

Barne- likestillings- og inkluderingsdepartementet  
Postboks 8036 Dep  
0030 OSLO

Saksbehandler:	Vår dato:	Vår referanse:	Deres dato:	Deres referanse:
Irene Solberg	26.02.2014	12/5857 - 9	21.1.2013	
Epost:				
irene.solberg@forbrukerradet.no				

## Statsregnskapet 2013 - Årsavslutning og innrapportering

Vi gjør oppmerksom på at rapporteringen og regnskap ikke har vært behandlet i Styret. Det første styremøtet er 9. april 2014. Om styret skulle ha noen ønsker om endringer, vil disse bli ettersendt.

### 4. Mål og styringsparametere

#### Forbrukerservice

Forbrukerrådets Forbrukerservice har i 2013 rapportert på følgende styringsparametere:

- Forbrukerrådet fikk rundt 87 000 henvendelser i 2013. Nedgangen skyldes tekniske problemer med e-post tjenesten første halvår. Henvendelsene kom på telefon (03737), e-post ([hjelp@forbrukerradet.no](mailto:hjelp@forbrukerradet.no)), besøk på regionkontorene og brev. Etter nettsiden vår, forbrukerradet.no, er 03737 den viktigste kanalen for norske forbrukere å kontakte Forbrukerrådet på og står for ca. 70 % av alle henvendelsene, noe som likevel er en nedgang fra tidligere år. Antall henvendelser på e-post (tall for 2. halvår) og per brev øker. Henvendelser per brev er først og fremst «klagesaker» på områder hvor Forbrukerrådet ikke kan bistå og økningen har en sammenheng med at antall klagesaker også har økt. Regionkontorene får fortsatt mange besøk og da spesielt av sårbare forbrukere (eldre og personer som har vanskelig med å gjøre seg forstått på norsk enten skriftlig eller muntlig). I 2013 registrerte vi en markant oppgang i saker som gjaldt finansielle tjenester (antageligvis som et resultat av at Forbrukerrådet vant «Røeggen saken» i Høyesterett) og inkassosaker, som i hovedsak omhandler inkassovarsel for kjøp av porno på nett (utenlandske selskaper som retter seg mot norske kunder og til dels følger norsk lov). I tillegg får vi fortsatt mange henvendelser på kjøp/salg av bruktbil, husleie og håndverkertjenester.
- Vi gjennomførte en tilfredshetsundersøkelse våren 2013. Tilfredsheten blant brukerne av tjenestene til Forbrukerrådet er høy. På telefontjenesten er 80 % av alle som kontakter oss meget fornøyd eller fornøyd, noe som er på tilsvarende nivå som tidligere år. Det er veldig få forbrukere som uttrykker misnøye med telefontjenesten, mens flere er indifferente. Tilfredsheten blant brukerne av e-post tjenesten er lavere enn på telefon 03737. E-post



tjenesten har de siste årene ligget jevnt på 60 % som er meget fornøyd eller fornøyd av de forbrukerne som kontakter oss.

- Forbrukerrådet mottok 5 692 nye klagesaker i 2013. Dette er en økning på 14 % fra året før. Forbrukerrådet avsluttet 5 593 klagesaker, som er på samme nivå som året før. Også i 2013 fant tre av fire saker sin løsning gjennom mekling av Forbrukerrådet. En fjerdedel av sakene ble dermed overført til Forbrukertvistutvalget for behandling der.
- Forbrukerservice har fokus på økt effektivitet i saksbehandlingen uten at dette skal gå utover kvaliteten. Gjennomsnittlig saksbehandlingstid i 2013 var på 75 dager. Dette er en kraftig reduksjon fra året før hvor gjennomsnittlig saksbehandlingstid var på 97 dager. Arbeidet med økt effektivitet og kvalitet i saksbehandlingen fortsetter i 2014. Vi har gjennomført to dialogmøter med Forbrukertvistutvalget hvor vi tar opp ulike temaer i forbindelse med saksbehandlingen. Samhandlingen fungerer godt.
- Forbrukerservice har pro-aktivt kontaktet flere selskaper som vi får mange henvendelser/klagesaker på, noe som både har bidratt til at selskapene har endret praksis, redusert antall klagesaker mot disse selskapene og at klagesakene raskere har funnet sin løsning.

