

A photograph of a soccer player's legs and a soccer ball on a green field. The player is wearing dark socks and red shoes. The ball is white with black and blue patterns. The field is green with a white line in the foreground.

Framtiden i våre hender
Mai — 2023

Gult kort til sportselskapene

Av Line Minetti



Tittel: Gult kort til sportsselskapene

Forfatter: Line Minetti

Utgivelse: Mai 2023

Utgiver: Framtiden i våre hender, Økernveien 94, 0579 Oslo

Ansvarlig redaktør: Anja Bakken Riise

Faglig kvalitetssikring: Carin Leffler og Ingrid Kleiva Møller

Bilder forside og side 2: Istockphoto

Det oppfordres til å sitere og bruke
opplysninger fra denne rapporten.
Framtiden i våre hender oppgis som kilde.

Innhold

1 — SAMMENDRAG	04
Generelle, uklare og mangelfulle svar	05
Våre anbefalinger til selskapene	07
2 — INNLEDNING	08
3 — METODE	10
A. Metode og avgrensning	10
B. Fremgangsmåte for å oppnå kontakt med selskapene	11
C. Analyse	11
4 — ÅPENHETSLOVEN	13
5 — HVOR PRODUSERES FOTBALLENE?	15
6 — RESPONSEN FRA SELSKAPENE	20
Kontaktet gjennom e-post	20
Tre av seks svarer ikke på våre spørsmål	21
Hvordan lovpålagte selskaper agerte	22
Analyse	23
Sammenstilling	24
7 — KONKLUSJON	32
APPENDIKS - Oversikt over sponsorer av nasjonale lag	37

1 — SAMMENDRAG

Verdens største sportsselskaper - Adidas, Nike og Puma, alle i toppligaen av multinasjonale selskaper som produserer sportsklær - har i årtier brukt sportsvasking som en del av sin markedsføring.

Gjennom sponsoravtaler med nasjonale fotballag til mange millioner amerikanske dollar rettes forbrukerens oppmerksomhet mot sportsselskapenes rolle som en positiv samfunnsaktør. De svært kritikkverdige forholdene som gang på gang avdekkes ved produksjonsstedene i selskapenes leverandørkjeder blir overdøvet av strategisk markedsføring og omdømmehåndtering. Ifølge rapporten "2022 ITUC Human Rights Index" fra den globale føderasjonen International Trade Union Confederation (ITUC)¹ er både Vietnam og Pakistan land hvor arbeidernes rettigheter utsettes for systematiske og regelmessige brudd. Dette er landene fotballene i vår undersøkelse kommer fra.

I produksjonshallene i Pakistan og Vietnam må tusener av arbeidere jobbe overtid for å møte den store etterspørselen etter fotballene som vi så trille over banen under VM i Qatar.² Hver arbeider klarte å produsere opptil 500 fotballer daglig på fabrikken Forward Sports i Pakistan, hvor Adidas blant annet produserer ballen "Tango Rosario".³ Vår undersøkelse viser at lønna arbeiderne ved denne fabrikken får kun utgjør 40 prosent av det en levelønn antas å være. Denne typen fortellinger er ikke enkelthendelser, og forholdene ved Forward Sports i Pakistan er bare en del av et større bilde. Produksjonsland som Pakistan og Vietnam har lenge vært i søkelyset, da de er såkalte høyrisikoland der faren for brudd på menneskerettigheter er stor.

Med støtte i åpenhetsloven ønsket Framtiden i våre hender å undersøke selskapenes grad av åpenhet med hensyn til menneskerettigheter og hvorvidt de møter åpenhetslovens krav. Vi stilte 10 spørsmål til de allerede nevnte sportsselskapene, i tillegg sendte vi de samme spørsmålene til selskapet Select. Spørsmålene handlet om arbeidsforholdene for de som produserer fotballer for sportsselskapene, innenfor følgende temaer: Gjennomsnittslønn⁴, levelønn, helse og sikkerhet, retten til å organisere seg, forekomsten av fagforeninger og trygge kanaler å fremme sine bekymringer gjennom (såkalte klagemekanismer), gjenoppretting og erstatning. Noen uker senere stilte vi samme spørsmål til to norske forhandlere av de nevnte fotballene: XXL Sport og Unisport.

Unisport, XXL Sport og Adidas omfattes av åpenhetsloven og må derfor følge påleggene i denne. Nike, Puma og Select omfattes ikke av loven. Likevel er det klart uttrykt fra norske myndigheter at det forventes at alle selskaper som er etablert i Norge skal drive forretninger i tråd med

¹ <https://files.mutualcdn.com/ituc/files/2022-ITUC-Rights-Index-Exec-Summ-EN.pdf>

² https://frifagbevegelse.no/nyheter/han-lager-ballene-til-vm-i-qatar--manedslonna-er-mindre-enn-det-en-fotball-koster-6_469.915092.fe9d5264c6

³ Ibid.

⁴ En levelønn er definert som "Godtgjørelse for en regulær arbeidsuke (maksimalt 48 timer og uten bonuser), som kan forsørge en arbeider og dennes pårørende (vanligvis en voksen og to barn), bolig, mat (3000 kalorier per voksen), utdanning og helsetjeneste.". Se <https://cleanclothes.org/> og for eksempel rapporten "Do Dutch Garment Companies Guarantee A Living Wage In Their Supply Chains?" (2021) <https://cleanclothes.org/file-repository/skc-paper-on-living-wages.pdf/view>

åpenhetsloven, og det betyr at den som fremsetter et informasjonskrav burde kunne påregne et svar også fra disse.

Til tross for at vår undersøkelse viser at det er vanskelig å få selskapene i tale, er det viktig å påpeke at åpenhetsloven har spilt en avgjørende rolle for at vi til slutt fikk svarene – direkte eller indirekte – fra alle selskapene, unntatt Unisport.

Undersøkelsen viser at sportsselskapene fortsatt holder tilbake informasjon om menneskerettigheter:

→ **Liten tilgjengelighet, flere purringer og lange svartider**

Med unntak av forhandleren XXL Sport, fremsto alle selskapene som lite tilgjengelige. I flere tilfeller var det vanskelig å finne hensiktsmessig kontaktinformasjon. Dessuten måtte vi, i de fleste tilfeller, gjenta henvendelsene 3-4 ganger før selskapene bekreftet at de hadde mottatt våre spørsmål. Det tok også lang tid før vi fikk svar – direkte eller via XXL Sport – på disse. Åpenhetsloven pålegger selskapene å besvare spørsmål fra allmenheten innen tre uker. Vi fikk imidlertid først svar på våre spørsmål 1-2 måneder etter vi hadde fremsatt informasjonskravet.

→ **Halvparten besvarte ikke våre spørsmål**

Av de seks virksomhetene Framtiden i våre hender henvendte seg til svarte bare tre – Puma, Select og XXL Sport⁵ – direkte tilbake til oss. Unisport, som omfattes av åpenhetsloven, svarte oss aldri, noe som er i strid med regelverket. Adidas, som også omfattes av loven, svarte ikke direkte på våre spørsmål. Det gjorde heller ikke Nike, som forventes å svare selv om de faller utenfor lovverket. Vi fikk informasjon fra Adidas og Nike gjennom XXL Sport sitt svar til oss. Med tanke på disse sportsselskaperenes manglende kommunikasjon, er det sannsynlig at vi ikke ville fått svar fra dem uten XXL Sport som "mellomledd".

Generelle, uklare og mangelfulle svar

Ved å se nærmere på svarene til Adidas, Nike, Select og Puma, kunne vi konstatere at alle selskapene i større eller mindre grad ga mangelfulle svar. Overordnet stilte vi selskapene to typer spørsmål: spørsmål vedrørende de *faktiske forholdene* for arbeidene som produserer selskapets fotball og spørsmål vedrørende selskapets *aktsomhetsvurderinger og tiltak* i produksjonen av den spesifikke ballen.

Nike, Select og Puma svarte mangelfullt på et eller flere spørsmål vedrørende faktiske forhold. Selskaperenes henviste til generell informasjon, som ikke relaterer seg til de arbeidene som produserer den spesifikke ballen. Disse svarene ga derfor ikke den nødvendige innsikten i vilkårene til arbeiderne som produserer ballen vi plukket ut. En innsikt som er essensielt for å gi et helhetsbilde av selskaperenes arbeid for menneskerettigheter i leverandørkjeden.

⁵ XXL Sport besvarte spørsmålene på vegne av Adidas, Nike og Select ved å sende inn svarene som virksomheten selv hadde innhentet fra de tre sportsselskapene.

Særlig bemerkelsesverdig var selskapenes uvillighet til å oppgi konkret informasjon om de faktiske forholdene, da spørsmålet gikk på arbeidenes gjennomsnittslønn. Tre av fire sportsselskaper besvarte dette spørsmålet mangelfullt. Puma for eksempel svarte ved å oppgi gjennomsnittslønnen for *alle pakistanske arbeidere* som inngår i selskapets leverandørkjede. Select svarte ved å oppgi gjennomsnittslønnen for halvparten av arbeiderne som produserer selskapets fotball. Nike henviste bare til selskapets generelle retningslinjer, uten å oppgi noe spesifikk informasjon.

Ut fra de tallene som selskapene har delt med Framtiden i våre hender kan vi derfor kun slå fast at arbeidene som regel tjener langt under en levelønn. Arbeidene som produserer Adidas-ballen tjener 40 prosent av en levelønn, mens arbeidene som produserer Select sin ball tjener 37 prosent av en levelønn og arbeidene som produserer Puma-ballen "Serie A Orbita FIFA Quality Pro Kampball" tjener bare 34 prosent av en levelønn.⁶

Uten de nøyaktige tallene forblir en endelig vurdering av arbeidenes lønnsforhold umulig. Når det er sagt indikerer de tallene som vi fikk at det er et behov for et økt fokus på å sikre at arbeidene en levelønn.

Dessverre tegnet det seg et lignende bilde for spørsmål rettet mot selskapenes aktsomhetsvurderinger og tiltak i produksjonen av den spesifikke ballen. Her svarte flere selskaper ved å henvise til *generelle retningslinjer eller tiltak* uten å oppgi spesifikke data vedrørende produksjonen av de aktuelle ballene.

Da vi spurte etter selskapenes tiltak for å sikre at arbeidene ved de navngitte fabrikkene på sikt ville motta en levelønn, svarte tre av fire selskaper igjen mangelfullt. Nike og Puma henviste til selskapets generelle arbeid på levelønn, men gav ikke innblikk i hvilke tiltak selskapene har satt i verk på de navngitte fabrikkene hvor fotballene blir produsert. Select ga et svar som innholdt misvisende informasjon. I svaret fra Select ble det hevdet at selskapet sikrer arbeidere som produserer ballen "Flash Turf Select" en levelønn, og at dette er det samme som lokal minstelønn. Ifølge nettverket Asia Floor Wage Alliance⁷ er levelønnsnivået for en arbeider i Pakistan 63 prosent høyere enn den lokale minstelønnen.⁸

Med unntak av Adidas, som kun besvarte Framtiden i våre henders henvendelse via XXL, har ingen av de andre sportsselskapene svart tilfredsstillende på alle våre 10 spørsmål. Vi anser at Select svarte mangelfullt på to av spørsmålene, men møtte informasjonskravet på de andre åtte. Puma svarte derimot mangelfullt på halvparten. Verst av de fire sportsselskapene var Nike, som svarte utilfredsstillende på ni av ti spørsmål. Hvilke arbeidsforhold som ligger bak selskapenes produksjon av de spesifikke fotballene forblir derfor i store trekk ukjent for oss.

⁶ Utregningene baserer seg på metoden utarbeidet av Asia Floor Wage Alliance (AFWA). For mer informasjon, se fotnote 6.

⁷ Asia Floor Wage Alliance (AFWA) er en asiatisk arbeiderledet allianse på tvers av klesproduserende land. Alliansen har som mål å bygge regionale lønnskrav og få gjennomslag for disse, og å holde de multinasjonale kleskjedene ansvarlige for forhold i deres leverandørkjeder. AFWA er det eneste initiativet som har integrert et kjønnsperspektiv. Framtiden i våre hender er klar over at det også finnes andre metoder å regne ut en levelønn på, for eksempel Anker-metoden (se <https://www.globallivingwage.org/about/anker-methodology/>)

Clean Clothes Campaign, som Framtiden i våre hender er en del av, støtter opp om AFWA og det er derfor vi velger å bruke AFWAs estimat for levelønn i denne undersøkelsen.

⁸ Selv et mer forsiktig anslag fra Global Living Wage Coalition (GLWC), som tar utgangspunkt i den såkalte Anker-metoden, anslår at levelønnen i Sialkot 34 284 PKR. Det vil si at minstelønnen utgjør 72 prosent av en levelønn (eller at levelønnen er 28% høyere).

