvendig. Det fungerer bedre enn dagbøter, sier Harald V. Nikolaisen.

Han understreker behov for å drive kon-

tinuerlig opplæring internt i bedriften.


Det holder ikke med gode intensjoner, en må også ha god kompetanse om etisk handel. Det er kompliserte prosesser, og til syvende og sist kan en aldri vite med sikkerhet at leverandører faktisk holder avtaler og at varer produseres der de skal. En gang i blant må en restarte, og det fører til mye ekstra arbeid for oss, sier Nikolaisen, og legger til:

– Dette er vanskelig, det var derfor vi meldte oss inn i Initiativ for etisk handel!

Nikolaisen er klar på at det er ingen vei utenom for dagens toppledere.

– Hvert år setter vi oss ned og ser på hva som vil være risikoen for Statsbygg i det kommende året, og tap av omdømme skærer høyt. Derfor må temaer som korrupsjonsfare og etikk i handel inn som en del av den daglige driften.

**Hva skjer med gjennomføringskraften når etikken blokkerer for inntjening?**

– Nå ville jeg gjerne kunne svart at etisk handel og alt som er bra vil lønne seg til slutt, men det er klart at det å forholde seg til en bærekraftig forretningsdrift tar ressurser og koster litt mer. Så fører det forhåpentligvis til en større gevinst i det lange løp. Uansett koster det mer hvis det går galt. Det kan bli veldig dyrt, sier Statsbygg-direktør Harald V. Nikolaisen. 



**Når kom snuoperasjonen?**

Statsbygg meldte seg inn i Initiativ for etisk handel i 2015, og skjerpet samtidig eget fokus på arbeids- og miljøforhold hos leverandørene. – En av trendene innen byggenæringen er at det som tidligere ble plassbygd, nå produseres andre steder, for eksempel i land hvor det er høy risiko for menneskerettighetsbrudd. Dermed ble det viktigere å bruke vår påvirkningskraft direkte mot produsentene, forklarer Nikolaisen.

**Hvor har dere snublet på veien?**

– For en tid tilbake ble vi varslet av en konkurrent om at det var problemer ved arbeidsforholdene hos en av våre glassleverandører i Kina. Vi dro til fabrikkene for å undersøke forholdene og stille noen spørsmål. Vi ble tatt imot, men det er alltid vanskelig å vite om det vi fikk se var reelt. Vi mener likevel at vi fikk anledning til å påpeke våre krav, slik at bevissheten økte hos leverandøren. Vi kan aldri garantere at brudd ikke forekommer i våre leverandørkjeder, men vi jobber kontinuerlig for å vurdere risiko og sette inn tiltak, sier Nikolaisen.



**Det er ikke nok å trekke etikken frem i festtaler, eller arrangere bærekraftig uke en gang i året.**

Harald V. Nikolaisen

# Veien inn til etisk handel

**Initiativ for etisk handel** opplever ofte å bli kontaktet av virksomheter fra ulike bransjer, størrelser og med varierende grad av kunnskap om etisk handel. Noen er helt blanke på området når vi møter dem første gang, noen har så vidt begynt og vil ta et «girskifte», mens andre igjen vil ha bistand i avanserte aktiviteter på bakken i produsentland.

**Veien inn til arbeidet med etisk handel varierer med bedriftens utgangspunkt. For noen er det slik:**

«Vi har blitt bedt av en kunde om å levere vår Code of Conduct og beskrive vårt arbeid på etisk handel. Vi vet ikke hva Code of Conduct er. Kan dere hjelpe meg?»

«Vi ønsker å se på muligheter for å hente varer fra Bangladesh, men før vi inngår noen avtale ønsker vi å få oversikt over arbeidsforhold og miljø hos produsentene vi vurderer. Har dere noen som kan hjelpe oss med det?»



## 1 Motivasjon

Ikke alle bedrifter eller ledere ser at arbeidet med leverandørkjeden har betydning for bærekraftig utvikling, og noen mangler motivasjon til å gå i gang med det etiske arbeidet. Blant dem som har tatt tak i bærekraft i leverandørkjeden, ser man at motivasjonen er drevet av flere faktorer.