Forbrukerservice har gjennom hele året sendt ut pressemeldinger om aktuelle temaer som for eksempel rettigheter ved netthandel og bytterett ved juletider, rettigheter ved tapt bagasje og leie av bil til sommerferien, rettigheter ved flom på Vestlandet og i Midt-Norge etc., samtidig som vi daglig er i kontakt med media (aviser, nettaviser, radio og TV) om diverse forbrukerspørsmål. I tillegg har vi lagt ut aktuell informasjon på [forbrukerradet.no](http://forbrukerradet.no) og hatt fokus på å forbedre rettighetsinformasjonen på sidene våre.

Det utenrettslige tvisteløsningstilbudet i forbrukersaker baserer seg i hovedsak på en modell bestående av Forbrukertvistutvalget (FTU) og nemnder etablert enten ved avtale (mellom en eller flere bransjer og Forbrukerrådet) eller ved forskrift. For tiden er Forbrukerrådet involvert i 18 avtale- eller forskriftbaserte nemnder. I samtlige av disse nemndene sitter det representanter fra Forbrukerrådet. Forbrukerrådet er også representert i styrene i de nemndene som ledes av et styre (11 av 18).

De 18 nemndene er svært ulike med hensyn til saksvolum, bransjeavhengighet, hvorvidt den enkelte nemnd har et eget styre, eget sekretariat som utreder og forbereder saksfremlegg i klagesakene og sekretariatets kompetanse mv. For å effektivisere Forbrukerrådets arbeid med nemndene (tiltak og oppfølging av disse) har Forbrukerrådet i 2013 utarbeidet en egen strategi for vårt arbeid med nemnder. I forbindelse med dette arbeidet foretok vi en kartlegging av de 18 nemndene for å finne ut i hvilken utstrekning nemndene oppfyller de minstekravene som oppstilles i utkast til forbrukertvistlov (NOU 2010:11) og ADR-direktivet, samt ytterligere kriterier som etter Forbrukerrådets syn kjennetegner en god nemnd. På bakgrunn av denne kartleggingen ble det utarbeidet konkrete forslag til tiltak med tidsplan. Bl.a. ble det besluttet at det skal arbeides målrettet gjennom styredeltakelse for å få etablert beste praksis i nemnd. Områder som vi er særlig opptatt av i denne forbindelse er saksbehandlingstid maks 3-4 mnd., etablere statistikk for etterlevelse, etterlevelseshesprosent min 95 %, god informasjon på nemndas webside, årsrapport og uhildet saksbehandling mv. Videre ble det besluttet at Forbrukerrådet skal arbeide for at det opprettes styre i de nemndene som ikke ledes av et styre i dag, og for at det etableres nøytralt og uhildet sekretariat for samtlige nemnder av en viss størrelse.

For å sikre at Forbrukerrådets strategi for arbeid blir fulgt, ble det i 2013 også besluttet at Juridisk enhet skal være ansvarlig for Forbrukerrådets arbeid med nemnder. Juridisk enhet har som ledd i dette arbeidet foretatt en revisjon av de interne retningslinjene for organisering og oppfølging av arbeidet i klagenemnder (som bl.a. regulerer nemndsrepresentantenes rolle i nemnd). I disse retningslinjene har nemndrepresentantenes rolle blitt tydeliggjort.



