

Varumärkesföretags syn på spårbarhetssystem för metaller

Underlagsrapport – spårning och märkning av metaller

2018/073

Dnr: 2018/073
Myndigheten för tillväxtpolitiska utvärderingar och analyser
Studentplan 3, 831 40 Östersund
Telefon: 010 447 44 00
E-post: info@tillvaxtanalys.se
www.tillvaxtanalys.se

För ytterligare information kontakta: Tobias Persson
Telefon: 010-4474477
E-post: tobias.persson@tillvaxtanalys.se

1 Hållbara metaller – en materiell risk för företag och en del i att skapa hållbara produkter

Tillväxtanalys fick i mars 2018 ett regeringsuppdrag kring spårning och märkning av metaller och mineral i produkter. Uppdraget har två delfrågor där den första rör val av system för spårning av metaller och mineral i produkter medan den andra frågan rör hur efterfrågan på hållbart producerade produkter kan stimuleras. Den första delfrågan handlar ytterst om att förstå vilken information som är relevant att spåra och hur system kan tillgodose detta behov. Den andra delfrågan handlar om hur efterfrågan kan skapas genom att det skapas ett tryck på en omställning till hållbarare metaller i produkter eller styrmedel som skapar en direkt efterfrågan.

Metaller används generellt i produkter som finns i globala värdekedjor. I denna form av leverantörskedjor anses olika aktörers styrkeposition vara en viktig del bakom vilken typ spårbarhetssystem som etableras. Historiskt har man fokuserat mycket på de ojämlika förhandlingsförhållandena mellan varumärkesföretag (lead firms) och leverantörer.¹ Den form av styrkeposition som varumärkesföretagen² använder brukar allmänt kallas ”tvångsmakt” och bygger på sanktioner eller incitament för att tvinga leverantörer att uppfylla nya krav. Med tiden har synen på globala värdekedjor breddats och därmed har också synen på maktförhållanden förändrats. Numera finns det forskning som visar på hur företag och andra aktörer mer informellt kommer överens om avtal, standarder, certifiering och normer.³ Till detta kommer hur konsumenters preferenser, sociala trender och politik påverka globala värdekedjor.⁴ Även om dessa socioekonomiska strukturer kan innehålla delar av samarbete och kollektiva åtgärder, kan de också vara mycket omtvistade eftersom de i slutändan genererar vinnare och förlorare.⁵

Detta maktspel som ger vinnare och förlorare har enligt De Marchi⁶ betydelse för hur leverantörskedjor kan förväntas reagera på externa hållbarhetskrav. En omställning av en leverantörskedja mot ökad hållbarhet följer generellt av externa hot eller krav på varumärkesföretag. Det kan röra sig om krav från slutkonsumenter, lagkrav, intresseorganisationers granskningar som kan leda till negativ publicitet eller att investerare vill förstå företagets materiella risker. Dessa kan därför ses som ett *externt tryck* på varumärkesföretag att agera. Om dessa drivkrafter blir tillräckligt starka börjar varumärkesföretag att ställa krav på sina underleverantörer vilket ger ett behov av system för spårning av certifierad information från underleverantörerna. Detta innebär att *varumärkesföretags* hantering av dessa externa krav och hot är avgörande för en omställning av leverantörskedjan.

Utfallet är dock inte bara beroende av varumärkesföretagets agerande. Ofta finns det enskilda företag i leverantörskedjan som i förändringen vill stärka sin eller bevara sin

¹ Gereffi (1994). The organization of buyer-driven global commodity chains: how US retailers shape overseas production networks. In *Commodity chains and global capitalism*. Westport: Greenwood Press, pp. 95-133.

² Med varumärkesföretag avses här företag som säljer produkter till slutkonsumenter.

³ Nadvi (2008). Global standards, global governance and the organization of global value chains. *Journal of Economic Geography*, Vol 8, s. 323-343.

⁴ Bair and Palpacuer (2015). CSR beyond the corporation: Contested governance in global value chains. *Global Networks*, vol 15, S1-19; Jespersen et al. (2014). What shapes food value chains? Lessons from aquaculture in Asia. *Food Policy*, vol 49, s. 228-240.

⁵ Dallas et al. (2017). A typology of power in global value chains. Copenhagen business school. Working paper No. 92.

