



FAIR TRADE CENTER

EN RAPPORT OM

LEKSAKER

– SVÅRT ATT GÖRA ETISKA VAL I BUTIKEN

Innehåll

SAMMANFATTNING	4
BAKGRUND	6
SYFTE	6
AVGRÄNSNING	6
METOD	7
URVAL	7
MARKNADEN FÖR LEKSAKER GLOBALT	8
RISKFaktorER I TILLVERKNINGEN	8
RISKFaktorER I FALLET KINA	8
BRANSCHINITIATIV	9
DEN SVENSKA LEKSAKSMARKNADEN	10
ÅTTA AKTÖRER PÅ DEN SVENSKA MARKNADEN	11
TOP-TOY	11
BRIO	13
ICA	14
COOP	16
ÅHLÉNS	17
BARNENS HUS	19
LEKIA	20
LEKLUST	21
JÄMFÖRANDE TABELL ÖVER FÖRETAGENS ETIKARBETE	22
TIPS TILL DIG SOM KONSUMENT	24
SLUTSATSER	25
REKOMMENDATIONER	28
ORDFÖRKLARINGAR	29
KÄLLFÖRTECKNING	31
BILAGOR: FÖRETAGENS KOMMENTARER	32

© FAIR TRADE CENTER/SVERIGES KONSUMENTER. December 2009
Emma Hernborg

Fair Trade Center är en ideell förening som arbetar för en rättvis världshandel. Vi bevakar svenska företags handel med utvecklingsländer. Genom dialog, kampanjer och konsumentupplysning vill vi få företag att handla med respekt för människor och miljö.
www.fairtradecenter.se

Sveriges Konsumenter har inom projektet "Etisk konsumtion av leksaker" delfinansierat och medverkat i publiceringen av rapporten. Sveriges Konsumenter är en partipolitiskt obunden samarbetsorganisation med ett trettiotal medlemsorganisationer. Målet är ökad konsumentmakt och att beslutfattare alltid ska ha konsumenternas bästa för ögonen. Sveriges Konsumenter ger även ut tidningen Råd & Rön och bedriver med KonsumentCentrum konsumentvägledning för fem stadsdelar i Stockholms stad. www.sverigeskonsumenter.se

Denna rapport har finansierats med stöd från Sida. Sida har inte medverkat vid utformning av materialet och tar inte ställning till de synpunkter som framförs.

Sammanfattning

– leksaksföretagens arbete med etik och socialt ansvar

Försäljningen av leksaker i världen har ökat stadigt under det senaste decenniet. Vi ger våra barn nallar, leksaksbilar och dockor av kärlek och omtanke. I stark kontrast till detta dominerar leksakstillverkningen av unga kinesiska gästarbetare som arbetar långa dagar för låga löner. Fyra femtedelar av världens leksaker tillverkas i Kina. Flest fabriker har Guangdongprovinsen i söder, som drar till sig gästarbetare från hela Kina.

Sedan de första rapporterna om farlig arbetsmiljö i den asiatiska leksakstillverkningen kom i mitten av 1990-talet har arbetsvillkoren blivit betydligt bättre. Konsumentkampanjer, ökade statliga kontroller och agerande från leksaksindustrin har tillsammans lyckats åtgärda de allra värsta bristerna i arbetsmiljön.

Problemen med omfattande overtid och inskränkningar av grundläggande fackliga rättigheter har dock varit svårare att få bukt med. En undersökning av leksaksindustrin som organisationen SwedWatch genomförde i Guangdongprovinsen 2004, visade att arbetsvillkoren ofta var oacceptabla i fabriker som tillverkade leksaker för den svenska marknaden. SwedWatchs och andra organisationers dokumentation gav eko i media och fick återförsäljarna att vidta åtgärder. Många företag valde att arbeta med ökat etiskt ansvar genom ICTI CARE, industrins gemensamma uppföljningsprogram av sin uppförandekod, som påbörjades 2004.¹

Fair Trade Center har i denna rapport jämfört hur svenska leksaksföretag arbetar med socialt ansvar och etiska riktlinjer. Vi har vänt oss till åtta företag med frågor om deras arbete med etiskt och socialt ansvar i leverantörskedjan. Sex företag, alla utom Top-toy och Leklust, har svarat på frågorna. Top-toy anger tidsbrist som skäl för att inte svara, medan Leklust hävdar att frågorna inte är relevanta eftersom de inte bedriver någon egen import.²

När det gäller etiskt och socialt ansvarstagande kan de granskade företagen delas upp i två grupper. Brio, Ica, Coop, Top-toy och Åhléns har alla antagit en uppförandekod och har ett kontrollsystem för att se till att de etiska riktlinjerna efterlevs. Tittar man närmare på de olika uppförandekoderna skiljer de sig dock åt. Alla är inte lika ambitiösa och detaljerade. Top-toys uppförandekod innehåller inget om rätten att organisera sig och rätten att förhandla kollektivt, grundläggande rättigheter enligt International Labour Organization (ILO), FN:s organ för arbetslivsfrågor. Top-toys kod har inte reviderats sedan 1999 och är därmed den sämst

1. Se även avsnittet Ordförklaringar i slutet av rapporten, som närmare förklarar branschspecifika begrepp och förkortningar.

2. Lekia och Barnens hus har inte heller någon egen import, men har deltagit i granskningen och tillhandahållit de uppgifter Fair Trade Center begärt.

uppdaterade i denna granskning.³ Brio använder sig av branschorganisationen ICTIs kod, som saknar krav på lika lön för män och kvinnor och endast har vaga skrivningar om föreningsfriheten, organisationsrätten och rätten att förhandla kollektivt.

Såväl Brio, som Ica, Coop och Åhléns har på senare år minskat antalet leverantörer och arbetat mer systematiskt med kontroller och uppföljningar. Brio, Ica och Coop har dessutom kompletterat sina kontroller med CSR-utbildning för sina leverantörers chefer.

Som kund hos Brio, Ica, Coop och Åhléns kan man lätt hitta information på deras respektive hemsidor och i kundtidningar om vilka krav företaget ställer i produktionen av sina varor. Hos Top-toy, som driver butikskedjorna BR-leksaker och Toys R Us, är det värre. Där får man leta riktigt länge innan man hittar företagets uppförandekod. Varken på BR-leksakers eller Toys R Us webbplatser finns någon information om etik eller miljö över huvud taget, vilket är uppseendeväckande med tanke på Top-toys ställning som Nordens största leksaksföretag.

I den andra gruppen återfinns butikskedjorna Barnens hus, Lekia och Leklust. De har vare sig uppförandekod eller etiska riktlinjer. Barnens hus hänvisar endast till FN:s barnkonvention och har formuleringar om förbud mot barnarbete i sina avtal med leverantörer.⁴ Lekia skriver i alla sina avtal att "Lekia fäster stor vikt vid varans ursprung och de arbetsmässiga och miljömässiga villkor som tillverkningen sker under", men företaget ställer inga krav.⁵ Lekia specificerar inte heller vad som menas med "arbetsmässiga och miljömässiga villkor" och man har ingen skrivning om vare sig minimilön, arbetstider eller förbud mot barnarbete. Varken Leklust, Lekia eller Barnens hus har någon information på sin webbplats om vilka sociala/etiska/miljömässiga krav som de ställer på sina leverantörer. Leklust meddelar via mejl att de endast handlar av "leverantörer som försäkrat att de följer de lagar och bestämmelser som skall följas". Vilka dessa lagar och bestämmelser är framgår dock inte.

Enligt föreningen Rättvisemärkt finns det än så länge inga internationella Fairtrade-kriterier för leksaker.⁶ Fotbollar är det närmaste man kommer leksaker. Av de granskade företagen är det endast Ica och Coop som hittills har tagit in fotbollar certifierade av Rättvisemärkt i sitt sortiment.

Inget av företagen i denna rapport kräver att leverantörerna betalar arbetarna levnadslön istället för minimilön. De kräver endast minimilön, trots att de lagstadgade minimilönerna i många låglöneländer är mycket svåra att försörja sig på.

Fair Trade Center och Sveriges Konsumenter rekommenderar samtliga företag att arbeta mer med kapacitetsstärkande åtgärder. Idag förlitar sig företagen alltför mycket på kontroller, trots att dessa fått kritik för att inte leda till några konkreta förbättringar. I de fall företagen anordnar utbildningar riktar sig dessa nästan uteslutande till ledningen hos leverantörerna. Metoder som kan komplettera dagens kontroller är ökad dialog med leverantörerna kring inköpsvillkor, flerpartssamarbeten och arbetarutbildningar där uppförandekoden diskuteras. Flera av de granskade företagen kan även bli bättre på att berätta för oss konsumenter hur de tar sitt etiska ansvar. Idag är det svårt att göra etiska val i butiken när vi köper presenter till barn och barnbarn.

3. Den 24 november 2009, efter denna rapportens färdigställande, meddelade Top-toy att en uppdaterad uppförandekod ska tas i bruk i december 2009. I den nya koden finns, till skillnad från i den nuvarande, skrivningar om att föreningsfrihet och arbetstagarrepresentation ska följa lokal lagstiftning. Koden hänvisar dock inte till ILO:s kärnkonventioner nr 87 och 98. Ej heller nämns något om den kollektiva förhandlingsrätten. Mejl från Veronique Brigitte Bagge, HR & Communication på Top-toy i Hong Kong, 2009-11-24.

4. Intervju med Rolf Ericsson, vd för Rexus som äger Barnens hus, 2009-09-07

5. Intervju med Thomas Axell, kedjeledare Lekia, 2009-10-06

6. Mejl från Ola Höjden, Rättvisemärkt, 2009-10-13

Bakgrund

I denna rapport granskas åtta av de största aktörerna på den svenska leksaksmarknaden: Top-toy (som driver BR-leksaker och Toys R Us), Brio, Ica, Coop, Åhléns, Barnens hus, Lekia och Leklust. Samtliga företag säljer leksaker på den svenska marknaden direkt till konsument, förutom Brio som säljer till kedjor och grossister. Tillsammans står dessa företag för mer än hälften av all försäljning av leksaker i Sverige.

När Fair Trade Center senast granskade den svenska leksaksbranschen, tillsammans med SwedWatch 2004, upptäcktes stora brister i leksaksföretagens etiska arbete.⁷ Trots de svenska företagens uppförandekoder och kontrollsystem bröt deras kinesiska leverantörer mot internationella arbetsrättskonventioner. På vissa fabriker var arbetsdagarna 14 timmar långa. På mer än hälften av fabriker uppgav de anställda att de arbetade sju dagar i veckan under högsäsong och endast fyra av de nio undersökta leverantörerna garanterade arbetarna minimilön.

SYFTE

Syftet är att undersöka och jämföra vilka etiska krav som de största aktörerna på den svenska leksaksmarknaden ställer i produktionen av de leksaker som de säljer i sina butiker. Fokus ligger på hur företagen arbetar med att säkerställa att arbetarnas villkor och arbetsmiljö följer lagar och internationella konventioner. I rapporten analyserar vi hur långt företagen kommit och formulerar rekommendationer för deras fortsatta arbete. Ytterst är syftet att uppmanra företagen att ta sitt etiska ansvar för produktionen och stärka de mänskliga rättigheterna för dem som tillverkar de leksaker som säljs i Sverige.

AVGRÄNSNING

Några fabriks- eller leverantörsbesök har inte gjorts i denna granskning. Det har däremot gjorts, genom intervjuer med fabriksledning och anställda, i SwedWatches rapport "Reviewing Santa's Workshop". Den publiceras samtidigt och kompletterar denna.⁸

Vår granskning behandlar i första hand företagens arbete och strategier när det gäller etiskt ansvar för arbetsvillkoren i produktionskedjan, samt hur de kommunicerar detta till konsumenterna. Företagens arbete med miljö- och klimathänsyn tar vi i denna rapport endast upp i mycket begränsad omfattning.

7. "Billig, snabb och lydig", SwedWatch, 2004.

8. "Reviewing Santa's workshop", SwedWatch 2009, www.swedwatch.org/swedwatch/rapporter

METOD

Materialet har samlats in i första hand genom intervjuer med ansvariga för etik och socialt ansvar på respektive företag.⁹ Utöver det har vi granskat företagets årsredovisningar, policydokument, miljö- och hållbarhetsredovisningar¹⁰, kundtidningar, varukataloger och webbsidor. I det fall företagen har en kundkontakt/kundservice har denna använts för att ställa kompletterande frågor. Försäljningsstatistik och branschdata har vi hämtat från Handels Utredningsinstitut (HUI) och Statistiska centralbyrån (SCB), samt branschorgan som Swedish Toy Association (Swetoy) och Sveriges Leksakshandlares Riksförbund.

Företagen har intervjuats om hur de arbetar för att begränsa och hantera risker inom produktionen av leksaker i låglöneländer.¹¹ Några av företagen, Ica, Coop och Åhléns, säljer även andra produkter. I denna rapport undersöker vi dock enbart varugruppen leksaker.

Samtliga företag har fått ta del av resultaten före publicering för faktagranskning, samt givits tillfälle att skriftligt kommentera rapportens slutsatser. Dessa kommentarer återfinns som bilagor sist i rapporten.

URVAL

Åtta företag ingår i granskningen. Dessa har valts för att de ingår bland de största försäljarna av leksaker i Sverige. Fem av företagen, (Top-toy, Brio, Åhléns, Coop och Ica), har inkluderats eftersom SwedWatch hösten 2009 genomfört en granskning av arbetsförhållandena hos dessa företags leverantörer i Kina. Resterande tre företag, (Barnens hus, Lekia och Leklust), har valts eftersom de ingick i 2004 års granskning, då Fair Trade Center senast undersökte den svenska leksaksbranschen.¹² Därmed är det intressant att jämföra resultaten och se vilka förändringar som skett efter fem år.

9. Inom näringslivet används ofta termen Corporate Social Responsibility (CSR). I denna rapport används dock löpande benämningen etiskt/socialt ansvar.

10. En stor majoritet, 83 %, av svenska börsnoterade och statliga bolag har någon form av hållbarhetsinformation i årsredovisningen eller i separata hållbarhetsredovisningar: www.pwc.com/se/sv/pressrum/ncpressrelease1576.jhtml

11. Då Leklust och Top-toy inte kunnat intervjuas har information om dessa företag hämtats från årsredovisningar, hemsidor och artiklar.

