TILMÆLI

Norðurlandaráð

Tilmæli 11/2014

Fyrra málsnúmer:
A 1610/näring

Fjallað um í:
Efnahags- og viðskiptanefnd

Málsnúmer: 13-00346-29

Fylgiskjal: Nefndartillaga

Tískuhönnun og markaðssetning Norðurlanda

Með tilvísun til 45. og 56. greinar í Helsingfors-samningnum hefur Norðurlandaráð þann 4. júní 2014 samþykkt eftirfarandi tilmæli samkvæmt tillögu efnahags- og viðskiptanefndar.

Norðurlandaráð beinir tilmælum til Norrænu ráðherranefndarinnar um

að fylgja norrænni stefnumótun og áætlun um grænan hagvöxt eftir með nokkurs konar „stefnuyfirlýsingu" í samvinnu við fulltrúa tískuhönnuða og fataframleiðenda, þar sem fram komi tiltekin afstaða til umhverfismála, sjálfbærni, hráefnis, endurvinnslu, hönnunar og siðferðilegrar/félagslegrar ábyrgðar sem tískuhönnuðir og fataframleiðendur verði hvattir til að taka undir;

að fylgja norrænni stefnumótun og áætlun um grænan hagvöxt eftirmeð þróun hvatakerfis sem geri það eftirsóknarvert í augum tískuhönnuða og fataframleiðenda að lýsa stuðningi við stefnuyfirlýsinguna/markmið áætlunarinnar;

að sjá til þess að áætlun um markaðssetningu Norðurlandanna feli í sér skýrar hugmyndir um sjálfbærni norrænnar tísku.

Kungälv, 4. júní 2014

Karin Åström	*Britt Bohlin*
forseti Norðurlandaráðs	framkvæmdastjóri Norðurlandaráðs

Fylgiskjal:
NEFNDARTILLAGA

Norðurlandaráð

Tilmæli 11/2014

Fyrra málsnúmer:
A 1610/näring

Fjallað um í:
Efnahags- og viðskiptanefnd

Málsnúmer: 13-00346-29

Fylgiskjal: Nefndartillaga

Nefndartillaga um tískuhönnun og markaðssetningu Norðurlanda

1. Tillaga nefndarinnar

Efnahags- og viðskiptanefnd leggur til að

Norðurlandaráð beini tilmælum til Norrænu ráðherranefndarinnar um

að fylgja norrænni stefnumótun og áætlun um grænan hagvöxt eftir með nokkurs konar „stefnuyfirlýsingu“ í samvinnu við fulltrúa tískuhönnuða og fataframleiðenda, þar sem fram komi tiltekin afstaða til umhverfismála, sjálfbærni, hráefnis, endurvinnslu, hönnunar og siðferðilegrar/félagslegrar ábyrgðar sem tískuhönnuðir og fataframleiðendur verði hvattir til að taka undir;

að fylgja norrænni stefnumótun og áætlun um grænan hagvöxt eftirmeð þróun hvatakerfis sem geri það eftirsóknarvert í augum tískuhönnuða og fataframleiðenda að lýsa stuðningi við stefnuyfirlýsinguna/markmið áætlunarinnar;

að sjá til þess að áætlun um markaðssetningu Norðurlandanna feli í sér skýrar hugmyndir um sjálfbærni norrænnar tísku.

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 eksportinitiativ 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 textiler. 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 kommerciella 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 värdens 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.

Norðurlandaráð

Tilmæli 11/2014

Fyrra málsnúmer:
A 1610/näring

Fjallað um í:
Efnahags- og viðskiptanefnd

Málsnúmer: 13-00346-29

Fylgiskjal: Nefndartillaga

[1] http://www.nicefashion.org/en/about/

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 (ÄK-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. Sjónarmið nefndarinnar

Efnahags- og viðskiptanefnd er sátt við þær aðgerðir Norrænu ráðherranefndarinnar sem nú standa yfir á sviði vefnaðarvöru. Nefndin styður starf ráðherranefndarinnar við norræna kortlagningu á aðgerðum sem nú standa yfir á því sviði, svo og starfið að norrænni áætlun um sjálfbæra vefnaðarvöru sem verður hrint af stað árið 2015. Nefndin telur mikilvægt að í áætluninni komi fram skýr pólitísk stefna og tillögur að beinum aðgerðum á sviðum sjálfbærrar neyslu og framleiðslu, íðefna og auðlinda, svo og á milli þessara sviða. Nefndin er fylgjandi því að í áætluninni verði bent á samlegðaráhrif og styrkleika sjálfbærrar tísku og vefnaðarvöruiðnaðar á Norðurlöndum. Efnahags- og viðskiptanefnd telur það sameiginlega ábyrgð okkar að gæta að loftslaginu, umhverfinu og hagsmunum neytenda, og eru aðgerðir þessar gott dæmi um að slík ábyrgð sé öxluð.

Nefndin telur mikilvægt að þeim aðgerðum ráðherranefndarinnar sem nú standa yfir verði fylgt eftir. Nefndin telur að eftirfylgni norrænnar stefnumótunar og áætlunar um grænan hagvöxt gæti meðal annars falist í þróun nokkurs konar „stefnuyfirlýsingar“, í samstarfi við fulltrúa tískuhönnuða og fataframleiðenda, þar sem fram komi tiltekin afstaða til umhverfismála, sjálfbærni, hráefnis, endurvinnslu, hönnunar og siðferðilegrar/félagslegrar ábyrgðar, sem tískuhönnuðir og fataframleiðendur yrðu hvattir til að lýsa stuðningi við.

