

SIRKULÆRØKONOMI – FORBRUKER MÅ MED



Vårt forbruk av varer og tjenester er en vesentlig bidragsyter til de miljø- og klimautfordringene verden står overfor. Mellom 60 og 80 prosent av den samlede miljøpåvirkningen skyldes miljøeffekter fra produksjon av varer og produkter.¹

Ifølge regjeringsplattformen er målet at Norge skal være et foregangsland i utviklingen av en grønn sirkulær økonomi som utnytter ressursene bedre. Dette forutsetter at strategien som nå utarbeides er ambisiøs også på vegne av forbrukere. Det kreves et systematisk skifte i vår samfunnsmodell å forandre en lineær produksjons- og forbruksmodell med kjøp–bruk–kast til en sirkulær modell. Forbrukerperspektivet er helt sentralt for at en omlegging til sirkulærøkonomi skal lykkes. Det må bli enklere for forbruker å ta mer miljøvennlige valg.

Integrering av forbrukerperspektivet i den sirkulære økonomien er dermed nært knyttet til elementer som lengre levetid og holdbarhet på produkter. Pris og tilgjengelighet av reparasjoner, muligheter til oppgradering, demontering og gjenvinning av produkter er også sentrale elementer. Sirkulærøkonomi handler også om muligheter til å gi produkter et nytt liv ved å selge dem i brukmarkedet. Øking av utnyttelsesgraden for produkter kan også oppnås gjennom leie- eller leasingmodeller. Klar, pålitelig og relevant informasjon trengs også slik at forbruker kan ta informerte valg og bidra til denne overgangen.

Forbrukerrådet vil med dette notatet presentere forslag til tiltak som kan gjøre det enklere å ta mer miljøvennlige valg som forbruker, og som kan bidra i overgangen til sirkulærøkonomi. Mange av disse tiltakene krever internasjonalt samarbeid, enten på EU nivå eller nordisk nivå.

¹ [Ivanova, D., Stadler, K., Steen-Olsen, K., Wood, R., Vita, G., Tukker, A. and Hertwich, E.G. \(2016\), Environmental Impact Assessment of Household Consumption. Journal of Industrial Ecology, 20: 526–536. <https://doi.org/10.1111/jiec.12371>](https://doi.org/10.1111/jiec.12371)



NORGE BØR ARBEIDE FOR:

- Reklamasjonsrettigheter som bidrar til holdbare produkter.
- Strengere krav til produkter – produkter må kunne tas fra hverandre og repareres, og deler må være tilgjengelige.
- Gjøre det enklere og billigere å reparere. Det bør innføres skattefradrag for reparasjoner av kjøleskap, vaskemaskiner og andre produkter, som gjennomføres hjemme. Merverdiavgiften bør fjernes på reparasjon av blant annet elektronikk, sykler, klær og sko.
- Sikre god forbrukerinformasjon som grunnlag for gode miljøvalg, inkludert bærekraftige kostråd.
- At holdbare og reparerbare produkter sikres i møte med en økende andel produkter med digitale egenskaper.
- Stimulere til nye forretningsmodeller i handel som reelt bidrar til mindre forbruk.
- Reklamasjonsretten på ny bolig etter bustadoppføringslova bør økes fra fem til ti år for å sikre lengre holdbarhet på materialer.
- Sikre at tilsynsmyndighetene har kapasitet og ressurser nok til effektivt å overvåke produkter på markedet.
- Det bør utarbeides standardisert informasjon til forbruker om tekstiler og kvalitet med hensyn til forventet brukstid, slitasje og holdbarhet. Det må bli lettere å velge klær av god kvalitet som varer lengre.



For at det skal bli enklere for forbrukere å bli en del av det sirkulære skiftet, mener Forbrukerrådet at Norge bør arbeide for følgende mål:

REKLAMASJONSRETTIGHETER SOM BIDRAR TIL HOLDBARE PRODUKTER

En styrking av forbrukerrettighetene er i tråd med målsettingen for et mer bærekraftig forbruk. Et godt forbrukervern bidrar til at det er mindre lønnsomt å selge produkter av dårlig kvalitet og kan derfor gi viktige bidrag til en mer sirkulær økonomi.

- ② Det bør utredes hvordan en nedre grense for reklamasjonsfrist kan kombineres med en mer dynamisk «levetids»-tilnærming. En mulig tilnærming er at produsenter pålegges obligatorisk merking av antatt levetid på produkter, og at denne merkingen av antatt levetid blir utgangspunkt for forlenget reklamasjonsfrist.
- ② Holdbarhet og tilgang til reservedeler bør innarbeides i forbrukerkjøpsloven, som del av grunnlaget for en vurdering av om varen er i samsvar med avtalen. For husholdningsprodukter og andre kostbare produkter må reservedeler være lett tilgjengelig etter at den siste versjonen av produktet legges ut på markedet. Dersom deler ikke er tilgjengelig, eller er tidkrevende og

vanskelig å få tak i, må det kunne defineres som en mangel ved produktet.