For å møte lovens krav mener Framtiden i våre hender at selskapene blant annet må:

- Svare på henvendelser i henhold til lovens krav, enten bedriften omfattes av loven eller ikke. Slik sender selskaper et signal om at de tar menneskerettigheter og åpenhet på alvor og har som mål å møte åpenhetslovens informasjonskrav, og forhåpentligvis også bidra til endring.
- Gjøre det tydelig på sin hjemmeside hvordan og til hvilken adresse spørsmål om hvordan virksomheten arbeider for å sikre rettigheter i sin leverandørkjede kan sendes. Dedikerte kontaktflater for å motta forespørsler om informasjon, med henvisning til Forbrukertilsynets informasjonsside om åpenhetsloven, anbefales.
- Selskaper som ikke omfattes av loven direkte, men som må svare oppover i leverandørkjeden til for eksempel en forhandler som må forholde seg til lovens pålegg, bør svare ut spørsmålene etter beste evne.
- Gjøre seg godt kjent med loven og forankre arbeidet internt. De virksomhetene som trenger hjelp vil kunne få det fra Forbrukertilsynet, som har en veiledningsfunksjon.
- Selv om åpne leverandørlistor og sporbarhet foreløpig ikke er en del av åpenhetsloven vil det styrke selskapenes troverdighet hvis de viser åpenhet her. Det samme gjelder dokumentasjon som underbygger selskapenes påstander.

2. Innledning

I november sist år gikk startskuddet for VM i Qatar. I noen korte uker samlet idrettsutøvere, hundretusener av fans, investorer og mediefolk seg for å overvære og formidle gigantarrangementet til omverdenen. VM i Qatar var en viktig sportsbegivenhet, men også en gigantisk pengemaskin hvor sponsorene får omfattende eksponering i beste sendetid.

Medaljen hadde en bakside: Arrangørene av fjorårets største fotballarrangement ble anklaget for sportsvasking blant annet på grunn av kritikkverdige arbeidsforhold for de som bygget infrastrukturen til arrangementet, Qatars undertrykking av seksuelle minoriteter, kvinner og politisk opposisjonelle.

Sportsvasking er en betegnelse for staters og selskapers bruk av sport og sportsarrangementer til å bedre omdømmet sitt.⁹ Uttrykket har typisk blitt brukt når stater utnytter sin posisjon som vert til prominente sportsarrangementer til å flytte oppmerksomhet vekk fra de menneskerettighetskremler regimet utsetter sine borgere for. Kjente eksempler er Tysklands OL-vertskap i 1936, Sovjetunionens OL-vertskap i 1980 og Kinas OL-vertskap i 2008 og 2022.

I lyset av avsløringene om skrekkelige arbeids- og boforhold for migrantarbeidere som har bygget VM-stadion og hoteller til supereventet i Qatar, i tillegg til Qatars gjentatte brudd på menneskerettighetene, satte organisasjoner som Amnesty spørsmålstegn ved hvordan landet kunne få tildelt rollen som vertsland for VM bare og dermed få innpass hos demokratiske land.

De siste årene har det vært økende oppmerksomhet rettet mot næringslivets bidrag til sportsvasking¹⁰ grunnet de multinasjonale selskapers gullkantede sponsoravtaler med landslag under internasjonale turneringer. Under fjorårets VM var 26 av de 32 lagene som har kvalifisert seg sponset av Nike, Adidas eller Puma.¹¹ Og kampballene som trillet på banene i Qatar er levert av Adidas.¹² Selskapet Select er en mindre aktør, men er likevel interessant da det fotballer med Select sin logo ruller på banen i en lang rekke fotballturneringer, deriblant de norske seniorligaene for herre- og kvinnefotball.

Koblingen mellom lag og sportsselskaper, som Nike og Adidas, er en integrert del av selskapers markedsføring og øker salget av varer.¹³ Under VM i Brasil i 2014 solgte Adidas 14 millioner offisielle FIFA-baller. Suksessen gjentok seg fire år etter. I 2018, under VM i Russland, anslås det at Adidas solgte ti millioner baller.¹⁴

Også i Norge bredde fotballfeberen seg. Tusener av drakter, sko, fotballer og annet sportsutstyr solgte stort hos de norske sportsforhandlerne. Tall fra Statistisk sentralbyrå (SSB) viser at i

⁹ <https://amnesty.dk/vores-arbejde/sport-og-menneskerettigheder/sportswashing/>

¹⁰ <https://archive.cleanclothes.org/resources/national-cccs/foul-play-ii-sponsors-leave-workers-still-on-the-sidelines/view>

¹¹ <https://www.sportingnews.com/us/soccer/news/fifa-world-cup-which-teams-have-qualified/86nbryu9dkh41ii7s800gjawv>; <https://www.footyheadlines.com/2021/12/2022-world-cup-kit-makers.html>; <https://sportskhabri.com/>

¹² <https://www.fifa.com/about-fifa/commercial/partners/adidas>

¹³ <https://archive.cleanclothes.org/resources/national-cccs/foul-play-ii-sponsors-leave-workers-still-on-the-sidelines/view>

¹⁴ <https://frifagbevegelse.no/nyheter/han-lager-ballene-til-vm-i-qatar--manedslonna-er-mindre-enn-det-en-fotball-koster-6.469.915092.fe9d5264c6>

underkant av 1,3 millioner baller av ulike slag skal ha blitt importert til Norge i 2022. De fleste av disse kom fra land i Asia: Vi fikk ca 320 000 baller fra Kina, rundt 347 000 fra Pakistan og ca 76 000 fra Vietnam. Dog kommer fortsatt mange baller fra Italia, ca 374 000, selv om antallet har blitt kraftig redusert sammenlignet med 2021.¹⁵

Hvordan er så arbeidsvilkårene for arbeiderne som produserer disse 1,3 millioner ballene? Kina, Pakistan og Vietnam, som jo står for brorparten av ballene som kommer til Norge, er ifølge den globale føderasjonen International Trade Union Confederation¹⁶ (ITUC) er såkalte høyrisikoland med tanke på faren for brudd på grunnleggende menneskerettigheter. Produksjonen i disse landene er preget av lave lønninger, usikre ansettelsesforhold, utrygge fabrikker, undertrykkelse av fagbevegelse og andre krenkelser av arbeideres rettigheter.

Med bakgrunn i åpenhetsloven ønsket Framtiden i våre hender å se nærmere på de utvalgte selskaperes vilje til å svare på spørsmål knyttet til menneskerettigheter og anstendige arbeidsforhold, enten fordi det ifølge loven er pålagt å gjøre det, eller fordi det forventes av selskapene som alle er etablert i Norge.

¹⁵ Importtall fra SSB, tabell 08801, HS-code: 95066200, innhentet og bearbeidet av Framtiden i våre hender.

¹⁶ <https://files.mutualcdn.com/ituc/files/2022-ITUC-Rights-Index-Exec-Summ-EN.pdf>

3. Metode

A. Metode og avgrensning

Åpenhetsloven¹⁷ trådte i kraft den 1. juli 2022. Loven gjelder for store og mellomstore selskaper som selger varer og tjenester i Norge, og pålegger selskapene å sikre menneskerettighetene når de produserer varer, og å være åpne om hva de konkret gjør for å sikre arbeidernes rettigheter.

Åpenhetslovens informasjonsplikt gir «enhver», herunder for eksempel forbrukere, organisasjoner og journalister retten til å etterspørre informasjon om arbeidsforhold. Den omtales også som en passiv informasjonsplikt fordi selskapene bare agerer hvis de blir stilt spørsmål.¹⁸ Spørsmål kan omhandle virksomheters arbeid med faktiske eller potensielt negative konsekvenser for grunnleggende menneskerettigheter og anstendige arbeidsforhold deres leverandørkjede. Spørsmål kan enten være generelle og/eller knyttet til en spesifikk vare.

Vi har utformet vår spørreundersøkelse ut fra den passive informasjonsplikten, knyttet til spesifikke varer. Vi har i alt stilt seks virksomheter 10 spørsmål hver knyttet til navngitte fotballer. Seks av disse spørsmålene dreier seg om ulike forhold knyttet til grunnleggende menneskerettigheter og anstendige arbeidsforhold. De resterende fire spørsmålene omhandler selskapenes tiltak for å minske negative konsekvenser i produksjonen.

De 10 spørsmålene som vi stilte var knyttet til fire spesifikke baller¹⁹:

- 1) Nike: "Nike Flight – UEFA Women's Euro England 2022"
- 2) Adidas: "Tango Rosario"
- 3) Puma: "Serie A Orbita FIFA Quality Pro Kampball"
- 4) Select: "Flash Turf Select"

Vi sendte vår spørreundersøkelse til seks virksomheter, inkludert de fire sportsselskapene som produserer fotballene vi nevnte overfor: Nike, Adidas, Puma og Select. I tillegg stilte vi de samme spørsmålene til to norske forhandlere som selger disse ballene, nemlig XXL Sport og Unisport. XXL Sport selger Adidas' ball "Tango Rosario", Nike-ballen «Flight – UEFA Women's Euro England 2022» og Select sin ball "Flash Turf Select". Unisport er forhandler for Adidas' ball "Tango Rosario", Puma-ballen "Serie A Orbita FIFA Quality Pro Kampball" og Select sin ball "Flash Turf Select".

Vi valgte disse selskapene grunnet deres sponsorvirksomhet og eksponering under VM i Qatar. Av 32 nasjonale lag som har kvalifisert seg til å spille under årets VM, blir 26 av disse sponset av Nike, Adidas eller Puma. (se appendiks, figur 1) I tillegg har vi også valgt å undersøke Select, som er sponsor av den offisielle matchballen for de norske seniorligaene i herre- og kvinnefotball.

¹⁷ <https://lovdata.no/dokument/NL/lov/2021-06-18-99>

¹⁸ Virksomhetene har også en aktiv informasjonsplikt. Den kalles så fordi det er en årlig redegjørelse for hvilke aktsomhetsvurderinger selskapet har gjennomført. Se §5 i åpenhetsloven.

¹⁹ Utvelgelsen av disse spesifikke baller har vært tilfeldig. Vi har vi ikke tatt høyde for hvorvidt ballen er 'match balls' eller regulære baller, prisnivået, produksjonsmetode eller materiell sammensetning.

Unisport, XXL Sport og Adidas omfattes av åpenhetsloven og må derfor følge påleggene i denne. Nike, Puma og Select omfattes ikke av loven. Likevel er det klart uttrykt fra norske myndigheter at det *forventes* at alle selskaper som er etablert i Norge skal drive forretninger i tråd med åpenhetsloven, og det betyr at den som fremsetter et informasjonskrav burde kunne påregne et svar fra disse. Nike og Puma er dessuten blant verdens største sportsselskaper med store ressurser til å svare ut henvendelser – hvis selskapene prioriterer det.

B. Fremgangsmåte for å oppnå kontakt med selskapene

Med bakgrunn i åpenhetsloven fremsatte vi informasjonskrav gjennom en skriftlig henvendelse til de seks selskapene nevnt ovenfor. Selv om spørsmålene er formulert av Framtiden i våre hender nærmet vi oss selskapene som om vi var en forbruker, uten tidligere erfaring med å kontakte selskaper med mål om å få informasjon. Det er viktig å presisere at åpenhetsloven krever at virksomheten må svare *den som stiller spørsmål*. For denne undersøkelsen betyr det at sportsselskapene som omfattes av loven var forpliktet til å svare Framtiden i våre hender direkte, men også den forhandleren som stiller spørsmål til sine leverandører. Samtidig var også forhandlerne forpliktet til å svare direkte tilbake til oss, med informasjon de har hentet fra sine leverandører.

Vi oversendte spørreundersøkelsen til selskapene på epost. E-postadressene fant vi på selskapenes nettsider eller gjennom andre offentlige kanaler. Unntaket var Nike, som ikke har offentlig tilgjengelige e-postadresser hvor man kan stille generelle eller produktspesifikke spørsmål²⁰ Vi måtte derfor ta kontakt med Nike ved hjelp av personlige nettverk – en mulighet som få forbrukere ville hatt.

I overensstemmelse med åpenhetsloven forventet vi svar innen tre uker fra den dagen selskapene mottok vår henvendelse.

C. Analyse

Vi har vurdert om de seks virksomhetene overholdt kravene i åpenhetsloven, ved å gjennomføre en to-trinns analyse.

Det første trinnet i analysen ser på om virksomhetene har sendt inn svar på spørsmålene vi stilte.