12. Fair Trade Centers Etikbarometer gjorde 2004 en granskning av åtta svenska leksaksföretags etiska arbete: <http://www.fairtradecenter.se/etikbarometern/?category=19>

Marknaden för leksaker globalt

Försäljningen av leksaker i världen har ökat stadigt det senaste decenniet. Under 2008 köptes leksaker för totalt 498 miljarder kronor. Det var en ökning med 5,3 procent jämfört med året innan.¹³

RISKFaktorER I Tillverkningen

De europeiska leksaksföretagen köper mer än 90 procent av sina leksaker från asiatiska länder, främst på grund av den billiga arbetskraften. Fattiga arbetare från landsbygden har ofta inget annat val än att söka sig till städerna för att hitta jobb.

De första rapporterna om farlig arbetsmiljö i leksakstillverkning nådde Europa i mitten av 1990-talet, efter två allvarliga fabriksbränder i Kina och Thailand. En internationell leksakskampanj organiserades och leksaksindustrins branschorganisation International Council of Toy Industries (ICTI) svarade med att anta gemensamma etiska regler. 2002 hade dessa riktlinjer kompletterats ytterligare och ICTI antog uppförandekoden ”ICTI Code of Business Practices”.¹⁴ Genom omfattande åtgärder från industrin och fler statliga kontroller lyckades man få bort de allra värsta arbetsmiljöerna i leksakstillverkningen i slutet av 1990-talet.

Dock började ett antal andra problem att uppmärksammas, som till exempel omfattande övertid och inskränkningar mot grundläggande fackliga rättigheter. En undersökning av leksaksindustrin som SwedWatch genomförde i Guangdong 2004, visade att arbetsvillkoren ofta var oacceptabla i fabriker som tillverkade leksaker för den svenska marknaden.¹⁵ SwedWatches och andra organisationers dokumentation skapade stor uppmärksamhet i media och fick återförsäljarna att vidta åtgärder. Många

företag valde att, utöver sina egna etiska riktlinjer, arbeta med ökat socialt ansvar genom ICTI CARE, industrins gemensamma uppföljning av sin uppförandekod, som påbörjades 2004.¹⁶

RISKFaktorER I Fallet Kina

Ungefär 80 procent av världens leksaker tillverkas i Kina. Produktionsvillkoren är ofta hårda med långa arbetsdagar, farlig arbetsmiljö och låga löner. Många studier beskriver Kina som ett högriskland när det gäller arbetsvillkor och kränkningar av mänskliga rättigheter i arbetslivet.¹⁷ Detta medför ett ansvar för företag att ställa krav på hur de leksaker de säljer till svenska konsumenter har tillverkats och att företagen arbetar för att dessa krav efterlevs.

De vanligaste problemen inom exportindustrin i Kina är löner som inte går att leva på¹⁸, olagligt hög och ibland tvingande övertid, avsaknad av rätten att organisera sig fackligt och hälsovådlig arbetsmiljö.¹⁹ I Kina är många anställda vid fabriker inom tillverkningsindustrin gästarbetare som reser till exportzoner och regioner med hög koncentration av tillverkning, bland andra Guangdongprovinsen i södra Kina. Gästarbetare är en extra utsatt grupp på arbetsmarknaden som får de lägst betalda jobben, ofta är dåligt informerade om sina rättigheter och anställs under osäkra villkor. SwedWatch bekräftar i sin rapport, efter att ha granskat de aktuella förhållandena

13. http://www.leksakshandlarna.se/nyheter_vis_a.php?id=417

14. <http://www.toy-icti.org/info/codeofbusinesspractices.html>

15. ”Billig, snabb och lydig”, SwedWatch, 2004.

16. För mer detaljerad information om ICTI CARE och bristerna med dess nuvarande utformning hänvisas till SwedWatches rapport ”Reviewing Santa’s workshop”, kapitel 2.2 och 5.

17. Fair Wear Foundation, Risk assessment study of Central and Eastern European Countries, 2006.

18. Läs mer om levnadslön i rapporten Socialt ansvar i leverantörsledet – problem, lösningar och vägar framåt, sidan 16-18, Fair Trade Center, 2008.

19. SOMO and SwedWatch, Silenced to Deliver: Mobile phone manufacturing in China and the Philippines, 2008.

LEVNADSLÖN – MINIMILÖN

Minimilönen i Kina sätts av de lokala myndigheterna och skiljer sig åt mellan olika regioner. Undersökningar av lokala arbetsrättsorganisationer visar att dessa minimilöner endast täcker drygt hälften av en familjs utgifter. En levnadslön ska täcka kostnaderna för mat, husrum, kläder, sjukvård, skolgång samt något sparande. Levnadslönen i Shenzhen i Guangdong beräknas till 1 600 RMB (ungefär lika mycket i SEK), medan minimilönen är 900–1 000 RMB. Detta gör att gästarbetarna oftast inte har råd att hyra rum utanför de sovsalar som erbjuds och att de behöver arbeta mycket övertid för att få ihop en rimlig lön. Lönerna i de undersökta fabriker är omkring 1 000–2 000 RMB per månad inklusive övertid. Minimilönerna varierar mellan omkring 700 och 900 RMB beroende på var fabriken ligger. Under lågsäsong får de anställda oftast inte mer än minimilönerna.

Källa: Stitching a Decent Wage across Borders: the Asia Floor Wage Proposal 2009, Clean Clothes Campaign and the Asia Floor Wage Campaign, Oktober 2009, www.cleanclothes.org.

på plats i Guangdong sommaren 2009, att detta gäller även för leksaksbranschen.²⁰

Det finns idag några få företag som använder sig av levnadslön i sina avtal. Inom textilsektorn beräknas lönekostnaderna utgöra 0,5-3 procent av den totala produktionskostnaden. En för arbetarna betydelsefull löneökning skulle därmed ge en relativt liten ökning av produktionskostnaderna.²¹

BRANSCHINITIATIV

International Council of Toy Industries (ICTI) är den internationella branschorganisationen för leksaksproducenter. ICTI utfärdar certifikat till leksaksleverantörer enligt ett speciellt program. Certifikaten måste sedan förnyas varje år. För att minimera kränkningar av de mänskliga rättigheterna i produktionen startades ICTI CARE Process 2004.²² Syftet är att stärka branschens egen kontroll av leverantörskedjan, med målet att alla ICTI-certifierade fabriker ska leva upp till ICTIs uppförandekod.²³ Det svenska branschorganet Swedish Toy Association (Swetoy) är medlem i ICTI och kräver i sin tur av sina svenska medlemsföretag att dessa endast handlar från ICTI-certifierade leverantörer. Medlemmar i Swetoy är både tillverkare, grossister, importörer och återförsäljare.²⁴ Av de åtta företag som granskas i denna studie är dock endast

Brio medlem i Swetoy.

ICTIs kontroller görs av revisionsfirmor. ICTI certifierar revisionsföretag som i sin tur gör kontroller och godkänner leksaksfabriker enligt ICTIs kod. Flera internationella organisationer inom civilsamhället är kritiska till att ICTIs kod är vag när det gäller rätten till facklig organisering, att arbetarnas medverkan i systemet är bristande och att inköpande europeiska företag inte förväntas dela kostnaderna för införandet av koden med leverantörerna.²⁵

Ett annat branschinitiativ som används av vissa leksaksföretag är Business Social Compliance Initiative. BSCI är en europeisk sammanslutning av företag som arbetar för att säkerställa att medlemsföretagens leverantörer lever upp till den gemensamma uppförandekoden. Att företag tillsammans försöker lösa problem och dra nytta av varandras erfarenheter är positivt. Trots detta finns det en rad problem med hur BSCI fungerar.²⁶ En del i kritiken är att BSCI inte involverar andra intressenter än företag. Varken fackföreningar eller det civila samhällets organisationer finns representerade i BSCI. Därför betraktar inte Fair Trade Center de kontroller som görs av BSCI för oberoende, även om de utförs av en revisionsfirma.

20. "Reviewing Santa's Workshop", SwedWatch 2009, www.swedwatch.org/swedwatch/rapporter

21. Läs mer om begreppsdefinitioner, samt erfarenheter och praxis av levnadslöner i rapporten "Syr kläder för småpengar – varför levnadslön måste ersätta minimilön i klädindustrin". Framtiden i våre hender, 2009.

22. CARE står för Caring, Awareness, Responsible, Ethical.

23. www.icti-care.org - ICTIs etiska program för tillverkningen av leksaker

24. För samtliga medlemmar, se: www.swetoy.se/home/page.asp?sid=79&mid=2&CatId=462

25. SACOM och Stop-toying around, "Exploitations of Toy Factory Workers at the bottom of Global Supply Chain", s. 7ff. Perry Leung and Debby Chan, sept 2009. Draft skickat till Fair Trade Center 2009-10-05.

26. Se rapport från Clean Clothes Campaign, The Business Social Compliance Initiative (BSCI): A Critical Perspective: www.cleanclothes.org/documents/05-05obsci_paper.pdf

Den svenska leksakermarknaden

I Sverige har leksaksförsäljningen minskat något det senaste året, men vi köpte trots detta leksaker för ca 4,6 miljarder kronor under 2008.²⁷ Det betyder att varje familj konsumerade leksaker för cirka 2 000 kronor i snitt.

En stor del av försäljningen, 30-40 procent, sker under julhandeln, vilket gör leksakshandeln till en väldigt säsongsbetonad bransch. Högsäsongen för leksakstillverkarna är därför koncentrerad till perioden juni-september, då fabriker gör julklappar till kunder i Europa och USA.

Av de leksaker som importerades till Europa under 2007 var över 97 procent från Asien, där Kina och Hong Kong stod för hela 93 procent tillsammans.²⁹ Här i Sverige, precis som i resten av världen, dominerar de kinesisktillverkade leksakerna. Det senaste decenniet har det gått bra för de svenska leksaksåterförsäljarna. Under 1997 omsatte branschen 2,2 miljarder kronor, år 2003 hade den siffran stigit till 3,6 miljarder.³⁰ För att fem år senare alltså vara uppe i 4,6 miljarder kronor.

Leksakshandeln är komplicerad, för varje märke som säljs hos en leksakshandlare kan kontrollen vara olika. Samtidigt kan leksaker från stora internationella märken som Lego, Disney och Barbie tillverkas under liknande förutsättningar, ibland till och med i samma

fabriker. Leksaker från dessa varumärken säljs sedan på en mängd olika försäljningsställen. Det kan vara för konsumenterna välkända kedjor, som BR-leksaker eller Toys R Us, eller på den lokala Ica-butiken eller en bensinmack utmed motorvägen. De större leksaksförsäljarna köper ofta direkt från egna leverantörer i Kina, medan mindre aktörer på marknaden köper det mesta av sina varor från svenska eller europeiska grossister.

I Sverige är BR-leksaker och Toys R Us, som båda drivs av danska Top-toy, störst bland detaljhandelskedjorna med drygt 30 procent av den svenska marknaden.³¹ Leksaksföretaget Barnens hus har cirka 7 procent av marknaden och därefter kommer Brio, Ica, Lekia och Leklust, som alla har cirka 5-6 procent vardera. Minst i denna granskning är Coop och Åhléns med cirka 2-3 procent av leksaksmarknaden. Svenska märkesleverantörer är exempelvis Micki Leksaker, Egemont Kärrnan och Brio. Bland grossisterna återfinns både stora och små aktörer, såsom Eber Toys, Leksam och Brios Scanditoy.³²

27. Uppgift från Handelns Utredningsinstitut 2009-08-17.

28. Svensk Handels Julrapport 2008: <http://www.svenskhandel.se/Documents/Rapporter/Julhandelsrapport%202008.pdf?epslanguage=sv> samt statistik från Leksakshandlarnas riksförbund: http://www.leksakshandlarna.se/nyheter_vis_a.php?id=243

29. <http://www.tietoy.org/spaw2/uploads/files/TIE%20Facts%20&%20Figures%202008.pdf>

30. <http://sydsvenskan.se/ekonomi/article80277/Leksaksbranschen-omsatter-fyra-miljarder.html>

31. Top-toys andel av den svenska leksaksmarknaden är 33 procent enligt marknadsundersökningsföretaget

GfK. Mejli från GfK 2009-10-14.

32. För mer information om arbetsvillkoren på de fabriker som tillverkar leksaker åt Top-toy, Brio, Ica, Coop och Åhléns, se SwedWatchs rapport "Reviewing Santa's Workshop", kapitel 3. www.swedwatch.org/swedwatch/rapporter

Åtta aktörer på den svenska marknaden

TOP-TOY

ÄGARSTRUKTUR: Top-toy grundades 1963 i Danmark av familjen Gjoerup. Top-toy driver bolagen BR-leksaker, Toys R Us (genom franchiseavtal i Norden) och Top-toy (Hong Kong) Ltd.

ANDEL AV DEN SVENSKA LEKSAKSMARKNADEN 2008: 33 %.

ANTAL LEVERANTÖRER: 286 stycken under 2009.

VIKTIGASTE PRODUKTIONSLÄNDER: Kina.

ANSVARIG FÖR CSR-FRÅGOR: Veronique Brigitte Bagge, Top-toy (Hong Kong) Ltd.

Danskägda Top-toy är den största aktören på såväl den svenska som den nordiska leksaksmarknaden. Bolaget driver butikskedjan BR-leksaker i Sverige, Danmark, Norge, Finland och Tyskland, samt Toys R Us på franchisebasis i Sverige, Danmark, Norge, Finland och Island. Räkenskapsåret 2007/08 omsatte Top-toy nästan 4 miljarder kronor och hade 2 600 anställda.³³

Bolaget fortsätter att växa. I juni 2009 offentliggjorde Top-toy sitt köp av leksaksdistributören K.E. Mathiasen/Leksam AB.³⁴ Med detta köp, som först var föremål för en utredning av Konkurrensverket, blev Top-toys dominans på den nordiska leksaksmarknaden än större både i försäljnings- och distributionsledet.³⁵

Top-toy har på grund av tidsbrist nekat Fair

Trade Center en intervju och trots upprepade påstötningar endast svarat på enstaka frågor per mejl. Informationen i denna rapport är därför baserad i huvudsak på information hämtad från Top-toys webbplats och andra offentliga källor. Precis som med övriga företag i studien har Top-toy fått ta del av resultaten före publicering för faktagranskning.