Juridisk enhet har i flere år foretatt en årlig kartlegging og evaluering av de 18 nemdene. For å sikre mer presis rapportering ble rapporteringen i 2013 gjennomført med bistand fra nemndenes sekretariat. På bakgrunn av denne kartleggingen har Juridisk enhet utarbeidet en årsrapport som bl.a. gir en samlet oversikt over antall saker, saksbehandlingstid, utfall i favør av forbruker, antall dissenser i nemnd i samtlige 18 nemnder. Det foretas også opplæring av nemndsmedlemmer og styremedlemmer til nemndene internt i Forbrukerrådet.

I forbindelse med gjennomføringen av ADR-direktivet har det vært viktig for Forbrukerrådet å få gjennomslag for at det bør etableres nøytrale og uhildete sekretariat for samtlige nemnder av en viss størrelse (13 av 18 nemnder).

## **Forbrukerpolitikk**

Forbrukerrådets interessepolitiske virksomhet er tuftet på visjonen om å sikre norske forbrukere makt og mulighet til å gjøre gode valg. Forbrukerrådet har i 2013 jobbet for å sikre forbrukere en klar og tydelig representasjon i offentligheten gjennom å rette søkelys mot sentrale forbrukerpolitiske saker hvor forbrukernes velferd har vært utsatt.

Blant de viktigste sakene kan nevnes:

- «Røggensaken» hvor Forbrukerrådet førte rettsak og vant frem i Høyesterett på vegne av alle forbrukere, ved hjelp av småsparer Røeggen,
- «Matmaktsaken» hvor Forbrukerrådet har vært en klar og tydelig stemme for bedre utvalg, høyere kvalitet og lavere priser i norsk dagligvarehandel og
- «Handlingsplan for en Giffri hverdag» hvor Forbrukerrådet gjennom videreføring av hormonsjekk.no (en app beregnet på å dyktiggjøre forbrukerne i kjøpsøyeblikket), fagkonferanser og politisk påvirkning har bidratt til at saken har kommet på den politiske agenda i flere politiske partier.

Forbrukerrådet har hatt et omfattende arbeid opp mot viktige beslutningstakere innenfor media, forskningsmiljøer, næringsliv, bransjeorganisasjoner, tilsyn, politiske miljøer og interesseorganisasjoner i 2013. Samlet har Forbrukerrådet hatt i underkant av 400 møter med nasjonale- og internasjonale politiske og næringspolitiske miljø (bransjeorganisasjoner, lobbyorganisasjoner, fagmiljø, enkeltbedrifter, tilsyn, interesseorganisasjoner) i løpet av året. Tilsvarende har forbrukerpolitikkerne i Forbrukerrådet hatt rundt 750 kontakter med journalister i 2013.

Av de større prosessene som har medført mye kontakt med ulike eksterne miljøer, kan nevnes at Forbrukerrådet høsten 2012 lanserte prosjektet «Forbrukervalg2013» som inkluderte mange ulike medie- og påvirkningselementer. Den sentrale aktiviteten i dette prosjektet var å få etablert viktige forbrukerpolitiske saker i de ulike partienes partiprogram. De fleste programkomiteene ble besøkt og det ble gjort viktige skritt i retning av at de fleste partier høsten 2013 gikk til valg med flere viktige forbrukerpolitiske saker i sine partiprogram. Også den tidligere nevnte «Matmaktsaken» er en sak hvor omfattende kontakt med ulike eksterne miljø har blitt benyttet i kombinasjon med tilstedeværelse i det offentlige ordskifte via media, foredrag og blogger. Gjennom endringen av Finanstilsynsloven ble det i 2013 lagt ned et omfattende arbeid med lovforslag om å pålegge tilsynet å ta hensyn til forbrukerinteresser i sitt arbeid.

