



Pressinformation

Stockholm den 2 april 2001

Tillåts konsumenten att handla etiskt?

Gör världen lite bättre – Varje gång du handlar! Den uppmaningen riktar hud- och hårvårdskedjan The Body Shop till sina kunder i en landsomfattande kampanj med start idag. Syftet med kampanjen är att starta en dialog mellan kunderna och företaget om etisk konsumtion.

Kunderna ombeds att fylla i en enkät med frågor om de tror att konsumentens reaktion och beslut påverkar företagen vad gäller etiska ställningstagandet, och om konsumentmakt finns i praktiken. Frågor kring företagets trovärdighet och viljan att välja varor utifrån ”etiska kriterier” hoppas man också få svar på genom enkäten.

Vad är rimligt att begära från enskilda konsumenter, att de själva ska sätta press på företagen agerande vad gäller etik och handel. Nej, från The Body Shops sida menar man att initiativet också måste komma från företagets sida.

- Som företag inom detaljhandeln har vi ett stort ansvar för att hålla diskussionen om etisk handel vid liv. Kanske det viktigaste av allt: Tillåter handeln den enskilda konsumenten att ta ansvar genom att erbjuda alternativ och faktiskt lyssna till kundernas argument. Det är en av anledningarna till att vi väljer att genomföra den här kampanjen säger Britt-Marie Börjesson grundare och vd för The Body Shop i Sverige.

Fler och fler företag anammar etiska förhållningssätt och flera företrädare inom näringslivet och den akademiska världen hävdar att det har blivit ekonomisk lönsamt att som företag agera etiskt. För kunderna innebär det ytterligare ett val, att som konsument behöva ta ställning till varumärken, pris och funktion och dessutom göra ett val utifrån ett etiskt perspektiv.

Frågan är om företagen är trovärdiga i konsumenternas ögon och om människor känner att de kan påverka genom att välja miljömärkta produkter eller produkter som är rättvisemärkta.

- Vi vill väcka tanken hos våra kunder kring etisk konsumtion, att mitt val som kund inte enbart ger vinst åt det företag jag handlar hos utan att det kan påverka i flera led, fortsätter Britt-Marie Börjesson, vd för The Body Shop.

The Body Shops kampanj startar idag och pågår tre veckor framåt i landets alla 59 butiker. Enkäten distribueras i 170 000 exemplar via butikerna och The Body Shops kundklubb.

Ytterligare information om The Body Shops kampanj och bilder, vänligen kontakta PR- & informationsansvarig Sandhya Forselius, sandhya.forselius@thebodyshop.se, 08-442 43 44 eller 08-442 43 40, 070-372 11 96.

Fakta The Body Shop

The Body Shop är ett internationellt detaljhandelsföretag som säljer hud- och hårvårdsprodukter samt kosmetika. Det kommer ursprungligen från England. Det finns drygt 1800 The Body shop butiker i 49 länder. Företaget har funnits i Sverige sedan 1979 och den svenska rättigheten ägs av Britt-Marie Börjesson (grundare och vd).

The Body shop är känt för sina naturbaserade produkter i enkla förpackningar men även för sitt engagemang i frågor som rör miljö, rättvis handel och mänskliga rättigheter samt sitt aktiva arbete för att få stopp på djurförsök inom kosmetikaindustrin.