Top-toy har sedan 1999 en uppförandekod.³⁶ Där regleras detaljer kring skyddsutrustning, brandsäkerhet, ventilation och minimilön med mera. Koden innehåller även skrivningar om att all övertid ska vara frivillig, samt förbud mot barnarbete, tvångsarbete och diskriminering. Dock står det inget om föreningsfrihet, rätten att förhandla kollektivt eller organisationsrätten. Ingenstans refereras heller till ILO:s kärnkonventioner.³⁷

33. Top-toys webbplats 2009-08-14, www2.top-toy.com/Service?SuccTPL=TTtoptoyGroupTPL&lang=E

34. Pressmeddelande från Top Toy "TOP-TOY Holding övertar K.E. Mathiasen/Leksam AB per 1 juli 2009", <http://www2.top-toy.com/media/VEJLED/562971.pdf>

35. Tidskriften Market nr 34-35, "Leksaksjätten tar över hela spelplanen", 19 augusti 2009, Kalle Östgren.

36. Top-toys webbplats 2009-09-24: www.top-toy.com.hk/coc.html. Koden finns på både engelska och kinesiska.

37. Den 24 november 2009, efter denna rapportens färdigställande, skickade Top-toy oss helt ny information. Nämligen en version av sin reviderade uppförandekod (daterad "21 juli 2009"), som enligt Top-toy ska tas i bruk i december 2009. I den nya koden finns, till skillnad från i den nuvarande, skrivningar om att föreningsfrihet och arbetstagarrepresentation ska följa lokal lagstiftning. Koden hänvisar dock inte till ILO:s kärnkonventioner nr 87 och 98. Ej heller nämns något om den kollektiva förhandlingsrätten. Mejl från Veronique Brigitte Bagge, HR & Communication på Top-toy i Hong Kong, 2009-11-24.

Enligt Top-toys webbplats ska alla nya leverantörer inspekteras innan man börjar handla av dem. Top-toy stödjer de internationella riktlinjerna utfärdade av ICTI och betonar att leverantörerna ”måste förstå och acceptera” Top-toys krav innan ett samarbete påbörjas.³⁸ I dagsläget är 77 procent av företagets leverantörer ICTI-certifierade.³⁹

Top-toy skriver i sin uppförandekod att de kontrollerar att leverantörerna följer de regler som formuleras i densamma. Leverantörerna är skyldiga att visa upp all relevant dokumentation som Top-toy behöver för att försäkra att uppförandekoden efterlevs. Top-toy har rätt att när som helst göra inspektioner hos sina leverantörer, inklusive oannonserade diton. I uppförandekoden stadgas att Top-toy har rätt att intervjua anställda när som helst under sina inspektioner. Enligt Top-toys webbplats ska Top-toys uppförandekod vara tillgänglig för all personal, på lokalspråket.

Enligt webbsidan har Top-toy en leverantörsmanual, med ytterligare krav, utöver de som företaget ställer i sin uppförandekod. Vilka dessa krav är framgår dock inte. Om företaget har någon miljöpolicy eller årlig hållbarhetsredovisning framgår inte heller i den webbaserade informationen.

Enligt Top-toy själva har de i mer än tio år har gjort stora investeringar i sitt CSR-arbete, vilket enligt dem placerat Top-toy ”i främsta ledet” på den nordiska leksaksmarknaden.⁴⁰ Enligt Top-toys vd Lars Gjoerup har företaget sedan 2004/05 satsat ytterligare resurser på CSR och fördubblat den personalstyrka som arbetar med kontroller och uppföljning. Top-toy anställde i september 2009 en person i Sverige och en i Danmark för att arbeta med dessa frågor. Därutöver tillsattes en ”Group

Sustainability Manager for CSR” i Top-toys ledning i juli 2009.⁴¹

Top-toys nuvarande uppförandekod går att ladda ner på deras webbplats, men den är svår att hitta och hänger inte ihop med den övriga informationen om företagets etiska riktlinjer.⁴²

På BR-leksakers och Toys R Us sidor finns ingen information om företagets arbete kring etiskt och socialt ansvarstagande.⁴³

FAIR TRADE CENTERS KOMMENTAR:

För att vara Nordens marknadsledande leksaksföretag är det anmärkningsvärt att Top-toy endast tillhandahåller begränsad information om hur deras kontrollsystem ser ut. Fair Trade Center rekommenderar Top-toy att bli ett mer transparent företag, med tydlig information till konsumenterna om hur de arbetar med etiskt och socialt ansvar. Som totalt dominerande i Norden har de en viktig roll och kan gå före och visa vägen för andra mindre företag. Top-toy är också det enda företag som har en uppförandekod som i dagsläget inte nämner föreningsfriheten, rätten att förhandla kollektivt eller organisationsrätten. Top-toy bör därför, i sin planerade uppdatering av sin uppförandekod, se till att den hänvisar till samtliga ILO:s kärnkonventioner. Top-toy rekommenderas även att lägga ut information om företagets miljö- och etikarbete på sina butikskedjors webbplatser, så att BR-leksakers och Toys R Us kunder kan ta reda på under vilka förhållanden leksakerna produceras.

38. Top-toys webbplats, 2009-10-07: www2.top-toy.com/Service?SuccTPL=TTtoptoyQualityTPL&lang=S

39. Mejl från Veronique Brigitte Bagge, HR & Communication på Top-toy i Hong Kong, 2009-11-24.

40. Mejl från Lars Gjoerup, vd Top-toy, 2009-10-10 samt 2009-11-10.

41. Ibid.

42. Se exempelvis <http://www2.top-toy.com/Service?SuccTPL=TTtoptoyQualityTPL&lang=S> där länk till uppförandekoden saknas.

43. Top-toy kommenterar detta med att deras webbplatser är under revidering och att detta är en av de frågor som ska kommuniceras tydligare på BR-leksakers och Toys R Us webbsidor framöver. Mejl från Veronique Brigitte Bagge, HR & Communication på Top-toy i Hong Kong, 2009-11-10.

ÄGARSTRUKTUR: Brio grundades 1884 och är idag en internationell koncern med varumärkena BRIO, Alga, Simo och Carena.⁴⁴ I koncernen ingår också Scanditoy, en omfattande distributörsverksamhet för leksaker i Norden. Sedan 1 januari 2009 är koncernen uppdelad i två divisioner; BRIO Toy och BRIO Baby. Därutöver finns franchiseverksamheten BRIO Partner som verkar som ett fristående dotterföretag i koncernen, i Norge. Koncernen är representerad i ett 50-tal länder och noterad på Nordic Growth Market i Stockholm. Huvudägare är Proventus AB.⁴⁵

ANDEL AV DEN SVENSKA LEKSAKSMARKNADEN 2008: 7 %.

ANTAL LEVERANTÖRER: 145 stycken totalt, varav fyra tillverkar varor under BRIO-varumärket.

VIKTIGASTE PRODUKTIONSLÄNDER: Kina.

ANSVARIG FÖR CSR-FRÅGOR: Thomas Lassen, CSR-ansvarig i koncernledningen, Göran Kullberg, sakkunnig i CSR-frågor och Peter Nilsson, projektledare för CSR-arbetet.

Företrädare för Brio har aktivt stöttat utvecklingen av leksaksbranschens egen standard ICTI CARE Process. Brio antog år 2005 ICTIs uppförandekod som sin och har som målsättning att samtliga leverantörer ska vara ICTI-certifierade senast år 2010.⁴⁶ Idag sker ca 80 procent av inköpen från ICTI-certifierade leverantörer.

Enligt Brio är socialt ansvarstagande av högsta prioritet. Brio vill stå för kvalitet och hållbar produktion och har nyligen anställt en person som övergripande ansvarig för företagets kontrollarbete. Brio har de senaste åren stärkt sin organisation i Kina, bland annat med egna kontrollanter. Dessutom har företaget nyligen rekryterat en projektledare inom CSR som bland annat ska arbeta med utbildningar.⁴⁷

Brio har totalt 145 leverantörer, varav fyra stycken tillverkar leksaker under BRIO-varumärket. Hos de sistnämnda har CSR-frågorna högre prioritet. Dessa leverantörer kontrolleras oftare och alla är idag ICTI-certifierade. Utöver ICTIs årliga kontroller, som görs av revisionsfirmor, besöks dessa leverantörer av Brios egen personal minst en gång per år. Det innebär att det minst sker en revision var sjätte månad antingen av Brio själva, externa revisionsföretag eller av ICTI.

Brios uppförandekod och kontroller

omfattar endast deras leverantörer. Underleverantörer omfattas inte, men Brio berättar att denna del nu ska ses över. Leksakshandeln är en säsongsbetonad bransch, med den största arbetstoppen för tillverkarna under sommaren medan handels högsäsong ligger under hösten och vintern. Brio menar att man utöver kontroller därför också måste arbeta mer med planering, utbildning och dialog. Under 2005 och 2006 genomförde Brio en serie utbildningar för ledningen hos några av sina leverantörer. För att motivera fler att genomgå utbildningen kompengade Brio de som deltog för utebliven arbetsinkomst.

Den absoluta majoriteten av leverantörerna finns i Kina. Brio arbetar med en "Supplier's manual" som samtliga leverantörer måste skriva på innan avtal ingås. Huruvida också arbetarna informeras om Brios etiska och sociala krav kan företaget inte fullt ut garantera. De lämnar endast sin Supplier's manual till fabriksledningen, men tillägger att "Brios kontrollanter har en direkt dialog med arbetarna under sina besök".⁴⁸

På miljöområdet har Brio en policy som just nu är under revidering. Samtidigt ska företaget se över formerna för hur den ska följas upp. På vissa produkter har företaget börjat göra miljörisikanalyser och mätt vattenkvalitet, luftutsläpp och buller.⁴⁹

44. http://www.brio.net/BRIO_NET/Sverige/?b=9

45. Brios årsredovisning 2008.

46. Intervju med Brios vd Andreas Sbrodiglia 2009-09-14. Målet om endast ICTI-certifierade leverantörer var tidigare satt till årsskiftet 2007/08, men fick flyttas fram eftersom den ekonomiska krisen drabbade Brio hårt och vissa CSR-satsningar fick skjutas på framtiden.

47. Mejl från Brios pressekreterare Jessica Nyström, 2009-10-13.

48. Mejl från Brios pressekreterare Jessica Nyström, 2009-09-01

49. Intervju med Brios vd Andreas Sbrodiglia 2009-09-14

FAIR TRADE CENTERS KOMMENTAR:

Det är positivt att Brio vill profilera sig som ett hållbart leksaksföretag. Att Brio inser vikten av att komplettera sina kontroller med utbildningar och ökad dialog kring villkoren är bra, men de bör fokusera än mer på kapacitetsstärkande åtgärder. Flerpartssamarbeten och utbildningar där uppförandekoden diskuteras med arbetarna är exempel på sådana. I de fall Brio arbetar med utbildningar riktar sig dessa idag enbart till ledningen hos leverantörerna. Det återstår att se om Brio når målet om att samtliga leverantörer ska vara ICTI-certifierade senast 2010. Arbetet är i sin linda och resultatet för de

141 leverantörer som inte tillverkar till Brio-varumärket går inte att bedöma i nuläget.

Brio är det företag som varit bäst på att tillhandahålla information om sitt arbete, svara på följdfrågor och lämna ut leverantörsadresser. Fler företag borde på denna punkt följa Brios exempel.

Slutligen rekommenderas Brio att minska antalet leverantörer, för att kunna utöva ett större tryck på sina leverantörer att leva upp till Brios etiska krav. Företaget behöver även arbeta för att ICTIs uppförandekod revideras, så att den hänvisar till samtliga ILO:s kärnkonventioner.

ICA

ÄGARSTRUKTUR: Ica-koncernen har cirka 2 230 egna och handlarägda butiker i Sverige, Norge och Baltikum.⁵⁰ I gruppen ingår Ica Sverige, Ica Norge och Rimi Baltic, samt Ica Banken och Ica Fastigheter. Ica AB ägs till 40 procent av svenska Hakon Invest AB och till 60 procent av nederländska Royal Ahold N.V.

ANDEL AV DEN SVENSKA LEKSAKSMARKNADEN 2008: 6 %.

ANTAL LEVERANTÖRER: 19 stycken aktiva leverantörer, samt ett antal vilande.

VIKTIGASTE PRODUKTIONSLÄNDER: Kina, samt en liten del från Europa.

ANSVARIG FÖR CSR-FRÅGOR: Lisbeth Kohls, ordförande i ICA Business Ethics & Policy Committee.

Ica är en stor kedja med butiker över hela Sverige och leksaker utgör endast en liten andel av alla olika produkter de säljer. Alla Icas Maxi- och Kvantumbutiker, samt de större Ica Supermarket-butikerna, säljer leksaker. I de mindre butikerna bestämmer handlarna själva hur stort leksakssortiment de ska ha. Den största delen av Icas leksaker utgörs av stora varumärken som Mattel, Disney, Brio, Hasbro, Simba och Dickie. Dessa märken har ofta en svensk eller europeisk agent och sina egna kontrollprogram med uppförandekoder och system för uppföljning.⁵¹ Utöver detta importerar Ica egna leksaker, som utgör cirka 30 procent av deras totala leksakssortiment. För den egna importen, som kommer uteslutande från Kina, har företaget sedan flera år ett

system med etiska riktlinjer och socialt ansvar. Sedan 1996 har Ica sociala riktlinjer som bygger på samtliga ILO:s kärnkonventioner. Dessa finns på både svenska, engelska, kinesiska och vietnamesiska. Parallellt med sin egen kod används även företagssamarbetet BSCI:s uppförandekod. När det gäller revisioner rekommenderar Ica att leverantörer kontrolleras i enlighet med BSCI där Ica är medlem. Även likvärdiga uppföljnings- och certifieringssystem, som exempelvis ICTI CARE eller SA8000⁵², accepteras efter intern granskning.⁵³ När det gäller avvikelser som hittas vid kontrollerna nämner Ica att gränsen för antalet övertidstimmar överskrids i cirka 15 procent av fallen.⁵⁴

Icas riskanalys när det gäller import bygger på ILO:s konventioner och enligt Niklas Warén på

50. www.ica.se/FrontServlet?s=om_ica&state=om_ica_dynamic&viewid=1419051&showMenu=om_ica_0

51. Intervju med Niklas Warén, Ica Global Sourcing Ltd, 2009-08-26.

52. De certifikat som accepteras är BSCI, ICTI, WRAP, FLA, ICS, ETI, SA8000, ISO 26000, Rainforest Alliance, Soil Association Ethical Trade, UTZ Certified och FLO. Mejl från Niklas Warén, 2009-09-07.