⁶ De Marchi et al. (2018). Environmental upgrading in global value chains.

position i leverantörskedjan. Inte minst brukar detta röra sig om stora underleverantörer som inte vill tappa konkurrenskraft och därför vill styra utformningen av varumärkesföretagens krav. Mindre underleverantörer brukar inte ha institutionella resurser att agera på ett liknande sätt. Resultatet av detta är den verkliga potentialen i att minska hållbarhetsbelastningen i leverantörskedjan inte realiserar.

Syftet med denna underlagsrapport är att undersöka förekomsten av externt tryck utifrån varumärkesföretagens perspektiv. Tre frågor belyses därför närmare:

1. Vilka anser varumärkesföretag att de viktigaste externa aktörerna är för en omställning till mer hållbara metaller och mineral?
2. Vilka hållbarhetsdimensioner anser varumärkesföretag är de mest relevanta för metaller och mineral?
3. Vilken roll anser varumärkesföretag att staten ska ha i utvecklingen av spårbarhetssystem för metaller och mineral?

För att kunna svara på dessa frågor har en enkätundersökning genomförts som kompletterats med djupintervjuer.

1.1 Enkät och intervjuer – varumärkesföretags syn på hållbara metaller och mineral

Analysen bygger på en enkät (se Bilaga) som skickats till varumärkesföretag inom fordons-, elektronik-, bygg- och möbelbranschen. Samma enkät har även skickats till företag som är verksamma inom utvinning, förädling och återvinning av metaller (i denna rapport benämnt som råvaruindustrin). Enkäten har kompletterats med intervjuer. Sammanlagt har 38 företag svarat på hela eller delar av enkäten (se Tabell 1). Av dessa är åtta fordonstillverkare, nio elektronikstillverkare, åtta bygg- och möbeltillverkare och 13 från råvaruindustrin. 15 av företagen är svenska, 15 kommer från övriga Europa och sju kommer utifrån Europa. Sammantaget har över 100 företag tillfrågats att besvara enkäten. 18 av dessa företag har även intervjuats. Flera av de största företagen i världen inom respektive bransch har svarat men underlaget är för litet för att möjlig göra skarpa slutsatser.

Tabell 1. Företag som svarat på enkät och/eller intervjuer

Fordons- tillverkare	Huvudkontor	Elektronik- tillverkare	Huvudkontor	Bygg- & möbel- tillverkare	Huvudkontor	Gruvor, smältverk & återvinning	Huvudkontor
Volvo AB	Sverige	LG Electronics	Sydkorea	NCC	Sverige	Sandvik ¹	Sverige
Volvo Cars ¹	Sverige	NXP	Nederländerna	Skanska	Sverige	LKAB ¹	Sverige
Scania	Sverige	Philips ¹	Nederländerna	White	Sverige	Leading edge material	Kanada
Toyota	Japan	Hitachi	Japan	Arper ¹	Italien	Talga resources ¹	Australien
PSA ¹	Frankrike	Ericsson ¹	Sverige	Kinnarps	Sverige	Glencore	Schweiz
Iveco ¹	Italien	Huskvarna	Sverige	Flokk	Norge	Adler Steel	Kanada
Ferrari	Italien	Apple ¹	USA	Fora Form	Norge	SQM	Chile
Mercedes	Tyskland	KPN ¹	Nederländerna	Nordic Comfort Products	Norge	Höganäs ¹	Sverige
		Telia ¹	Sverige			SSAB ¹	Sverige
						Wolfram Bergbaum Hutte ¹	Österrike
						Feralpi ¹	Italien
						Hydro ¹	Norge
						Stena metall ¹	Sverige

1) Företag som intervjuats

2 Resultat – varumärkesföretagens syn på hållbara metaller och mineral

Utifrån De Marchis teori som presenteras i kapitel 1 reagerar varumärkesföretag på externt tryck. I denna analys undersöker vi därför först om varumärkesföretagen reagerar på externt tryck i form av investerares-, slutkonsumenters- och politiska intressen kring metaller och mineral. Indirekt kan detta också indikera att det finns ett intresse från intresseorganisationer i specifika frågor. Ofta ges detta intresse sig dock uttryck i att investerare vill att varumärkesföretag undviker negativ publicitet, att slutkonsumenter har större kunskap och att politiker börjar agera med styrmedel, mål och visioner.

2.1 Vilket är det starkaste externa trycket?

Figur 1 visar företagens självskattade motiv för att engagera sig i hållbara metaller. Det finns en ganska stor spridning men de flesta företag bedömer att externa faktorer är viktiga.