Dersom en virksomhet har sendt inn svar på våre spørsmål innen den fastsatte tidsrammen på tre uker (eller to måneder om det dreier seg om svært krevende spørsmål) anser vi at virksomheten

²⁰ Nike har ikke en offentlig tilgjengelig e-postadresse som forbruker og andre kan benytte ved spørsmål. Selskapet har et telefonnummer. I tillegg kan Nike ikke kontaktes via selskapets facebook-side, men bare gjennom Instagram. Vi forsøkte å få tak i Nike via Instagram, men uten hell. Ifølge Forbrukertilsynets veiledning er det mulig å sende eller levere inn et fysisk brev hos Nikes norske "flagstore" på Karl Johan i Oslo. Men da vi forventet at dette ville gjøre prosessen mer komplisert, og også gi et skeivt sammenligningsgrunnlag med de andre selskapene, valgte vi at kontakte Nike direkte gjennom personlige kontakter.

har svart i tråd med åpenhetslovens krav på dette området. Dersom en virksomhet ikke har sendt inn svar innen tidsfristene har virksomheten brutt disse.

Fordi vi fremsette informasjonskravet til to norske forhandlere av sportsartikler, i tillegg til de fire sportsselskapene, kan vi potensielt motta svar fra de sistnevnte også *indirekte* gjennom forhandlerne sitt svar. I denne rapporten skiller vi derfor mellom *direkte* og *indirekte* innsending av svar. Svar som er innsendt *direkte* til oss er i tråd med det loven krever.

Det andre trinnet i analysen undersøker om virksomhetenes svar er mangelfulle eller tilfredsstillende i henhold til åpenhetslovens krav. Denne analysen vurderer utelukkende hvorvidt selskapenes svar lever opp til informasjonskravet.

Vi gjør oppmerksom på at analysen av svarene baserer seg på svarene vi har fått fra selskapene. Framtiden i våre hender har altså ikke foretatt en kvalitativ vurdering av for eksempel om informasjonen som stammer fra kontroller (eng. audits) er korrekt eller hvor hensiktsmessig slike kontroller er for å oppnå en bedring av arbeidsforholdene. En slik tilnærming ligger utenfor denne rapporten sitt fokusområde.

Åpenhetsloven gir selskapene plikt til å svare på spørsmål som omhandler hvordan virksomheter håndterer *faktiske* og *potensielle* negative konsekvenser for grunnleggende menneskerettigheter og anstendige arbeidsforhold. Det gjelder både informasjonen som er *generell* eller *knyttet til en særskilt vare eller tjeneste*.²¹

Disse fire variablene stiller ulike krav for hvilken informasjon et tilfredsstillende svar må inneholde. Vi har designet våre spørsmål ut fra denne tilnærmingen: vi har stilt selskapene seks spørsmål som går på de faktiske negative konsekvenser knyttet produksjonen av en spesifikk vare som et selskap har avdekket. Vi har i tillegg stilt fire spørsmål som går på selskapenes aktsomhetsvurderinger og tiltak for å minske negative konsekvenser knyttet en spesifikk vare.

For spørsmål som går på faktiske negative konsekvenser knyttet produksjonen av en spesifikk vare, må selskapenes svar (i) beskrive de faktiske forhold (ii) for de arbeidere som inngår i produksjonen av den spesifikke varen. I tilfeller hvor selskapenes svar på denne typen spørsmål ikke oppfyller de to kriteriene har selskapet besvart spørsmålet mangelfullt.

For spørsmål som går på selskapets aktsomhetsvurderinger og tiltak for å minske negative konsekvenser knyttet produksjonen av et spesifikt produkt, må selskapene svar spesifisere hvilke tiltak som er implementert hos den konkrete leverandøren som produserer den spesifikke varen vi fokuserer på. Om selskapene svarer ved for eksempel å henvise til sine etiske retningslinjer (code of conduct) *uten* å beskrive hvilken innvirkning det har ved den konkrete leverandøren som produserer den spesifikke varen, anser vi svaret som mangelfullt.

²¹ <https://lovdata.no/dokument/NL/lov/2021-06-18-99>

4. Åpenhetsloven

Åpenhetsloven gjelder for selskaper som selger varer og tjenester i Norge. Den pålegger selskapene å ivareta menneskerettighetene i sin leverandørkjede, og å være åpne om hva de konkret gjør for å sikre arbeidernes rettigheter. Forbrukertilsynet har ansvar for å gi råd og veiledning til både selskaper, forbrukere, organisasjoner og andre om hvordan lovens pålegg skal møtes og hvordan den kan brukes for å etterspørre informasjon om arbeidsforholdene som knyttes til varen.²²

Fram til nå har arbeidet for anstendige arbeidsvilkår og åpenhet om forhold i vareproduksjonen vært del av selskapenes frivillige innsats, også omtalt som «bedriftenes samfunnsansvar» (eller corporate social responsibility, CSR). Selvpålagte etiske retningslinjer og selskapenes nokså begrensede tiltak for bedre arbeidsforhold har fram til nå bare resultert i mindre, og ofte overfladiske, endringer. Med den nye loven omgjøres selskapenes frivillige innsats til lovpålagt ansvar for de som produserer varer og tjenester i inn- og utland.

Hva er målet med loven? Loven skal fremme virksomheters respekt for grunnleggende menneskerettigheter og anstendige arbeidsforhold i forbindelse med produksjon av varer og levering av tjenester i egen leverandørkjede. Loven sikrer allmennheten tilgang til informasjon om hvordan selskapene forebygger og håndterer brudd på grunnleggende menneskerettigheter og anstendige arbeidsforhold.

Hvem gjelder den for? Loven gjelder for «større virksomheter» som hører hjemme i Norge, og som tilbyr varer og tjenester i eller utenfor Norge. Loven omfatter også større utenlandske virksomheter som tilbyr varer og tjenester i Norge, og som er skattepliktige til Norge.

Med «større virksomheter» menes virksomheter som omfattes av regnskapsloven § 1-5, eller som oppfyller to av følgende tre vilkår:

- salgsinntekt på 70 millioner kroner eller mer
- en balansesum på mer enn 35 millioner kroner
- gjennomsnittlig antall ansatte i regnskapsåret: 50 årsverk

Eksempel på selskaper som omfattes av åpenhetsloven er store selskaper (som Norsk Hydro, Telenor), dagligvarehandel (Bama, NorgesGruppen), banker (Storebrand, KLP, DNB), varehandel (IKEA, Kid Interiør, Clas Ohlson, Jernia) klesbransjen (H&M, Cubus, Boys of Europe, Vero Moda, Lindex) og selskaper innenfor sport og elektronikk. Rundt 9000 andre selskaper vil også omfattes av loven.

Hvilke plikter har selskapene som omfattes av loven? Bedriftene har ansvar for å sikre menneskerettigheter i produksjonen av varer og tjenester. Det betyr at de:

- tydelig har formulert sine forpliktelser

²² <https://www.forbrukertilsynet.no/apenhetsloven>.

- skaffer seg en oversikt over mulig risiko for menneskerettighetsbrudd i sin leverandørkjede
- gjør en innsats for å fjerne risikoen for slike brudd
- gjør sitt beste for å bøte på brudd som avdekkes. Det kan for eksempel være urettmessig oppsagte fagforeningsaktivister som får tilbake jobbene sine eller det å sikre ofrene for en ulykke erstatning.

Hvilke rettigheter har man til å få informasjon om arbeidsforhold og menneskerettigheter? Alle har rett til informasjon fra selskaper om hvordan de håndterer faktiske og potensielle negative konsekvenser for menneskerettigheter i sin leverandørkjede. Det gjelder både generell informasjon og informasjon knyttet til en særskilt vare eller tjeneste som virksomheten tilbyr.

Hvor raskt må et selskap svare? Selskapene må besvare oversendte spørsmål innen tre uker. Dersom selskapet får veldig mange spørsmål fra samme etterspørre, eller det er "uforholdsmessig byrdefullt" for selskapet å svare, kan det få utsatt fristen i inntil to måneder.

Hva skjer hvis selskapet unnlater å svare eller ikke gir etterspurt informasjon? Hvis selskapet ikke svarer "dekkende og forståelig" kan etterspørre klage saken inn til Forbrukertilsynet som eventuelt kan pålegge selskapet å svare. Hvis selskapet ikke møter Forbrukertilsynets avgjørelse vil de kunne ilegges tvangsmulkt, senere eventuelt også overtredelsesgebyr.

5. Hvor produseres fotballene?

Kina, Pakistan og Vietnam er ifølge data fra FNs Comtrade database, henholdsvis verdens største, neste største og tredje største eksportør av baller.²³

Ifølge den globale føderasjonen International Trade Union Confederation (ITUC)²⁴ er Kina, Pakistan og Vietnam alle såkalte høyrisikoland med tanke på faren for brudd på menneskerettigheter. ITUC offentliggjør hvert år en rangering av land i verden med henblikk på risikoen for brudd på arbeidernes grunnleggende rettigheter. Landene blir kategorisert fra 1 til 5, hvorav 5 er verst. Landene i kategori 1 omfatter land hvor det forekommer sporadiske brudd på arbeidernes rettigheter, mens arbeidere i land i kategori 2 opplever gjentakende brudd på de samme rettighetene. Kategori 3 refererer, ifølge ITUC, til regelmessige brudd på rettighetene, mens arbeidere i land i kategori 4 opplever systematiske brudd på sine rettigheter. Kategori 5 er land hvor arbeidernes rettigheter konsekvent ikke kan garanteres.²⁵

I ITUCs rapport for 2022 ble Kina og Pakistan plassert i kategori 5 – altså land hvor det er størst sannsynlighet for at arbeidernes rettigheter blir brutt. I den samme rapporten kunne ITUC dokumentere hvordan arbeidere i Pakistan og Kina har blitt utsatt for vold og vilkårlige arrestasjoner.²⁶

Vietnam ble i den samme rapporten plassert i kategori 4, det vil si noe bedre. Vietnam, som produserer mange av fotballene og sportstøyet som kommer til Norge, er likevel ikke trygt for arbeidere, og ifølge ITUC det skjer systematiske brudd på deres rettigheter.²⁷

²³ Eksporttall fra <https://comtrade.un.org/data/>, HS-code:950662. Innhentet og bearbeidet av Framtiden i våre hender

²⁴ <https://files.mutualcdn.com/ituc/files/2022-ITUC-Rights-Index-Exec-Summ-EN.pdf>

²⁵ Ibid.

²⁶ Ibid.

²⁷ Ibid.

Kina

Kina er verdens største vareprodusent og -eksportør. I 2022 eksporterte Kina varer til en samlet verdi av 3,59 trillioner USD.²⁸ Kina er også verdens største eksportør av baller av ulike typer. I 2021 eksporterte Kina mer enn 335 millioner baller til hele verden.²⁹

Lønnsnivået i Kina er generelt under levelønnsnivå. En levelønn er definert som "godtgjørelse for en regulær arbeidsuke (maksimalt 48 timer og uten bonuser), som kan forsørge en arbeider og dennes pårørende (vanligvis en voksen og to barn), bolig, mat (3000 kalorier per voksen), utdanning og helsetjenester."³⁰

Minstelønn i Kina varierer fra region til region og graden av urbanisering. Ser vi på minstelønnen i Kina varierer den mellom 1220 Yuan (170 USD) og 2360 Yuan (329 USD).³¹ I henhold til Asia Floor Wage Alliance, en allianse med formål å bekjempe "poverty wages" og som strekker seg over en rekke sør-asiatiske produksjonsland³², er levelønnen i Kina 6512 Yuan (909 USD)³³. I Shenzhen, den regionen hvor det er minst forskjell mellom minstelønn og levelønn, er minstelønnen, ifølge Asia Floor Wage Alliance, 36 prosent av en levelønn. I Loudi, regionen hvor det er størst forskjell mellom minstelønn og levelønn, utgjør minstelønnen bare 18 prosent av det som alliansen mener er en levelønn.

Pakistan

Pakistan har en lang historie som produsent og eksportør av spesielt fotballer og i løpet av det siste tiårene har dette lavkostlandet gradvis inntatt plassen som en av verdens viktigste eksportland. I 2022 eksporterte Pakistan varer til en verdi av 31 milliarder USD³⁴. Pakistan er verdens nest største eksportør av baller av ulike typer.³⁵ I 2021 eksporterte landet mer enn 33 millioner baller til markeder over hele verden.³⁶ I 2010 ble 70 prosent av verdens håndsydde fotballer, og 40 prosent av alle fotballer, produsert i Pakistan.³⁷

Langt størstedelen av landets fotballproduksjon skjer i Sialkot, en by på rundt 650 000 innbyggere, beliggende i Punjab-regionen. Byen har utmerket seg ved sin produksjon av fotballer av høy kvalitet og har blant annet produsert en lang rekke offisielle matchballer for FIFA. Også sist år kom den offisielle matchballen for VM i Qatar, som var produsert av leverandøren "Forward Sports", fra Sialkot.

