

Finansdepartementet  
Postboks 8008 Dep  
0030 OSLO



Saksbehandler:	Vår dato: 26.05.2006	Vår referanse: 2006/00181-02 652/LA	Deres dato: 24.04.2006	Deres referanse: 05/4721 Ø
----------------	-------------------------	---	---------------------------	-------------------------------

## Høringssvar – dugnad for bærekraftig utvikling

Forbrukerrådet takker for invitasjonen til å komme med et første innspill til en revidert nasjonal strategi for bærekraftig utvikling. Vi setter også stor pris på at regjeringen legger opp til en grundig og bred prosess med ønske om å involvere flest mulig andre aktører. Forbrukerrådet deltok aktivt i forrige runde og ønsker å bidra i minst like stor grad i denne runden. Bærekraftig utvikling er et begrep som favner vidt. Vår rolle er å gi innspill og påvirke den delen som handler om bærekraftig forbruk.

Forbrukerrådet er opptatt av at regjeringens politikk bør bidra til å legge forholdene mer til rette for at også forbrukerne kan ta det ansvaret vi har for en bærekraftig utvikling. Dette forutsetter blant annet at vi får til et samspill mellom myndigheter, næringsliv og andre slik at flere bærekraftige forbruksalternativer blir tilgjengelige, at vi får mer relevant informasjon om hva et bærekraftig forbruksmønster er og at vi finner fram til gode virkemidler. Vi tolker høringsnotatet dit hen at regjeringen er opptatt av å løfte fram temaet bærekraftig produksjon og forbruk og ser fram til videre dialog.

### Spørsmål 1 Handlingsplan vs strategi

Forbrukerrådet er ikke så opptatt av hvilken dokumentform man benytter seg av eller formulerer politikken i. Vi slutter oss til at det utarbeides en overordnet strategi under følgende forutsetninger:

- En overordnet strategi må følges opp med praktisk politikk. Dvs. at det knyttes konkrete og forpliktende tiltak til de sentrale målene.
- Meldingene må gjenfinnes i de årlige budsjettproposisjoner der det finnes penger, og inneholde konkrete resultatmål og tilhørende tiltak.
- Tiltakene må være gjennomførbare og målbare, enten på kort eller lang sikt.

En overordnet strategi kan bli uforpliktende og vi oppfordrer regjeringen til å diskutere hvordan dette kan unngås.

### Spørsmål 2 Sentrale mål

Det er positivt at Norge skal være et foregangsland innen miljøvern og bærekraftig utvikling. I den forbindelse mener Forbrukerrådet at et av de sentrale målene må være:

- Å legge til rette for en endring av forbruksmønstret i en mer bærekraftig retning

UTGIVER AV:



**Forbrukerrådet**  
The Consumer Council  
of Norway

Postadresse:  
P.b. 4594 Nydalen  
NO-0404 Oslo

Besøksadresse:  
Rolf Wickstrøms vei 15  
0486 Oslo

Org. nr.:  
NO 871 035 382 MVA

post@forbrukerradet.no  
forbrukerportalen.no

Publikumstelefon:  
815 58 200  
Sekretariatet,  
tlf.: 23 40 05 00

Det må innføres mål knyttet til våre handlinger slik at vi kan endre produksjons- og forbruksmønstre som har negative følger for miljøet. Dagens handlingsplan og indikatorsett fokuserer i for stor grad på miljøets og den nasjonale økonomiens tilstand og utvikling enn de handlinger som skal til for å endre retning.

Vi synes videre at det har vært for lite fokus på forbrukernes ansvar. Det bør understrekes at forbruk direkte og indirekte er årsak til store miljøproblemer og utgjør en trussel mot en bærekraftig utvikling. Samtidig ligger det store miljømessige gevinster i å få endret forbruket i positiv retning. Forbruk er således både årsak til miljøproblemer og nøkkel til løsning av problemene. Dette tilsier at forbrukernes ansvar vektlegges sterkt i den nasjonale handlingsplanen, både på individnivå og som gruppe, representert blant annet av Forbrukerrådet, se svar på spørsmål 6 nedenfor.

Den enkelte forbruker har videre et ansvar for å velge mindre miljøbelastende produkter og produkter med en mer etisk og bærekraftig forhistorie. Et viktig premis er imidlertid at forbrukerne får pålitelig kunnskap, gjennom for eksempel informasjon og produktmerking, til å foreta gode valg på en så enkel måte som mulig. Det er også en forutsetning at det foreligger tilgjengelige valgmuligheter og pålitelig informasjon for forbrukerne.