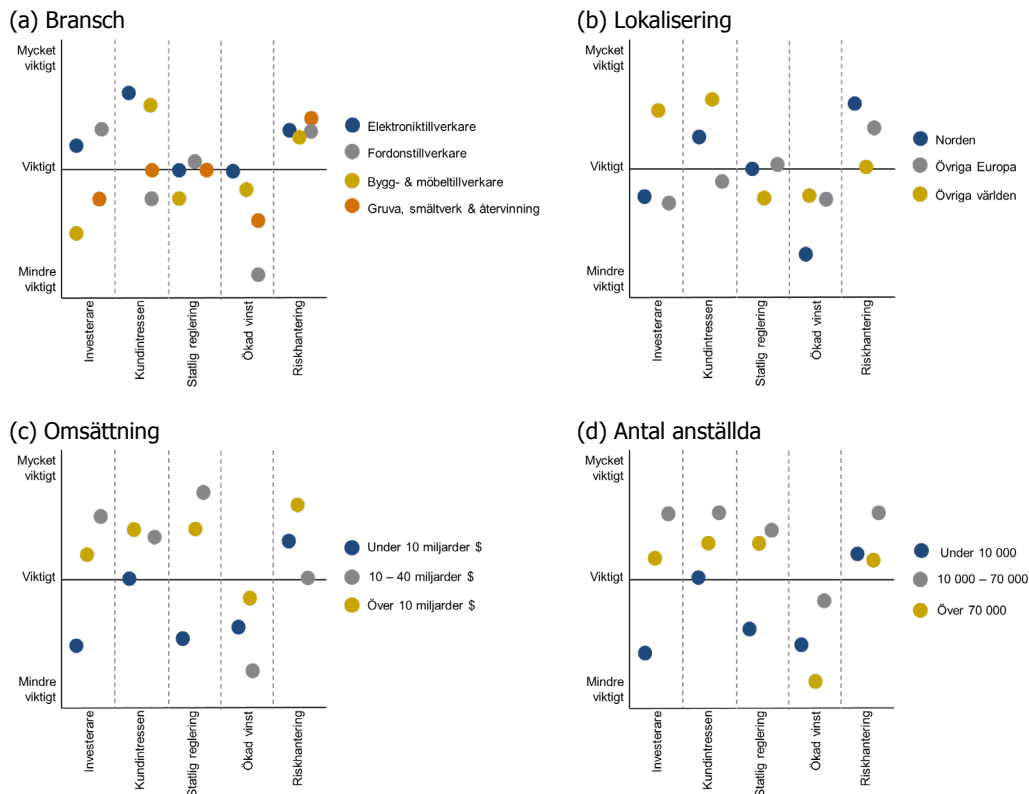
Investerare bedöms vara viktiga faktorer för hållbara metaller inom elektronik- och fordonstillverkare, särskilt nordiska med en omsättning på över 10 miljarder \$ och över 10 000 anställda. Investerare är en mindre viktig faktor för råvaruindustrin, bygg- och möbeltillverkare. Detta gäller särskilt om företagen är lokaliserade utanför norden, har en omsättning på under 10 miljarder \$ (ungefär hälften av företagen) och färre än 10 000 anställda (ungefär en tredjedel av företagen).

Två nära relaterade faktorer till investerares intresse är två interna faktorer, ökad vinst och riskhantering. Särskilt gäller detta ökad vinst då riskhantering också kan vara starkt motiverat av risken för negativ publicitet. Ökad vinst är den minst viktiga faktorn totalt sett medan riskhantering är den faktor som bedöms som i genomsnitt viktigaste anledningen för företag att engagera sig i hållbara metaller. Detta samband är starkast för företagen i norden.

Inom vissa branscher är kundintresset den viktigaste faktorn för att engagera sig i hållbara metaller. Det gäller elektroniktillverkare och bygg- och möbeltillverkare. Ett möjligt skäl till detta är att många av företagen som finns med i undersökningen har professionella kunder, det vill säga att kunden är professionella inköpare från företag och offentlig verksamhet. Kundintresset är inte en lika viktig faktor för fordonstillverkare och råvaruindustrin. Det finns också en tendens att kundintresset är viktigare för företag med många anställda och har en hög omsättning.