Ifølge en av de største kartleggingene som er gjort årlig de siste ti årene på bærekraft i leverandørkjeden, «Sustainable procurement barometer» av EcoVadis, er de sterkeste driverne for å satse på bærekraft i leverandørkjeden følgende:

**Omdømme for merkevarer** – rimeligere å være proaktiv enn reaktiv  
**Risikohåndtering** – peker mot omdømme, men har minst like stor forretningsmessig verdi beskrevet i de neste punktene

**Etterlevelse av kunders krav** – handler rett og slett om markedstilgang  
**Kostnadsbesparelser** – minimerer risiko for feil i produkter eller leveranser og kan være en sterk driver for innovative løsninger med kostnadsreduksjoner  
**Overskudd og omsetning** – som et resultat av at markedet er positivt og kostandene forutsigbare

Å utvikle gode beskrivelser av egen virksomhet, som støtter opp under punktene over, er effektivt for å motivere både styret og ledelsen.



## 2 Systematikk

Å sikre bærekraft i egne leverandørkjeder går gjerne hånd i hånd med organisasjonens behov for å fange muligheter og unngå risiko. Rent konkret handler det om å systematisere håndteringen av leverandørene, og utvikle nødvendig egenkompetanse.

Ved å etablere overordnede mål for eget bærekraftarbeid og retningslinjer for leverandørene (strategier, policies, Code of Conduct) legger ledelse og styret føringer for den praktiske håndteringen av leverandørkjeden. For å sikre etterlevelse av strategier og retningslinjer må det igjen etableres systematikk for kontakt og oppfølging av leverandørene, og rutiner for kommunikasjon internt og med leverandørene. Systemene skal sikre prioritert oppfølging av alvorlige risikofaktorer, fra mellomledet til produsent, og om nødvendig helt til råvareuttak.

**Nytt IEH-medlem:** «2018 er året hvor rutiner, systemer og kunnskap innen etisk handel skal på plass.»

«Kjennskapen til leverandører vi har begynt å jobbe med de siste årene er for dårlig.» IEH-medlem



## 3 Risikohåndtering

Sentralt i bedriftens motivasjon for å komme i gang med bærekraftsarbeidet og for å prioritere innsatsen optimalt, er risikohåndtering. Det innebærer at man må kjenne til og forstå risikoen for brudd på menneske- og arbeidstakerrettigheter, for korrupsjon og for dårlige miljøforhold. Bedrifter som har skaffet seg oversikt over risikobildet, har et fortrinn hva gjelder innovasjon, effektivitet og langvarig konkurransedyktighet.

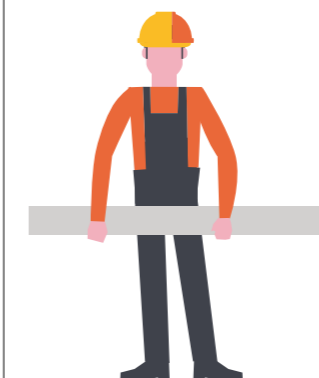
Første skritt mot en bedre risikoforståelse vil være å etablere et overordnet bilde av kjente risiko forbundet med akkurat din type varer, dine leverandørkjeder og dine produsentland. Risikobildet danner igjen utgangspunkt for prioritering av videre kartlegging og oppfølging av enkeltleverandører i henhold til anerkjente metoder som blant annet FNs veiledende prinsipper for næringsliv og menneskerettigheter beskriver.

IEH har samlet informasjon om risiko fra flere kilder, og på flere land gjennom egne rapporter – Country Insights.

Dette forenkler selvsagt arbeidet med å etablere et overordnet risikobilde, forutsatt at du kjenner ditt produsentland og dine produsenters innsatsfaktorer. Ikke alle gjør det.

**Etablert IEH-medlem:** «With the help of IEH, we are aiming to get better control of the working conditions throughout our supply chain. From raw material suppliers to our garment vendors.»

**IEH-medlem:** «Ved hjelp av medlemskapet i IEH og de ressurser som tilbys der, har vi fått muligheten til å ha full oversikt over leverandørkjeden vår.»