For å sikre åpenhet om produktene må norske importører offentliggjøre hvilke underleverandører de har i den 3. verden slik at det blir mulig å etterprøve hvem som har produsert varene og hvilke arbeidsforhold/betingelser de ansatte har.

Produsentene må få incentiver til å produsere mindre miljøbelastende produkter med en mer etisk og bærekraftig forhistorie. Dette dreier seg bl.a. både om hva produktene inneholder av helse- og miljøfarlige stoffer, hvordan de er produsert, men også at produktene har en kvalitet som gjør at levetiden øker. Her vil både økonomiske og administrative virkemidler være aktuelle.

Myndighetenes rolle som premissleverandør er helt sentral:

1. Sørge for kunnskap gjennom informasjon og stimulere til utvikling av gode, uavhengige og fungerende merkeordninger, som f.eks. Svanen/Blomsten og Debio
2. Økonomiske virkemidler, som f.eks. incentiver og avgifter ("forurenseren skal betale")
3. Lover og regler, eksempelvis plan- og bygingsloven, produktkontrollloven og REACH
4. Politiske føringer som legger til rette for bedre valgmuligheter for forbrukere på områder som f.eks. energibruk og transport
5. En vurdering av effekt i forhold til målet om bærekraftig utvikling og om forbrukerhensyn er ivarett bør være obligatorisk i alle kommende NOU'er

Bærekraft kan bety ulikt og kreve forskjellige sett av virkemidler på ulike markeder. Det å få folk til å bruke energi mer effektivt krever andre tiltak enn for eksempel de tiltakene som skal til for å stimulere folk til å bruke mer kollektive transportmidler. Tilsvarende kreves det andre tiltak som må til for å få flere klær og tekstiler med en mer etisk og bærekraftig forhistorie.

### Spørsmål 3 - Indikatorer

Forbrukerrådet anerkjenner det arbeidet som bl.a. Indikatorutvalget gjorde og er ikke uenig i at det foreliggende indikatorsettet brukes videre. Vi mener imidlertid at det bør utvides til å omfatte flere områder med noen nye indikatorer som inspirerer mer til endring av handlingsmønstre for hver enkelt av oss:

- Økologisk fotavtrykk – er en ny og spennende måleenhet for forbruket vårt, som kan brukes på ulike nivå (fra nasjon - og ned på individ). Metoden går ut på å omregne alle deler av forbruket til én enhet, slik at de ulike delene kan sammenliknes i én "valuta". Det økologiske fotavtrykket gir ett tall som visualiserer totalbelastningen av vårt forbruk. En sideeffekt ved måleenheten "økologiske fotavtrykk" er at den også er et

kommunikasjonsverktøy som kan brukes til å øke den enkelte forbrukers bevissthet knyttet til eget forbruk og livsstil. Et eksempel: Rapporten "Økologisk fotavtrykk for Oslo" viste at ca. 25% av maten ender direkte som avfall og at det viktigste tiltaket for å redusere det økologiske fotavtrykket ville være å redusere den maten som kastes med 50% (for mer om økologisk fotavtrykk se: <http://www.prosus.uio.no/hushold/fotavtrykk/index.htm>, "[European Common Indicators Project](#)" (ECIP) og ENSURE (European Network for Sustainable Urban and Regional Development).

- Andel miljømerkede produkter - indikatoren som omhandler helse- og miljøskadelige kjemikalier bør utvides. Denne indikatoren måler i dag kun omsetningen av husholdningskjemikalier, mens mye av den kjemikaliebelastningen vi utsetter miljøet og vår egen helse for kommer fra diffus spredning av stoffer fra faste, bearbejdede produkter – i stor grad importert til Norge. Vi har for få miljømerkede produkter på markedet, og det bør være et mål å øke denne andelen. Svanen og Blomsten setter strengere krav til kjemikalieinnhold enn regelverket, slik at en indikator som sier noe om andelen miljømerkede produkter også vil være en indikator for spredningen av helse- og miljøfarlige kjemikalier. Andel økologisk mat (Ø-merket) er også høyst relevant å ta med her. Tall på andeler av varesortimentet og antall merkede produkter som selges bør kunne skaffes fra handelen selv, miljømerke-organisasjoner eller evt. tilgjengelig statistikk AC Nielsen.

