



Samarbeidsavtale mellom Fagforbundet og Handelskampanjen

Bakgrunn:

Fagforbundet har vært en viktig del av nettverket Handelskampanjen siden det ble opprettet i 2004. Forbundet har støttet Handelskampanjen både økonomisk og politisk. Handelskampanjen har vært og er viktig i å ha oversikt over hva som skjer når det gjelder handelspolitikk og kommunisere dette blant annet til Fagforbundet og andre aktører i det norske samfunnet, slik at flere kan engasjere seg i debatter der endringene i handelspolitikken innebærer endringer og restriksjoner i norsk innenrikspolitikk, samt for solidaritetsarbeidet ellers i verden.

Om Handelskampanjen

Handelskampanjen er en allianse av ulike organisasjoner fra fagforbund, bondeorganisasjoner, til miljø-, solidaritets- og utviklingsorganisasjoner. Nettverket ble oppretta som egen organisasjon 27. april 2004. Det er basert på arbeidet siden 1997 mot MAI-avtalen og nettverk mot markedsrett – for demokratisk styring (NMM).

Handelskampanjens øverste organ er årsmøtet hvor hver medlemsorganisasjon har én stemme. Foreningen ledes av en koordineringsgruppe (styre) på minimum fem antall medlemmer. Koordineringsgruppa (Styret) er høyeste myndighet mellom årsmøtene. Styret møtes vanligvis hver tredje uke. Handelskampanjen har et sekretariat med en 50% stilling. Den har ikke medlemsavgift, men opprettholder sin aktivitet med medlemsstøtte og prosjektmidler og prosjektsamarbeid.

Fra politisk plattform

Handelskampanjen arbeider for en verden der hensynet til mennesker, miljø og samfunn ligger til grunn for utviklingen, der viktige avgjørelser for samfunnet tas av demokratiske organ og ikke overlates til snevre økonomiske interesser.

Internasjonal handel må bidra til bærekraftig utvikling og bidra til å sikre menneskerettighetene. Da er det behov for omfattende endringer i dagens internasjonale handelsregime. I motsetning til de fleste frihandelsavtaler, må handelsregelverket støtte opp om innbygges demokratiske rettigheter til å utvikle politikk som kan sikre sysselsetting, bearbeiding av landets råvarer, tilstrekkelig mat, samt miljømessig og sosial utvikling. Forhandlinger om nye regelverk i WTO og flerstatlige frihandelsavtaler retter seg inn mot å forsterke disse regelverkene i negativ retning på flere områder. Eksempler på det er motstridende regelverk i FN-avtaler om biologisk mangfold og patentavtalen (TRIPS) i WTO, om arbeiderrettigheter, og retten til vann, utdanning og helsetjenester, som trues av privatisering.

Internasjonale klima- og miljøavtaler kan også komme i konflikt med WTO-regelverket. Handelskampanjen skal arbeide for at handelspolitikk ikke hindrer arbeidstakere verden over grunnleggende faglige og demokratiske rettigheter og støtte kvinners rett til anstendig inntektsgivende arbeid. Internasjonal handel skal ikke føre til barnearbeid.

Handelskampanjen krever:

- Konvensjoner og avtaler i FN-regi og Den internasjonale arbeidsorganisasjonen ILO må være overordnet alle andre internasjonale regelverk, herunder WTO-avtalene og de bilaterale og regionale frihandelsavtalene. Der det er konflikt mellom avtaler og regelverk i FN/ILO og WTO, må førstnevnte regelverk gjelde. Åpenhet og demokrati i WTO-forhandlingene
- Multilaterale fremfor plurilaterale avtaler i WTO
- Asymmetriske avtaler til fordel for utviklingsland
- Åpenhet om norske posisjoner
- Konsekvensanalyser av sosiale, miljømessige og økonomiske effekter for alle parter
- Høring og involvering av Stortinget før frihandelsavtalene signeres
- N/ILO og WTO, må førstnevnte regelverk gjelde

Om Fagforbundet – fra prinsippprogram og handlingsprogram

Fagforbundet kan ikke nå alle sine politiske målsetninger alene. Det er viktig med et godt samarbeid med politiske partier og organisasjoner som deler Fagforbundets ideologi og verdier. Et solidarisk samfunn, nasjonalt og internasjonalt, fremmer demokrati og folkestyre og hindrer undertrykking, utbytting og nød. Samarbeid på tvers av landegrensene ved aktiv deltakelse i den Internasjonale

Arbeidsorganisasjonen (ILO) og internasjonale arbeidstakerorganisasjoner, er en forutsetning for at faglige rettigheter gjøres gjeldende for arbeidstakere i alle land.

Norske myndigheter må derfor sørge for en grundig gjennomgang av avtalen for å sikre den norske arbeidslivsmodellen. Internasjonale handelsavtaler må bygge på åpenhet og demokratiske prosesser. Fagforbundet er imot mekanismer som begrenser nasjonal suverenitet og demokratisk styring og kontroll.

Fagforbundet krever at norske myndigheter aktivt bruker reservasjonsretten og andre tilgjengelige virkemidler når faglige og den norske arbeidslivsmodellen presses, og krever full åpenhet rundt forhandlingene og at offentlige tjenester ikke åpnes fra norsk side for utenlandske tilbydere under TISA eller andre internasjonale handelsavtaler.

Samarbeid Fagforbundet – Handelskampanjen

Internasjonale handelsavtaler Norge inngår vil være bindende. Da er det viktig å ha god kjennskap til innholdet i avtalene for å kunne vurdere virkninger og eventuelt hvordan påvirke avtalene før de blir godkjent.