## Etisk handel betyr å forhindre

**Tvangsarbeid:** Nesten 25 millioner mennesker er fanget i tvangsarbeid. Vanlige årsaker er gjeldsbyrde til arbeidsgiver, konfiskerte identitetspapirer eller tilbakeholdt lønn.

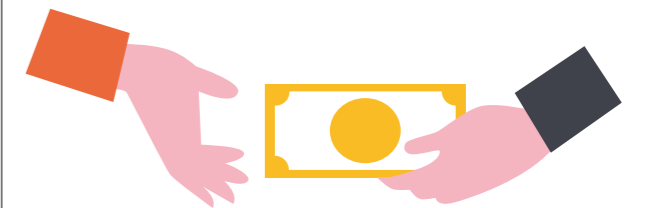
**Barnearbeid:** 152 millioner barn er offer for barnearbeid uten mulighet for skolegang eller lek. Nesten halvparten er utsatt for farlig arbeid.

**Diskriminering:** Kvinner og minoriteter blir ofte satt til de lavest betalte jobbene, uten mulighet for opplæring og forfremmelse.

**Ekstrem bruk av overtid:** Ekstremt lange arbeidsdager i monotont arbeid er vanlig for mange. Ansatte blir slitne, gjør oftere feil og rammes oftere av ulykker.

**Brutal behandling på arbeidsplassen:** Særlig kvinner og fremmedarbeidere er utsatt for fysisk, verbalt og seksuelt misbruk på arbeidsplassen.

**Korrupsjon:** Omtrent 1,5 trillioner dollar betales årlig i bestikkelser. Korrupsjon er ødeleggende for demokrati, bedrifters konkurransevilkår, utvikling og fattigdomsbekjempelse.



## Etisk handel betyr å fremme

**Retten til fagorganisering:** Hvert år mister flere titalls tusen mennesker jobben og mange livet fordi de driver med fagforeningsarbeid. Fagorganiserte arbeidere står sterkere sammen for sine øvrige rettigheter.

**Trygge arbeidsplasser:** Nesten tre millioner mennesker dør hvert år av arbeidsrelaterte ulykker og sykdommer. Uvettig kjemikaliehåndtering og manglende verneutstyr er bare et par av årsakene.

**En lønn å leve av:** Når fulltidsarbeid ikke dekker levekostnadene, låses arbeidere i en håpløs fattigdomsfelle. Mange må jobbe ekstremt lange dager.

**Regulære ansettelser:** Mange arbeidere mangler arbeidskontrakt, noe som bidrar til rettsløshet og systematisk dårligere forhold på arbeidsplassen.

**Respekt for marginaliserte befolkningsgrupper:** Råvareuttak, eller utslipp fra produksjon, skjer ofte i direkte berøring med lokalbefolkningens behov og rettigheter, med fattigdom og nød som resultat.

**Bærekraftig miljøforvaltning:** Klodens ressurser overforbrukes betydelig hvert år, og produksjon av varer, ofte i lavkostland, bidrar til mange ulike utfordringer til skade for mennesker og miljø.

**Inntjening på spill:** Ifølge konsultentselskapet McKinseys rapport «Profit with purpose» står så mye som 70 prosent av bedriftenes inntjening på spill som følge av bærekraftsutfordringene. For at næringslivet skal beskytte sine fremtidige leverandørkjeder og markeder er det dermed avgjørende at bærekraftsmålene blir adressert.

70 %

# Alle tjener på bærekraftig business

«There is no business to be done on a dead planet», uttalte miljøbevegelsens far, David R. Brower, allerede på 1970-tallet. Sitatet er dessverre enda mer aktuelt i 2018. Verden står overfor kolossale økonomiske, sosiale og miljømessige utfordringer som må løses.



I 2015 vedtok FN globale mål for en bærekraftig utvikling de neste 15 årene. De nye bærekraftsmålene ser miljø, økonomi og sosial utvikling i sammenheng. De 17 målene, med 169 delmål, representerer en historisk mulighet til å utrydde ekstrem fattigdom innen 2030 og gir et rammeverk for global bærekraftig utvikling – agenda 2030. Bærekraftsmålene er et resultat av en av de mest inkluderende prosesser i FNs historie og gjenspeiler innspill fra interessenter fra hele verden, alt fra arbeidere og interesseorganisasjoner til bedrifter og regjeringer.