Statlig reglering bedöms vara en viktig faktor inom alla branscher. Regleringars betydelse varierar dock mellan små och stora företag. Statlig reglering bedöms att vara ett mycket viktigt motiv för företag med fler än 10 000 anställda och en omsättning över 10 miljarder \$. Mindre företag anser att statlig reglering är ett av de minst viktiga motiven för en omställning mot mer hållbara metaller.

Figur 1. Självskattade motiv för olika branscher att engagera sig spårning av hållbara metaller



2.2 Hur prioriteras hållbarhetsaspekter?

Vi kan således dra slutsatsen från föregående avsnitt att företagen har ett engagemang för att hantera de hållbarhetsutmaningar som följer av användningen av metaller och mineral i tillverkningen av produkter. Frågan vi ställer oss här är om detta engagemang är extra stort för någon specifik hållbarhetsaspekt och om det saknas engagemang för andra aspekter.

En genomgående observation är att företag prioriterar sociala hållbarhetsaspekter över miljömässiga. Generellt är den viktigaste hållbarhetsaspekten förekomsten av barnarbete i tillverkningen. Där efter följer finansiering av väpnade konflikter och hälsoproblem orsakat av tillverkningen. Minst viktiga är dock inte gröna frågor utan där hamnar urfolksfrågor och jämställdhet. Även om detta är en övergripande trend finns det intressanta variationer.

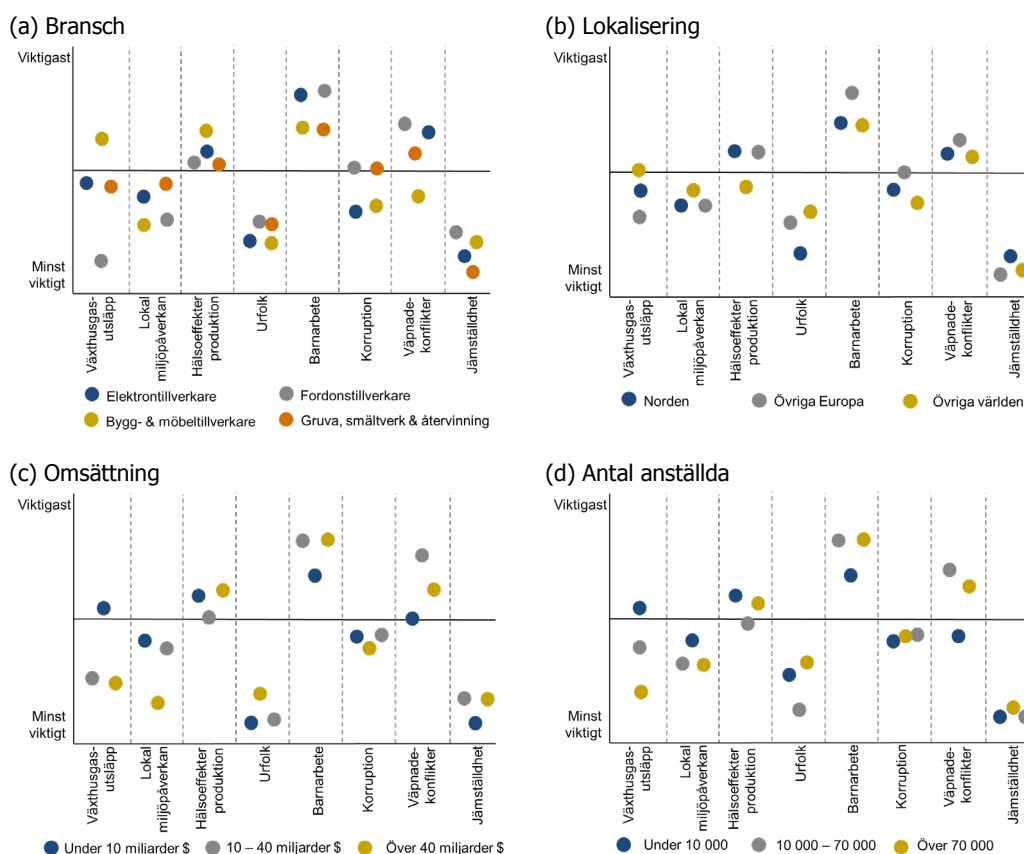
Fordonstillverkare prioriterar utsläpp av växthusgaser som uppstår i produktionen som en betydligt mindre viktig aspekt än övriga branscher. En möjlig orsak till detta är att fokus är på utsläpp av växthusgasutsläpp från driften av fordonen. Detta är således en viktig aspekt för fordonsindustrin men man prioriterar drivlinor (till exempel elmotorer) och drivmedel framför utsläpp som uppstår i tillverkningen.