Videre avsluttet Forbrukerrådet i 2013 samarbeidsprosjektet «Samarbeidsforum for bedre boligomsetning». Arbeidet har ført til flere konkrete resultater for bedret forbrukervelferd gjennom tiltak for å redusere konfliktnivået i boligomsetningen. Av sentrale forbedringsforslag kan nevnes: Skriftlighet i budprosessen, forbedret og utvidet boligsalgsrapport (tilstandsrapport), innføring av ny boligsalgsrapport (innføres i 2015 etter styrevedtak i EFF) og bedre prisinformasjon om megler- og taksttjenester. Prosjektet ble gjennomført med bred deltakelse fra bransje, tilsyn, academia og myndigheter. Det ble også gjennomført et prosjekt for å utrede, opplyse og omorganisere markedet for taxitjenester. Arbeidet inkluderte utarbeidelse av egen utredning «Taximarkedet» med høringsrunde, konferanse og påfølgende påvirkningsarbeid. Prosjektet vil bli videreført i 2014.



Forbrukerrådet hadde i 2013 et omfattende engasjement gjennom internasjonale organisasjoner som BEUC, ECCG, TACD og ANEC i sitt påvirkningsarbeid mot politiske beslutningstakere i EU-kommisjonen og EU-parlamentet. Av sentrale prioriterte prosesser Forbrukerrådet har jobbet aktivt med kan nevnes: Forslag til europaparlaments- og rådsforordning om tiltak vedrørende EUs indre marked for elektronisk kommunikasjon (og endring av direktiv 2002/20/EF, 2002/21/EF og 2002/22/EF samt forordning (EF) nr. 1211/2009 og forordning 531/2012), Regulering av hormonforstyrrende stoffer 'Community strategy for endocrine disruptors' ([COM\(1999\)706](#)). Kloning og "Novel food", Utenrettslig tvisteløsning, Forbrukerdirektivet, Flyforordningen (revisjon av regelverk), Betalingstjenestedirektivet II 'Payment service directive 2' og forordning om interbankgebyrer for betalingskorttransaksjoner, Personvernforordningen 'General Data Protection Regulation' og Brukskontodirektivet 'Payment Accounts Directive'.

Forbrukerrådet har i 2013 videreført sin rolle i arbeidet med nye standarder basert på føringene lagt i REGULATION (EU) No 1025/2012 on European standardization. Forbrukerpolitisk avdeling i Forbrukerrådet har gjennom styrekomiterepresentasjon i ANEC, ledelse av det nordiske standardiseringsnettverket (NCN), gjennom ledelse av Fagråd forbrukersaker i Standard Norge og deltakelse i ISO/COPOLCO-møte på Malta arbeidet for å sikre forbrukeres interesser i standardiseringsarbeidet – både på nasjonalt, nordisk, europeisk og internasjonalt nivå.

Fagrådet for standardisering i Standard Norge ferdigstilt en toårig strategi for perioden 2014-2016.

Kunnskapsbasert politikk: Forbrukerrådet har i 2013 videreført sin kapasitet knyttet til å fremskaffe fakta som grunnlag for politiske arbeid gjennom fortsatt satsning på fakta og analyse som grunnlag for politikkkutforming. Konkret har dette skjedd gjennom videreføring av internt fagmiljø for analyse og utredning, tett kontakt og samarbeid med eksterne fagmiljø som SIFO, SINTEF mfl. og gjennom deltakelse i Forum for Forbrukerundersøkelser (i samarbeid med BLD, FO og SIFO). Det er satt i gang flere nye samarbeidsprosjekter – deriblant utredninger av taxi- og rørleggermarkedet, og en mengde mindre utrednings og markedsanalyser.

Forbrukerrådet har videreført vår strategi for bærekraftig- og etisk forbruk i hele organisasjonen. For det forbrukerpolitiske arbeidet i Forbrukerrådet betyr dette at all policyproduksjon har blitt kvalitetssikret mot vår overordnede politikk med dette som utgangspunkt.

Konkret betyr dette at Forbrukerrådet har arbeidet for økt bevissthet og satsning på bærekraftige valg gjennom blant annet et omfattende påvirkningsarbeid for å bedre billett-, informasjon- og nasjonale reisegarantiordninger innen kollektiv personreisetransport. Videre etablerte Forbrukerrådet en elektronisk «Merkebank». Merkebanken ble etablert for å gjøre merkesystemer lettere tilgjengelig for forbrukerne i dagligvarehandelen.