²⁸ <https://www.statista.com/statistics/263661/export-of-goods-from-china/>

²⁹ Fra: <https://comtrade.un.org/data/>, HS-code:950662. Innhentet og bearbeidet av Framtiden i våre hender

³⁰ Se <https://cleanclothes.org/> og for eksempel rapporten "Do Dutch Garment Companies Guarantee A Living Wage In Their Supply Chains?" (2021) <https://cleanclothes.org/file-repository/skc-paper-on-living-wages.pdf/view>

³¹ <https://wageindicator.org/salary/minimum-wage/china-custom>

³² Bangladesh, Kambodsja, Indonesia, India, Pakistan og Sri Lanka

³³ <https://asia.floorwage.org/living-wage/>

³⁴ https://data.worldbank.org/indicator/BX.GSR.MRCH.CD?locations=PK&most_recent_value_desc=true&view=chart

³⁵ Eksporttall fra <https://comtrade.un.org/data/>, HS-code:950662. Innhentet og bearbeidet av Framtiden i våre hender

³⁶ Eksporttall fra: <https://comtrade.un.org/data/>, HS-code: 950662. Innhentet og bearbeidet av Framtiden i våre hender

³⁷ Chan, A., Xue, H., Lund-Thomsen, P., Nadvi, K., & Khara, N. (2015). Race to the Bottom: The Soccer Ball Industry in China, Pakistan and India. In *Chinese Workers in Comparative Perspective*. Cornell University Press. P.263
<https://www.wsj.com/articles/SB10001424052748703465204575207982953211828>

Ifølge data fra verdensbankede levde i underkant av 5 prosent av befolkningen i Pakistan i 2018 for under 2,15 USD³⁸ om dagen³⁹, mens 40 prosent levde for under 3,65 USD om dagen.⁴⁰ FN-organet International Labour Organization (ILO) har delt fattigdom i tre kategorier: Ekstrem fattigdom, hvor et menneske tvinges til å leve på mindre enn 1,90 USD per dag, moderat fattigdom hvor nivået er 1,90-2,30 USD per dag og nær fattigdom svarende til 3,20-5,50 USD per dag. Leser vi tallene fra Pakistan i lyset av ILOs kategorier, lever 45 prosent av den samlede befolkningen i moderat til nær fattigdom. Det faktum avspeiles også tydelig i at hele 17 prosent av befolkningen anses å være feil- og underernæret.⁴¹

Lønnsnivået for arbeidere i Pakistans vareproduksjonen er langt under nivået for en levelønn. I juli sist år fikk imidlertid fagforeningene kjempet til seg en vesentlig lønnsøkning. Minstelønna i Sialkot, regionen hvor fotballer hovedsakelig blir produsert, økte minstelønna fra 17 000 til 25 000 pakistanske rupier.⁴² Til tross for økningen er minstelønna i landet fortsatt stadig langt fra tilstrekkelig for at arbeidere i vareproduksjonen skal kunne leve et liv i verdighet. Ifølge Asia Floor Wage Alliance er levelønnen i Pakistan 67 200 pakistanske rupier (298 USD)⁴³. Den nåværende minstelønna i Sialkot er derfor 37 prosent av det arbeiderne trenger for å kunne dekke sine mest grunnleggende behov.

Vietnam

Vietnam er også et viktig vareproduserende land og i 2022 eksporterte landet varer til en samlet verdi av 371,3 milliarder USD.⁴⁴ Det er en økning på 10,5 prosent fra året før. Denne utviklingen avspeiles også i eksporten av baller: Siden 2000 har eksporten av baller av ulike typer økt 1381 prosent.⁴⁵ I 2020 var Vietnam det tredje største⁴⁶ eksportlandet av baller⁴⁷ – nesten 15 millioner baller ble solgt til markeder over hele kloden.⁴⁸

Også i Vietnam anses minstelønna å ligge under et levelønnsnivå. Ifølge Asia Floor Wage Alliance er levelønnen i Vietnam 12 642 736 dong (508 USD)⁴⁹. Også i Vietnam varierer minstelønna mellom regionene og urbaniseringsgraden. Minstelønnen ligger derfor mellom 3 250 000 dong (130 USD) og 4 680 000 dong (188 USD).⁵⁰ Det tilsvarer til 25 – 37 prosent av en levelønn bruker man Asia Floor Wage Alliance sin metode.

³⁸ Målenheten er i PPP (2017) eller kjøpekraftenheter på norsk.

³⁹ <https://data.worldbank.org/indicator/SI.POV.DDAY?locations=PK-VN>.

⁴⁰ <https://data.worldbank.org/indicator/SI.POV.LMIC?locations=PK-VN>

⁴¹ <https://data.worldbank.org/indicator/SN.ITK.DEFC.ZS?locations=PK-VN&view=chart>

⁴² <https://www.nation.com.pk/30-Jun-2022/punjab-govt-increases-laborers-minimum-wage-to-rs25-000>
https://labour.punjab.gov.pk/system/files/Punjab%20Minimum%20Rates%20of%20Wages%20Notification%202022_0.pdf

⁴³ <https://vantage-logistics.com.vn/viet-nams-export-and-import-2022-bv216.htm>

⁴⁴ Data innhentet fra https://data.worldbank.org/indicator/BX.GSR.MRCH.CD?locations=PK-VN&most_recent_value_desc=true&view=chart og bearbeidet av Framtiden i våre hender.

⁴⁵ Fra: <https://comtrade.un.org/data/>, HS-code:950662. Innhentet og bearbeidet av Framtiden i våre hender

⁴⁶ Eksporten fra Pakistan fremgår ikke av comtrade eksportdata for 2020, men tar vi tidligere år i betraktning er det sannsynlig at Pakistan også ville vært det nest største eksportlandet av baller i verden – og at Vietnam derfor er det tredjes største eksportlandet av det samme.

⁴⁷ Fra: <https://comtrade.un.org/data/>, HS-Code: 950662. Innhentet og bearbeidet av Framtiden i våre hender

⁴⁸ Fra: <https://comtrade.un.org/data/>, HS-Code: 950662. Innhentet og bearbeidet av Framtiden i våre hender

⁴⁹ <https://asia.floorwage.org/living-wage/>

⁵⁰ <https://wageindicator.org/salary/minimum-wage/minimum-wages-news/2022/minimum-wage-updated-in-vietnam-from-01-july-2022-june-24-2022>

Selskapsprofiler

Nike

Nike ble grunnlagt i 1966 og fikk merkevarenavnet i 1971.⁵¹ Siden da er Nike blitt kjent verden over for sine sko, sportsartikler, klær og høyprofilerte samarbeid med kjendiser innen sport- og kulturverden verdens største sportsselskap,⁵² og rangerer som nummer 83 på Fortunes' 500 liste over de største selskapene globalt.⁵³

Nike er en multinasjonal virksomhet med 73 000 ansatte⁵⁴ som selger sine varer i 1046 egne butikker⁵⁵ og et utall forhandlere verden over. I 2022 hadde Nike en omsetning på 46,710 millioner USD.⁵⁶, og netto inntekt på 6,046 millioner USD.⁵⁷

Nike har i årtier vært sponsor av profesjonelle idrettsutøvere, og selskapet har signert avtaler med alt fra enkeltutøvere til nasjonale fotballag. Ofte er disse sponsoravtalene i millionklassen (USD). I 2016 dokumenterte Clean Clothes Campaign at det franske landslaget hadde inngått en sponsoravtale med Nike på hele 50 millioner euro per år.⁵⁸ Av 32 landslag som har kvalifisert seg til årets VM er 13 sponset av Nike. Qatar, Brasil, Frankrike, Kroatia, England, Nederland, Canada, Portugal, Saudi Arabia, Sør-Korea, Polen og USA kommer alle til å bære drakter med Nike-logoen under årets VM.⁵⁹

Adidas

Adidas ble grunnlagt i 1949 av den tyske forretningsmannen Adi Dassler. Kjent for sine sportsklær, sko og ikke minst fotballartikler, har Adidas vokst til å bli verdens andre største sportsmerke.⁶⁰ I dag er Adidas et multinasjonalt selskap med mer enn 60 000 ansatte, 2 500 egne butikkutsalgsalg og som i tillegg selger sine varer gjennom svært mange forhandlere verden over.⁶¹ I 2022 hadde selskapet en nettosalg på 22,511 millioner euro og en bruttofortjeneste 10,644 millioner euro.⁶²

Adidas har i flere tiår vært sponsor av en rekke høyprofilerte sportsarrangementer. Siden 1970 har Adidas levert den offisielle FIFA matchballen.⁶³ I år er det Adidas-ballen "Al Rihal", som ruller

⁵¹ <https://about.nike.com/en/volumes/50-years-of-listening-to-athletes>

⁵² <https://www.statista.com/statistics/241885/sporting-goods--sportswear-companies-revenue-worldwide/>

⁵³ <https://fortune.com/company/nike/fortune500/>

⁵⁴ <https://www.forbes.com/companies/nike/?sh=3621dace6eb5>

⁵⁵ <https://www.statista.com/statistics/250287/total-number-of-nike-retail-stores-worldwide/>

⁵⁶ <https://www.macrotrends.net/stocks/charts/NKE/nike/net-income>

⁵⁷ <https://www.macrotrends.net/stocks/charts/NKE/nike/revenue>

⁵⁸ <https://archive.cleanclothes.org/resources/national-cccs/foul-play-ii-sponsors-leave-workers-still-on-the-sidelines/view>

⁵⁹ <https://www.sportingnews.com/us/soccer/news/fifa-world-cup-which-teams-have-qualified/86nbyru9dkh41ii7s800gjwav> og <https://sportskhabri.com/>; <https://www.footyheadlines.com/2021/12/2022-world-cup-kit-makers.html>

⁶⁰ <https://www.statista.com/statistics/241885/sporting-goods--sportswear-companies-revenue-worldwide/> ;

<https://www.totalsportal.com/list/biggest-sportswear-brands/>

⁶¹ <https://www.adidas-group.com/en/about/history/>

⁶² <https://report.adidas-group.com/2022/en/group-management-report-financial-review/business-performance/income-statement.html>

⁶³ <https://www.fifa.com/about-fifa/commercial/partners/adidas>

på banen i VM i Qatar. Selskapet sponser syv av de 32 lagene som deltok i fjorårets VM.⁶⁴ Tyskland, Belgia, Spania, Argentina, Japan, Mexico og Wales har Adidas-logoen på sine drakter når de går på banen. Sponsoravtalene gir Adidas tilgang til global markedsføring og mulighet til posisjonering: I 2016 ble det kjent at Adidas sin sponsorkontrakt med det tyske landslaget satte ny rekord på 65 millioner euros per år.⁶⁵

Puma

I 1948 grunnla Rudolf Dassler, Adidas-grunnleggerens bror, Puma. Helt fra 1950-tallet har Puma hatt et nært forhold til fotball. Selskapet gjorde seg først bemerket som produsent for profesjonelle fotballsko. Etter hvert utvidet Puma sitt repertoar til å inkludere et økende antall ulike typer sko, vesker, klær og sportsutstyr. I dag er Puma blant verdens største sportsselskap.⁶⁶ Puma er en multinasjonal bedrift med 16 100 ansatte og selges av forhandlere over hele verden.⁶⁷ I 2022 hadde Puma en nettosalg på 8,465 millioner euro og en bruttofortjeneste på 3,902 millioner euro.⁶⁸

Puma er den offisielle sponsor for seks ut av de 32 lagene som har kvalifisert seg til årets VM.⁶⁹ Serbia, Sveits, Uruguay, Ghana, Senegal og Marokko kommer alle til å bære Puma-logoen på draktene sine under årets VM i Qatar.