Det er regjeringene som er blitt enige om bærekraftsmålene, men deres suksess avhenger i høy grad av samarbeid og handling fra alle aktører. Med bærekraftsmålene har bærekraftig næringsliv gått fra nisje til mainstream blant annet ved at det fargesterke og enkle designet til de ulike målene har gjort det lettere å kommunisere budskapet. Det viktigste er likevel at stadig flere virksomheter innser at de ikke har livets rett uten endring. FNs prinsipper for næringsliv og menneskerettigheter ble enstemmig vedtatt i 2011, og sammen med bærekraftsmålene anerkjenner disse den avgjørende rollen næringslivet spiller for at vi skal nå agenda 2030 om et mer rettferdig, velstående og bærekraftig sam-

funn, og representerer samtidig store muligheter for næringslivet. Ifølge en rapport fra Business and Sustainable Development Commission kan bærekraftige forretningsmodeller bidra til å skape 380 millioner jobber frem til 2030 og 12 trillioner amerikanske dollar i forretningsmuligheter hvert eneste år. Trolig vil næringslivets ambisjoner om å nå bærekraftsmålene bare øke i tiden fremover.

Flere virksomheter innser at den største trusselen mot enhver forretningsmodell kommer fra økende ulikhet, fattigdom, dårlige arbeidsforhold, klima- og vannproblematikk, samt stadig knappere

// **Kundene, enten de er offentlige og private virksomheter eller private forbrukere, er i tillegg blitt mer bevisste på å søke bærekraftige kvalitetsprodukter til konkurransedyktige priser.**

ressurstilgang. En rekke naturressurser blir stadig vanskeligere å få tak i. Mye jordbruksproduksjon krever for eksempel enorme mengder vann som i stor grad har blitt sett på som gratis innsatsfaktor. Dette har bidratt til ineffektiv ressursbruk og mangel på vann.

En rekke produkter vil trolig om et tiår være «stranded assets» – investeringer som ikke kan realiseres på grunn av enten lovgivning, miljømessige- eller markedsbegrensinger. Et eksempel er gruveprosjekter i Peru til en verdi av 21,5 milliarder dollar som er utsatt på grunn av sosiale konflikter rundt vanntilførsel.

### Hvor ligger lønnsomheten?

Bærekraft er ikke bare et spørsmål om hvordan håndtere risiko og minimere virksomhetens negative påvirkning. Det er også en stor mulighet for virksomheten til å maksimere dens positive påvirkninger gjennom innovasjon og nye forretningsmuligheter.

Det handler for det første om tankesett. Ifølge Harvard Business Review (HBR) har mange næringslivsledere en feilaktig oppfatning av at man enten kan ha profitt eller bærekraft, men ikke begge deler. Årsaken finnes trolig i den amerikanske økonomien Milton Friedmans 50-år gamle

**56 %** **Åpne leverandørlistor:** I 2005 var IEH-medlemmet Stormberg blant de første i verden til å offentliggjøre sine leverandørlistor. I 2017 rapporterte 56 prosent av IEHs medlemmer at de har åpne leverandørlistor. Dette er en oppgang fra 34 prosent i 2016. En klart positiv utvikling.

### FNs bærekraftsmål:



tese om at «the business of business is profit», og erfaringer med høyt prisede miljøprodukter av dårlig kvalitet og CSR-investeringer med lav avkastning på 70-80-tallet. I dag er Friedmans tese under sterkt press fordi bærekraft gir positive resultater på bunnlinjen. Bærekraftige, innovative løsninger gir både kostnadsreduksjon og forbedret effektivitet i virksomheten. Som eksempel meldte Unilever, en av verdens største produsenter av dagligvarer, at deres Sustainable Living merkevarer levte mer enn 60 prosent av deres vekst i 2016, og vokste 50 prosent mer enn resten av virksomheten.