53. "Riktlinjer för inköp och sortiment", www.ica.se/file_archive/pdf/Kvalitets_miljopolicy_feb_09final.pdf

54. Intervju med Niklas Warén på Ica, 2009-08-26.

Ica i Hong Kong är analysen ganska enkel när det gäller Kina:

”Alla områden som täcks av ILO är ju riskfaktorer i Kina, så därför kontrollerar vi samtliga dessa. Om man arbetar i Sverige med inköp kan man säkert vara naiv. I Kina riskerar man till exempel i hög grad att få barnarbete om man inte är väldigt tydlig med att förhindra detta genom leverantörsavtal och uppföljning på plats.”

(Ur intervju med Niklas Warén, Ica Global Sourcing Ltd, 2009-08-26.)

Den egna importen går till så att Ica lägger ordrar hos någon av sina kinesiska leverantörer och sedan följer upp det genom fabriksbesök och kontroller. Kontakten sköts genom Icas personal på Asienbolaget i Hong Kong. Varje tillverkande fabrik besöks och dokumenteras, men Ica kartlägger inte systematiskt underleverantörer till dessa. Alla leverantörer har dock inte gått igenom kontrollprogrammet än. Målet är att hinna gå igenom samtliga leverantörer, både aktiva och inaktiva, senast år 2010.⁵⁵

Varje avtal med en ny leverantör föregås av en första utvärdering, där inköpare med hjälp av Icas checklista går igenom säkerhetsfrågor, kvalitetsaspekter och socialt ansvar. Anledningen till detta är att man vill undvika att påbörja en process med leverantörer som inte har någon chans att leva upp till Icas sociala krav. Om leverantören klarar denna första utvärdering går ärendet vidare till avdelningen för socialt ansvar, som begär en mer omfattande kontroll hos leverantören. Om leverantören klarar denna kontroll räknas den som godkänd och kan börja användas av inköpsavdelningen. Har leverantören redan ett inspektionsprotokoll eller ett certifikat, utfärdat av exempelvis BSCI eller ICTI, nöjer sig Ica inledningsvis med att granska det. Tillgodoses inte Icas krav på socialt ansvar går man vidare med en Ica Social Audit.

Ica använder sig av fyra nivåer när man bedömer sina leverantörer: unacceptable, need for improvement, acceptable och good. Leverantörer som

vid den första utvärderingen befinner sig på nivån Unacceptable tas inte in. De ska vara på minst Need for improvement-nivå och bedömas ha en bra möjlighet att nå upp till nivån Acceptable. Enligt Ica finns det en del äldre leverantörer som ännu inte når upp till nivån Acceptable, men detta är något som företaget vill försöka förändra de närmaste 18 månaderna.⁵⁶

Utöver kontroller arbetar Ica med utbildningar för fabriksledningen hos sina leverantörer. Hittills i år har fyra utbildningar hållits för asiatiska leverantörer, varav tre i Kina. Utbildning av leverantörer är en övergripande strategi, enligt Ica, vid sidan av krav och uppföljning.⁵⁷

Enligt Icas riktlinjer ska företaget verka för att det finns produkter i hela sortimentet som är märkta och godkända enligt Fairtrade Labelling Organizations (FLO).⁵⁸ Ica och Coop är dessutom de enda av de granskade företagen som säljer fotbollar certifierade av Rättvisemärkt.

Sedan 1995 publiceras årligen en så kallad hållbarhetsredovisning, där Ica presenterar sitt arbete kring hållbarhet, miljö, socialt ansvar, energieffektiva butiker med mera.⁵⁹

Informationen till konsumenterna sker dels genom Icas webbplats, dels genom tidningen Buffé och Icas kundkontakt. Viss information kan också fås i butiken av Icas personal.

FAIR TRADE CENTERS KOMMENTAR:

Ica rekommenderas att arbeta mer med kapacitetsstärkande åtgärder. Exempel på sådana är ökad dialog med fabriksledningen om produktionsvillkoren, flerpartssamarbeten och arbetarutbildningar där uppförandekoden diskuteras. Som det ser ut idag förlitar sig företaget alltför mycket på kontroller. I de fall Ica arbetar med utbildningar riktar sig dessa idag enbart till ledningen hos leverantörerna. Med detta arbetssätt kan Ica exempelvis inte garantera att fabriksarbetarna informeras av vad som står i Icas uppförandekod.

55. Av Icas leksaksleverantörer har 2/3 kontrollerats hittills.

56. Kontroller genomförs regelbundet, men med olika tidsintervall beroende på vilken nivå leverantören befinner sig på. Leverantörer på nivån Unacceptable genomgår en ny kontroll efter 3-6 månader. På nivån Need for improvement görs kontrollerna efter 6-15 månader, på Acceptable efter 15-24 månader och på Good efter 24-36 månader.

57. Intervju med Niklas Warén, Ica Global Sourcing Ltd, 2009-08-26.

58. Icas ”Riktlinjer för inköp och sortiment”, www.ica.se/file_archive/pdf/Kvalitets_miljopolicy_feb_09final.pdf

59. Sedan två år tillbaka är Icas hållbarhetsredovisning en integrerad del av årsredovisningen. Mejl från Lena Bergendahl 2009-09-11.

COOP

ÄGARSTRUKTUR: Kooperativa Förbundet, KF, ägs av dess 3 miljoner medlemmar via konsumentföreningar runt om i landet. Bolaget drivs som en ekonomisk förening. Coop Dagligvaruhandel är ett affärsområde inom KF och driver kedjorna Coop Forum, Coop Extra, Coop Konsum, Coop Nära och Coop Bygg samt Mataffären.se och Daglivs. Coop har 950 butiker och stormarknader som alla säljer leksaker. Dessutom har KF 470 OK/Q8-mackar som säljer ett begränsat sortiment av leksaker.⁶⁰

ANDEL AV DEN SVENSKA LEKSAKSMARKNADEN 2008: 3,5 %.

ANTAL LEVERANTÖRER: Konfidentiell uppgift.

VIKTIGASTE PRODUKTIONSLÄNDER: Kina.

ANSVARIG FÖR CSR-FRÅGOR: Mikael Robertsson, miljöchef.

Även Coop är en kedja med nästan tusen butiker och stormarknader över hela Sverige, som i första hand säljer andra saker än leksaker. Precis som Ica publicerar Coop varje år en hållbarhetsredovisning, om hur de arbetar med hållbarhet, etik, miljö och socialt ansvar. Företaget har länge haft ett stort utbud av matvaror som är både ekologiska och Rättvisemärkt och ser en utmaning i att göra fler förbättringar även inom sitt övriga sortiment.

Coop har ingen egen leksaksproduktion, utan köper det mesta från ett antal kinesiska leverantörer. En mindre del, ca tio procent, köps från märkesleverantörer som exempelvis svenska Jofa. Coops etiska riktlinjer och sociala krav följer samtliga ILO:s kärnkonventioner. Företaget har ett program för att systematiskt följa upp och kontrollera samtliga leverantörer.⁶¹ Alla inköp sker genom dotterbolaget Intercoop som finns på plats i Asien. Förutom Intercoops egna kontroller görs inspektioner av externa revisionsfirmor, både hos de kinesiska leverantörerna och hos Intercoop.

Intercoop har kontor både i Hong Kong och i flera kinesiska regioner. De gör regelbundet riskbedömningar av både importen av leksaker i stort och på leverantörsnivå. Detta har lett till att Coop i möjligaste mån försöker arbeta långsiktigt med sina leverantörer. Ju längre man samarbetat med en leverantör, desto bättre känner leverantören till Coops

krav och deras sätt att arbeta.

Importen av leksaker går ofta till på samma sätt: Coops avdelning Butiker och stormarknader ger i uppdrag åt inköpsbolaget Coop Trading att köpa in en viss typ av leksak inför sommaren, julen eller vintern. Beställningen lämnas sedan över till Intercoop, som begär in offerter från redan existerande leverantörer. När man valt den leverantör som följer Coop uppförandekod och stämmer bäst överens med Coops önskemål och eventuella särskilda varuproduktkrav skriver man ett avtal där uppförandekoden och särskilda produktkrav finns med som bilagor. Särskilda krav kan exempelvis vara att det inte ingår några krigsleksaker, en varugrupp som Coop tagit bort ur sitt sortiment. När avtalet har ingåtts besöker Intercoop leverantören för att försäkra sig om att de krav som Coop ställt i avtalet efterlevs. Både annonserade och oannonserade kontroller förekommer. Intercoop ansvarar för att Coop får de testresultat som de begärt och att märkningen som ska finnas på produkten är adekvat. Förutom Intercoops personal medverkar också en inköpare/kvalitetsansvarig från Coop. Sortimentensrevidering görs två gånger per år då samtliga leverantörer går igenom. Intercoop ansvarar också för utbildning och information på den aktuella fabriken om vilka krav Coop som företag ställer på arbetstider, löner, hälsa och säkerhet, försäkringar med mera. Dessa utbildningar hålls både för fabriksledningen och för arbetarna.

60. Intervju med Mikael Robertsson och Kaarina Korhonen-Dellmert, Coop, sept 2009.

61. Ibid.

”Om Intercoop vid en kontroll exempelvis upptäcker att det inte finns något anslag uppsatt på det lokala språket i fabriken noteras det som en avvikelse. Eller det kan vara att man inte får svar på lönenivåer och då blir det en avvikelse. Detta följs sedan upp och leverantören åläggs att vidta åtgärder. Vi vill ju utveckla företaget om det finns avvikelser, men det kan också gå så långt att vi inte kan behålla en leverantör...”

(Intervju med Mikael Robertsson och Kaarina Korhonen-Dellmert, Coop, sept 2009.)

Enligt Coop är det inga avvikelser som förekommer oftare än andra, varken när det gäller arbetstider, löner eller annat. Varje protokoll innehåller någon typ av avvikelser, men det viktiga är att Coop har ett system som fångar upp detta, menar miljöchefen Mikael Robertsson. I de fall en leverantör bryter mot Coops etiska riktlinjer försöker företaget i första hand att föra en dialog om hur man kan rätta till problemet och uppfylla kraven. Fungerar inte detta köper man enligt Coop inte mer från den leverantören. Det är inte ofta man avslutar en leverantörskontakt, berättar Mikael Robertsson, men det händer.

Informationen till konsumenterna sker

genom Coops webbplats, tjänsten Kundkontakt och kundtidningen Mersmak. En del information om företagets etiska och sociala ansvar finns även i butikerna och viss konsumentutbildning sker genom de egna konsumentföreningarna.

Fair Trade Centers kommentar: Coop har kommit långt i sitt sociala och etiska arbete och tillhandahåller mycket information till konsumenterna. Coop rekommenderas dock att arbeta mer med kapacitetsstärkande åtgärder, såsom ökad dialog med fabriksledning om inköpsvillkor och leveranstider. Coop skulle kunna förebygga vissa problem genom att ingå i ett flerpårtssamarbete tillsammans med fackföreningar och lokala människorättsorganisationer eller andra icke statliga organisationer. Idag förlitar sig Coop alltför mycket på egna kontroller och externa revisionsfirmor.

Fair Trade center rekommenderar slutligen Coop att bli mer transparenta. Genom att öppet redovisa antalet leverantörer och namnen på dessa, samt offentliggöra resultaten av sina kontroller blir det tydligare för konsumenterna hur företaget tar ansvar för produktionskedjan.⁶²

ÅHLÉNS

ÄGARSTRUKTUR: Åhlénsgruppen ingår i familjeföretaget Axel Johnson AB. Gemensam ägare är Antonia Ax:son Johnson med familj. Åhlénsgruppen består idag av 79 Åhlénsvaruhus i Sverige, 27 Åhléns hembutiker i Norge, samt butikskedjan Kicks med 134 butiker i Sverige, 18 butiker i Finland och 5 butiker i Norge samt heminredningskedjan Lagerhaus med 29 butiker i Sverige.

ANDEL AV DEN SVENSKA LEKSAKSMARKNADEN 2008: 2 %.

ANTAL LEVERANTÖRER: 12 stycken, men planerar att minska antalet leverantörer ytterligare.

VIKTIGASTE PRODUKTIONSLÄNDER: Kina.

ANSVARIG FÖR CSR-FRÅGOR: Filippa Norman Bergin.

Åhléns leksaksförsäljning står för drygt två procent av all leksaksförsäljning i Sverige. Knappt hälften av leksakerna (42 procent), köps in direkt från kinesiska leverantörer och den resterande delen från märkesleverantörer (12 procent) och via grossister (46 procent).

Åhléns är just nu mitt i en process där företaget ser över allt CSR-arbete och tar fram en ny strategi.⁶³ Målet är enligt Filippa

Norman Bergin att professionalisera arbetet med kontroll och uppföljning, samt utöka företagets sortiment med etiskt och miljömässigt hållbara produkter. Åtta arbetsgrupper har skapats och varje arbetsgrupp har satt upp konkreta mål och handlingsplaner. När strategin är genomförd ska antalet hållbara varor ha ökat med flera hundra procent och det finns även planer på att helt ta bort vissa varor

63. Intervju med Filippa Norman Bergin, CSR-ansvarig på Åhléns, 2009-09-07.

ur sortimentet. Dessa så kallade ”etiska till- och bortval” går ut på att Åhléns utvärderar kemikalier och material i sitt sortiment utifrån deras konsekvenser på miljö och människa under produktion och i användning. Åhléns väljer sedan bort, utöver lagkrav, vissa varor ur sitt sortiment. Idag finns cirka 25 kemikalier på denna ”bortvalslista”.

”Etiska tillval” är varor som är ekologiskt eller etiskt certifierade, till exempel Rättvisemärkt. Flera kategorier kommer av Åhléns att definieras som hållbara, men där är man inte färdiga med kriterier än.

”Idag köper vi inte PVC, eftersom det innehåller ftalater som kan verka produktionsstörande. Vi köper heller inte in krigsleksaker för att det inte stämmer överens med våra värderingar. Vi kommer att titta på om det finns andra ämnen som vi borde ta bort eller fasa ut ur vårt sortiment.”
(Ur intervju med Filippa Norman Bergin, CSR-ansvarig på Åhléns.)