Motsatsen till detta är bygg- och möbelföretag som prioriterar utsläppen av växthusgaser något högre än andra branscher. Ett skäl till detta är att byggindustrin har ett stort fokus på

utsläpp av växthusgaser från tillverkningen.⁷ I Figur 2 kan vi nämligen notera att företag med liten omsättning och under 10 000 anställda prioriterar växthusgasutsläpp högre än större företag. Det handlar således inte bara om branschen utan detta resultat indikerar att även storleken på företag kan ha betydelse.

Generellt indikerar observationerna att stora företag, mer än 10 000 anställda och 10 miljarder \$ omsättning, prioriterar gröna frågor lägre än mindre företag. Särskilt gäller detta företag som omsätter mer än 40 miljarder \$ då de prioriterar lokal miljöpåverkan som en av de minst viktiga aspekterna.

Figur 2. Vikten av olika hållbarhetsaspekter och användningen av metaller i tillverkningen



2.3 Vilken roll bör staten ha?

Med undantag för de så kallade 3TG metallerna tenn, tantal, tungsten/volfram och guld som utvinns i områden med väpnade konflikter har staten inte genomfört särskilt många insatser för att öka varumärkesföretags engagemang för hållbarhetsproblem som orsakas av användningen av metaller och mineral.

2.3.1 Spårbarhetssystem för konfliktmetaller är en bra utgångspunkt

I början av 2000-talet började intresseorganisationer verksamma inom mänskliga rättigheter uppmärksamma problematiken med konfliktmetallens betydelse för finansiering

⁷ Tillväxtanalys (2018).

av väpnade konflikter. För att undvika negativ publicitet bildades därför Responsible Minerals Initiative (RMI) år 2008 av elektronikindustrin. Detta system har sedan utvecklats och numera finns det lagkrav på amerikanska börsbolag att rapportera om sin hantering av konfliktmetaller.

Detta system kan i flera delar ligga till grund för att inkludera fler metaller och hållbarhetsaspekter. Framförallt är det två delar som gör systemet extra framgångsrikt och som berör vår första fråga om information och dess relevans samt tillförlitlighet. För det första bygger systemet på due diligence riktlinjer från OECD. Detta innebär att varumärkesföretag behöver identifiera och värdera risker i leverantörskedjan, mildra och undvika dessa risker samt kommunicera detta externt. För att kunna möta dessa krav behövs spårbarhetssystem med oberoende granskning och transparens. För det andra bygger systemet på att varumärkesföretag ställer krav på sina underleverantörer att bara använda konfliktmetaller från av systemet godkända smältverk. Ett smältverk kan bli godkänt om de använder återvunna konfliktmetaller och/eller om de använder metaller från gruvor där specifika krav uppfylls. En stor fördel med att använda smältverk som grund för systemet är att återvinning främjas vilket inte blir fallet om kravet hade varit direkt på gruvor.

I EU införs det även krav på rapportering av hanteringen av konfliktmetaller hos stora företag från och med år 2021. Detta system kräver dock inte ett due diligence förfarande utan kravet gäller bara företag som importerar konfliktmetaller för sin egen produktion.

2.3.2 Företagen anser att staten har en stödjande roll

Företagen anser inte att staten har en särskilt stor roll för utvecklingen av spårbarhetssystem för metaller och mineral. Rollen anses framförallt vara att stödja processen att ta fram spårbarhetssystem och agera som kund genom offentlig upphandling. Detta innebär att företagen anser att staten inte ska utveckla spårbarhetssystem eller centraliserade rapporteringssystem (se Figur 3).

