



FRAMSTÄLLNING



norden

Nordiska rådet

Fremst. 11/2014

Tidigare nummer:
A 1610/näring

Behandlas i:
Näringsutskottet

J.nr. 13-00346-24

Bilaga: Utskottsförslag

Mode og branding av Norden

Enligt artiklarna 45 och 56 i Helsingforsavtalet har Nordiska rådet den 4 juni 2014 antagit nedanstående framställning efter förslag av Näringsutskottet.

Nordiska rådet rekommenderar Nordiska ministerrådet

att som en del av uppföljningen på den nordiska gröna tillväxt-strategin och den nordiska färdplanen, i samarbete med mode- och klädbranschens aktörer, utarbeta en form av "manifest" som slår fast ett visst förhållningssätt till miljö, hållbarhet, material, återvinning, design och etik/socialt ansvar, som mode- och klädbranschens aktörer kan uppmanas att ställa sig bakom

att som uppföljning på den gröna tillväxt-strategin /färdplanen utarbeta incitament som gör det attraktivt för mode- och klädbranschens aktörer att ställa sig bakom manifestet/färdplanens målsättningar

att explicit inbegripa hållbart nordiskt mode som en del av brandingstrategin för Norden

Kungälv den 4 juni 2014

Karin Åström

President

Britt Bohlin

Rådsdirektør

Framställning om mode och branding av Norden

1. Utskottets förslag

Näringsutskottet Näringsutskottet föreslår att

Nordiska rådet rekommenderar Nordiska ministerrådet

attsom en del av uppföljningen på den nordiska gröna tillväxt-strategin och den nordiska färdplanen, i samarbete med mode- och klädbranschens aktörer, utarbeta en form av "manifest" som slår fast ett visst förhållningssätt till miljö, hållbarhet, material, återvinning, design och etik/socialt ansvar, som mode- och klädbranschens aktörer kan uppmanas att ställa sig bakom

attsom uppföljning på den gröna tillväxt-strategin /färdplanen utarbeta incitament som gör det attraktivt för mode- och klädbranschens aktörer att ställa sig bakom manifestet/färdplanens målsättningar

attexplicit inbegripa hållbart nordiskt mode som en del av brandingstrategin för Norden

2. Bakgrund

Nordiska rådets näringsutskott har intresserat sig för "Ny Nordisk Mode" sedan 2012. "Ny Nordisk Mode" – projektet utvecklades 2012 av *Nordic Fashion Association*, som etablerades 2008 som ett samarbetsorgan för de nordiska modebranscherna. Nordiska rådets rekommendation om Ny Nordisk Mode (Rek. 25/2012/næring) blev färdigbehandlad på sessionen 2013. Med detta nya förslag betonar Näringsutskottet att man med fördel kan inbegripa hållbart Nordiskt mode som en del av brandingstrategin för Norden.

Ny Nordisk Mode bygger på nordiska kärnvärden och på vår designtradition, med ett nytt fokus på hållbarhet och samhällsansvar. Ny Nordisk Mode-projektet föreslår åtgärder, som skall stödja, utveckla och samla den nordiska modebranschen med inriktning på gemensamma exportinitiativ och grön tillväxt. Med hjälp av dessa värden och egenskaper kan man branda Norden.

Textil- och modeindustrin är en av de mest resurskrävande industrierna i världen. Mode är den näst mest förorenande industrin på världsplan (står för ¼ av den samlade pesticidanvändningen). Stora mängder av råvaror, energi och vatten förbrukas i produktionen av kläder och textilier. Det används miljö- och hälsofarliga kemikalier och bekämpnings- och gödningsmedel. Det är svårt att veta och ta reda på vad som händer i kedjan före kläderna kommer till Norden och till konsumenterna. Konsumtionen av kläder och textilier ökar. I Sverige har t ex mängden konsumerad textil ökat med 40 % mellan 2000 till 2009. Svenskar, danskar, norrmän, finländare och islänningar konsumerar ca 13-16 kg textilier per år, varav över hälften inte blir materialåtervunnen eller återanvänd utan istället hamnar direkt i förbränningsanläggning eller på deponi.

Under de senaste 20 åren har den nordiska beklädningsindustrin utvecklat sig från en primärt produktionsorienterad textilindustri till en exportorienterad, kunskaps- och designdriven modeindustri. Sverige är hemlandet för världens största kommersiella modehus, H&M; i Danmark utgör mode den fjärde största exportnäringen; Norge är ledande inom högteknologiska sportkläder; Finland är känt för funktionell design och teknisk expertis; medan Island har en unik tradition för att kombinera kulturarv och innovation i designprocessen. Färöarna har i Gudrun & Gudrun en unik användning av den färöiska ullen, en ren ekologisk naturresurs, med en modern twist. Regionens styrka är också de nordiska textilierna, som kan ersätta den ohållbara bomullen: viskos, hampa, alger, tång och mjölkproteiner m.m.