Nefndin telur hagstætt að sækja innblástur vegna „tískuyfirlýsingar“ í áætáætlunina um Nýja norræna matargerðarlist. Skoða mætti „Yfirlýsingu um nýja norræna eldhúsið“[2] (frá 2003) í tengslum við tískugeirann.
Í yfirlýsingunni eru skilgreindir þeir þættir sem norrænni matarmenningu er ætlað að tjá, t.d. „Ný norræn matargerð á að tjá hreinleika, ferskleika, einfaldleika og siðgæði sem við viljum gjarnan tengja við okkar svæði“.
Á sama hátt mætti skrifa yfirlýsingu fyrir fataiðnaðinn með liðum sem undirstrikuðu m.a. sjálfbærni og siðareglur.

Nefndin telur einnig mikilvægt að þróa hvatakerfi sem geri það eftirsóknarvert í augum tískuhönnuða og fataframleiðenda að lýsa stuðningi við stefnuyfirlýsinguna/markmið áætlunarinnar.

Það kynni að vera hagstætt að leita innblásturs í Nordic Built-verkefninu, norrænu verkefni sem gengur út á að flýta fyrir þróun sjálfbærra bygginga. Þá mætti efna til keppni í anda Nordic Built innan tískugeirans, þar sem vinningshafinn eða þrjú bestu fyrirtækin fengju að þjóna hlutverki „sendiherra“ norrænnar tísku við ýmis opinber tilefni.

Samtökin Nordic Fashion Associationhafa lýst áhuga á að skipuleggja vinnustofu með tískuhönnuðum og fataframleiðendum, með áherslu á norræna hönnunarhefð og sjálfbærni, og þar sem þátttakendur gætu rætt hugmyndir að innihaldi og efnistökum norrænnar tískuyfirlýsingar.
Fulltrúi norræna úrgangshópsins (NAG) og aðrir aðilar sem málið varðar gætu tekið þátt í starfinu. Til dæmis mætti efna til vinnustofu í tengslum við tískuviðburð í Kaupmannahöfn, svo sem tískuvikuna í ágúst 2014 eða í janúar 2015. Niðurstöður mætti svo kynna í tengslum við Copenhagen Fashion Summit 2016 eða annan sambærilegan viðburð.

Að lokum telur nefndin að áætlun um markaðssetningu Norðurlandanna eigi að fela í sér skýrar hugmyndir um sjálfbærni norrænnar tísku.

Það er álit nefndarinnar að tískugeirann megi nýta sem vettvang til markaðssetningar. Norðurlöndin má markaðssetja með áherslu á norræna tísku, sem grundvallist á vistvænni sjálfbærni og félagslegri ábyrgð.
Markaðssetninguna má m.a. byggja á þeirri kunnáttu sem aflað verður með kortlagningu verkefna á sviði vefnaðarvöru, sem nú er verið að vinna á vegum ráðherranefndarinnar.

Með því að hafa sjálfbærni í brennidepli getum við tryggt sérstöðu Norðurlanda á alþjóðlegum markaði, aukið útflutning og tryggt atvinnu á Norðurlöndum. Eigi Norðurlönd að standast alþjóðlega samkeppni þurfa þau að skapa sér nafn á fleiri sviðum en til að mynda norræna velferðarkerfinu. Þörf er á fleiri hvetjandi þáttum, svo sem sjálfbærri norrænni tísku, til að viðhalda og efla vörumerki Norðurlandanna. Norræn tíska getur styrkt Norðurlönd í sessi sem eitt sjálfbærasta svæði veraldar.

Saman hafa Norðurlöndin einstaka burði til þróunar, langt umfram það sem löndin fá áorkað með ósamræmdum aðgerðum. Í sameiginlegum, norrænum vettvangi á borð við Nýja norræna tísku felst einstakt sóknarfæri til að skapa norrænan virðisauka með auknum útflutningi, tryggðri atvinnu og grænni nýsköpun og hagvexti.

5. Niðurstaða

Í ljósi þess sem hér hefur komið fram leggur efnahags- og viðskiptanefnd til að

Norðurlandaráð beini tilmælum til Norrænu ráðherranefndarinnar um

[2] http://nynordiskmad.org/om-nnm-ii/koeksmanifestet/om02/

að fylgja norrænni stefnumótun og áætlun um grænan hagvöxt eftir með nokkurs konar „stefnuyfirlýsingu“ í samvinnu við fulltrúa tískuhönnuða og fataframleiðenda, þar sem fram komi tiltekin afstaða til umhverfismála, sjálfbærni, hráefnis, endurvinnslu, hönnunar og siðferðilegrar/félagslegrar ábyrgðar sem tískuhönnuðir og fataframleiðendur verði hvattir til að taka undir;

að fylgja norrænni stefnumótun og áætlun um grænan hagvöxt eftirmeð þróun hvatakerfis sem geri það eftirsóknarvert í augum tískuhönnuða og fataframleiðenda að lýsa stuðningi við stefnuyfirlýsinguna/markmið áætlunarinnar;

að sjá til þess að áætlun um markaðssetningu Norðurlandanna feli í sér skýrar hugmyndir um sjálfbærni norrænnar tísku.

Norðurlandaráð

Tilmæli 11/2014

Fyrra málsnúmer:
A 1610/näring

Fjallað um í:
Efnahags- og viðskiptanefnd

Málsnúmer: 13-00346-29

Fylgiskjal: Nefndartillaga

Kaupmannahöfn, 20. maí 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)