Videre søker investorer i større grad investeringer i virksomheter med høy score på Enviroment, Social and Governance faktorer (ESG). Ifølge en studie fra Arabesque og universitetet i Oxford viste 80 prosent av børsnoterte aksjer at virksomheter som fokuserte på bærekraft, også hadde gode økonomiske resultater.



Til forskjell fra tradisjonell business risiko, manifesterer økonomiske konsekvenser fra sosiale og miljømessige risikoer seg gjerne over en lengre tidshorison, og derfor må næringslivet planlegge mer langsiktig enn før. Dette gir høyere potensiell fremtidig avkastning og virksomheten blir dermed en mer attraktiv investering. Som Black Rock, et av verdens største investeringselskaper sier: «Contribute to society or risk losing our support».

Kundene, enten de er offentlige og private virksomheter eller private forbrukere, er i tillegg blitt mer bevisste på å søke bærekraftige kvalitetsprodukter til konkurransedyktige priser. De forlanger i stadig sterkere grad at virksomhetene er åpne om sin forretningspraksis og om hvor varene produseres.

Sist men ikke minst, så kan virksomhetenes bærekraftarbeid øke de ansattes lojalitet, effektivitet og produktivitet, samt minske turnover, øke rekrutteringen og være en vitamininnspøyting for bedriftskulturen.

De virksomhetene som gjør bærekraftsmålene vesentlige for egen kjernevirksomhet, er morgendagens vinnere på det globale markedet. Disse vil oppleve både entusiasme og lojalitet fra arbeidstakere, kunder, leverandører, lokalsamfunnet og investorer. Å redde verden er bra business! 🌱

### Her er noen bærekraftsmål som bør interessere enhver virksomhet:

**6 RENT VANN OG GODE SANITÆRFORHOLD** **Rent vann.** Mange virksomheter har vannkrevende prosesser i sin produksjon, og bør ta bærekraftsmål 6 om rent vann og gode sanitærforhold på alvor. Behovet for rent vann anslås å være 40 prosent høyere enn tilgangen i 2030, ifølge FN.

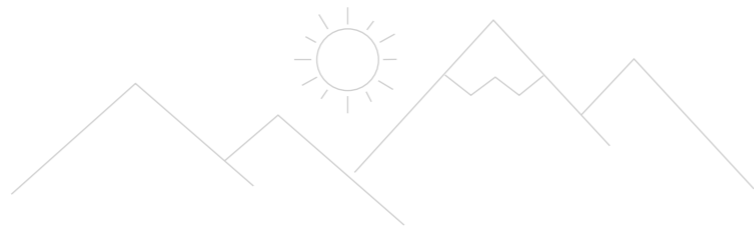
**8 ANSTENDIG ARBEID OG ØKONOMISK VEKST** **Anstendig arbeid.** Enhver arbeidsgiver – ikke minst virksomheter med globale leverandørkjeder – må jobbe for å sikre anstendig arbeid og økonomisk vekst. Dårlige arbeidsforhold kan gi økende antall streiker i en rekke produksjonsland. Millennials – fremtidige arbeidstakere – vil jobbe for de «gode».

**12 ANSVARLIG FORBRUK OG PRODUKSJON** **Ansvarlig forbruk og produksjon.** Forbruker, offentlig sektor og næringslivskunder blir stadig strengere i sine krav til ansvarlighet i produksjon av varene de kjøper. Det gjør det mer krevende å overleve for bedrifter som ikke klarer omstillingen.

**13 STOPPE KLIMAENDRINGENE** **Stoppe klimaendringene** – med ekstreme og stadig mer synlige konsekvenser av global oppvarming, bør alle virksomheter forstå sin rolle og jobbe målrettet for å redusere negativ påvirkning.

**17 SAMARBEID FOR Å NÅ MÅLENE** **Partnerskap for handling.** For å oppnå bærekraftsmålene må det inngås nye og globale partnerskap som inkluderer alle interessenter. Initiativ for etisk handel (IEH) er et godt eksempel på et flerpartsinitiativ der ulike parter går sammen om å finne løsninger og samarbeide om forbedringer for mennesker og miljø.

# Forpliktende partnerskap



Samarbeid er nøkkelen for å få til forbedringer, både i produsentland og her hjemme. Initiativ for etisk handel har en rekke samarbeidspartnere og inngår i flere nettverk.