STRENGERE KRAV TIL PRODUKTER

Gjennom økodesigndirektivet kan kriterier for holdbarhet, oppgradering og reparerbarhet settes systematisk opp for relevante produktgrupper.

Produkter må kunne tas fra hverandre og repareres.

- ⊗ Norge, sammen med de andre nordiske landene, bør aktivt støtte revisjon av økodesigndirektivet, med sikte på å inkludere nye produktkategorier. I første omgang bør det gjennomføres en studie for å vise hvilke nye produktkategorier som vil ha størst nytte av økodesignkrav.
- ⊗ Det bør utredes hvordan økodesigndirektivet kan brukes enda bedre for å bidra til lengre holdbarhet og bedre reparasjonsmuligheter for spesielt produkter med høyt volum som smarttelefoner og PC-er.

AT DET BLIR ENKLERE OG BILLIGERE Å REPARERE PRODUKTER

Det er blitt dyrt og utfordrende å ta vare på det vi har, og det gjør det vanskelig for oss forbrukere å ta gode miljøvalg. Umulige eller svært kostbare reparasjoner er et stadig større problem. Det må gjøres både enklere og billigere å reparere ting. Alle produktets deler bør kunne repareres eller skiftes ut til en pris som oppfordrer til reparasjon fremfor nyinnkjøp.

- ⊗ Norge bør ta initiativ i EU til at prinsippet om fritt verkstedsvalg som er innført for biler, også skal gjelde elektronikk og større husholdningsprodukter. Sertifiserte frittstående reparatører bør gis rett til innsyn i reparasjons- og servicemanualer til f.eks. PC-er, nettbrett, smarttelefoner, komfyrer, vaskemaskiner med mer.
- ⊗ Det bør innføres skattefradrag for reparasjoner av kjøleskap, vaskemaskiner og andre produkter, som gjennomføres hjemme.

- ⊗ Merverdiavgiften bør fjernes på reparasjon av blant annet elektronikk, sykler, klær og sko.
- ⊗ Det bør utredes hvilket ansvar større salgskjeder bør ha for å gjøre reparasjoner og deler tilgjengelig utover reklamasjonsfristen for produkter de selger.
- ⊗ Reservedeler og reparasjoner bør gjøres tilgjengelig til en pris som forsvarer produktets kostnad og forventet levetid.

AT FORBRUKER SIKRES INFORMASJON SOM GIR BEDRE GRUNNLAG FOR GODE MILJØVALG

Informasjon fremmer forbrukermakt og gjør det mulig for forbrukerne å ta opplyste valg. Det er et av de mest sentrale virkemidlene i forbrukerpolitikken. Mangel på informasjon gjør det i praksis umulig for forbruker å ta opplyste valg når det gjelder miljø og holdbare produkter.

Utslipp knyttet til produksjon av forbruksvarer og tjenester produsert utenfor landets grenser, er ikke inkludert i Norges klimaregnskap. For å skape større bevissthet om sammenhengen mellom forbruk og klimautslipp bør det derfor etableres et forbruksbasert klimaregnskap.

- ⊗ Forbruker må informeres bedre om produkters forventede levetid. For mange produkter er slik kunnskap allerede kjent, men i liten grad gjort tilgjengelig for forbruker. Denne tilnærmingen er spesielt aktuell knyttet til EUs energimerking. Denne etablerte merkingen gir muligheter for å fokusere på de viktigste produktgruppene og sikre obligatorisk informasjon på en standardisert måte.
- ⊗ Norge og de andre nordiske landene bør arbeide for økt kunnskap blant forbrukere om Svanemerket og det europeiske Ecolabel, og aktivt støtte videre utvikling av disse merkeordningene.
- ⊗ For stoffer som gir grunn til bekymring, og som står på REACH kandidatliste, eller «verstingstoffer» som ikke er blitt faset ut, bør det innføres en form for negativ merking eller



gis annen tilgang til informasjon om hvilke produkter som inneholder disse stoffene. Dette vil være av stor betydning for produkter som eksempelvis klær, sko, leker og elektronikk, der det i dag ikke er krav til innholdsdeklarasjon.