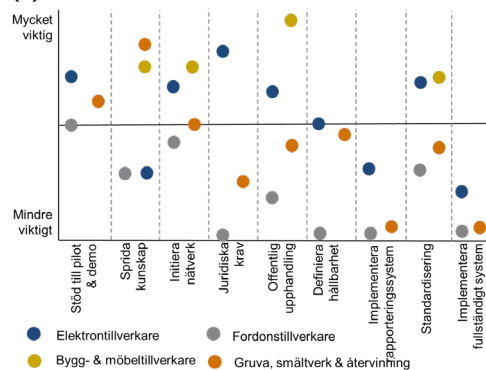
Fyra insatser som generellt särskilt viktiga – det rör:

- Ekonomiskt stöd till utförande av pilot- och demonstrationstester av nya spårbarhetssystem och märkning av produkter.
- Informera och sprida kunskap om hur tillverkningen av produkter påverkar hållbarhetsmål.
- Initiera samarbeten mellan olika aktörer inom och mellan leverantörskedjor kring insatser för att minska tillverkningens hållbarhetsbelastning.
- Offentlig upphandling av produkter tillverkade av hållbara metaller och mineral.

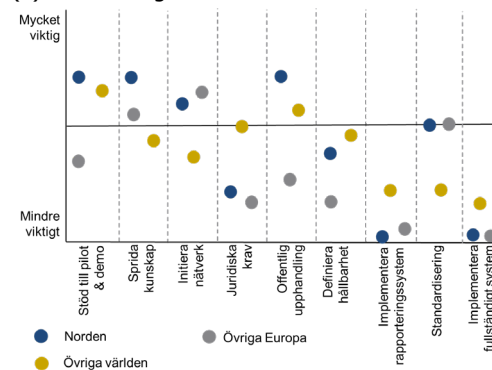
Dessa fyra punkter blir extra tydliga om företag med över 70 000 anställda och/eller en omsättning som överstiger 40 miljarder \$ inte beaktas. Dessa stora företag anser nämligen att statliga insatser är oviktiga eller mindre viktiga. De minsta företagen anser att staten har viktigast roll. En konsekvens av detta är att branscher med mindre företag ser ett större behov av statliga insatser. Inte minst gäller detta bygg- och möbeltillverkare. I vissa avseenden anser även elektronikföretag att staten har en viktig eller mycket viktig roll. Detta gäller framförallt insatser som syftar till att påverka efterfrågan och då inte bara genom offentlig upphandling utan även med juridiska krav.

Figur 3. Företagens syn på statens roll inom ett antal områden

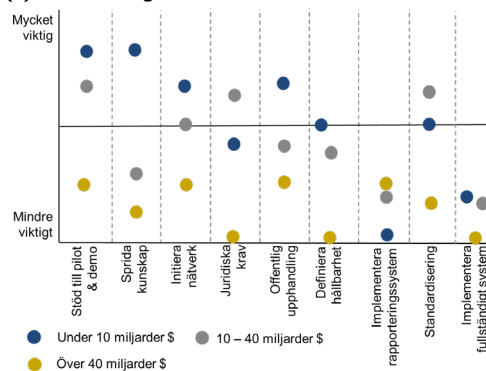
(a) Bransch



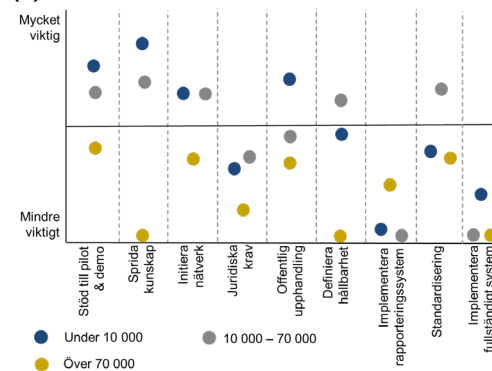
(b) Lokalisering



(c) Omsättning



(d) Antal anställda



Det finns även ett visst intresse av att staten engagerar sig i standardiseringsarbete vid utvecklingen av spårbarhetssystem. Det är framförallt elektronik-, bygg- och möbeltillverkare som anser att staten har en viktig roll att spela.

När det gäller andra delar i utvecklingen av faktiska spårbarhetssystem för metaller och mineral anser företagen att staten har en mycket liten roll eller ingen roll. Detta gäller till exempel att definiera hållbarhet som begrepp, att implementera harmoniserade rapporteringssystem eller att implementera fullständiga spårbarhetssystem för metaller och mineral.

3 Slutsatser – det finns en bas att utgå ifrån

Analysen visar att den genomgående viktigaste orsaken för företag att arbeta med metaller och deras hållbarhet är riskhantering. Företagen är rädda för negativ publicitet och de konsekvenser detta kan få på efterfrågan på konsumentprodukter och finansvärldens intresse att investera i företaget. Detta innebär att det finns ett behov och vilja att utveckla företags ekologiska och sociala hållbarhet. Företag kan även se att ett ansvarsfullt hanterande av hållbarhetsfrågor kan vara en konkurrensfördel. Detta engagemang har dock inte hamnat på produktnivå. Det är få företag som försöker sälja produkter med extra liten hållbarhetsbelastning.