Forbrukerrådet har satset på videreføring av Hormonappen ([hormonsjekk.no](#)). Hormonappen er en av flere viktige aktiviteter i Forbrukerrådets påvirkningsarbeid for å få på plass en «Handlingsplan for en giffri hverdag» for norske forbrukere.

#### Styringsparametere:

- Forbrukerpolitisk avdeling i Forbrukerrådet har stått for rundt halvparten av de 12 000 oppslagene Forbrukerrådet samlet sett har hatt i media i 2013.
- Det ble i 2013 i snitt skrevet 11 blogger i måneden om varierte tema inne de seks prioriterte politikkområdene – Bank og finans, Bolig, Mat og handel, Offentlige tjenester, Samferdsel og Digitale tjenester. Samlet hadde de forbrukerpolitiske bloggene i Forbrukerrådet rundt 60.000 lesere gjennom året. Mange av bloggene genererte i etterkant oppslag i media og ledere i ulike aviser.
- Det ble avholdt fire fagkonferanser i regi av Forbrukerrådet. Tre av konferansene ble avviklet i forbindelse med 60-års markering av Forbrukerrådet: «Giffri hverdag» i samarbeid med



Polyteknisk forening, «Hvem bestemmer hva vi har i handlekurven?» og «Banken rett i neven» i Trondheim. Utover dette ble det avholdt en «Taxikonferanse» i forbindelse med fremlegging av rapporten «Forbrukerrådets Taxiuttrening».

- I standardiseringsarbeidet har andelen forbrukerrepresentanter har vært omtrent uendret fra tidligere år. I 2013 var det 18 forbrukerrepresentanter i Komiteer for utarbeidelse av Norsk Standard, 39 i nasjonale speilkomiteer, 5 i europeiske (CEN) komiteer eller arbeidsgrupper, 6 i internasjonale (ISO) komiteer eller arbeidsgrupper og 2 i arbeidsgrupper via ANEC. Av den samlede forbrukerrepresentasjon i standardiseringsarbeid har Forbrukerrådet deltatt i 11 standardiseringsprosesser – hvorav halvparten internasjonale.

## Markedsportaler

Markedsportaler er etablert for å fremme både forbruker- og konkurransepolitiske mål. En pris- og kvalitetsbevisst forbruker vil bidra til økt konkurranse, riktige priser og effektivitet i økonomien. God og nøytral informasjon gjennom offentlige portaler vil gjøre det vanskeligere for tilbyderne å utnytte forbrukernes manglende kunnskap. Dette igjen vil kunne bidra til å skjerpe konkurransen i de ulike markedene. Markedsportaler er dynamiske, digitale verktøy som skal gi forbrukerne god og sammenliknbar informasjon i uoversiktlige markeder. Dette styrker forbrukernes stilling og evne til å påvirke markedet.

En offentlig markedsportal bør i størst mulig grad bidra til at den enkelte forbruker får fullstendig og oppdatert informasjon om alle alternative valg som er tilgjengelig i markedet. Med fullstendig og oppdatert informasjon menes både at egenskapene ved alle produkter og tjenester gjøres synlig, slik at forbrukeren forholder seg til et mest mulig gjennomsiktig marked, samt at informasjonen forbrukeren mottar er korrekt og gyldig i kjøpsøyeblikket. Tre dimensjoner bør ligge til grunn; at informasjonen er både korrekt, fullstendig og løpende oppdatert.

Målet om at Markedsportaler skal gi forbrukeren innsikt i valgmulighetene før kjøpsbeslutningen, er sentralt for at forbrukeren skal høste størst mulige fordeler i markedet.