Det har vist seg at slike avtaler oftest har innhold som kan bli svært viktige for Fagforbundet, avtalene Det foregår forhandlinger om global konkurranse innen tjenester inkludert offentlige tjenester, i tillegg til varer, om intellektuelle rettigheter, som patenter på medisiner og genetiske ressurser, samt forhandling om begrensninger i innenlands reguleringer og investorbeskyttelse. Alle disse kan bli viktige for Norge, for arbeidere og for offentlig sektor og for å kunne endre politikk gjennom valg. Forhandlingene om innenlands reguleringer kan legge varige begrensninger på Norges muligheter til å regulere på måter som begrenser markedet rolle. I tillegg til dette er det forhandlinger på viktige områder som ikke direkte angår Fagforbundets områder slik som jordbruk og fiskeri.

Særlig viktig nå er kampen om retten til data, hvor skal dataene lagres, hvem skal ha innsyn og hvordan skal personvernet ivaretas. Fagforbundet har på samme måte som Handelskampanjen understreket viktigheten av å ha en offentlig, nasjonal skytjeneste.

Fagforbundet har vært godt orientert om forhandlingene gjennom å ha en styreposisjon i Handelskampanjen. Det ønsker partene å opprettholde.

Det er en nødvendighet for begge parter å ha kjennskap til konsekvenser av forhandlingene som foregår på alle sentrale områder når det gjelder handelsregler, enten det er i WTO eller i bilaterale avtaler. Dette får vi stor grad gjennom internasjonalt samarbeid. Derfor ønsker man nå å innlede et enda nærmere samarbeid med Handelskampanjen, da det her vil være tilgang til de samme nettverkene og internasjonale forbindelsene.

Samarbeidsform

Handelskampanjen følger forhandlingene om nye avtaler nøye på alle nivå. De har et bredt internasjonalt nettverk. Nettverket består av NGOer og internasjonale fagforbundssammenslutninger og FN-organisasjoner. Eksempler her er UNCTAD, Our World Is Not

For Sale, South Centre, ITUC, PSI, UNI og andre. Resultatet av arbeidet vi gjør sammen, dvs. mulige konsekvenser for norsk politikk, skal deles med Fagforbundet.

Måter det skal deles på er

- Fagforbundet foreslår en representant til i styret for Handelskampanjen.
- En person i administrasjonen i Fagforbundet har ansvar for å følge Handelskampanjen og er kontaktpunkt for Handelskampanjen inn mot Fagforbundets sentrale ledelse.
- Det avholdes to årlige orienteringsmøter mellom Handelskampanjen og Fagforbundet hvor leder og generalsekretær i Handelskampanjen møter politisk ansvarlig og administrativt ansvarlig for området i Fagforbundet.
- Det gis mulighet for å følge særlig orienteringsspunktet om politiske nyheter fra styremøtene i Handelskampanjen – om nødvendig via elektroniske løsninger. Her kommer det bredt fram hva som er det mest brennende.
- Notater, brosjyrer og andre nyheter deles med de ansvarlige i Fagforbundet.
- Handelskampanjen kan oppdatere representanter fra Fagforbundet som skal delta på møter med handelspolitisk innhold, f.eks. WTO-utvalget i UD.
- Dersom det er ønske fra Fagforbundets andre organisasjonsledd, skal Handelskampanjen også møte disse og gi orienteringer om handelspolitikk.
- Handelskampanjen skal også delta for å orientere på møter hvor beslutninger tas i Fagforbundet, om det er ønsket.
- Fagforbundet skal inviteres som medarrangør på viktige offentlige møter Handelskampanjen arrangerer, uten at det ligger en forpliktelse til å være medarrangør.
- Handelskampanjen kan bistå som en ressurs i internasjonale møter, konferanser, webinarer og omhandler handelsspørsmål, som avholdes av internasjonal fagbevegelse dersom det er ønskelig.
- Dersom Fagforbundet velger å delta på viktige møter som WTOs ministermøte, WTO Public Forum eller UNCTADs møter, skal Handelskampanjen delta i forberedelser av de som skal delta og også lage en oppsummering av det viktigste som kom fram på møtene.

Fagforbundets støtte til Handelskampanjen

I tillegg til den ordinære støtten til Handelskampanjen som har vært gitt siden oppstarten av nettverket, skal Fagforbundet bidra til å sikre at Handelskampanjen skal kunne lønne en generalsekretær på full tid.

I dag (juni 2020) har Handelskampanjen en koordinator på 50% stilling, lønnet ut fra lønnstrinn 44 i statens lønnsregulativ. Da Handelskampanjen er en allianse av mange organisasjoner, vil det ofte være ønske for styremedlemmer å representere egen organisasjon i handelspolitiske utspill, og mer spisset i retning av denne. Derfor er det ønskelig og vedtatt i styret å oppgradere koordinatorstillingen til en fulltids stilling hvor koordinator i tillegg til administrative oppgaver som i dag, også får et ansvar for mye av de politiske sakene og utspill innen tema som Handelskampanjen jobber med.

Fagforbundet vil derfor i tillegg til dagens støtte bidra ekstra tilsvarende en 50%- stilling som en fast ordning mellom våre to organisasjoner.

Samarbeidsavtalens varighet og ikrafttredelse

Samarbeidsavtalens varighet er to år fra ikrafttredelse. Om den ikke sies opp 6 – seks - måneder før utløp, løper den videre for to nye år.

Avtalen trer i kraft fra 2. halvår 2020, dvs. 1. juli 2020.

Dato: Oslo, 11.9. 2020

Odd Haldgeir Larsen
Nestleder
Fagforbundet

Anniken Storbakk
Generalsekretær
Handelskampanjen

Helene Bank
Leder
Handelskampanjen