Select

Select ble grunnlagt i 1947 av den danske landslagsmålvakten Eigil Nielsen⁷⁰ og er fortsatt et dansk selskap. I dag er det en av Nordens mest kjente leverandører av fotballer, med mer enn 3 millioner baller solgt per år.⁷¹ Selskapet selger baller, klær og tilbehør i mer enn 50 land og kunne i 2021 rapportere en bruttofortjeneste på nesten 62 millioner DKK (ca 97 millioner NOK).⁷²

Ifølge selskapet blir 90 prosent av fotballene produsert av leverandøren Anwar Khawaja Industries (AKI), i Sialkot i Pakistan.⁷³ Select er den offisielle matchball-leverandøren til en lang rekke fotballturneringer, deriblant svenskenes Allsvenskan og Superettan, det danske landslaget, den islandske ligaen og de norske herre- og kvinne divisjonene.⁷⁴

⁶⁴ <https://www.sportingnews.com/us/soccer/news/fifa-world-cup-which-teams-have-qualified/86nbyru9dkh41ii7s800gjwav> og <https://www.footyheadlines.com/2021/12/2022-world-cup-kit-makers.html>; <https://sportskhabri.com/>

⁶⁵ <https://archive.cleanclothes.org/resources/national-cccs/foul-play-ii-sponsors-leave-workers-still-on-the-sidelines/view>

⁶⁶ <https://www.statista.com/statistics/241885/sporting-goods--sportswear-companies-revenue-worldwide/>

⁶⁷ <https://about.puma.com/en/this-is-puma>

⁶⁸ <https://about.puma.com/en/newsroom/corporate-news/2023/03-01-2023-q4-results>,

<https://www.statista.com/statistics/268469/gross-profit-of-the-puma-group-worldwide/>

⁶⁹ <https://www.sportingnews.com/us/soccer/news/fifa-world-cup-which-teams-have-qualified/86nbyru9dkh41ii7s800gjwav> og

<https://about.puma.com/en/this-is-puma/our-sports/teamsport>; <https://sportskhabri.com/> og

<https://www.footyheadlines.com/2021/12/2022-world-cup-kit-makers.html>

⁷⁰ <https://www.select-sport.com/en/about-select>

⁷¹ Ibid.

⁷² <https://proff.dk/firma/select-sport-as/glostrup/producenter/GK2R44I016D>

⁷³ <https://www.select-sport.com/en/about-select/csr>

⁷⁴ <https://www.select-sport.com/en/sponsorships-football>

6. Responsen fra selskapene

Åpenhetslovens paragraf 6 gir enhver rett til å få innblikk i hvordan en virksomhet håndterer negative konsekvenser for grunnleggende menneskerettigheter og anstendige arbeidsforhold som knytter seg til en spesifikk vare. Dette omtales som informasjonsretten, og utformes som et informasjonskrav overfor et eller flere selskaper. Vår undersøkelse avslører dog at det kan være svært krevende å få selskaper som omfattes av loven i tale.

Ifølge Forbrukertilsynets veiledning "må virksomhetene ta imot alle skriftlige forespørsler om informasjon uavhengig av på hvilken måte disse kommer inn til virksomheten."⁷⁵

Forbrukere og andre som ønsker å stille spørsmål kan henvende seg skriftlig til selskapet via e-postadresse, tilgjengelig på selskapets webside, via sosiale medier som selskapets Facebook, Twitter eller Instagram, eller i form av et fysisk brev levert ved selskapets utsalgssted.⁷⁶ Som utgangspunkt bør det være mulig å nå bedriften gjennom dets epost tilgjengelig via kundeservice eller annet synlig plassert sted på hjemmesiden. Etter at informasjonskravet er fremsatt er selskapet ansvarlig for å behandle og svare forespørselen innen tre uker, eller to måneder om det kan anses som svært krevende spørsmål.

Vi fremsatte altså informasjonskravet overfor seks virksomheter. Fire av disse er sportsselskaper: Nike, Adidas, Puma og Select. I tillegg henvendte vi oss med samme spørsmål til to norske forhandlere av sportsartikler: XXL Sport og Unisport.

Kontaktet gjennom e-post

Vår tilnærming til disse seks virksomhetene har vært ut fra et forbrukerperspektiv. Vi har derfor kontaktet selskapene gjennom offentlig tilgjengelige e-postadresser, med en forventning om at selskapene ville behandle vår forespørsel innenfor tre uker.

Nike har, etter det vi forstår, som eneste selskap ikke offentlig tilgjengelig e-postadresse. Nike er riktignok ikke omfattet av åpenhetsloven, men forbrukere og andre burde kunne forvente at verdens største sportsselskap har kontaktinformasjon lett tilgjengelig på sin hjemmeside hvor man kan rette sin henvendelse, uansett ærend. Etter resultatløs leting måtte vi til slutt benytte en

⁷⁵ <https://www.forbrukertilsynet.no/apenhetsloven/informasjonskrav>

⁷⁶ Ibid.

epostadresse som var kjent for oss, grunnet tidligere kontakt med Nike om brudd på menneskerettigheter ved flere av selskapets leverandører.

Vår undersøkelse avdekker at fem av seks selskaper, i større eller mindre grad, var lite tilgjengelige.

Med unntak av XXL Sport, som responderte allerede etter første henvendelse, måtte vi *purre på bekreftelse på at vår henvendelse hadde kommet frem* til selskapet. For de resterende selskapene måtte vi gjenta henvendelsen 3-4 ganger før vi i det hele tatt fikk bekreftelse på at selskapene hadde mottatt våre spørsmål. Uten bekreftelse ville vi vanskelig kunne vite om selskapets ansatte hadde mottatt og lest vår epost og om vi kunne forvente et svar innen svarfristen.

For selskaper med flere offentlig tilgjengelige e-postadresser, prøvde vi å kontakte dem gjennom disse. Når det gjelder Unisport valgte vi derfor å også skrive til selskapets e-postadresse målrettet «Potensielle økonomiske samarbeider», etter flere mislykkede forsøk på få tak i selskapet gjennom dets kundeservice. Når det gjelder Select prøvde vi først å ta kontakt med Selects norske avdeling. Når det ikke ga resultater så vi oss nødt til å kontakte selskapets hovedkontor i Danmark. Først da svarte Select.

Resultatet av selskapenes manglende tilgjengelighet førte også til lengre svartider. Av de tre selskapene som til slutt svarte direkte til oss (Select, Puma og XXL Sport⁷⁷) ble svarfristen derfor en måned for Select og syv uker for Puma.

Tre av seks svarer ikke på våre spørsmål

- Av de tre selskapene som er omfattet av åpenhetsloven var det bare XXL som kom tilbake til oss direkte med et svar. Adidas svarte ikke direkte til oss, men valgte å svare kun gjennom XXL Sport. Unisport unnlot å svare.
- Av de fire sportsselskapene Nike, Adidas, Puma og Select var det bare Puma og Select som svarte tilbake til oss direkte.
- Av de to forhandlerne, Unisport og XXL Sport, var det bare sistnevnte som svarte på spørsmålene.
- Nike, verdens største sportsselskap, bekreftet ikke at de hadde mottatt vår henvendelse. Vi fikk senere et mangelfullt svar fra Nike gjennom XXL Sport sin besvarelse.

⁷⁷ XXL Sport besvarte vår forespørsel etter to måneder. XXL Sport bad om utsettelse, da virksomheten angivelig hadde vanskeligheter med å innhente tilfredsstillende svar fra sine leverandører innen treukersfristen. Utsettelsen av svarfristen skyldes derfor ikke manglende tilgjengelighet fra XXL Sport sin side.

Hvordan lovpålagte selskaper agerte

XXL Sport er blant Nordens største forhandlere av sportsartikler. Med en årlig driftsinntekt på mer enn 5 milliarder norske kroner og mer enn 2300 ansatte er XXL Sport omfattet av åpenhetsloven.⁷⁸ XXL Sport selger blant annet Adidas' ball "Tango Rosario", Nike-ballen «Flight - UEFA Women's Euro England 2022» og Select sin ball "Flash Turf Select".

Vi henvendte oss til XXL Sport den 29.09. Samme dag mottok vi bekreftelse på mottatt mail og at selskapet ville overholde svarfristen på tre uker. Tre uker senere meddelte sportsforhandleren at de så seg nødt til å utsette besvarelsen av spørsmålene med ytterligere tre uker grunnet at de selv hadde mottatt mangelfulle besvarelser fra dem de måtte innhente informasjonen fra sportsselskapene. Vi fikk den endelige besvarelsen fra XXL Sport to måneder etter vi hadde fremsatt informasjonskravet.

Adidas, verdens nest største sportsselskap og skaperen av den offisielle FIFA VM-fotballen, svarte aldri direkte til Framtiden i våre hender på våre spørsmål knyttet til produksjonsforholdene av ballen "Tango Rosario". Det på tross av at vi i månedsvis hadde henvendt oss til Adidas' bærekraftsavdeling. Etter tredje henvendelse mottok vi den 5.10 en bekreftelse på at selskapet hadde mottatt vår mail. Det var første og siste gang vi hørte fra Adidas direkte. Vi har siden forsøkt å nå selskapet ytterligere to ganger. Sett i lys av åpenhetsloven er utelatt besvarelse av de spørsmålene vi stilte et brudd på informasjonsretten. Adidas svarte derimot tilfredsstillende på XXL Sport sin oppfordring om å svare på spesifikke spørsmål knyttet til arbeidsforholdene bak Adidas-ballen. I *dette leddet* har med andre ord Adidas oppfylt XXL sin plikt om å svare på spørsmål.

Unisport, er blant Norges største forhandlere av sportsartikler. Unisport selger blant annet Adidas' ball "Tango Rosario", Puma-ballen "Serie A Orbita FIFA Quality Pro Kampball" og Select sin ball "Flash Turf Select". Vi henvendte oss til Unisport i alt fem ganger. Etter fjerde henvendelse bekreftet Unisport at selskapet hadde mottatt våre spørsmål. Det var siste gangen vi hørte fra Unisport. Å unnlate å svare, slik Unisport har gjort, er i strid med åpenhetslovens krav.

⁷⁸ <https://proff.no/regnskap/xxl-sport-villmark-as/oslo/sports-og-fritidsutstyr/IEL2VP407RA/>

Tabell 1: Oversikt over henvendelser til selskapene, og deres bekreftelser og svar, knyttet til ulike dato.

Selskap	Dekkes av åpenhetsloven?	Dato for første henvendelse:	Antall henvendelser	Bekreftet selskapet henvendelsen?	Besvarte selskapet spørreundersøkelsen direkte til oss?
Adidas	Ja	13.09	5	Ja, 5.10	Nei, bare gjennom XXL Sport
Nike	Nei	20.09	3	Nei, Nike bekreftet ikke å ha mottatt vår henvendelse.	Nei, bare gjennom XXL Sport og svært mangelfullt.
Puma	Nei	13.09	3	Ja, 3.11	Ja, 03.11
Select	Nei	13.09	4	Ja, 17.10	Ja, 17.10
XXL Sport	Ja	29.09	1	Ja, 29.09	Ja, 29.11
Unisport	Ja	29.09	4	Ja, 13.10	Nei, har ikke besvart i det hele tatt.

Analyse, sammenligning av svarene

Vi har analysert de fire sportsselskaperes besvarelser, som vi enten fikk direkte tilsendt til oss eller gjennom XXL Sport sitt svar, ut fra åpenhetslovens krav. Ifølge Forbrukertilsynets veiledning, må selskaper "gi et dekkende og forståelig svar til informasjonssøkeren, altså et svar på det som faktisk etterspørres."⁷⁹ Det betyr at svaret selskapene er forpliktet til å gi informasjonssøkeren avhenger av hvilken type spørsmål som stilles.

Åpenhetslovens § 6 viser at informasjonskravet omfatter retten til informasjon om hvordan virksomheter håndterer *faktiske* og *potensielle* negative konsekvenser for grunnleggende menneskerettigheter og anstendige arbeidsforhold. Informasjonen kan enten være *generell* og/eller *knyttet til en særskilt vare eller tjeneste* som virksomheten tilbyr.⁸⁰ Vi utformet vår spørreundersøkelse ut fra denne tilnærmingen.

Vi stilte altså selskapene ti spørsmål. Alle spørsmål knyttet seg til én av fire navngitte baller. Seks av disse spørsmålene gikk på faktiske negative konsekvenser for grunnleggende menneskerettigheter og anstendige arbeidsforhold. De resterende fire spørsmålene gikk på

⁷⁹ <https://www.forbrukertilsynet.no/apenhetsloven/informasjonskrav>

⁸⁰ <https://lovdata.no/dokument/NL/lov/2021-06-18-99>

selskapenes aktsomhetsvurderinger og tiltak for å redusere negative konsekvenser for grunnleggende menneskerettigheter og anstendige arbeidsforhold knyttet til én spesifikk vare.

Tar vi høyde for Forbrukertilsynets veiledning må selskapene svare på det etterspørret faktisk spør om for å oppfylle informasjonskravet.

For spørsmål som går på faktiske negative konsekvenser knyttet til produksjonen av en spesifikk vare, må selskapenes svar (i) beskrive de faktiske forhold (ii) for de arbeidere som inngår i produksjonen av den spesifikke varen. I tilfeller hvor selskapenes svar på denne typen spørsmål ikke oppfyller de to kriteriene- anser vi at selskapene ikke har svart tilfredsstillende på det eller de spørsmål(ene) som ble stilt. Svarer selskapet på denne typen spørsmål ved å henvise til generell informasjon, som selskapets etiske retningslinjer, generelle tiltak eller overordnede data - uten å spesifisere forholdene hos den konkrete leverandøren - har selskapene ikke svart tilfredsstillende på det eller de spørsmål(ene) som ble stilt.