Forbrukerrådet har fortsatt sitt utrednings- og påvirkningsarbeid for å få etablert flere markedsportaler. Det er tidligere utredet muligheten for å etablere portaler på pensjonsområdet og håndverkermarkedet. Dagligvaremarkedet ble utredet og konklusjonen fra Forbrukerrådet er at også i det markedet kan konkurransen forbedres gjennom bl.a. en dagligvareportal. I samarbeid med Konkurransetilsynet, ble det utarbeidet en rapport med anbefaling om at Konkurransetilsynets Kraftprisdatabase bør stenges, og det bør utvikles en ny Kraftprisdatabase i regi av Forbrukerrådet. En ny markedsportal på kraftmarkedet må inneholde alle strømprodukter forbrukerne får tilbud om.

Styringsparametre:

- Unike besøkende per uke på [finansportalen.no](http://finansportalen.no) var i gjennomsnitt 14 000 i 2013, en vekst på 30 %. Resultatkravet for 2013 var 11 000. Hvis vi legger til besøkende via andre medier som har distribusjonsavtale med Finansportalen, var summen av unike brukere i uken 23 000.
- 83,4 prosent av brukerne hadde en annen utgangsside enn portalens forside. Resultatkravet var 70 prosent.
- Ny og «strengere» metodikk for kjennskapsmåling ble utviklet og iverksatt i 2013, blant annet slik at aldersgruppen 18 – 24 år nå er inkludert i den seneste målingen. I tidligere målinger har utvalget vært i alderen 25 år+.

Målingen i januar 2014 viser følgende kjennskap til [finansportalen.no](http://finansportalen.no) etter den nye metodikken:

- Gruppen 25 år +: 30 %
- Gruppen 18 år +: 28 %



- Nye kalkulatorer for sammenlikning av pris og vilkår for en rekke forsikringsprodukter ble lansert i 2013 på [finansportalen.no](http://finansportalen.no), og følgende kan nå sammenliknes for første gang i Norge: ulykkesforsikring, barneforsikring, kritisk sykdom, samt uføreforsikring og dødsrisikoforsikring i en kombinert livsforsikringskalkulator.
- Løsning som viser historiske bank priser (renter) ble satt i produksjon i desember 2013.
- I løpet av 2013 har Finansportalen implementert egenutviklet åpen programvare for økonomisk matematikk.

### **Hvakostertannlegen.no ble lansert 15. februar**

Hvakostertannlegen.no ble lansert i februar 2013, etter at den nye prisforskriften trådte i kraft fra 1.1. 2013. Hvakostertannlegen.no er initiert fra HOD og Helsedirektoratet, og Forbrukerrådet påtok seg oppdraget med å utvikle en markedsportal på tannhelsemarkedet.

- Måltallet for 2013 var 2 100 unike brukere pr. uke (300 unike brukere per dag). Gjennomsnittlig unike brukere per uke i 2013 var 6 220.
- Måltallet for 2013 var at 70 % av de registreringspliktige skulle ha levert informasjon til nettstedet innen 6 måneder. I løpet av 8 uker fikk vi over 80 % av registreringspliktige på nettstedet. Ved utgangen av 2013 hadde nær 95 % av tannlegene lagt inn sine data.

### **Kommunikasjon**

Informasjon og kommunikasjon er et av de mest sentrale virkemidlene for Forbrukerrådet. At forbrukerne har god og tilstrekkelig kunnskap om vare- og tjenestetilbudet og kunnskap om rettigheter og plikter, er en forutsetning for at konkurransen i markedet skal virke tilfredsstillende. Informasjon fremmer forbrukermakt og gjør det mulig for forbrukerne å ta velinformerte og bevisste valg.

Forbrukerrådet har i 2013 gitt relevant forbrukerinformasjon gjennom nettstedene forbrukerradet.no, finansportalen.no, hvakostertannlegen.no og forbrukereuropa.no, Forbrukertelefonen 03737, e-post, klagenemnder, skriftlig kontakt, besøk på regionkontorene og et bredt medienærvær.