Åhléns har sedan 1994 en egen uppförandekod, som senast uppdaterades 2001. Koden refererar till såväl FN:s deklARATION om de mänskliga rättigheterna, som FN:s barnkonvention och samtliga av ILO:s kärnkonventioner.⁶⁴ Utöver det kräver Åhléns att alla deras leksaksleverantörer ska vara ICTI-certifierade.

Åhléns gör i dagsläget inte någon årlig hållbarhetsredovisning, men planerar att inom kort utöka informationen på sin webbplats och öka sin redovisning till kunderna om hur långt de kommit i sitt hållbarhetsarbete.⁶⁵

Åhléns har ingen egen produktion, utan köper från ett antal kinesiska leverantörer,⁶⁶ samt i vissa fall från märkesleverantörer eller via grossister. Företaget har tre inköpskontor i Asien, ett i Hong Kong, ett i Shanghai och ett i New Delhi i Indien. Leksakerna i Åhléns butiker kommer dock nästan uteslutande från Kina.

Företaget har ett program för att systematiskt följa upp och kontrollera sina

leverantörer. Enligt Filippa Norman Bergin ska Åhléns förbättra sina inspektioner genom att öka kompetensen hos personalen på kontoren i Asien. I planen ingår också att minska antalet leverantörer, för att kunna öka kvaliteten och frekvensen på inspektionerna. Åhléns arbetar med både egna kontroller och med revisionsfirmor, samt granskar ICTIs årliga inspektionsprotokoll. Enligt Norman Bergin syftar de egna inspektionerna till att genom dialog hjälpa leverantören, medan kontrollen av uppförandekoden bör göras av en tredje part. All information om Åhléns samtliga leverantörer ska samlas i en databas, för att lättare kunna utvärdera dem i förhållande till företagets uppförandekod.

När det gäller brott mot uppförandekoderna uppger Åhléns att de vanligaste problemen som upptäcks vid kontroller är avvikelser när det gäller arbetstiderna. Åhléns specificerar i sin uppförandekod att arbetstiden inte får överstiga 60 timmar/vecka.

Åhléns har uppdaterad och lättillgänglig information på sin webbplats om sitt arbete med etiskt och miljömässigt ansvar. Företaget har också en miljöpolicy som uppdateras regelbundet. Det är dock inte helt lätt att som konsument förstå vilka av Åhléns etiska krav som gäller för hela företagets sortiment och vilka som bara gäller för den egna importen.

FAIR TRADE CENTERS KOMMENTAR:

Åhléns har visat stor öppenhet och under hela granskningen informerat om sitt arbete, svarat på följdfrågor och offentliggjort sina leverantörer. Fler företag borde på denna punkt följa Åhléns och Brios exempel.

Åhléns bör se över vilka krav de ställer på sina grossister och vara tydligare i sin information till konsumenterna under vilka villkor dessa leksaker tillverkas. I dagsläget ställer Åhléns högre krav på arbetsvillkoren hos sina egna leverantörer, än på de varor som de köper från exempelvis Brios bolag Scanditoy.

64. Åhléns Code of Conduct, http://www.ahlens.se/om_ahlens/foretagsinformation/varderingar_och_policys/allman_uppforandekod.html

65. Intervju med Filippa Norman Bergin med flera, på Åhléns 2009-09-07.

66. Intervju med Filippa Norman Bergin med flera, på Åhléns 2009-09-07.

BARNENS HUS

ÄGARSTRUKTUR: Barnens hus ägs av bolaget Rexinus, som även äger och driver kedjan Babyland.

Totalt har Rexinus 29 stora butiker, från Haparanda i norr till Malmö i söder.

ANDEL AV DEN SVENSKA LEKSAKSMARKNADEN 2008: 7 %.

ANTAL LEVERANTÖRER: ca 40 stycken.

VIKTIGASTE PRODUKTIONSLÄNDER: Kina. En mycket begränsad del av sortimentet kommer från Italien, Spanien och Israel.

ANSVARIG FÖR CSR-FRÅGOR: Rolf Ericsson.

Företaget Rexinus äger och driver kedjorna Barnens hus och Babyland. Totalt har Rexinus 29 stora butiker mellan Haparanda och Malmö. Barnens hus köper sina leksaker nästan uteslutande från svenska eller europeiska märkesleverantörer och grossister som Brio/Scanditoy, Leksam, Lego och Simba/Dicki.⁶⁷ Barnens hus försökte under en period att importera själva, direkt från Kina, men gör inte det längre. Rolf Ericsson, vd på Rexinus, menar att egen import kräver att man besöker Kina mer frekvent och har större kontroll på de enskilda fabrikena. Dessutom måste man, enligt Rolf Ericsson, ha kunskap om betalningar och valutahantering och andra praktiska saker.

Just nu är företaget i ett skede då man försöker minska antalet leverantörer. Barnens hus uppger att de strävar efter ”färre och mer professionella leverantörer, som har en organisation på plats och är involverade i kontrollprogram som exempelvis ICTI CARE”.

”När det gäller socialt ansvar och att varorna följer gällande direktiv och produktsäkerhetslagar, handlar det för oss om att välja rätt leverantör, som är stor, har resurser och är professionell. Hos små leverantörer, lycköskare och dagsländer, kan man misstänka att den här typen av säkerställande inte ligger så högt upp på agendan.” (Ur intervju med Rolf Ericsson, vd för Rexinus som äger Barnens hus, 2009-09-07.)

Barnens hus har ingen egen uppförandekod. Man hänvisar till ICTI i sina avtal och i de fall leverantören inte är ansluten till ICTI försöker man se till att det finns ”något

liknande, något schemalagt program” för att arbeta med etiska frågor. I samtliga avtal finns skrivningar om att leverantören garanterar att man i produktionen ”inte använder sig av barnarbetskraft i något led. Ej heller använder sig av teknik som anses miljöförstörande på ett olagligt sätt enligt lagar gällande på platsen för produktionen.”⁶⁸ Ingen hänvisning sker till ILO:s kärnkonventioner.

Rexinusgruppen har för avsikt att ansluta sig till ICTI Code of Business Practice under 2010. Detta innebär att leverantörer som redan certifierats av ICTI (alternativt Business Social Compliance Initiative, BSCI) kommer att accepteras. Leverantörer som tillämpar andra uppförandekoder kan enligt Rolf Ericsson godkännas först efter det att kodens utformning redovisats. Arbetet med att säkerställa efterlevnad och resultatet av detta skall årligen presenteras för Rexinus/Barnens hus. Man begär dock inte idag att få se några protokoll från ICTIs kontroller, trots att flera av leverantörerna är ICTI-certifierade och därmed granskas årligen.

Barnens hus har ingen miljöpolicy, men svarar att de är nogga med att alla EU-direktiv följs vid tillverkning av deras produkter. När det gäller utsläpp vid tillverkningen kan det dock vara svårt att veta hur det ser ut, menar Rolf Ericsson.

Barnens hus har idag inga miljömärkta leksaker i sitt sortiment. Systerföretaget Babyland har ett sortiment som kallas EkoRätt, som baserar sig på miljömärkning av varorna, (exempelvis Öko-tex, Svanen, EU-blomman med mera). På Barnens hus webbplats finns idag ingen kundinformation om företagets etiska och miljömässiga

67. Intervju med Rolf Ericsson, vd för Rexinus som äger Barnens hus, 2009-09-07.

68. Mejl från Rolf Ericsson 2009-10-06.

riktlinjer och man publicerar inte heller någon årlig rapport om hur arbetet med dessa frågor fortskrider.

FAIR TRADE CENTERS KOMMENTAR:

Att man enbart köper från europeiska eller svenska grossister betyder inte att man inte har något ansvar för hur de varor man säljer har producerats. Barnens hus bör snarast ställa

samman etiska krav på produktionen som de kan föra fram till leverantörer/grossister. Att dessa är uppfyllda skall utgöra ett krav för att man köper via den grossisten. Leksakshandlare som inte själva kan kontrollera sina grossister skall ta reda på hur bra kraven efterlevs i produktionen genom att exempelvis begära att få ta del av inspektionsprotokoll.

LEKIA

ÄGARSTRUKTUR: Alla butiker i leksakskedjan Lekia är fria handlare.

ANDEL AV DEN SVENSKA LEKSAKSMARKNADEN 2008: 5 %.

ANTAL LEVERANTÖRER: 25 stycken.

VIKTIGASTE PRODUKTIONSLÄNDER: Kina. En mindre del produceras i Italien, Tyskland.

ANSVARIG FÖR CSR-FRÅGOR: Thomas Axell, kedjeledare.

Butikskedjan Lekia består av 46 butiker runt om i Sverige. Alla är så kallade fria handlare, men samarbetar kring inköp och marknadsföring. Kedjan är nystartad och har bara funnits ett drygt år. En person är anställd centralt som kedjeledare. Lekia importerar inga varor själva, utan samarbetar med 25 svenska leverantörer från vilka man köper in sina varor. Leverantörerna är främst grossister, men också leksaksföretag som Brio, Lego och Micki. Samtliga leverantörer är enligt Lekia med i branschföreningen Swetoy. Thomas Axell, kedjeledare på Lekia, menar att det genom Swetoy sker en kontinuerlig kontroll av leverantörerna.⁶⁹

”Vi tar ju för givet att Swetoy har detta i sina regler och att de i sin tur följer upp dem.”
(Thomas Axell, Lekia, svarar på frågan om risker i samband med import från låglöneländer.)

Lekia har inte någon miljöpolicy, men uppger att man försöker hålla ner antalet varukataloger. Företaget har heller ingen information på sin webbplats om hur de leksaker man säljer är producerade. Som kund hos Lekia är det därför svårt att veta något alls om hur Lekia tar sitt miljömässiga och sociala ansvar.

FAIR TRADE CENTERS KOMMENTAR:

Att man enbart köper från europeiska eller svenska grossister betyder inte att man inte har något ansvar för hur de varor man säljer har producerats. Lekia bör snarast ställa samman etiska och miljömässiga krav på produktionen som de kan föra fram till leverantörer/grossister. Att dessa är uppfyllda skall utgöra ett krav för att man köper via den grossisten. Leksakshandlare som inte själva kan kontrollera sina grossister skall ta reda på hur bra kraven efterlevs i produktionen genom att exempelvis begära att få ta del av inspektionsprotokoll.

69. Intervju med Thomas Axell, kedjeledare Lekia, 2009-10-06.

LEKLUST

ÄGARSTRUKTUR: Leklust har funnits sedan 1966 och är ett inköps- och marknadsföringsbolag med 19 privatägda butiker runt om i Sverige. Bolaget ägs gemensamt av de butiker som ingår i kedjan.

ANDEL AV DEN SVENSKA LEKSAKSMARKNADEN 2008: 5,5 %.

ANTAL LEVERANTÖRER: ingen uppgift.

VIKTIGASTE PRODUKTIONSLÄNDER: ingen uppgift.

ANSVARIG FÖR CSR-FRÅGOR: ingen uppgift.

Leklust har funnits sedan 1966 och bolaget ägs gemensamt av de 19 privatägda butiker som finns från Örnsköldsvik i norr till Tomelilla i söder. Butikerna gör gemensamma inköp och samarbetar kring marknadsföring, främst via kataloger. Leklust bedriver inte någon egen import, utan köper allt via leverantörer i grossistledet. På företagets webbplats kan kunder hitta information om reklamationsregler och säkerhetsgarantier, men ingenting om hur eller var leksakerna produceras eller vilka krav Leklust ställer på sina leverantörer.

Leklust har avböjt att bli intervjuade av Fair Trade Center och inte heller velat svara på skriftliga frågor per mejl. Istället meddelar Leklusts Kaj Wiberg att de inte tycker att våra frågor är relevanta för deras företag. På frågan om varför frågorna inte är relevanta svarar Leklust att de "valt att handla via de leverantörer som försäkrat att de följer de lagar och bestämmelser som skall följas"⁷⁰.

Då vi senast granskade Leklust, 2004, hade företaget ingen uppförandekod, utan ställde endast krav på att inget barnarbete

skulle förekomma vid produktionen. De hade dock inte något system för att kontrollera att grossisterna skötte detta. Några andra krav om tillverkningsförhållanden förekom inte. Leklust och dess handlare menade att ansvaret för arbetsförhållandena i tillverkningen ligger hos importörerna och grossisterna. Enligt Fair Trade Centers undersökningar har dessa i många fall en mycket dålig kontroll av tillverkningsförhållandena.⁷¹

FAIR TRADE CENTERS KOMMENTAR:

Att man enbart köper från europeiska eller svenska grossister betyder inte att man inte har något ansvar för hur de varor man säljer har producerats. Leklust bör snarast ställa samman etiska krav på produktionen som de kan föra fram till leverantörer/grossister. Att dessa är uppfyllda skall utgöra ett krav för att man köper via den grossisten. Leksakshandlare som inte själva kan kontrollera sina grossister skall ta reda på hur bra kraven efterlevs i produktionen genom att exempelvis begära att få ta del av inspektionsprotokoll.