Om selskapet for eksempel blir spurt om lønnsnivået til arbeiderne som står bak produksjonen av et spesifikt produkt, er informasjon som går på lønningsnivået for arbeidere i *hele* leverandørkjeden, eller selskapets *generelle tiltak* for å oppnå høyere lønninger utilfredsstillende, selv om disse opplysningene i seg selv er interessante og gjerne kan legges ved svaret.

For spørsmål som går på selskapets aktsomhetsvurderinger og tiltak for å minske negative konsekvenser knyttet til produksjonen av et spesifikt produkt, må selskapenes svar spesifisere hvilke tiltak selskapet (eller andre selskaper) har implementert hos den konkrete leverandøren som produserer den spesifikke varen. Om selskapene svarer ved for eksempel å henvise til sine etiske retningslinjer (code of conduct) eller generelle tiltak som selskapet har implementert for å redusere en spesifikk negativ konsekvens *uten* å beskrive hvilken innvirkning det har på den konkrete leverandøren som produserer den spesifikke varen, kan svaret anses mangelfullt. Felles for begge typene av spørsmål som vi har stilt, er at selskapenes svar må være tydelige (ikke inneholde uklart og tvetydig språk) og sannferdige.

I vår analyse vurderer vi hvilke av selskapenes besvarelser som kan betraktes som mangelfulle, det vil si hvilke som ikke oppgir den konkrete informasjonen vi har etterspurt.

Sammenstilling

Tabell 2 viser en sammenstilling av sportselskapenes svar på spørsmål som går på negative konsekvenser knyttet til en spesifikk vare. Her fremkommer vår konklusjon om hvorvidt besvarelsene kan anses å være tilfredsstillende eller utilstrekkelige (sistnevnte markert som "ikke besvart"), det vil si om selskapene har svart på det det ble spurt om.

Vi gjør oppmerksom på at analysen av svarene baserer seg på svarene vi har fått fra selskapene. Framtiden i våre hender har altså ikke foretatt en kvalitativ vurdering av for eksempel om informasjonen som stammer fra kontroller (eng. audits) er korrekt eller hvor hensiktsmessig slike kontroller er for å oppnå bedring av arbeidsforholdene. En slik tilnærming ligger utenfor fokusområdet til denne rapporten.

Felles for alle sportsselskapene er at de oppgir produksjonssted. Det er foreløpig ikke noe krav i åpenhetsloven om å oppgi produksjonssted, selv om mange organisasjoner i høringsrundene⁸¹ i arbeidet med loven spilte inn det burde være en del av denne. At alle selskapene er villige til å oppgi hvor ballen er produsert er sannsynligvis fordi de alle har åpne leverandørlistor og er vant til å spille med åpne kort på dette området. Slik åpenhet er relativt vanlig i kles- og sportsbransjen, men er sjelden eller fraværende i andre bransjer.

Tabell 2: Oversikt over selskapenes besvarelser av spørsmål om faktiske negative konsekvenser knyttet til produksjonen av en spesifikk vare. I sammenstillingen fremgår konklusjonene av vår analyse, det vil si vurderingen av hvilke besvarelser som er tilfredsstillende eller mangelfulle.

Spørsmål	Adidas (Omfattet av åpenhetsloven)	Select (Ikke omfattet av åpenhetsloven)	Puma (Ikke omfattet av åpenhets- loven)	Nike (Ikke omfattet av åpenhetsloven)
Hvor blir fotballen produsert?	Forward Sports (Sialkot - Pakistan)	Anwar Khawaja Industries (Pvt) Limited (Sialkot - Pakistan)	Ali Trading Co. Ltd.	Nike oppgir 8 leverandører som produserer nevnte fotball (alle i Vietnam). ⁸²
Hva tjener en arbeider som produsere fotballen gjennomsnittlig i lønn?	27 250 PKR	Mangelfull besvarelse (25 000 PKR) ⁸³	Mangelfull besvarelse (23 385 PKR) ⁸⁴	Mangelfull besvarelse
Har arbeidene en sikker arbeidsplass?	Ja	Ja	Ja	Mangelfull besvarelse
Er arbeidene sikret organisasjonsrett? ⁸⁵	Ja	Ja	Mangelfull besvarelse	Mangelfull besvarelse
Er det fagforeninger på fabrikken?	Ja, en	Nei	Nei	Mangelfull besvarelse
Er det en klagemekanisme på fabrikken?	Ja	Ja	Ja	Mangelfull besvarelse

⁸¹ Se for eksempel <https://www.regjeringen.no/no/dokumenter/etikkinformasjonsutvalgets-rapport/id2683619/>

⁸² Acode Sporting Goods CO. LTD: Delta G Falil Vietnam CO LTD: Haivina Hong Linh CO. LTD: Hesheng CO. LTD: Longway Vietnam Company Limited: Praegear Viet Nam Company: Saign Daryar Plastic CO. LTD: Virtue King Vietnam Company: Vung Tau Orient CO. LTD: Yegin Industry CI. LTD

⁸³ Select oppgir ikke gjennomsnittslønna for arbeiderne som er ansatt ved den konkrete fabrikken, men rapporterte at 50 prosent av de som er ansatt på den konkrete fabrikken blir betalt den lokale minstelønna på 25 000 PKR.

⁸⁴ Puma oppgir ikke gjennomsnittslønna for de arbeidere som er ansatt på den konkrete fabrikken, men oppgir gjennomsnittslønna for arbeiderne hos alle sine pakistanske leverandører.

⁸⁵ Svarene i tabell 3 angir selskapenes egne vurderinger (begrunnet i selskapenes aktsomhetsvurderinger) og avspeiler derfor ikke FiVH kvalitative vurdering.

Selskapenes besvarelser av spørsmål om faktiske negative konsekvenser knyttet til produksjonen av en spesifikk vare

Nike:

Nike besvarer samtlige spørsmål på et generelt grunnlag, det vil si at de ikke svarer på det de blir spurt om, noe som svekker innsikten i forholdene ved produksjonsstedene og etterprøvbareheten av informasjonen. Nike svarer for eksempel på spørsmålet hvorvidt arbeidene som produserer "Nike Flight - UEFA Women's Euro England 2022" er sikret retten til å organisere seg ved å henvise til selskapets *generelle* retningslinjer. Vi har derfor ikke konkret informasjon som gjør at vi har grunn til å tro at arbeiderne som produserer denne varen er garantert retten til å organisere seg. Videre svarte Nike mangelfullt på fem av de seks spørsmålene som dreier seg om faktiske negative konsekvenser for arbeidere knyttet til produksjonen av en spesifikk vare. Slik vi ser det tilfredstillende selskapets besvarelse derfor ikke lovens krav om å gi innblikk i Nike sin håndtering av negative konsekvenser. XXL Sport skrev også til oss de var av den samme oppfatningen; at Nike sin besvarelse ikke var tilfredsstillende.

Adidas:

Som tidligere nevnt, svarte Adidas ikke til oss direkte, men vi fikk tilsendt svarene via XXL Sport. Svarene er tilfredsstillende og det er også lagt ved dokumentasjon knyttet til selskapets ball. For eksempel svarer Adidas (som det eneste av sportsselskapene) hva gjennomsnittslønnen for en arbeider på den konkrete fabrikken er. Adidas svarer tydelig "ja" på spørsmålet om hvorvidt arbeidene har en sikker arbeidsplass og gir Framtiden i våre hender innsyn i den seneste kontrollrapporten for den konkrete fabrikken.⁸⁶ Adidas er også det eneste selskapet som oppgir at det finnes en aktiv fagforening og tariffavtale på fabrikken hvor fotballen er produsert.

Puma:

Puma har svart tilfredsstillende på kun halvparten av våre spørsmål som går på faktiske negative konsekvenser knyttet til produksjonen av et spesifikt produkt. I to av de seks svarene oppgir Puma ikke spesifikk informasjon knyttet til ballen, men svarer på et generelt grunnlag. Et eksempel på dette er Pumas svar på spørsmålet om hva som er gjennomsnittslønnen for en arbeider som produserer fotballen "Serie A Orbita FIFA Quality Pro Kampball". Her svarte Puma ved å oppgi gjennomsnittslønnen for en arbeider i selskapets leverandørkjede i Pakistan - ikke for de arbeidere som er ansatt ved den konkrete fabrikken.

Select:

Select har som eneste selskap svart ved å sende en kontrollrapport for fabrikken hvor ballen "Flash Turf Select" er produsert. Da rapporten, med visse forbehold⁸⁷, gir et visst innblikk i tilstanden på den konkrete fabrikken, er Selects svar i det store og hele tilfredsstillende. Når det gjelder spørsmål om arbeidernes gjennomsnittslønn, gir imidlertid ikke kontrollrapporten fullstendig svar på dette. Rapporten viser at halvparten av arbeiderne betales lokal minimumslønn

⁸⁶ Det betyr ikke nødvendigvis at fabrikken er en sikker arbeidsplass. Det finnes mange eksempler på fabrikker som har blitt gjenstand for kontroller, og hvor den blir ansett som sikker, men som senere brenner, eksploderer eller kollapser.

⁸⁷ Hvorvidt fabrikkkontroller (eng. audits) avdekker kritikkverdige arbeidsforhold, og kan bidra til at arbeidere får sine rettigheter ivaretatt er et svært omstridt og omfattende tema som vi ikke vil gå inn på i denne rapporten.

(25 000 PKR) og at den andre halvparten betales over dette nivået. Det oppgis likevel ikke noe konkret tall på hvor mye dette utgjør.

Tabell 3: Sammenstilling av selskapenes svar på spørsmål som går på aktsomhetsvurderinger og tiltak knyttet et spesifikt produkt. I sammenstillingen fremgår konklusjonene av vår analyse, det vil si vurderingen av hvilke besvarelser som er tilfredstillende eller mangelfulle.

	Adidas <i>(Omfattet av åpenhetsloven)</i>	Select <i>(Ikke omfattet av åpenhetsloven)</i>	Puma <i>(Ikke omfattet av åpenhetsloven)</i>	Nike <i>(Ikke omfattet av åpenhetsloven)</i>
Hvilke tiltak er iverksatt for å sikre at arbeiderne som produserer fotballen på sikt vil tjene en levelønn?	Med hensyn til fabrikken Forward Sports svarer Adidas at lønnsfastsettelse, lønnsutbetalinger og andre ytelser er i samsvar med pakistansk lov. Videre at selskapet overholder sine forpliktelser med hensyn til at alle leveranser betales til rett tid og i sin helhet. Adidas svarer også at det er registrert en fagforening ved fabrikken og tariffavtale er på plass. ⁸⁸	Mangelfull besvarelse	Mangelfull besvarelse	Mangelfull besvarelse
Hvilke tiltak er iverksatt for å garantere sikkerheten på fabrikken hvor fotballen er produsert?	Adidas oppgir at den konkrete fabrikken har en helse- og sikkerhets-avdeling med 60 kvalifiserte medarbeidere som gjennomfører regelmessige revisjoner og gir arbeiderne sikkerhetsopplæring. I fabrikklokalene er det etablert en nødsentral, med interne brannsluknings- og beredskapsteam. I tillegg er fabrikken underlagt periodiske uavhengige	Via ALGI ⁹⁰ , et kontrollselskap, fører Select tilsyn med sikkerhetsstandarden på fabrikken innenfor en rekke områder. ⁹¹	Puma oppgir at de gjennomfører sikkerhetsvurderinger hos alle sine strategiske leverandører i Pakistan - eksplisitt også den konkrete fabrikken. ⁹² Puma har i tillegg gjennomført	Mangelfull besvarelse

⁸⁸ Adidas beskriver i tillegg selskapets generelle arbeide for å sikre en levelønn for all arbeidene som inngår i selskapets leverandørkjede: Adidas sin tilnærming til utbetaling av "rettferdig kompensasjon" i deres globale leverandørkjede er bygget rundt fem områder som påvirker lønnsutviklingen: juridiske forpliktelser, ansvarlige kjøpspraksis (RPP), produktivitet, statlig engasjement og industrielle relasjoner. For hvert område har Adidas et arbeidsprogram de hevder støtter rettferdig kompensasjon og lønnsutvikling. Adidas ruller gradvis ut lønnsvurderinger via Fair Labour Association (FLA) Fair Kompensasjon-verktøyene for å bestemme mål for, spore og måle lønnsfremgang. Adidas sier at resultatene av disse vurderingene vil også bli brukt til å bidra til å evaluere sammenhengen mellom lønn og kompetanse, lønn og bedriftens prestasjoner, og behovet for effektiv sosial dialog på arbeidsplassen. Som et utgangspunkt i henhold til planen som er sendt til FLA, som fungerer som deres organ for overensstemmelse med arbeidsrettigheter, er lønns mål for Pakistan planlagt i 2024.