- Ⓢ Det bør utarbeides standardisert informasjon til forbruker om tekstiler og kvalitet med hensyn til forventet brukstid, slitasje og holdbarhet, i samarbeid med bransjen. Det må bli lettere å velge klær av god kvalitet som varer lengre.
- Ⓢ For å synliggjøre sammenhengen mellom forbruk og miljøpåvirkning bør det utarbeides et forbruksbasert klimaregnskap

SIKRE HOLDBARE PRODUKTER I MØTE MED ØKT DIGITALISERING

Det bør arbeides aktivt for at holdbare og reparerbare produkter sikres i møte med en økende andel produkter med digitale egenskaper.

- Ⓢ Forhåndsinstallert programvare må ses på som en del av produktet, og omfattes av reklamasjons- og garantirettighetene. Digital støtte og oppgraderinger må være tilgjengelig for en periode som gjenspeiler den forventede levetiden til produktet. Forbrukeren skal også få vite hvor lenge man får oppdateringer, dersom man ikke er sikret kontinuerlige oppdateringer.
- Ⓢ Produkter med digitale egenskaper må kunne resettes til fabrikkinnstilling. Dette er avgjørende for å kunne slette data som er lagret med tanke på resirkulering og videresalg, og for å kunne søke i programvaren for feil og mangler.
- Ⓢ Tilkoblede produkter må være utstyrt med grunnleggende sikkerhet. Data må sikres og krypteres både for å hindre at den kommer på avveie, og for at ikke uvedkommende skal få tilgang til enheten. Manglende sikkerhet øker også risikoen for at programvaren skades eller ødelegges.

- Ⓢ Det bør sikres at oppdateringer er tilgjengelig gjennom hele den forventede levetiden til produktet. Kildekode bør gjøres tilgjengelig dersom produktet ikke lenger støttes av leverandør, slik at andre kan fortsette å drifte nedlagte tjenester. Det kan både være demokratiserende og en sikkerhet for at produkter kan fortsette å fungere etter at de ikke lenger får support, og ytterligere utvide den praktiske levetiden av produktet.

NYE FORRETNINGSMODELLER I HANDEL SOM REELT BIDRAR TIL MINDRE FORBRUK

En mer sirkulær økonomi vil innebære endringer der vi i større grad blir et tjenestesamfunn. Nye forretningsmodeller, som reelt bidrar til mindre forbruk, er derfor viktig. Det er et stort behov for kunnskap, så vel som støtte til omlegging og nyskaping.

- Ⓢ Norge bør bidra til økt kunnskap om muligheter for omstilling og innovasjon i tjenestenæringene.
- Ⓢ Virkemiddelapparatet må tilpasses utvikling av nye forretningsmodeller, og stimulere til nye forretningsidéer der det legges til rette for at det blir enklere å dele, låne, leie, bytte og kjøpe brukt.
- Ⓢ Det må klargjøres hva sirkulærøkonomi med mer vekt på tjenester betyr for forbrukerrettighetene. Forbrukere må sikres samme nivå av rettigheter og beskyttelse i et sirkulært tjenestesamfunn som ved kjøp av varer.

STRENGERE REGLER DER PRODUKTER PÅ MARKEDET ER INNENFOR GJELDENE STANDARD OG LOVERK.

Skadelige stoffer i produkter er en stor politisk utfordring og vanskeliggjør også både gjenbruk og ombruk.

Det er også grunn til å tro at mange produkter på markedet bryter med dagens regelverk.

Det avdekkes også for mange tilfeller der CE-merkede produkter ikke tilfredsstiller gjeldende krav. Produkter



på markedet må være innenfor gjeldende standard og lovverk. Dette gjelder både krav til sikkerhet og miljø- og energirelaterte pålegg.

Plast er i ferd med å bli et av våre største miljøproblemer. Tiltak og reguleringer er nødvendig for å få bort plastprodukter som enkelt kan erstattes av fornybare og nedbrytbare materialer.

- Ⓢ Det må sikres at tilsynsmyndighetene både har nok kapasitet og ressurser til effektivt å overvåke produkter på markedet.
- Ⓢ Det må stilles strengere krav til emballasje, med forbud mot unødvendig bruk av plast og plast som ikke kan gjenvinnes.
- Ⓢ Det er behov for et taktskifte i arbeidet mot kjemikalier i forbrukerprodukter, med fokus på mer ressurser til arbeidet for et strengere regelverk og sterkere satsing på forskning og kunnskap.

MARKEDSFØRING OG «GRØNNVASKING»

Når stadig flere blir opptatt av miljø betyr det at er penger å hente i å markedsføre både egen bedrift og produkter som bærekraftige og miljøvennlige. For at forbruker skal kunne orientere seg, og velge produkter som er mer sirkulære og fremstilt på en mindre miljøskadelig måte, er det viktig at det slås ned på useriøs merking og markedsføring.