70. Mejl från Kaj Wiberg på Leklust 2009-09-24.

71. "Billig, snabb och lydig", rapport från SwedWatch och Fair Trade Center, 2004, <http://www.fairtradecenter.se/node/255>

JÄMFÖRANDE TABELL ÖVER FÖRETAGENS ETIKARBETE

Företag	Top-Toy ⁷²	Brio	Ica	Coop	Åhléns	Barnens hus	Lekia	Leklust ⁷³
Marknadsandel i Sverige ⁷⁴	33 %	7%	6%	3,5%	2%	7%	ca 5%	5%
Omsättning 2008 ⁷⁵ (miljoner kr)	Ca 3 900	650	Konfidentiellt	Konfidentiellt	74	Ca 380	Ca 270	Ingen uppgift
Antal leverantörer	286 st under 2009	145 st, varav fyra tillverkar leksaker till BRIO-varumärket	19 huvudleverantörer, samt ett hundratal inaktiva	Konfidentiellt	12 st	Ca 40 st	25 st	Ingen uppgift
Ställs sociala/etiska krav?	Ja, egen uppförandekod sedan 1999 ⁷⁶	Ja, sedan 1995. ICTIs Code of Business Practices sedan 2005	Ja, egen kod sedan 1996 ⁷⁷	Ja, egen kod	Ja, egen uppförandekod sedan 1994 ⁷⁸	Ingen kod, men hänvisar till FN:s barnkonvention och ICTI i sina avtal	Nej ⁸⁰	Nej ⁸¹
Omfattar företagets etiska krav ILO:s kärnkonventioner?	Nej ⁸²	Nej ⁸³	Ja	Ja	Ja	–	–	–
Krav på levnadslön	Nej	Nej	Nej	Nej	Nej	Nej	Nej	Ingen uppgift
Informas arbetarna om kraven/ uppförandekoden på sitt språk?	Ja	Ja	Ibland	Ja, men det finns svårigheter	Arbetsgarens representanterna får information	–	–	–
Kan arbetarna klaga om företaget bryter mot koden?	Ingen uppgift	Ja	Ja	Ja	Ja, men inte direkt till Åhléns i dagsläget	–	–	–
Kontrolleras kraven?	Ja	Ja	Ja	Ja	Ja	–	–	–
Andel av leverantörerna som kontrollerats	100% ⁸⁴	Ca 80 % av den totala inköpta volymen	Ca hälften	100 %	100 %	–	–	–
Används flerpartskontroller? ⁸⁵	Nej	Nej	Nej	Nej	Nej	–	–	–
De vanligaste kränkningarna mot kraven/uppförandekoden	Ingen uppgift	Överutnyttjande av arbetstid och bristande brandsäkerhet	Överutnyttjande av övertid, betalning av övertid, samt frågor kring hälsa och säkerhet	Inga särskilda	Överutnyttjande av arbetstiderna	–	–	–
Andra aktiviteter än kontroller?	Enligt Top-toy flyttas produktion till leverantörer som i högre grad uppfyller Top-toys krav trots att det innebär ökade kostnader. ⁸⁶	Utbildning för fabriksledning, ekonomiskt bidrag till certifiering av fabriker, riktlinjer om inköp endast från ICTI-certifierade leverantörer	Utbildning för fabriksledning, minska antalet leverantörer	Utbildning för både fabriksledning och arbetare	Minska antalet leverantörer	Nej	Nej	Nej
Miljöpolicy	Ingen uppgift	Ja	Ja ⁸⁷	Ja	Ja	Nej	Nej	Ingen uppgift
Hållbarhetsredovisning	Ingen uppgift	Nej ⁸⁸	Ja	Ja	Nej	Nej	Nej	Ingen uppgift
Information på webben om etik/miljö?	Nja ⁸⁹	Ja	Ja	Ja	Ja	Nej	Nej	Nej

-
72. Top-Toy har på grund av tidsbrist avböjt att bli intervjuade av Fair Trade Center och endast svarat på några få frågor per mejl.
73. Leklust har avböjt att bli intervjuade av Fair Trade Center. De har endast svarat på enstaka frågor per mejl.
74. Källa: GfKs marknadsundersökningar, som baseras på 5000 svenska hushåll. Mejl från GfK 2009-10-14.
75. Endast leksaker.
76. Enligt Top-toy ska en reviderad version av deras uppförandekod implementeras i december 2009. I den reviderade koden finns, till skillnad från i den nuvarande, skrivningar om att föreningsfrihet och arbetstagarrepresentation ska följa lokal lagstiftning. Koden hänvisar dock inte till ILO:s kärnkonventioner nr 87 och 98. Ej heller nämns något om den kollektiva förhandlingsrätten. Mejl från Veronique Brigitte Bagge, HR & Communication på Top-toy i Hong Kong, 2009-11-24.
77. Antog en miljöpolicy 1989. Denna policy kompletterades med socialt ansvar 1996.
78. Uppförandekoden uppdaterades 2001.
79. Har formuleringar i sina avta som förbjuder barnarbete.
80. Lektia skriver i alla sina avtal att "Lektia fäster stor vikt vid varans ursprung och de arbetsmässiga och miljömässiga villkor som tillverkningen sker under".
81. Enligt Leklust förlitar de sig på att deras leverantörer följer de regler och lagar som gäller. Mejl från Kaj Wiberg på Leklust, 2009-09-24.
82. Top-toys nuvarande uppförandekod innehåller inget om föreningsfrihet eller organisationsrätten. Den 24 november 2009, efter denna rapportts färdigställande, skickade Top-toy oss helt ny information. Nämligen en version av sin reviderade uppförandekod (daterad "21 juli 2009"), som enligt Top-toy ska tas i bruk i december 2009. I den nya koden finns, till skillnad från i den nuvarande, skrivningar om att föreningsfrihet och arbetstagarrepresentation ska följa lokal lagstiftning. Koden hänvisar dock inte till ILO:s kärnkonventioner nr 87 och 98. Ej heller nämns något om den kollektiva förhandlingsrätten. Mejl från Veronique Brigitte Bagge, HR & Communication på Top-toy i Hong Kong, 2009-11-24.
83. ICTIs Code of Business Practices saknar skrivningar om lika lön för män och kvinnor och har endast vaga skrivningar om föreningsfrihet, organisationsrätten och rätten att förhandla kollektivt.
84. Mejl från Veronique Brigitte Bagge, HR & Communication på Top-toy i Hong Kong, 2009-11-24.
85. Flerpartskontroller genomförs av en oberoende organisation där flera parter samarbetar, exempelvis företag, fackföreningar och organisationer i civila samhället.
86. Mejl från Veronique Brigitte Bagge, HR & Communication på Top-toy i Hong Kong, 2009-11-24.
87. I april 2007 antogs, utöver miljöpolicyen, en ny klimatstrategi med målet att minska Icas kända utsläpp av växthusgaser med 30 procent fram till år 2020 jämfört med utsläppen 2006.
88. Ingen årlig redovisning, men en plan har arbetats fram tillsammans med en hållbarhetskonsult.
89. Information finns på Top-Toys webbsidor, dock ingen på vare sig BR-leksakers eller Toys R Us webbsidor, vilket är problematiskt eftersom det är hit konsumenterna i första hand vänder sig då de söker information.

Tips till dig som konsument

► VÅGA FRÅGA I LEKSAKS BUTIKEN

- Ställer ni krav för att arbetarna som tillverkar leksakerna ska ha bra arbetsvillkor?
- Hur kontrollerar ni att fabriken följer era krav?
- Får arbetarna en lön som de kan leva på?

Om leksakshandlaren säger att ansvaret ligger hos importören, fråga om handlaren tagit upp dessa aspekter med importören.

► BERÄTTA FÖR FÖRETAGET VAD DU TYCKER

Skriv ett brev, mejla eller ring till företagen och tala om att du letar efter leksaker som är rättvist tillverkade. Fråga om företaget har några regler, vilka krav som ställs och hur väl de efterlevs.

► VÄLJ DET BÄSTA ALTERNATIVET

Än så länge finns det väldigt få etiskt märkta leksaker. I väntan på detta, försök att köpa från företag som arbetar seriöst med att förbättra förhållandena i produktionen och som informerar dig som konsument.

► PÅVERKA DIN KOMMUN

Ta reda på hur kommunens daghem köper in sina leksaker. Ställer de några etiska eller miljömässiga krav?

► GE BUTIKEN EN ÖNSKELISTA

Samla in "önskelistor" utanför leksaksbutiken. Låt de som går in och ut välja mellan olika saker som de önskar sig, till exempel löner som det går att leva på och anständiga arbetsförhållanden i produktionen. Ge sedan önskelistorna till butiken.

► BOJKOTTA INTE UTVECKLINGSLÄNDER

Lösningen är inte att välja bort de produkter som är tillverkade i utvecklingsländer. Arbetarna där behöver de jobb som exportindustrin erbjuder. Du som konsument kan istället påverka genom att visa att du bryr dig om hur produkterna är tillverkade.

► ANVÄND ETIKBAROMETERN NÄR DU SKA HANDLA

På Fair Trade Centers webbplats kan du med hjälp av Etikbarometern jämföra och bedöma företag ur ett etiskt perspektiv: www.fairtradecenter.se/etikbarometern

Slutsatser

Många leksaksföretag tar idag ansvar för hur deras varor produceras. Brio, Coop, Ica, Top-toy och Åhléns har alla antagit uppförandekoder som ställer krav på arbetsvillkoren för de arbetare som tillverkar deras leksaker. De har även ett kontrollsystem för att se till att dessa krav efterlevs. Andra företag, som Lekia, Leklust och Barnens hus, har inte kommit lika långt. När det gäller informationen till sina kunder har de flesta företagen en bit kvar innan konsumenterna har möjlighet att göra etiska val i butikerna.

Fair Trade Centers och Sveriges Konsumenters slutsats är att etiska krav och kontroller i de flesta fall har haft betydelse för att förbättra arbetsvillkoren på leksaksfabrikerna. Det är dock viktigt att titta på de problem som fortfarande finns och som hittills inte kunnat åtgärdas av företagets kontroll- och uppföljningsarbete.⁹⁰

Brio, Ica, Coop och Åhléns har på senare år minskat antalet leverantörer för att kunna arbeta mer systematiskt med kontroller och uppföljningar. Brio, Ica och Coop har dessutom kompletterat sina kontroller med utbildningar om etiskt ansvar, för chefer och mellanchefer hos sina respektive leverantörer. Coop har, som enda företag i denna granskning, även arrangerat utbildningar för fabriksarbetare, något Fair Trade Center och Sveriges Konsumenter ser som mycket positivt.

Ica och Coop publicerar årligen så kallade hållbarhetsredovisningar, där de presenterar sitt arbete kring hållbarhet, miljö, socialt ansvar, energieffektivitet med mera.⁹¹

Ica, Coop och Åhléns ställer alla sociala krav som bygger på ILO:s kärnkonventioner. De genomför egna kontroller och anlitar externa revisionsfirmor, samt tar del av resultaten från ICTIs eller BSCIs årliga kontroller. När det gäller brott mot uppförandekoderna uppger Åhléns att de vanligaste problemen som upptäcks vid kontroller är avvikelser när det gäller arbetstiderna. Även Ica uppger att de vanligaste problemen är olagligt mycket övertid, samt att arbetarna inte får korrekt övertidsersättning. Enligt Ica rapporteras överutnyttjande av övertid i cirka 15 procent av revisionerna.⁹² Åhléns specificerar i sin uppförandekod att arbetstiden inte får överstiga 60 timmar/vecka, medan Ica och Coop istället skriver att leverantörerna ska följa landets lagar om arbetstider och minimilöner.

Dessa resultat visar att krav och kontroller inte är tillräckligt för att komma tillrätta med problemen i kinesiska leksaksfabriker.⁹³ Kompletterande metoder krävs. Tidigare undersökningar

90. Se även slutsatserna i SwedWatches rapport *Reviewing Santa's Workshop*, 2009, där resultaten från leverantörsbesök i sex fabriker i Guangdong analyseras.

91. Åhléns gör i dagsläget inte någon sådan årlig redovisning, men planerar att inom kort utöka informationen på sin webbplats och på ett mer fördjupat sätt redovisa för kunderna hur långt de kommit i sitt hållbarhetsarbete.

92. Intervju med Niklas Warén på Ica, 2009-08-26.

93. "Socialt ansvar i leverantörsledet – problem, lösningar och vägar framåt", Fair Trade Center, 2008.

visar att uppförandekoder i kombination med inspektioner ofta leder till påtagliga förbättringar kring hälsa och säkerhet, men att det är svårt att åstadkomma verkliga förbättringar när det gäller löner, facklig organisering och kollektivavtal.⁹⁴ Flera studier visar att arbetet blir mer framgångsrikt om kraven och kontrollerna kombineras med andra verktyg. Exempel på andra metoder är arbetarutbildningar, fördjupad dialog mellan köpare och leverantörer om inköpsvillkoren och samarbete med lokala organisationer och fackföreningar.⁹⁵ Många icke statliga organisationer och fackföreningar rekommenderar en mer mångsidig ansats till implementeringen av uppförandekoder och ett kontrollsystem där arbetarna involveras mycket mer i processen.⁹⁶

Flera av de granskade företagen har uppdaterad och lättillgänglig information på sina respektive webbplatser om sitt arbete med socialt och miljömässigt ansvar. Flera har också en miljö-/hållbarhetspolicy som uppdateras regelbundet. Det är viktiga steg för ökad insyn och transparens. Företagen skulle dock kunna öka sin öppenhet ytterligare genom att redovisa antalet leverantörer och namnen på dessa.⁹⁷

Åhléns kräver idag ICTI-certifikat från alla sina leverantörer, medan ICA och Coop uppger att de strävar efter någon typ av standard såsom SA8000, ICTI eller BSCI. Någon tidsram för när detta mål ska ha nåtts har företagen dock inte satt upp.

Nordens största leksaksföretag, Top-toy, har valt att inte delta i undersökningen. Top-toy är det företag som är sämst på att informera sina kunder om hur de arbetar med miljö, etik och socialt ansvar. Att det på BR-leksakers och Toys R Us webbsidor inte finns någon som helst information om dessa frågor är en stor brist eftersom det ofta är dit som konsumenterna vänder sig för att få information.⁹⁸ BR-leksaker och Toys R Us är för många kända butiksnamn, men långt färre känner till att dessa kedjor ägs av det danska företaget Top-toy. Leklust har inte heller velat svara på frågor om sitt etiska och sociala ansvar. Enligt Leklust är frågorna inte relevanta, eftersom man "endast köper av svenska och europeiska grossister".⁹⁹

Både Top-toys och Brios uppförandekod brister vad gäller den grundläggande rätten att organisera sig och rätten att förhandla kollektivt. Top-toy, som är i färd med att revidera sin nuvarande uppförandekod, bör se till att den nya koden hänvisar till samtliga ILO:s kärnkonventioner. Brio behöver arbeta för att ICTIs uppförandekod får tydligare skrivningar om organisationsrätten och den kollektiva förhandlingsrätten, om man ska fortsätta att använda den. Fair Trade Center har i tidigare studier kritiserat denna typ av renodlade industriinitiativ eftersom de ofta skyndar på processen mot certifiering utan att ta tag i orsakerna till problemen. Arbetarnas obefintliga medverkan i uppföljningen och att ingen koppling görs till den ökade prispressen på leverantörerna är två exempel på frågor som ICTI och företagen behöver arbeta mer med. Situationen är extra akut i Kina, vars regering inskränker den grundläggande rätten att organisera sig fackligt.