⁹⁰ <https://www.algi.net/>

⁹¹ Dokumentasjon for brannøvelse; vanntrappreport; elektronisk inspeksjonsjournal; registrering av personskade; helse, miljø og sikkerhet; dokumentasjon for opplæring; bygningskart; risikovurdering; inspeksjon av brannslukningsutstyr; brannalarminspeksjon; nødutganger og inspeksjon av lys til nødutganger; elektrisk installasjonsjourna; inspeksjonsprotokoll for maskinvedlikehold og inspeksjon av skilt for sikkerhetsvarslere.

⁹² Sikkerhetsvurderingene omfatter tre aspekter ved sikkerheten: Bygg-, el- og brannsikkerhet. Puma sier også at det i tillegg gjennomføres oppfølgingsmøter og vurderinger for å kontrollere fremdriften.

	<p>revisjoner⁸⁹ i regi av Fair Labour Association. XXL Sport har blitt fremlagt prosedyre.</p>		<p>kompetansebygging-programmer for ansatte som ivaretar sikkerheten på den konkrete fabrikken. Puma har signert den International ACCORD og forpliktet seg til å utvide ACCORD-programmet utover Bangladesh.</p>	
<p>Hvilke aktsomhetsvurderinger knyttet til arbeidernes organisasjonsrett, er gjennomført på fabrikken hvor fotballen er produsert?</p>	<p>Adidas oppgir at den konkrete fabrikken har vært gjenstand for regelmessige revisjoner for å fastslå eventuell manglende overholdelse av arbeidernes organisasjonsfrihet.⁹³ Til dags dato har angivelig ingen brudd på organisasjonsretten blitt flagget, verken gjennom direkte henvendelser fra arbeidere, fagforeningens representanter eller gjennom de interne klagesystemene, dvs. de eksisterende forslags-/klageboksene og Workers' Voice (WOVO)⁹⁴.</p>	<p>Select henviser til kontrollorganet Sedex⁹⁵sin kontrollrapport, som inneholder opplysninger for fabrikken som produserer Selectballen.⁹⁶</p>	<p>Mangelfull besvarelse</p>	<p>Mangelfull besvarelse</p>
<p>Hvilke prosedyrer er iverksatt for å sørge for gjenoppretting av menneskerettighetsbrudd knyttet til</p>	<p>Adidas gir en detaljert beskrivelse om sin generelle prosedyre for gjenoppretting. Med hensyn til utbedringsprosesser som er relatert til den konkrete fabrikken redegjør Adidas for</p>	<p>Via kontrollvirksomheten ALGI⁹⁸ gjennomfører Select tilsyn med nevnte forhold på den konkrete fabrikken, og at tilhørende handlingsplan og dokumentasjon for rettelse av eventuelle</p>	<p>Mangelfull besvarelse</p>	<p>Mangelfull besvarelse</p>

⁸⁹ Adidas skriver at revisjonen skal sikre etterlevelse av leverandørenes interne standarder og går utover lokale pålegg. Den måles også opp mot adidas' iretningslinjer for helse og skkerhet. Det interne HMS-teamet fører angivelig tilsyn med HMS-styringssystemet og gir regelmessig sikkerhetsopplæring for arbeidsstyrken. Nødsentral er opprettet i samarbeid med myndighetene i Punjab. Forward Sports en FLA (Fair Labor Association) medlemsleverandør og underlagt periodiske uavhengige revisjoner, inkludert HMS.

⁹³ Slike revisjoner har omfattet arbeiderintervjuer, intervjuer med tillitsvalgte og en undersøkelse av fabrikkens interne driftssystemer, inkludert arbeidslederkomiteen og innebygde klagesystemer.

⁹⁴ Workers' Voice er et selskap som "... hjelper bedrifter å identifisere, forebygge og utbedre menneskerettighetsrisikoer i leverandørkjeder". Se <https://www.laborsolutions.tech/>

⁹⁵ <https://www.sedex.com/>

⁹⁶ Kontrollene undersøker arbeidernes organisasjonsfrihet ut fra følgende indikatorer: 1) at arbeidere har rett til å melde seg inn i eller danne fagforeninger etter eget valg og til å forhandle kollektivt, 2) at arbeidsgiver inntar en åpen holdning til fagforeningenes virksomhet og deres organisatoriske virksomhet og 3) at arbeidernes representanter blir ikke diskriminert og har adgang til å utføre sitt mandat på arbeidsplassen. (...) Select oppgir at siste revisjon av fabrikken ikke avdekket avvik.

⁹⁸ <https://www.algi.net/>

produksjonen av fotballen?	følgende områder ⁹⁷ : - Fagforeninger - Lønnsutbetaling - Helse og sikkerhet	avvik er på plass. Siste revisjon avdekker ifølge ALGI ingen avvik vedrørende brudd på menneskerettigheter.		
----------------------------	--	--	--	--

⁹⁷ Fagforeninger: Det er en registrert fagforening og CBA på plass på fabrikken. Fagforeningen på anleggsnivå er aktivt engasjert i arbeiderrelaterte spørsmål, i henhold til avtalte prosedyrer under CBA. Det har ikke vært noen FOA-relaterte klager eller problemer reist av arbeidere som krever utbedring. - Lønnsutbetaling: Denne leverandøren har opprettholdt regelmessige oppdateringer av sine lønninger for å møte lovpålagte krav og fordeler, samt utbetalinger til rett tid. Fabrikken fører også en dialog med fagforeningen, basert i tariffavtalen ved fabrikken.

- Helse og sikkerhet: Leverandøren har overholdt overenstemmelse med lovkrav og utviklet et internt HMS-styringssystem, som inkluderer OHSAS-sertifisering. "Gitt prioriteringen av arbeidernes sikkerhet, forventer vi at leverandøren vår bruker en kontinuerlig forbedringstilnærming og følger bransjens beste praksis. Det har ikke vært rapportert krav for ulykker eller skader på grunn av brann, elektriske eller bygningsikkerhetsproblemer.

- Fagforeninger: Det er en registrert fagforening og CBA på plass på fabrikken. Fagforeningen på anleggsnivå er aktivt engasjert i arbeiderrelaterte spørsmål, i henhold til avtalte prosedyrer under CBA. Det har ikke vært noen FOA-relaterte klager eller problemer reist av arbeidere som krever utbedring.

Selskapenes svar på spørsmål som går på aktsomhetsvurderinger og tiltak knyttet et spesifikt produkt

Nike:

Nike har svart mangelfullt på de fire spørsmålene som går på virksomheters aktsomhetsvurderinger og tiltak knyttet et spesifikt produkt. Nike henviser til selskapets generelle tiltak, men oppgir ikke spesifikke data relatert til de fabrikkene hvor Nike-ballen "Flight - UEFA Women's Euro England 2022" er produsert. Nike gir derfor ikke innblikk i hvilke aktsomhetsvurderinger og tiltak Nike har iverksatt i forbindelse med produksjonen av denne spesifikke ballen.

Adidas:

Adidas svarte tilfredsstillende på samtlige fire spørsmål som går på selskapets aktsomhetsvurderinger og tiltak for å minske negative konsekvenser knyttet et spesifikt produkt produsert ved en navngitt fabrikk.

Puma:

Puma svarte mangelfullt på tre av de fire spørsmålene som går på selskapets aktsomhetsvurderinger knyttet et spesifikt produkt. Puma henviste til selskapets generelle retningslinjer og initiativer. Disse besvarelsene er ikke tilstrekkelige og gir ikke innblikk i hvilke aktsomhetsvurderinger og tiltak for å minske negative konsekvenser selskapet har foretatt i forbindelse med produksjonen av "Serie A Orbita FIFA Quality Pro Kampball". I tillegg inneholder Pumas besvarelser uklar og misvisende informasjon. I forbindelse med for eksempel lønnsnivået, oppgir Puma at arbeidene som produserer "Serie A Orbita FIFA Quality Pro Kampball" tjener 83 prosent av en levelønn (ifølge GLWC benchmark). Det korrekte tallet er ifølge GLWC imidlertid 68 prosent. I sitt svar på hvilken prosedyre Puma har implementert for å sikre gjenoppretning for arbeidere som produserer "Serie A Orbita FIFA Quality Pro Kampball" gir selskapet et uklart svar. Puma henviser til et ikke navngitt kontrollsystem som gir selskapets leverandører en rangering, fra A til D, ut fra et sett av udefinerte kriterier. De oppgir likevel ikke hvilken rangering fabrikkene hvor "Serie A Orbita FIFA Quality Pro Kampball" er produsert har fått. Puma avslutter sitt svar ved å gi et overblikk over de generelle retningslinjer for gjenoppretting, avhengig av den vurdering (A-D) fabrikkene mottar.

Select:

Select har som eneste selskap svart ved å sende en kontrollrapport for den fabrikkene hvor "Flash Turf Select" er produsert. Rapporten gir et fyllestgjørende innblikk i selskapets aktsomhetsvurderinger og implementeringer av tiltak for å minske negative konsekvenser på den konkrete fabrikkene. Bare i ett tilfelle vurderer vi informasjonen som misvisende. I sitt svar på

hvilke tiltak Select har implementert for å sikre arbeidene som produserer "Flash Turf Select" en levelønn henviser Select til 4-Pillar SMETA-kontrollrapporten fra ALGI. I denne rapporten blir det oppgitt at leverandøren betaler arbeiderne en levelønn, da det blir vurdert at levelønnen har samme nivå som minstelønnen på 25 000 PKR. Ifølge Asia Floor Wage Alliance, tilsvarer en levelønn i Pakistan til 67200 PKR. Gennem Anker-metoden⁹⁹, som generelt gir mer forsiktige anslag sammenlignet med Asia Floor Wage, beregnes en levelønn å ligge på 34 284 PKR. Vi finner derfor Selects svar misvisende.

⁹⁹ <https://www.globallivingwage.org/about/anker-methodology/>

7. Konklusjon - selskap for selskap

Nike, verdens største sportsselskap, omfattes i dag merkelig nok ikke av åpenhetsloven. En viktig forklaring er at selskapets virksomhet i Norge, av skattetekniske årsaker, er splittet opp i flere selskaper¹⁰⁰ og selskapene hver for seg ligger under terskelverdiene for åpenhetsloven, selv om de samlet kommer langt over. Supersponsoren Nike, svarte aldri direkte på våre spørsmål, selv etter tre henvendelser. Vi fikk kun informasjon om Nike sin leverandørkjede gjennom svarene fra den norske sportsforhandleren XXL Sport. XXL Sport måtte be om utsettelse av sin besvarelse til Framtiden i våre hender da de slet med å få svar fra Nike. Ser vi på svaret fra XXL Sport blir Nikes uvillighet mot å gi innsikt i arbeidsforholdene i selskapets leverandørkjede enda tydeligere. Slik vi tolker åpenhetsloven, ble ni av ti spørsmål mangelfullt besvart. I de ni svarene henviste Nike simpelthen til overordnede etiske retningslinjer og generelle tiltak. Informasjonen er med andre ord ikke knyttet til produksjonsforholdene til fotballen "Nike Flight – UEFA Women's Euro England 2022", slik vi etterspurte. Vår konklusjon er at Nike, som forventes å leve opp til åpenhetslovens krav, unnlater å gi informasjon om de faktiske forholdene arbeiderne jobber under. De forteller lite om hvilke konkrete tiltak selskapet gjør for å sikre menneskerettigheter og anstendige arbeidsforhold i produksjonen.

Adidas er et av verdens mest høyprofilerte sportsselskaper. Det er offisiell sponsor til en lang rekke nasjonale lag og offisiell sponsor av fjorårets VM-ball. Men selv om Adidas omfattes av loven, og dermed er forpliktet til å svare på spørsmål i overensstemmelse med informasjonskravet, fikk vi aldri direkte svar på våre spørsmål.

Første gang Framtiden i våre hender kontaktet Adidas med spørsmålene var 13. september. De to neste månedene forsøkte vi ytterligere fire ganger å få svar fra selskapet, noe som kun resulterte i en bekreftelse på at selskapet hadde mottatt vår henvendelse. Vi fikk altså ikke svar på spørsmålene vi stilte. Sett i lys av åpenhetsloven er dette et brudd på informasjonsplikten – uavhengig av informasjonen vi senere har fått om Adidas fra sportstøyforhandleren XXL Sport. Forhandleren selger også tøy fra en rekke av Adidas konkurrenter, blant annet Nike og Select. Vi kan ikke med sikkerhet fastslå at XXL Sport sin innkjøpsmakt var utslagsgivende for at Adidas til slutt sendte et svar på XXL Sport sin henvendelse, men mye kan tyde på det. I motsetning til Nike svarte Adidas derimot tilfredsstillende på de spesifikke spørsmålene, formidlet av XXL Sport, om

¹⁰⁰ <https://www.aftenposten.no/okonomi/i/oJmjB/slik-loeper-nike-fra-skatt-for-milliarder-av-kroner>

arbeidsforholdene bak Adidas-ballen. I *dette leddet* har med andre ord Adidas oppfylt sin informasjonsplikt.