- Sosiale (etiske) indikatorer

Sosiale indikatorer med direkte betydning for bærekraftig utvikling synes vi er mangelfull slik den er i dag, når utgangspunktet for begrepet bærekraftig utvikling er de globale utfordringer knyttet til miljø og fattigdom. Her ligger det i dag én indikator om import fra afrikanske land, men vi ønsker en indikator som kan beskrive dagens sosiale forhold hos flere norske handelspartnere i den tredje verden og endringer over tid. Når det gjelder sosiale forhold og grunnleggende menneskelige rettigheter er forbedringspotensialet størst og mest kritisk hos våre handelspartnere i tredje verden.

Vi vil derfor foreslå en indikator som kan inspirere til å øke andelen "solidariske" produkter, f.eks. andel "fairtrade"-produkter på markedet (foreløpig under merkeordningen Max Havelaar i Norge).

#### Spørsmål 4 Kommunikasjon av behovet for en bærekraftig utvikling

Kommunikasjonen ut til enkeltforbrukere er grunnleggende viktig fordi det er de gjennom sine handlinger som kan bidra til endring i forbruket. Denne kommunikasjonen bør være handlingsretta, relativt enkel, vekke interesse, være holdningsskapende etc.

Vi forventer at myndighetene legger en overordnet plan for sin kommunikasjon om bærekraftig utvikling og har en tydelig stemme. Regjeringens kommunikasjon om bærekraftig utvikling må gjennomsyre alle politikkområder. Samtidig mener vi det er viktig at myndighetene kommuniserer indirekte gjennom opinionsdannere i sine miljøer. Her kan Forbrukerrådet spille en viktig rolle.

#### Spørsmål 5 Prosess videre

Når innspillene er bearbejdet og regjeringen har utarbejdet sitt første utkast til ny strategi, vil Forbrukerrådet foreslå at regjeringen inviterer alle sentrale aktører til en større konferanse for å diskutere utkastet. Basert på erfaringer er det viktig å involvere mange ulike aktører i denne prosessen.

Endring til et mer bærekraftig forbruksmønster vil som vi tidligere har påpekt kreve ulike tiltak og virkemidler på ulike markeder. Et konkret tiltak her kan være å opprette tiltaksgrupper som skal jobbe med effektmål og resultatmål på sine områder - samt operasjonalisere og sikre kvalitet på

indikatorsettet. Ansvar for de ulike tiltaksgruppene kan delegeres til direktorater med fagansvar for de relevante områdene. I forlengelsen av dette er det viktig at Finansdepartementet tar tydelig eierskap til prosessen gjennom en aktiv og koordinerende rolle - med krav til fremdrift og resultat i de ulike tiltaksgruppene.

### **Spørsmål 6 Andre aktørers bidrag**

Myndighetenes premisser er viktig. Men næringsliv og forbrukere må også endre sin adferd. "Forbrukerne" er mange enkeltindivider. Forbrukerrådet er interesseorganisasjonen for alle enkeltforbrukerne i Norge. Uten aktiv involvering av aktører på både tilbyder og etterspørersiden, vil myndighetens mål om en politikk for bærekraftig utvikling være vanskeligere å nå.

De offentlige virksomheter må gå foran som gode eksempler for en bærekraftig adferd. De fleste offentlige og private virksomheter kan trolig redusere sitt ressursbruk, det være seg energibruk produkter, tekstiler, mv. Staten og kommunene har dessuten også myndighet til å gjøre det enklere for kommunens innbyggere å være mer bærekraftig i sin livsstil gjennom gode kildesorteringsordninger, videreutvikling av kollektivtilbud etc. Og sist - men ikke minst - har staten mulighet til å fremme en bærekraftig adferd gjennom aktivt utøvende eierskap i norske bedrifter og virksomheter.

Å planlegge en politikk og gode strategier for en bærekraftig utvikling er en omfattende og utfordrende oppgave. Forbrukerrådet ønsker å bidra videre i prosessen med mer konkrete forslag til strategier og tiltak for å legge bedre til rette for at forbrukerne kan ta ansvar, bruke sin forbrukermakt og gjøre endringer i sitt forbruksmønster, og på den måten yte sitt bidrag.

Vi ser fram mot videre dialog og muligheter for medvirkning.

Med hilsen

for Forbrukerrådet

Audun Skeidsvoll  
avdelingsdirektør

Gro-Ellen Linnås  
underdirektør



ERROR: syntaxerror  
OFFENDING COMMAND: --nostringval--

STACK:

```
(Barekraftstartegi_endelig brev til Finansdep 260506)
/Title
()
/Subject
(D:20060806092536)
/ModDate
()
/Keywords
(PDFCreator Version 0.8.0)
/Creator
(D:20060806092536)
/CreationDate
(josing)
/Author
-mark-
```