Sammen med søsterorganisasjonene Dansk Initiativ for Etisk Handel (DIEH) i Danmark og Ethical Trading Initiative (ETI) i England utgjør Initiativ for handel i Norge et av verdens største nettverk på området, The Joint Ethical Trading Initiative (JETI). Partnerne samarbeider om prosjekter i flere land og ulike problemstillinger.

IEH er medlem av FN-initiativet Global Compact, som er et nettverk og et redskap for bedrifter som ønsker å jobbe med samfunnsansvar, og har samarbeidsavtaler med en rekke andre internasjonale aktører som Social Accountability International, Sedex og European Working Group on Ethical Public Procurement.

I Norge utgjør IEHs medlemsorganisasjon landets største nettverk av bedrifter, organisasjoner og offentlige virksomheter som jobber forpliktende og systematisk for å sikre bærekraftige leverandørkjeder. IEH samarbeider med norske miljøer som blant annet Transparency International, Direktoratet for Forvaltning og IKT (Difi) og Norges OECD-kontaktpunkt for ansvarlig næringsliv. Norad har vært en sentral støttespiller med finansiering av IEHs utviklingsarbeid og internasjonale prosjekter siden oppstarten i 2000.

## Internasjonalt samarbeid

### 163 medlemmer

Initiativ for etisk handel (IEH) er summen av alle våre medlemmer. Siden oppstarten i 2000 har vi hatt en sammenhengende vekst i antall medlemmer, og nå – ved lanseringen av denne rapporten – har vi totalt 163 medlemmer hvorav 114 bedrifter, 25 fra offentlig sektor, 24 organisasjoner. Vi samler næringsliv, offentlig sektor, fagbevegelsen, arbeidsgiverorganisasjoner, interesseorganisasjoner og sivilsamfunnet om felles innsats for bærekraftig utvikling.



### 500 milliarder

Bedriftene opererer i flere bransjer og er av ulik størrelse. Samlet omsetning for de 114 bedriftene er på 380 milliarder kroner, og innkjøp fra de 25 offentlig sektormedlemmene utgjorde 120 milliarder kroner. 54 prosent av bedriftene er representanter fra SMB-markedet (små og mellomstore bedrifter) og resten fra store virksomheter. Omfanget av verdiene de forvalter, totalt 500 milliarder kroner, viser hvilken mulighet IEH-fellesskapet har til å oppnå bærekraftmålene.

### 17 års erfaring

Våre medlemmer har forpliktet seg til å arbeide aktivt for å realisere IEHs formål ved å ha en forretningspraksis som støtter opp under menneskerettigheter, arbeidstakerrettigheter, utvikling og miljø. Gjennom kurs, seminar og forum arrangert av IEH, har medlemmene utviklet kompetanse på etisk handel og bygget nettverk og nye samarbeid. IEHs kompetansehevingstilbud tar sikte på praktisk implementering av arbeidet både i Norge og i leverandørkjeden, og er utviklet med over 17 års erfaring og samarbeid med medlemmene.



## Våre medlemmer:



## Initiativ for etisk handel (IEH)

Hausmanns gt. 19, 0182 Oslo  
Tlf: 21 09 04 90  
E-post: [info@etiskhandel.no](mailto:info@etiskhandel.no)  
[www.etiskhandel.no](http://www.etiskhandel.no)

Rapporten er utarbeidet av



Rapporten er finansiert av



## Spørsmål om bærekraft i leverandørkjeden



Har din virksomhet en strategi for egne innkjøp som ivaretar arbeids- og miljøforhold i leverandørkjeden – helt til produksjonsstedet?



Vet du om din virksomhet har kunnskap om arbeids- og miljøforhold i egne leverandørkjeder?



Har dere etablert indikatorer for å måle eget arbeid med arbeids- og miljøforhold i leverandørkjeden?

Dette er spørsmål du kan ta med inn i egen virksomhet. Initiativ for etisk handel (IEH) bistår medlemmer med hvordan det kan være hensiktsmessig å arbeide aktivt med spørsmålene over.