Puma er også en sportstøygigant, men mindre enn Nike og Adidas. Selskapet sponser en lang rekke nasjonale lag og er høyprofilert under fjorårets VM. Etter å ha forsøkt å få tak i Puma gjentatte ganger over en periode på sju uker, på flere forskjellige epostadresser, svarte selskapet på våre spørsmål direkte. Men selskapets besvarelse var kun delvis tilfredsstillende. I fem av de ti spørsmålene vi stilte, der vi etterspurte spesifikk informasjon om produksjonsforholdene knyttet til Puma-ballen, svarte selskapet med å vise til sine etiske retningslinjer. Etiske retningslinjer sier noe om hvilken standard et selskap ønsker at deres leverandørkjede skal ha med hensyn til menneskerettigheter, anstendig arbeid, miljø og annet. Men det sier lite om de reelle forholdene og enda mindre om hvordan selskapet skal håndtere brudd på arbeidernes rettigheter. Puma svarte likevel med produktspesifikk informasjon på de resterende fem spørsmålene. Selskapet omfattes ikke av åpenhetsloven, mer ser – til tross for at de brukte svært lang tid på å svare – likevel ut til å være på vei til å leve opp til informasjonsplikten.

Unisport, som er blant Norges største forhandlere av sportsartikler og som omfattes av åpenhetsloven, har ikke svart på våre spørsmål. Vi henvendte oss til Unisport 29. september med spørsmål knyttet Adidas ball "Tango Rosario", Puma-ballen "Serie A Orbita FIFA Quality Pro Kampball" og Select sin ball "Flash Turf Select". Etter fire henvendelser, bekreftet Unisport å ha mottatt våre spørsmål. Vi fikk imidlertid aldri endelig svar fra Unisport. Det er uvisst om selskapet spurte Adidas, Puma og Select om den ønskede informasjonen eller hvorvidt selskapet gjennomfører aktsomhetsvurderinger i sin leverandørkjede. Å unnlate å svare, slik Unisport har gjort, er uansett i strid med åpenhetslovens krav.

Select, som fokuserer på fotballer, er et mindre selskap enn de tre andre og omfattes heller ikke av åpenhetsloven. Select er danskeid, men også etablert i Norge. Selskapet er godt kjent i Norden, hvor det er offisiell sponsor til en lang rekke nasjonale fotballforbund, herunder den norske herre- og kvinneligaen.

Våre fire henvendelser, fordelt på fem uker, førte til slutt til at Select svarte direkte på våre spørsmål. Som eneste selskap i vår undersøkelse sendte de oss også en kontrollrapport, basert på en kontroll ved fabrikken hvor "Flash Turf Select" blir produsert. Rapporten gav en detaljert redegjørelse av kontrollteamets vurdering av forholdene på fabrikken og hvilke tiltak som er satt i verk for å utbedre disse.¹⁰¹ Slik vi ser det har Select møtt informasjonskravet fordi de i hovedsak har svart på det Framtiden i våre hender spurte om – og det selv om selskapet ikke er pålagt å rette seg etter pliktene i åpenhetsloven.

XXL Sport er Norges største forhandler av sportsartikler¹⁰² og derfor omfattes av åpenhetsloven. Vi henvendte oss til XXL Sport med spørsmål knyttet Adidas sin ball "Tango Rosario", Nike-ballen «Flight – UEFA Women's Euro England 2022» og Select sin ball "Flash Turf Select". XXL Sport brukte mindre enn én dag på å bekrefte at de hadde mottatt spørsmålene våre og meddelte at de

¹⁰¹ Hvorvidt fabrikkkontroller (eng. audits) avdekker kritikkverdige arbeidsforhold, og kan bidra til at arbeidere får sine rettigheter ivarett er et svært omstridt og omfattende tema som vi ikke vil gå inn på i denne rapporten.

¹⁰² <https://www.dn.no/handel/sportsbutikker/sportsutstyr/detaljhandel/sportskjedene-fortsatte-veksten-i-2021-nytt-ar-med-heftig-salg-av-sportsutstyr/2-1-1174622>

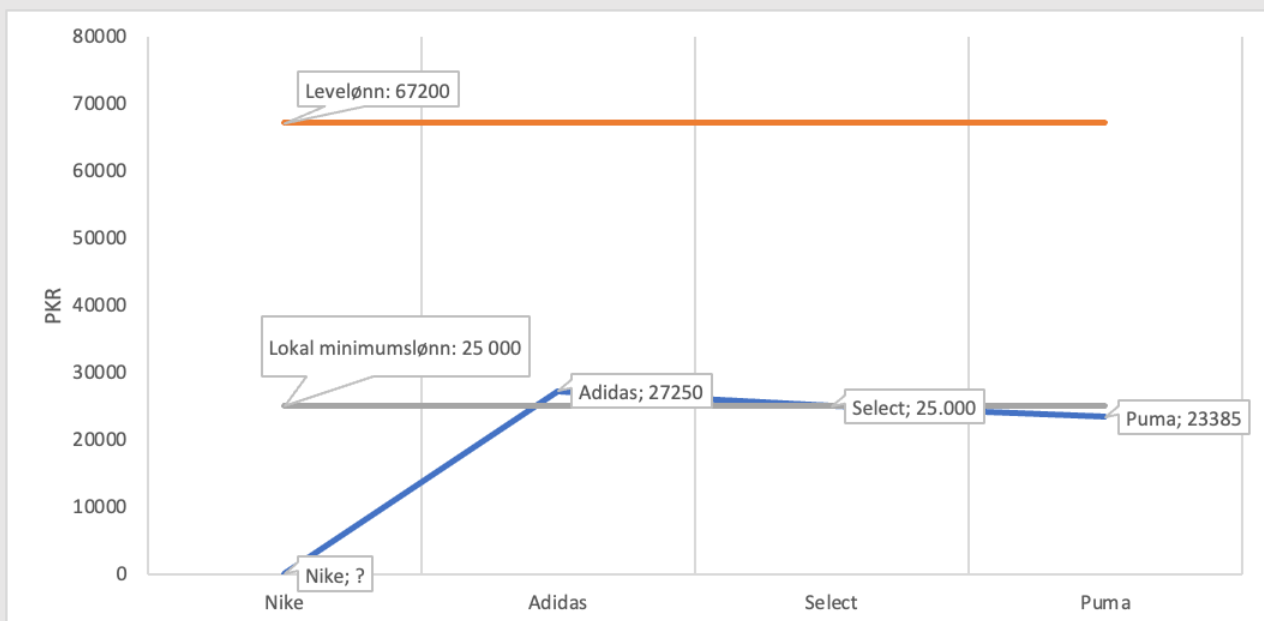
ville besvare dem innenfor tidsfristen. Tre uker senere fikk vi beskjed om at de likevel måtte utsette besvarelsen ytterligere tre uker. Årsaken til dette var at de selv hadde mottatt mangelfulle besvarelser fra sportsselskapene. Vi fikk den endelige besvarelsen av XXL Sport to måneder etter at vi hadde fremsatt informasjonskravet. Besvarelsen besto av svarene XXL Sport hadde mottatt fra Adidas, Nike og Select, samt en redegjørelse der XXL Sport gjorde oppmerksom på at de var klar over at informasjonen fra Nike var mangelfull - og at de fortsatt ville etterstrebe å få tilfredsstillende informasjon fra Nike. Sett med et strengt blikk har XXL Sport ikke møtt Framtiden i våre hender sin rett til informasjon. Selskapet ser likevel ut til å ha lagt en god del arbeid i å prøve å fremskaffe informasjon som de et stykke på vei er avhengig av at sportstøyselskapene Nike, Adidas og Select leverer - både innenfor tidsfristen og i tråd med informasjonskravet.

Så langt er arbeiderne fra å tjene en levelønn

Retten til en levelønn er en menneskerettighet som skal sikre arbeidere et verdig liv. En levelønn skal kunne inntjenes i løpet av en vanlig arbeidsuke og dekkede grunnleggende behovene til arbeideren og hennes familie: utgifter til bolig, mat, transport, klær, helsestell, utdanning og muligheter for å sette av noe til sparing. En levelønn er en grunnleggende forutsetning for at arbeidere skal kunne skape et bedre liv for seg selv og sin familie.

Ifølge Asia Floor Wage Alliance er levelønnsnivået i 2022 for en pakistansk arbeider 67 200 PKR. Lønnsnivået for arbeiderne som inngår i produksjonen av fotballer i Pakistan til de selskapene vi har kartlagt, viser seg å være langt mindre.

Figur 1: Oversikt over gjennomsnittslønnen (angitt i pakistanske rupier) for arbeiderne som produserer fotballer for Nike, Adidas, Select og Puma, minstelønnsnivået og levelønnsnivået for Pakistan.



En arbeider som produserer Adidas-ballen "Tango Rosario" tjener 40 prosent av en levelønn, mens de som produserer Select sin ball "Flash Turf Select" tjener 37 prosent av en levelønn. Arbeidere som produserer Puma-ballen "Serie A Orbita FIFA Quality Pro Kampball" tjener 34 prosent av en levelønn. Hva arbeidere som produserer Nikes Nike Flight - UEFA Women's Euro England 2022 tjener er fortsatt uvisst, da selskapet ikke oppga denne informasjon i sin besvarelse.

Anbefalinger

Vår undersøkelse viser med tydelighet at selskapene i denne undersøkelsen var middels til meget vanskelig tilgjengelige, med ett unntak: XXL Sport. Flere av dem unnlot også å sende bekreftelse på mottatt henvendelse tidlig i forløpet. Et annen erfaring er at selskapene ikke svarte på konkrete spørsmål, slik loven krever hvis forespørselen er knyttet til en vare.

For å møte lovens krav mener Framtiden i våre hender at selskapene må:

- Svare på henvendelser i henhold til lovens krav, enten bedriften omfattes av loven eller ikke. Slik sender selskaper et signal om at de tar menneskerettigheter og åpenhet på alvor og har som mål å møte åpenhetslovens informasjonskrav, og forhåpentligvis også bidra til endring.
- Selskaper som ikke omfattes av loven direkte, men som må svare oppover i leverandørkjeden til for eksempel en forhandler som må forholde seg til lovens pålegg, bør svare ut spørsmålene etter beste evne.
- Gjøre seg godt kjent med loven og forankre arbeidet internt. De virksomhetene som trenger hjelp vil kunne få det fra Forbrukertilsynet, som har en veiledningsfunksjon.
- Gjøre det tydelig på sin hjemmeside hvordan og til hvilken adresse spørsmål om hvordan virksomheten arbeider for å sikre rettigheter i sin leverandørkjede kan sendes. Dedikerte kontaktflater for å motta forespørsler om informasjon, med henvisning til Forbrukertilsynets informasjonsside om åpenhetsloven, anbefales.
- Selv om åpne leverandørlistene og sporbarhet foreløpig ikke er en del av åpenhetsloven vil det styrke selskapenes troverdighet hvis de viser åpenhet her. Det samme gjelder dokumentasjon som underbygger selskapenes påstander.

Appendiks

Figur 1: Oversikt over sponsorer av nasjonale lag som deltok i VM 2022

Nasjonal lag	Sponsor
Ecuador	Marathon
Nederland	Nike
Senegal	Puma
Qatar	Nike
England	Nike
Iran	Majid
USA	Nike
Wales	Adidas
Argentina	Adidas
Mexico	Adidas
Polen	Nike
Saudi Arabia	Nike
Australia	Nike
Danmark	Hummel
Frankrike	Nike
Tunisia	Kappa
Costa Rica	New Balance
Tyskland	Adidas
Japan	Adidas
Spanien	Adidas
Belgia	Adidas
Canada	Nike
Kroatia	Nike
Marokko	Puma
Brasil	Nike
Kamerun	One All Sports
Serbien	Puma
Sveits	Puma
Ghana	Puma
Sydkorea	Nike
Portugal	Nike
Uruguay	Puma

Framtiden i våre hender
Økernveien 94, 0579 Oslo
(+47) 22 03 31 50 - post@framtiden.no
www.framtiden.no

Vi jobber for en rettferdig
verden i økologisk balanse.

**Framtiden i
våre hender**