Barnens hus, Lekia och Leklust har vare sig uppförandekod eller etiska riktlinjer. Barnens hus uppger att de har förbud mot barnarbete och hänvisar till ICTI i sina avtal med leverantörer. Lekia skriver i sina leverantörsavtal att "man fäster stor vikt vid vilka arbetsmässiga och miljömässiga villkor som tillverkningen sker under", men ställer sedan inga krav eller kontrollerar att så sker.

Vad har då hänt sedan Fair Trade Centers och SwedWatches kartläggning 2004? Granskningen visar att de leksakskedjor som inte har någon egen import, det vill säga Barnens Hus och Leklust, fortfarande är de som har sämst kontroll av produktionsförhållandena. Några stora förändringar i arbetet med etik och miljö har inte skett i dessa två företag sedan 2004. De lägger fortfarande över ansvaret på importörer och grossister och menar att de endast handlar från företag som följer gällande lagar och regler. Vilka krav som Barnens hus och Leklust själva tycker att det är rimligt att ställa i produktionskedjan framgår dock inte. Barnens hus hänvisar till FN:s

94. "Vägar till ett bättre arbetsliv. Tre svenska företags försök att skapa bättre villkor på fabriker i Indien och Sri Lanka", SwedWatch, 2009.

95. För leverantörernas synpunkter på inköpsvillkoren, se rapporten "Reviewing Santa's Workshop", SwedWatch 2009.

96. www.renaklader.org/industrin/fabrikskontroller

97. Internationella varumärken som Adidas och Nike redovisar öppet både leverantörsadresser och resultaten av sina kontroller.

98. www.br-leksaker.se och www.toysrus.se 2009-09-12

99. Något som även gäller Lekia och Barnens hus, som båda intervjuats av Fair Trade Center och tillhandahållit de uppgifter vi begärt.

barnkonvention och förbjuder barnarbete i sina avtal, men har inget system för att kontrollera att grossisterna de köper från de facto efterlever detta.¹⁰⁰

Brio, Coop, Ica, Top-toy och Åhléns har idag ett mer utvecklat arbete med kontroll och uppföljning av sina uppförandekoder. Flera av företagen arbetar idag med någon typ av utbildning av sina leverantörer. Ica har påbörjat arbetet med ett fullkontrollprogram hos sina leverantörer, både genom egna kontrollanter och med hjälp av externa revisorer, vilket är en stor förbättring jämfört med 2004.

Brio, Coop, Top-toy och Åhléns gjorde redan 2004 egna kontroller hos vissa av sina leverantörer, men kompletterar idag dessa med kontroller utförda av externa revisionsföretag. Detta är bra, men än bättre vore att ta hjälp av ett flerpartersinitiativ, där även fackföreningar och organisationer finns representerade.

Både Brio, Ica och Åhléns har sedan 2004 minskat antalet leverantörer.¹⁰¹ Flera av företagen anger att de strävar efter en starkare och mer långsiktig relation till ett mindre antal leverantörer än idag, dels för att skapa bättre kontroll över produktionskedjan och dels för att stärka dialogen med sina leverantörer. Flera nämner också att det är dyrt att ha många leverantörer. Åhléns nämner exempelvis att de fasat ut de leverantörer som saknat certifikat och idag endast köper från ICTI-certifierade leverantörer. När det gäller klagomålsmekanismen har det skett tydliga förbättringar. Hos Brios, Coops, Åhléns och Icas leverantörer kan arbetarna idag klaga om uppförandekoden inte efterlevs. I 2004 års granskning var det bara Coops leverantörer som hade en klagomålsmekanism.¹⁰²

Flera av de rekommendationer som ges till företagen i denna rapport formulerades av Fair Trade Center och SwedWatch redan 2004. Mot bakgrund av detta är det förvånande att vissa av företagen inte hunnit längre efter fem år.

Det har blivit allt vanligare att inköpande företag, organisationer och/eller lokala experter genomför utbildningar i arbetsrättslagstiftning för anställda och fabrikschefer i Kina. Det har i sin tur resulterat i att de anställda i vissa fall har kunnat välja sina egna representanter och förhandlat med fabriksledningen om kollektiva kontrakt. Dessa fackklubbar måste dock formellt tillhöra Kinas enda fackförbund, det statligt kontrollerade All China Federation of Trade Unions (ACFTU). Det rör sig alltså inte om fria fackföreningar, men de kan ändå fungera som ett sätt för arbetstagarna att påverka arbetsvillkoren. Företagens egna kontroller eller upphandlade fabriksinspektioner kan aldrig ersätta denna form av lokalt förankrat arbete från arbetstagarna själva.

100. Lekia är en nystartad kedja som funnits i drygt ett år och kan därför inte jämföras med 2004 års resultat för Lekia-butikerna.

101. Top-toy och Coop vill inte svara på hur många leverantörer de har idag

102. Top-toy har inte svarat på huruvida de har en klagomålsmekanism idag eller ej.

Rekommendationer

Sveriges Konsumenter och Fair Trade Center ger följande rekommendationer till leksaksföretagen, tillverkarna och ICTI och deltar gärna i en dialog med leksaksföretagen för att genomföra dessa förändringar.

REKOMMENDATIONER TILL LEKSAKSFÖRETAGEN

- ▶ Fastställ åtgärdsplaner för att lösa de problem som uppdagats i rapporterna.
- ▶ Stöd leverantörerna så att varaktiga förbättringar kan ske och samarbeta med lokala organisationer som kan arrangera utbildningar för anställda och fabriksledning.
- ▶ Underlätta och uppmuntra så att arbetstagarna själva får välja representanterna till de lokala fackklubbarna och att dessa får förhandla kollektivt om vilka arbetsvillkor som ska gälla på arbetsplatsen.
- ▶ Dela kostnaderna för förbättrade arbetsvillkor med leverantörerna.
- ▶ Informera konsumenterna om vilka arbetsvillkor som gäller i tillverkningen.
- ▶ Ta fram alternativ för de konsumenter som efterfrågar etiskt och miljömässigt hållbara leksaker.
- ▶ Arbeta för att levnadslöner ska betalas i produktionen.

REKOMMENDATIONER TILL TILLVERKARNA

- ▶ Informera de anställda om ICTIs uppförandekod och ta hjälp av lokala organisationer för vidare utbildning i arbetsrättsfrågor.
- ▶ Var ärlig och öppen i kommunikationen med köparna. Diskutera utmaningarna och dölj inga fakta.
- ▶ Underlätta bildandet av lokala fackklubbar, som ska förhandla kollektivt om villkoren på fabrikerna.

REKOMMENDATIONER TILL ICTI

- ▶ Revidera ICTI CAREs uppförandekod så att den hänvisar till alla ILO:s kärnkonventioner, samt innehåller krav på levnadslöner.
- ▶ ICTI CARE måste börja arbeta mer med arbetarutbildningar, samt uppmuntra att de anställda själva får välja representanterna till de lokala fackklubbarna och att dessa får förhandla kollektivt.
- ▶ ICTI CARE behöver reformeras. ICTI CARE borde utvecklas till ett flerpartsinitiativ med lika delar fackföreningar, organisationer och företag.

Ordförklaringar

- **ACFTU** – All China Federation of Trade Unions är den enda fackliga organisation som tillåts att arbeta öppet i Kina. Ledningen för ACFTU utses i realiteten av det kinesiska kommunistpartiet. Anställda på utländska företag i Kina har rätt att bilda fackliga organisationer, under förutsättning att de ansluts till ACFTU. Flera försök har gjorts för att bilda oberoende fackliga organisationer vid sidan av ACFTU. En av dessa organisationer, Arbetarnas Autonoma Federation, AAF, uppstod som en del av den demokratirörelse som växte fram i Beijing våren 1989. Efter massakern på Himmelska Fridens torg förbjöds AAF.¹⁰³
- **BSCI** – Business Social Compliance Initiative är en europeisk sammanslutning av företag som arbetar för att säkerställa att en gemensam uppförandekod efterlevs hos medlemsföretagens leverantörer. Mer information: www.bsci-eu.org
- **CSR** – Corporate Social Responsibility handlar om att företag ska ta ansvar för hur de påverkar samhället, både ekonomiskt, miljömässigt och socialt.
- **ETHICAL TRADING INITIATIVE (ETI)** – en brittisk organisation som samlar företag, enskilda organisationer och fackföreningar som tillsammans försöker hitta bättre sätt att arbeta med problem i leverantörskedjan. Lär mer på www.ethicaltrade.org
- **KONTROLLER/INSPEKTIONER/AUDITS** – systematisk kontroll av arbetsförhållandena, då man följer upp om kraven i uppförandekoden följs och undersöker arbetstider och löner. Kan vara både annonserade och oannonserade och kan utföras både av företaget eller av en tredje part.
- **FLERPARTSKONTROLLER** – genomförs av en oberoende organisation, till exempel ett flerpartsiniciativ, där både företag, fackföreningar och organisationer ingår. Exempel på flerpartsiniciativ är brittiska Ethical Trade Initiative och Fair Wear Foundation.
- **HÅLLBARHETSREDOVISNING** – Vissa företag redovisar årligen sitt arbete med miljö- och hållbarhetsfrågor i årsredovisningen eller i separata hållbarhetsredovisningar.
- **ILO** – International Labour Organization. FN:s organ för arbetslivsfrågor. ILO har formulerat åtta kärnkonventioner som Fair Trade Center stämt av mot leksaksföretagens etiska riktlinjer. ILO:s kärnkonventioner:
Nr 29 Om tvångs eller obligatoriskt arbete
Nr 87 Om föreningsfriheten och organisationsrätten
Nr 98 Om organisationsrätten och den kollektiva förhandlingsrätten

103. Källa: LO-TCO Biståndsnämnd, <http://www.lotcobistand.org/node/4576>

Nr 100 Om lika lön för män och kvinnor

Nr 105 Om avskaffande av tvångsarbete

Nr 111 Om diskriminering vid anställning och yrkesutövning

Nr 138 Om minimiålder för arbete

Nr 182 Förbud mot värsta formerna av barnarbete

För mer information: www.ilo.org

Grundläggande ILO-konventioner som har ratificerats av Kina: 100, 111, 138 och 182.

- **ICTI** – International Council of Toy Industries, är den internationella branschorganisationen för leksaksproducenter. ICTI antog en uppförandekod för branschen 1995, ICTI Code of Business Practices. ICTI utfärdar certifikat till leksaksleverantörer efter ett speciellt program som sen måste förnyas varje år.

För mer information: www.toy-icti.org/info/codeofbusinesspractices.html

- **ICTI CARE** – ICTIs gemensamma uppföljning av sin uppförandekod, som påbörjades 2004. För mer information: www.icti-care.org

- **LEVNADSLÖN** – en levnadslön ska täcka kostnaderna för mat, husrum, kläder, sjukvård, skolgång samt något sparande. För många arbetare är övertidsersättning idag den enda möjligheten att kunna leva på sitt jobb i och med att minimilönerna är så låga.

- **MILJÖPOLICY** – Vissa företag har en särskild miljöpolicy med krav och mål. I vissa fall finns denna att läsa på webben.

- **SWETOY** – Swedish Toy Association är en branschförening för alla aktörer på den svenska marknaden för lek, hobby och baby (tillverkare, grossister, importörer och återförsäljare). Medlemmarna i Swetoy samarbetar bland annat kring socialt ansvarstagande. För mer information: www.swetoy.se

- **SOCIAL ACCOUNTABILITY 8000 (SA8000)** – en standard som bygger på konventionerna om de mänskliga rättigheterna, barnens rättigheter och rättigheter i arbetslivet. De fabriker som lever upp till kraven får marknadsföra sig som SA8000fabriker. Standarden verifieras av revisionsbyråer världen över. Läs mer: www.saintl.org

- **UPPFÖRANDEKOD** – sedan slutet av 1990-talet har många svenska företag antagit och arbetat med så kallade uppförandekoder. En uppförandekod listar de krav som företaget ställer på vilka arbetsvillkor som ska gälla i produktionen av dess varor, även om produktionen är utlagd på leverantörer. En bra uppförandekod ska bygga på FN:s arbetsrättsorganisation International Labour Organization's (ILO) konventioner och FN:s deklaration om mänskliga rättigheter, samt klargöra att nationell lagstiftning ska följas. På engelska kallas uppförandekoder för *Codes of Conduct eller Codes of Practice*.

Källförteckning

RAPPORTER OCH ANDRA TRYCKTA KÄLLOR

- Clean Clothes Campaign, The Business Social Compliance Initiative (BSCI): A Critical Perspective. 2005.
- Fair Trade Center, Socialt ansvar i leverantörsledet – problem, lösningar och vägar framåt. 2008.
- Fair Wear Foundation, Risk assessment study of Central and Eastern European Countries. 2006.
- Framtiden i våre hender, Syr kläder för småpengar – varför levnadslön måste ersätta minimilön i klädindustrin. Eirik Hovland Steindal. 2009.
- SACOM, Exploitations of Toy Factory Workers at the bottom of Global Supply Chain. Perry Leung and Debby Chan. Draft september 2009.
- SOMO and SwedWatch, Silenced to Deliver: Mobile phone manufacturing in China and the Philippines. 2008.
- SwedWatch/Fair Trade Center, Billig, snabb och lydig. Kristina Bjurling. 2004.
- SwedWatch, Reviewing Santa's Workshop. Kristina Areskog Bjurling. 2009.
- Toy Industries of Europe, Facts and Figures, July 2008.

ARTIKLAR

Market nr 34-35, "Leksaksjätten tar över hela spelplanen", 2009-08-19, Kalle Östgren.