- I 2013 oppnådde Forbrukerrådet 12 000 medietreff. Resultatkravet var 9 000.
- Mediesakene bygger blant annet på innhold fra Forbrukerrådets ni kampanjer som har handlet om Valg 2013, giftfri hverdag, byttedag, merkeoversikten, jul (forbrukerkjøp og angrenerett), vår (bruktkjøp), påske (kjøp av tjenester), sommer (reise, leie, avtalerett) og digital kampanje. Resultatkravet var åtte kampanjer.

Totalt sendte Forbrukerrådet ut ca. 200 pressemeldinger, skrev ca. 130 blogger og mottok ca. 1400 henvendelser fra journalister.

Av øvrige tall, kan vi nevne at

- forbrukerradet.no hadde 36 000 unike brukere i uken.
- 63 % svarer at de har kjennskap til forbrukerradet.no. Dette er en nedgang fra tidligere år.
- Forbrukerrådets app, Hormonsjekk, ble lastet ned 170 000 ganger

På nettsidene er det gjort en innsats for å imøtekomme et behov for de med dårlige norskkunnskaper ved bl.a. mer oversettelse til engelsk. Vi ser også at de med språkproblemer ofte finner det hensiktsmessig å møte opp på våre regionkontorer.



## **Fakta- og analysearbeidet**

Forbrukerrådet har en egen fakta- og analyseenhet. Enheten utarbeider grunnlagsmateriale for mye av styringsparameterne i andre avdelinger i Forbrukerrådet. Det lages også produkttester, tjenestetester, spørreundersøkelser, statistikk og analysearbeid, både som grunnlag for utspill og påvirkningsarbeid og som folkeopplysning og forbrukerinformasjon. Konkret kan vi nevne eksempler som kommunetesten, taxiutredningen, henvendelsesregisteret, byttedagsundersøkelsen, tester av barneseter og varmepumper. Det gjøres mellom 20 og 30 undersøkelser og tester årlig, avhengig av behovet i andre avdelinger i Forbrukerrådet.

## **6. Administrative forhold**

### **6.1. Regnskapsføring**

Forbrukerrådet benytter standard kontoplan og fører regnskapet etter periodiseringsprinsippet i tillegg til kontantregnskap. Forbrukerrådet benytter de statlige regnskapsstandardene (SRS)

### **6.2. Sikkerhet og beredskap**

Forbrukerrådet sendte 1. utkast til en samlet beredskapsplan for Forbrukerrådet 27.11. 2013 til BLD.

I arbeidet med beredskapsplanen har vi konsentrert oss om å lage risikoanalyser og vurderinger for de ulike relevante situasjonene, og deretter valgt ut 3 viktige områder det er laget prosedyrer for: mennesker, IKT og lokaler.

Det er opprettet en beredskapsgruppe med ansvar for beredskap, øvelser og revidering etter hvert som vi høster erfaringer. Leder for gruppen er assisterende direktør. Medlemmer ellers i gruppen er stabsdirektør, kommunikasjonssjef, personalsjef og hovedverneombud.

Vi vil også utarbeide en kommunikasjonsplan for hvem som skal informeres i de ulike situasjonene, inkludert rolleavklaring med hvem som gjør hva i en evt. krisesituasjon. Det er avholdt brannøvelser i 2013, men vi vil i 2014 også vurdere andre beredskapsøvelser. Dette venter vi med til etter at krisekommunikasjonsplanen er klar.

Alle enheter har gjennomgått planen. Det er også utarbeidet et interaktivt skjema for rapportering av hendelser slik at det skal bli enkelt å rapportere inn til ansvarlige for de ulike områdene. I tillegg skal assisterende direktør ha kopi. Alt stoffet er delt opp i naturlige bolker og lagt ut på interninfo. Beredskapsgruppen skal rapportere til ledergruppen i Forbrukerrådet minst en gang i året.