Den nordiska mode- och textilindustrin har potential att utveckla och positionera sig som ledande inom hållbart mode. Analyser visar, att marknaden för hållbart mode kommer att växa under de kommande åren, och regionen skulle därmed kunna uppnå en konkurrensmässig fördel genom att satsa på detta redan nu. *Nordic Fashion* är redan i dag ett etablerat begrepp och förknippas med världen som renhet, etik, minimalism och demokrati. Genom att tillföra hållbarhetsaspekter till nordiskt mode kan den internationella uppmärksamheten och intresset väckas mer och Norden kan säkerställa en ledande position.

Det händer just nu mycket inom området nordiskt mode och design samt branding av Norden. Nordiska ministerrådet är i gång med att utveckla en brandingstrategi för Norden, som kommer att ligga klar i oktober 2014.

Den nordiska modebranschen samarbetar bl.a. inom *Nordic Fashion Association* (NFA) och deras hållbara NICE-projekt (*Nordic Initiative, Clean and Ethical*)¹. NFA var arrangör av *Copenhagen Fashion Summit*, ett av världens största events kring hållbart mode, i april 2014. *Copenhagen Fashion Summit* hade bl.a. fokus på hur man som konsument kan lära sig ta hand om sina kläder på ett mer hållbart sätt. Där presenterades också en online plattform till designers, att göra hållbara val i design- och produktionsprocesserna.

¹ <http://www.nicefashion.org/en/about/>

Nordiska rådet

Fremst. 11/2014

Tidigare nummer:
A 1610/näring

Behandlas i:
Näringsutskottet

J.nr. 13-00346-24

Bilaga: Utskottsförslag

Nordens Hus i Reykjavik har ett projekt, *Nordic Fashion Biennale* (NFB), som brandar Västnorden (Island, Färöarna och Grönland) genom mode. NFB arrangerades i Frankfurt i år.

I övrigt har Nordiska rådets medborgar- och konsumentutskottet ett utskottsförslag som handlar om det etiska och sociala ansvaret i textilproduktionen i låglöneländer. Deras förslag stammar ifrån de hemska olyckor som förekommit i klädproduktionsfabriker i Bangladesh under de senaste åren.

I Nordiska ministerrådet pågår det i år en nordisk kartläggning av initiativ inom textilområdet. Ämbetsmannakommittén för miljö (ÅK-M) finansierar projektet och inom statsministerinitiativet Grön tillväxt driver bl.a. Nordiska Avfallsgruppen (NAG) tre textilavfallsprojekt för ökad återanvändning och materialåtervinning, samt producentansvar och affärsmodeller. Kartläggningen är en förstudie inför ministerrådets arbete med en nordisk färdplan för hållbara textilier, en konsekvent nordisk strategi som kan bidra till att främja utvecklingen och tillväxten för hållbart mode. Detta tas fram 2015. Syftet med kartläggningen är att identifiera nordiska såväl som internationella initiativ inom textilområdet som kan bidra till att skapa hållbara och resurseffektiva kretslopp utan farliga ämnen i textilier. Initiativen ska utvärderas och sättas i kontext inför det fortsatta arbetet med att ta fram den nordiska färdplanen. Färdplanen ska komma att ange politisk riktning och konkreta handlingar och åtgärder inom och mellan områdena hållbar konsumtion och produktion, kemikalier och resurser. I färdplanen ska synergier och styrkor för hållbart skandinavisk mode och textil identifieras.

3. Remissbehandling

Sekretariatet har varit i dialog med branschen (primärt NFA), Nordiska ministerrådet och det kommande danska ordförandeskapet i Nordiska ministerrådet.

4. Utskottets synpunkter

Näringsutskottet ser positivt på de åtgärder som Nordiska ministerrådet är i gång med inom textilområdet. Utskottet stödjer ministerrådets arbete med den nordiska kartläggningen av initiativ inom textilområdet som pågår nu och arbetet med den nordiska färdplanen för hållbara textilier, som tas fram 2015. Utskottet anser det viktigt, att färdplanen ska komma att ange politisk riktning och konkreta handlingar och åtgärder inom och mellan områdena hållbar konsumtion och produktion, kemikalier och resurser. Att det i den nordiska färdplanen ska identifieras synergier och styrkor för hållbart nordiskt mode och textil, ser utskottet positivt på. Näringsutskottet menar, att det är ett gemensamt ansvar att ta vara på vårt klimat och vår miljö, liksom skydd av konsumenterna och dessa åtgärder är ett bra exempel på detta ansvarstagande.

Utskottet anser det viktigt att dessa åtgärder som ministerrådet har på gång följs upp. Utskottet menar, att det som en del av/uppföljning på den nordiska grön tillväxt-strategin och den nordiska färdplanen, i samarbete med mode- och klädbranschens aktörer, borde utarbetas en form av "manifest" som slår fast ett visst förhållningssätt till miljö, hållbarhet, material, återvinning, design och etik/socialt ansvar, och som branschens aktörer kan uppmanas att ställa sig bakom.