- Ⓢ Det må sikres at Forbrukertilsynet har nok ressurser til å overvåke markedet. Påstander skal dokumenteres og begrepsbruken må være informativ. Når begreper som bærekraftig og miljøvennlig brukes på miljøbelastende produkter er dette villedende.

SIRKULÆRE BYGG- OG VEDLIKEHOLDSMATERIALER

Byggebransjen blir ofte sett på som den sektoren med størst potensiale for sirkulær omstilling. I Norge ser vi at mengden avfall fra bygg øker, sammen med en nedgang i andelen som blir gjenvunnet til materialer. Byggenæringen er i dag en av de største forbrukerne av råvarer, med 41 milliarder tonn i året. I dag finnes det

2,4 millioner husstander i Norge. Av disse vil anslagsvis 40% pusse opp i løpet av året og bruke 80 milliarder kroner på dette.² For å muliggjøre sirkulasjon av bygg- og vedlikeholdsmaterialer trengs det utvikling av modulbaserte bygg- og vedlikeholdsprodukter og systemer for å benytte eksisterende bygg som materialbanker.

- Ⓢ Det må tilrettelegges for at entrepenører, håndverkere og forbrukere i større grad kan gjenbruke brukte og eksisterende materialer.
- Ⓢ Det bør stilles krav om at en større andel byggematerialer er modulbaserte løsninger som enkelt kan demonteres og gjenbrukes.
- Ⓢ Sirkulærøkonomi bør med som kriterium ved offentlige anskaffelser, og slik påvirke tilgang på produkter også ved private innkjøp.
- Ⓢ Reklamasjonsretten på ny bolig etter bustadoppføringslova bør økes fra fem til ti år for å sikre lengre holdbarhet på materialer.

GRØNN FINANS SOM UNDERSTØTTER OVERGANG TIL SIRKULÆRØKONOMI

Mange bedrifter holder fast ved en lineær produksjon som bidrar til overutnyttelse av naturressurser, klimagassutslipp og forurensning. Slik produksjon fortsetter fordi produsentene ikke har en egeninteresse av å ta hensyn til eksternaliteter. Finansforetak spiller en svært viktig rolle i det grønne skiftet, og det er viktig at særlig bankene formidler kapital på en måte som både understøtter overgangen fra en lineær til en sirkulær økonomi og som blant annet bidrar til å redusere for eksempel klimarisiko.

- Ⓢ Finansielle ordninger bør etableres som muliggjør gunstige leasing- og leiemodeller fremfor kjøp og eie.
- Ⓢ Skatte- og avgiftsfordeler bør innføres for sirkulært næringsliv, herunder skattefradrag for sirkulære investeringer.

² «Sirkulær framtid» av Ebba Boye for Framtiden i våre hender 2019



Økonomiske insentiver bør premiere næringsaktører som bruker ressurser på nytt i sine produksjonsprosesser og forbrukere som velger grønt (for eksempel redusert mva).

- ② Forbruker- og investorbekyttelsen må forsterkes, blant annet gjennom etablering av tydelige merkeordninger, klassifikasjonssystemer for bærekraftig virksomhet, standarder for grønne finansielle produkter og referanseindekser for bærekraftige investeringer.
- ② Det må gjøres en gjennomgang av klimarisiko for husholdninger. Husholdninger og forbrukere er i stor grad eksponert for klimaendringer og risiko i forsikringsmarkedene, hvor mer ekstremvær og større skadeomfang kan resultere i økte premier, dårligere vilkår og begrensninger i tilgang til visse forsikringsprodukter.

SIRKULÆRØKONOMI OG MAT

En sirkulærøkonomi evner å utnytte alle ressurser. Dette må også få betydning for vårt forhold til mat, matproduksjon og tapet av mat og restråstoff i verdikjeden.

- ② Matsvinn må kartlegges mer systematisk. Tiltak må innrettes både mot forbruker og hele verdikjeden, inkludert matsvinnet som skjer før

maten når butikk. Alternative distribusjonskanaler vil kunne bidra til redusert matsvinn.

- ② Norge må aktivt støtte opp om EUs arbeid med å utvikle en strategi for bærekraftige matsystemer (Farm to Fork) og innarbeide bærekraftige matsystemer i den nasjonale strategien for sirkulærøkonomi.
- ② Det må gis konkrete råd til norske forbrukere om matvalg som er både miljøvennlige og helsefremmende. Kostråd bør gis med utgangspunkt i både helse og miljø i bredt perspektiv.
- ② Butikker og matkjeder oppfordres til å prise ned varer som har kort tid igjen av holdbarhetsdato. Undersøkelser viser at et stort flertall av forbrukere er motivert til å velge varer med kort holdbarhet når de er nedpriset.
- ② Flere ferskvarer bør utstyres med indikator som måler faktisk holdbarhet for forbruker.