En annan viktig slutsats från kapitel 2 är att företag prioriterar flera sociala hållbarhetsdimensioner högre än ekologisk hållbarhet och klimat. Detta är särskilt tydligt för större företag med stor omsättning och många anställda. De viktigaste hållbarhetsaspekterna är barnarbete, finansiering av väpnade konflikter och hälsoproblem orsakade av tillverkningen. Detta är inte särskilt konstigt med tanke på att det finns ett särskilt regelverk i USA och ett liknande system i EU från 2021 kring metaller utvunna i konfliktregioner, det vill säga utvinning som bidrar till finansiering av väpnade konflikter och där barnarbete förekommer.

Det amerikanska regelverket bygger på en due diligence som kräver att företag på börsen har kontroll över förekomsten av metaller från konfliktregioner i sina produkter och vidtar åtgärder för att minska denna risk. I intervjuer med företag i denna analys har detta lyfts fram som en central komponent för utvecklingen av trovärdiga spårbarhetssystem. Flera företag har även lyft fram vikten av att staten ställer krav på due diligence förfarande från större företag. Detta har dock inte varit någon separat fråga i enkäten.

Generellt ser företag inte att staten ska utveckla själva systemen för spårning och rapportering. Istället handlar statliga insatser om att stödja processen genom att finansiera pilot- och demonstrationstester, ta fram kunskap och initiera samarbeten mellan olika aktörer. Man ser även att staten kan fungera som en viktig kund när företag börjar konkurrera med produkters hållbarhet. Idag finns detta redan för vissa elektronikprodukter och den märkning som genomförs av TCO certified.

4 Bilaga – enkätfrågor

Nedanstående enkätfrågor har varit grunden för analysen. För vissa branscher har det även funnits extra frågor som framförallt rört vikten av identitetsspårning och möjligheten att införa certifikathandel.

Traceability of material and labeling of sustainable products could be an important action for the UN Agenda 2030 targets on sustainable development. This questionnaire is targeting sustainably sourced metals and minerals (mined or recycled) and will give insights into i) motives for action, ii) the importance of different dimensions of sustainability and the design of traceability systems iv) the role of the state. The answers will be anonymous and used in an assignment from the Swedish Government.

Motives for using sustainably sources metals in products

There are several external motives for using sustainably produced metals (mined or recycled) in products. How important are:

Motive	Very important / Important / Less important / Unimportant
Investor interest	
Customers interest	
State regulation	

There are several internal motives for using sustainably produced metals (mined or recycled) in products. How important are:

Motive	Very important / Important / Less important / Unimportant
Access to venture capital	
Increase profitability	
Risk management, e.g. ensuring material availability	

What sustainability effects are important to show in a traceability system?

Please rank (1 the most important sustainable dimension) following sustainable effects?

Sustainability effects	Rank 1-8
Greenhouse gas emissions	
Emissions of local pollutants/emissions	
Health effects from production	
Indigenous people	
Child labor	
Corruption	
Finance of armed conflicts	
Gender equality	

The role of the state

What responsibility do you think the state has for carrying out the following activities to develop a demand for products sustainably produced metals and minerals:

Activity	Short term (0-5 yrs)	Long term (8-15 yrs)
	Very important / Important / Less important / Unimportant	
Funding pilot & demonstration attempts for traceability of metals in products		
Inform and spread knowledge about product sustainability burden		
Initiate interaction between stakeholders in the value chain or the like		
Nudging initiatives - Requirements that lead to automated customers getting what is sustainably produced but can choose what is not sustainable produced		
Legal requirements for use of sustainable metals in the value chain		
Public procurement of products produced of sustainably sources metals		
Public procurement of products which are more sustainable than competitors		
Use environmental performance declaration (EPD) as a tool of comparing metals and materials		
Adjust existing legislation so that sustainability effects cannot move from use of the product to the production phase		
Carry out experiments with labeling		
Implement a traceability system with all components		
Implement definition of sustainability criteria – define what's sustainable metals and minerals		
Implement a chain of custody model		
Implement a reporting system		
Standardization – International		