Utskottet menar, att det med fördel kunde hämtas inspiration från Ny Nordisk Mat i utarbetandet av ett "modemanifest". Man kunde se på "Manifestet för det Nya Nordiska Köket"² (från 2003) i förhållande till klädbranschen. Manifestet för det Nya Nordiska Köket går ut på att definiera

² <http://nynordiskmad.org/om-nnm-ii/koeksmanifestet/om0/>

Nordiska rådet

Fremst. 11/2014

Tidigare nummer:
A 1610/näring

Behandlas i:
Näringsutskottet

J.nr. 13-00346-24

Bilaga: Utskottsförslag

hur Nordisk matkultur ska uttrycka sig, t ex "Det nya nordiska köket ska uttrycka den renheten, friskhet, enkelhet och etik, som vi gärna vill förbinda med vår region". På samma sätt kunde man skapa ett manifest till klädbranschen med punkter, som betonar bl.a. hållbarhet och etik.

Nordiska rådet

Utskottet anser det också viktigt att utarbeta incitament som gör det attraktivt för mode- och klädbranschens aktörer att ställa sig bakom manifestet/färdplanens målsättningar.

Fremst. 11/2014

Tidigare nummer:
A 1610/näring

Man kunde med fördel ta inspiration ifrån *Nordic Built*-projektet. Det är ett nordiskt initiativ som går ut på att accelerera utvecklandet av hållbara byggkoncept. Det kunde även för modebranschen skapas en tävling á la *Nordic Built*, där det vinnande företaget eller de tre bästa företagen får agera "ambassadör" för nordiskt mode i olika officiella sammanhang.

Behandlas i:
Näringsutskottet

J.nr. 13-00346-24

Nordic Fashion Association har uttryckt intresse för att arrangera en workshop med design- och modeaktörerna, som skulle ha fokus på den nordiska designtraditionen och hållbarhet, och där deltagarna kunde diskutera substansen i ett tänkbart nordiskt modemanifest. En representant från NAG och andra relevanta aktörer borde i så fall vara delaktiga i arbetet. Workshop kunde äga rum t ex i samband med ett modearrangemang i Köpenhamn t ex modeveckan i augusti 2014 eller januari 2015. I samband med *Copenhagen Fashion Summit 2016* eller en liknande event kunde resultatet av ett manifest presenteras.

Bilaga: Utskottsförslag

Till sist anser utskottet, att hållbart nordiskt mode bör inbegripas som en del av brandingstrategin för Norden.

Utskottet menar, att man kan använda mode som brandingplattform. Norden kan brandas genom ett fokus på nordiskt mode baseras på ekologisk hållbarhet och socialt ansvarstagande. Brandingen kan baseras på bl.a. den kunskap som kommer från resultaten av den kartläggningen av initiativ inom textilområdet som ministerrådet arbetar med just nu.

Fokus på hållbarhet säkrar Nordens differentiering i global konkurrens, skapar ökat export och fasthåller arbetsplatser i Norden. För att klara sig i den globala konkurrensen måste Norden vara känt också på andra områden än den nordiska välfärdsmodellen osv. Regionen måste ha andra inspirerande element som skapar och stöder Nordens brand, t ex hållbart Nordisk Mode. Nordisk Mode kan positionera Norden som den mest hållbara regionen i världen.

Tillsammans har de Nordiska länderna en unik utvecklingspotential, som långt överstiger okoordinerade nationella åtgärder. I en gemensam nordisk plattform som Ny Nordisk Mode ligger en speciell möjlighet att skapa ett nordiskt mervärde i form av ökad export, upprätthållande av arbetsplatser och grön innovation och tillväxt.

5. Konklusion

Mot bakgrund av ovanstående föreslår näringsutskottet Näringsutskottet att

Nordiska rådet rekommenderar Nordiska ministerrådet

att som en del av uppföljningen på den nordiska gröna tillväxt-strategin och den nordiska färdplanen, i samarbete med mode- och klädbranschens aktörer, utarbeta en form av "manifest" som slår fast ett visst förhållningssätt till miljö, hållbarhet, material, återvinning, design och etik/socialt ansvar, som mode- och klädbranschens aktörer kan uppmanas att ställa sig bakom

att som uppföljning på den gröna tillväxt-strategin /färdplanen utarbeta incitament som gör det attraktivt för mode- och klädbranschens aktörer att ställa sig bakom manifestet/färdplanens målsättningar

att explicit inbegripa hållbart nordiskt mode som en del av brandingstrategin för Norden

Köpenhamn den 20 maj 2014

Anders Karlsson (S)

Arto Pirttilahti (cent)

Billy Gustafsson (S)

Eero Suutari (saml)

Finn Thranum (V)

Gunvor Eldegard (A)

Heidi Nordby Lunde (H)

Mikkel Dencker (DF)

Ruth Mari Grung (A)

Sivert Haugen Bjørnstad (FrP)

Steingrímur Sigfússon (VG)

Tarja Filatov (sd)

Torgeir Knag Fylkesnes (SV)

Nordiska rådet

Fremst. 11/2014

Tidigare nummer:
A 1610/näring

Behandlas i:
Näringsutskottet

J.nr. 13-00346-24

Bilaga: Utskottsförslag