WEBBSIDOR

www.ahlens.se/om_ahlens/foretagsinformation/varderingar_och_policys
www.barnenshus.se
www.brio.net/BRIO_NET/Sverige/?b=9
www.coop.se/includefiles/moduler/ccms/show_page.asp?iMappeID=10071&csSideNavn=Etik
www.gfk.com/se/your_market/entertainment/toys/index.se.html
www.ica.se/FrontServlet?s=om_ica&state=om_ica_dynamic&viewid=1419051&showMenu=om_ica_0
www.lekia.nu/om-lekia.php
www.leklust.se
www.market.se/Brancher/Leksaker-spel/Leksaksjatten-fortsatter-vaxa
sydsvenskan.se/ekonomi/article80277/Leksaksbranschen-omsatter-fyra-miljarder.html
www.pwc.com/se/sv/pressrum/ncpressrelease1576.jhtml
www.rattvisemarkt.se/cldoc/Fotbollar.htm
www.tieroy.org/spaw2/uploads/files/TIE%20Facts%20&%20Figures%202008.pdf
www.top-toy.com.hk/coc.html
www.toy-icti.org/info/codeofbusinesspractices.html

INTERVJUER

- Niklas Warén (ansvarig för kvalitet och socialt ansvar), ICA Global Sourcing Ltd, 2009-08-26
- Filippa Norman Bergin (CSR-ansvarig), Susanne Holmberg (inköpschef), Cathrine Westberg Wigzell (informationschef) och Maj-La Pizzelli (Asienchef), Åhléns, 2009-09-07
- Andreas Sbrodiglia (vd), Göran Kullberg (kvalitetschef), Jessica Nyström (pressekreterare), Brio, 2009-09-14
- Rolf Ericsson (vd), Rexinus, 2009-09-07
- Thomas Axell (kedjeledare), Lekia, 2009-09-11
- Mikael Robertsson (miljöchef) och Kaarina Korhonen-Dellmert (Inköp och logistik), Coop, 2009-09-25

BILAGOR: FÖRETAGENS KOMMENTARER

Fair Trade Center
Magnus Ladulåsg 24,
118 66 Stockholm, Sverige
Attention: Emma Hernborg



TOP-TOY (Hong Kong) Ltd.
1105, Central Plaza
18 Harbour Road
Wanchai, Hong Kong
Tel :+852 2802 7356
Fax:+852 2802 8016
www.top-toy.hk

Hongkong, November 30, 2009

Reference: En rapport om leksaker – kommentar från TOP-TOY

Vi uppskattar det intresse som Fair Trade Center har visat för TOP-TOY:s arbete med att säkra etiska villkor hos våra underleverantörer. Sedan 1999 har TOP-TOY en uppförandekod som ställer tydliga etiska krav på våra underleverantörer. I juli 2009 uppdaterades koden och omfattar nu även rätten till föreningsfrihet och arbetstagarrepresentation.

Branschsamarbete bästa sätt att nå resultat

TOP-TOY är en liten aktör på den globala leksaksmarknaden. Vi anser att det mest effektiva sättet att verka för etiska villkor i leksaksindustrin är att samverka med övriga branschen och dess intressenter. Därför stödjer TOP-TOY ICTI Care-processen, som är ett samarbete mellan leksaksproducenter som arbetar lokalt i Kina med att granska arbetsförhållanden på fabriker.

TOP-TOY strävar efter ständiga förbättringar

TOP-TOY strävar efter ständiga förbättringar i sitt CSR-arbete. Under det senaste året har vi bland annat tagit följande steg:

- Rekrutering av en Global Sustainability Manager som är baserad i Hongkong nära fabrikena och en ny CSR expert som finns på plats i Sverige nära våra marknader i Norden;
- Samarbete med Världsnaturfonden för att minska våra koldioxidutsläpp;
- Ansökan om medlemskap i Global Compact;
- Uppdatering av TOP-TOY:s uppförandekod för att göra den tydligare.
- Stöd till Forest Stewardship Council som ser till att träd som fälls för leksakstillverkning ersätts med nya planteringar.

TOP-TOY lovar förbättra CSR information

Att lyssna på våra intressenter är en viktig del av TOP-TOY:s CSR-arbete. Vi tagit till oss de synpunkter på TOP-TOY:s CSR-information som framförs i Fair Trade Centers rapport.

TOP-TOY är ett familjeägt företag som haft större fokus på att göra bra saker ute i verksamheten än att prata om det. Nu har vi insett att vi måste bli bättre på att kommunicera om CSR. TOP-TOY har inlett ett arbete med att se över informationen om CSR och vår uppförandekod på våra webbsidor så att informationen blir tydligare och lättare att hitta.

Vi hoppas på en fortsatt konstruktiv dialog med Fair Trade Center.

Med vänlig hälsning
TOP-TOY (Hong Kong) Ltd.

A handwritten signature in blue ink, appearing to read 'Lars Gjørup', is written over the typed name.

Lars Gjørup
General Manager



Om BRIOs sociala ansvarsarbete

BRIO välkomnar den granskning och genomgång av leksakstillverkning som Fair Trade Center gör. Det hjälper oss på BRIO att identifiera förbättringsområden och främjar dialog kring problem och möjligheter vad gäller ansvarsfrågor inom vår bransch. Vi har höga ambitioner, men vet att vårt arbete kan förbättras. Därför väljer BRIO att vara så öppna som möjligt i våra kontakter med omvärlden, och beskriver gärna vårt sätt att se på och utveckla BRIOs kvalitetsarbete.

Öppenhet och samarbete är också en grund för det utvecklingsarbete vi bedriver tillsammans med våra större leverantörer i Kina. Vi ser att det är när vi själva är på plats på fabriksgolvet som vi snabbt får effekt på de åtgärder vi vidtar. Och förutsättningarna att nå varaktiga resultat ökar när vi lyckas få en samsyn kring att detta är viktigt för både BRIO, leverantörerna och de anställda.

Hållbarhet - en integrerad del i verksamheten

På ett övergripande plan har hanteringen av ansvarsfrågor under 2009 förtydligats och organisationen har förstärkts inom BRIO. Hållbarhetsaspekten ska vara en integrerad del av vårt inköpsarbete, och innebär en kontinuerlig utveckling av metoder och förhållningssätt för att nå hållbar effekt.

Sedan ett antal år tillbaka har BRIO valt att utgå från branschorganisationen ICTIs regelverk, och som en relativt liten aktör är bedömningen att det är genom en gemensam internationell organisation som vi har störst möjlighet att påverka. BRIOs ledning har beslutat att alla bolagets leksaksleverantörer ska vara ICTI-certifierade senast i slutet av 2010. Samtidigt vill vi verka för en fortsatt utveckling av ICTIs arbete och Code of Business Practice för att ge den ännu större tyngd och genomslagskraft.

Konkreta förbättringsåtgärder

Under hösten har BRIO genomlyst hela verksamheten hos en av våra större leverantörer och säkerställt att brister som framkom har åtgärdats. Insatserna har till exempel lett till att det nu finns anställningsavtal med tydliga lönevillkor för alla anställda och regler för övertidsersättning samt rutiner för medarbetarnas medbestämmande och representation. Säkerhetsutrustning är på plats och all personal har genomgått utbildning i hälsa och produktionssäkerhet – och inte minst i frågor kring vilka rättigheter de har som anställda.

Under 2010 fortsätter vi med insatserna på fabriken, framför allt inom arbetsmiljöområdet. Förbättringsarbete påbörjas även hos övriga större leverantörer med utgångspunkt i den metodik som BRIO arbetat efter på denna fabrik. BRIO arbetar samtidigt med att utveckla bolagets eget kontrollverktyg som innebär nära samarbete med fabriksledning och medarbetarrepresentanter men också fler, fördjupade och oannonserade kontroller.

Men förbättrade regelverk och fler kontroller leder inte till förändring av en av de viktigaste faktorerna bakom svårigheten att komma tillrätta med problemen i tillverkningsledet – branschens stora säsongsvariationer. Inom BRIO utvärderar vi hur vi kan ta vårt ansvar för att nå ett jämnare produktionsflöde över året och därmed få ned arbetstopparna, då arbetsvillkoren tenderar att försämrats i fabriken. Vi ser även över hur vi kan minska det totala antalet leverantörer för att stärka möjligheterna till samarbete och uppföljning.

BRIO står för kvalitet i alla led, och vi har höga ambitioner inom vårt kvalitets- och hållbarhetsarbete. Vi har inte nått dit vi vill ännu, men vi har kommit en bit på vägen och ser redan tydliga resultat av de åtgärder vi vidtar.

BRIO AB

Malmö i november 2009

Kommentar från Åhlénsgruppen

Åhléns grundades 1899 och är i dag ett av Nordens ledande detaljhandelsföretag och erbjuder produkter inom Mode, Skönhet och Hemmet. Åhléns ingår i Åhlénsgruppen med en omsättning om cirka 5,8 miljarder kr 2008 och cirka 5000 anställda. Åhlénsgruppen ingår i familjeföretaget Axel Johnson AB.

Inom Åhlénsgruppen har vi sedan 2008 inlett en större satsning på vårt hållbarhetsarbete som bland annat innebär att vi stärkt vår organisation för att arbeta mera aktivt med bland annat leverantörskontroll. Som en del i detta ökar vi även den oberoende granskningen av våra leverantörer genom sk tredjepartskontroller och under nästa år även med utbildning till våra leverantörer.

Vi arbetar även med att göra vårt sortiment än mer hållbart genom våra etiska tillval och etiska bortval. Vi ökar andelen hållbara varor samt väljer bort kemikalier och material som kan vara skadliga för människa och miljö. I dagsläget har vi till exempel ett 25-tal kemikalier på vår lista av etiska bortval.

Sedan 2004 och efter tidigare studie om leksakstillverkning i Kina har Åhlénsgruppen genomfört en rad förändringar. Antalet leksaksleverantörer är minskat med två tredjedelar och samtliga leverantörer är ICTI-certifierade. Vi har sett stora förbättringar i arbetsförhållanden hos leverantörerna sedan 2004, förändringar som kvarstår trots den lågkonjunktur vi genomgått och trots den ökade konkurrens som är resultatet av att de flesta köpare minskat sitt leverantörsantal.

Det kvarstår dock utmaningar inom kinesisk tillverkningsindustri, framförallt gällande övertidsrapportering och ersättningar, minimi- och levnadslöner samt sociala försäkringar. Som en del av vårt arbete med leverantörskontroll har vi gjort en specialstudie av våra största leksaksleverantörer genom att återrevidera dem. På detta sätt har vi utvärderat ICTI:s certifieringsarbete. För Åhlénsgruppen har ICTI:s arbete varit värdefullt då det ger en bred bild av många sociala frågor hos våra leverantörer. Vår studie visade dock att det kvarstod problem med övertidsrapportering hos en av våra leverantörer efter ICTI kontroll. Studien finns tillgänglig på vår hemsida: http://www.ah lens.se/om_ah lens/pressinformation.

Fair Trade Center rekommenderar Åhlénsgruppen att dels öka informationen till kunderna om vårt arbete med hållbarhet och dels att tydliggöra vilka krav vi ställer på de leverantörer som levererar märkesleksaker till oss. Under december lanserar vi en ny del på vår hemsida med utökad information om hur vi arbetar med hållbarhet och efter årsskiftet kommer även våra varuhus ge mer och tydligare information till kunden om varans hållbarhetsprofil. Vi reviderar just nu våra avtal med märkesleverantörer för att våra krav på arbetsvillkor ska bli ännu tydligare.



Fair Trade Center

Stockholm 2009-11-27

Kommentarer - rapporten "Leksaker – svårt att göra etiska val i butiken"

Från Lekia-kedjan vill vi först bara nämna att vi i allt väsentligt stöder det arbete Fair Trade Center utför, och att vi inte bestrider de slutsatser som dras i rapporten. Kritiken mot att leksaksbranschen som kollektivt inte gör tillräckligt mycket inom CSR-området är en allvarlig tankeställare där alla branschens aktörer, små som stora, snabbt behöver vidta åtgärder.

Dock menar vi att en viss hänsyn ändå måste tas till olika aktörers storlek och den tid man funnits på marknaden samt de resurser man därmed har för att säkerställa en bättre kontroll av arbetsvillkoren i de tillverkande fabrikerna.

Lekia-kedjan i dess nuvarande form startade sin verksamhet hösten 2008. Först i januari 2009 fanns överhuvudtaget några centrala kansliresurser på plats. Själva startskotten för den nya kedjebildningen, bla genom tillsättningen av en ny styrelse, skedde i praktiken i oktober 2009. Vi har direkt i den omfattande agenda styrelsen börjar arbeta med identifierat CSR och etikfrågorna som ett prioriterat område. I nuläget är de centrala resurserna dock begränsade till en person, något som dock successivt kommer att öka.

För närvarande arbetar Lekias butiker i stort sett bara med etablerade leverantörer och grossister i Sverige. Vi är inne i en process där vi successivt knyter upp centrala avtal som över tiden ska omfatta merparten av de varor som säljs i kedjans butiker (observera dock att gällande konkurrenslagstiftningen gör att vi inte kan tvinga fram en 100% inköpslojalitet från butikerna, och därmed full insyn och kontroll från kedjan centralt). Vi kommer successivt i takt med att vi knyter fler avtal att skriva in så tuffa krav kring CSR vi kan med tanke på vår ännu begränsade marknadsstorlek och styrka.

Lekia avser att påbörja en begränsad egen varuimport och ska under 2010 börja kontakta tänkbara leverantörer i bla Kina. Vi kommer då att göra det vi kan med tanke tillgänglig

resursbild för att säkerställa att krav på miljö, säkerhet och arbetsförhållanden mm säkerställs i enlighet med gällande lagstiftning samt de krav som olika organisationer ställer. Just nu pågår förberedelser för en första studieresa där bla ska ha med oss avtalsförslag, översatta till kinesiska, i just dessa frågor. Vi kommer att kraftigt begränsa antalet leverantörer och försöka att i samarbete med andra importörer organisera i alla fall en grundläggande kontrollprocess på plats. Vi vill dock ännu inte uttala oss om i vilken omfattning och när i tiden en begränsad import kan komma igång.

Innan vår CSR-policy är helt utarbetad och i drift har vi valt att inte på vår hemsida informera djupare i frågan, då detta inte skulle kännas trovärdigt.

Som liten aktör behöver vi hjälp och stöd i CSR-arbetet. Förhoppningsvis kan den nya branschorganisation som är under bildande inom leksaker, där leverantörer och detaljister ska samordnas, hjälpa till att tydligare lyfta fram CSR-frågorna.

Vi vill gärna ha en fortsatt dialog med Fair Trade Center i dessa frågor och står med våra begränsade resurser, till förfogande för ytterligare frågor och diskussioner.

Med vänlig hälsning

Thomas Axell

VD, Lekia-kedjan

thomas.axell@lekia.nu

Tfn 070 5160699

Magnus Berthling

Styrelseordförande, Lekia-kedjan

magnus@mbaffarsutveckling.se

Tfn 0708 340714

**Sveriges
Konsumenter**

THE SWEDISH CONSUMERS' ASSOCIATION

FAIR TRADE CENTER