### **6.3. Inkluderende arbeidsliv**

HMS systemet og IA avtalen for Forbrukerrådet følges opp iht retningslinjene. Det legemeldte sykefraværet er i 2013 noe høyere enn foregående år, men ligger godt under vår IA- målsetting og er fortsatt lavere enn i "Offentlig administrasjon" for øvrig. For å sikre kontinuerlig og bredt forankret oppmerksomhet på sykefraværsoppfølging, rapporteres sykefraværsstatistikken til Samarbeidsutvalget og Styret jevnlig. Langtidssyke følges opp etter NAVs retningslinjer og individuell tilpassing og tilrettelegging gjøres ved behov.

Forbrukerrådet har hatt 8 personer på arbeidstreningstiltak i samarbeid med NAV, lengde fra 3 måneder til ett år. Forbrukerrådet har i 2013 uteksaminert én lærling.

Forbrukerrådet forsøker å rekruttere bredere og appellerer til personer med innvandrerbakgrunn og personer med nedsatt funksjonsevne om å søke i alle våre stillingsannonser. Våre arbeidsplasser er godt tilrettelagt for ansatte med nedsatt funksjonsevne. Hovedkontoret flyttet våren 2013 til nyrenoverte lokaler hvor alle krav til universell utforming var ivaretatt. Ved møblering av de nye lokalene ble det lagt stor vekt på ergonomisk godt tilrettede og fleksible arbeidsplasser – blant annet med heve-senkebord til alle.



Våren 2013 ble det igjen gjennomført en bredt anlagt kvantitativ arbeidsmiljøundersøkelse i regi av Arbeidsforskningsinstituttet. Denne ble fulgt opp med tiltak både sentralt og lokalt og i tett samarbeid med Samarbeidsutvalget og verneetjenesten.

Eldre arbeidstakere ivaretas som alle andre ut fra individuelle behov, men tiltak som redusert stillingsprosent og overgang til mindre krevende arbeidsoppgaver, benyttes målrettet for å forlenge deres yrkesaktivitet.

Kompetanseutvikling foregår systematisk gjennom "Forbrukerserviceskolen" og "Forbrukerpolitikerkolen". Nyansatte gjennomgår et introduksjonsprogram som er et strukturert opplegg for de første seks månedene i Forbrukerrådet. Satsingen på lederutvikling gjennom rammeavtale med eksternt konsulentmiljø er videreført. Flere ansatte har fått opplæring både internt og eksternt i offentlige anskaffelser, to ansatte har fullført sertifiseringskurs i offentlig anskaffelser.

#### **6.4. Sosiale hensyn i offentlige anskaffelser**

Forbrukerrådet følger anskaffelsesregelverket i Staten. Der det er naturlig å etterspørre miljøvennlige produkter, gjør vi det, f.eks. ved innkjøp av papir og andre varer. Vi etterspør i innkjøpsprosessene også HMS attester.

Forbrukerrådet gjør svært få innkjøp der det vil være naturlig å mistenke sosial dumping eller andre mindre etiske standarder. Vi kjøper varer fra Norge, og noen få utviklingstjenester i utlandet. Også der er HMS attest hentet inn.

#### **6.5. Universell utforming**

Forbrukerrådet har tatt hensyn til universell utforming i forbindelse med innflytting i nye lokaler. Lokalene er tilrettelagt for folk med nedsatt funksjonsevne.

I forbindelse med utvikling av nettsider og portaler, er det alltid tatt hensyn til universell utforming og tilgjengelighet. Statens krav legges alltid inn i kravspesifikasjonene ved anskaffelser.

#### **6.6. Varslingsrutiner**

Forbrukerrådets varslingsrutiner ble i 2013 revidert. I den forbindelse ble også alle ledere pålagt å gå gjennom dem med medarbeiderne sine. De blir også gjennomgått av leder ved alle nyansettelser.

## **7. Rapportering og resultatoppfølging**

Se vedlegg

Vennlig hilsen  
**FORBRUKERRÅDET**

Randi Flesland  
direktør

Irene Solberg  
assisterende direktør

*Dette dokumentet er godkjent elektronisk og har derfor ikke signatur.*