



LEGO

SKYDDA ARKTIS

BRYT SAMARBETET MED

SHELL

Samla dina vänner och uppmana Lego att avbryta samarbetet med Shell!

I det här dokumentet har vi samlat allt du behöver för att komma igång. Börja med att läsa igenom bakgrundsmaterialet samt frågor och svar. Skriv sedan ut formuläret och börja samla underskrifter. Börja gärna med människor du känner. Vi har även samlat tips på hur du gör när du känner dig redo för att ge dig ut på gator och torg.

Underskrifterna skickar du in till oss gratis genom att använda följande adress: Greenpeace, Frisvar, Kundnummer 2027 6517, 104 65 Stockholm. Inget frimärke behövs!

Torsdagen den 17e juli klockan 16.30 kan du dessutom delta i ett webinar (informationsmöte via internet). Då får du tillfälle att ställa frågor till vår Arktis-expert Therese Jacobson.

För att delta i detta möte, registrera dig (innan det börjar) på: <https://attendee.gotowebinar.com/register/5250942438585156609> använd Webinar ID: 119-699-619

Du kan även ringa in på +46 (0) 313 613 556. Använd "access code" 620-898-968.

Därför ska LEGO avsluta sitt samarbete med Shell

Vi älskar LEGO för deras kreativa leksaker och för att de tar ansvar för barnens framtid. Tyvärr har LEGO valt att inleda ett samarbete med Shell. I en gemensam PR-kampanj har LEGO gett Shell tillåtelse att sätta sin logga på leksakerna, minst 14 miljoner LEGO-set med Shells logga har sålts på bensinstationer världen över.

Problemet är att detta samarbete går tvärt emot LEGOs egen policy att minska de globala CO2-utsläppen, och att i samarbete med sina partners lämna över en bättre värld till framtida generationer.

Shell är ett av världens största oljebolag och ansvarigt för enorma utsläpp av CO2. Just nu är Shell på jakt efter ny olja i en av världens få orörda regioner, Arktis. Isen i Arktis smälter, men istället för att se det som en varning om pågående klimatförändringar, orsakade av bland annat olja, ser Shell det som ytterligare en möjlighet att tjäna pengar.

Oljan i Arktis kommer öka växthuseffekten till nivåer som kan bli svåra att hantera för våra barn. Det är dessutom omöjligt att städa upp ordentligt efter ett oljeutsläpp i Arktis. Trots alla risker vägrar Shell ge upp sina planer, och nu har LEGO blivit ännu ett verktyg i Shells PR-maskineri.

För Shell är samarbetet med LEGO ett sätt att förbättra sin image genom att ge våra barn positiva associationer kring varumärket Shell. Genom att placera sin logga i händerna på miljontals lekande barn bygger Shell upp en långsiktig märkeslojalitet hos kommande generationer, människor som i själva verket hotas av Shells planer för Arktis.

Detta är en noga uttänkt plan där Shell köper sig nyttiga vänner och på så sätt lyckas smyga sig in i barnens lekar och medvetande. LEGO borde inte nedlåta sig till att associeras med miljöförstöring i Arktis och katastrofala klimatförändringar – LEGO borde göra slut med Shell!

Tillsammans kan vi övertyga LEGO att avbryta sitt samarbete med Shell. Vår gemensamma kampanj har redan samlat över en halv miljon namn, och varje nytt namn väger tyngre och tyngre på LEGOs samvete och affärsplaner. Tillsammans kan vi åstadkomma verklig förändring, för våra barn och barnbarn. Använd din medborgarmakt!

”Vi håller fast vid vårt löfte om att lämna en bättre värld till våra barn.” Bali Padda, Executive Vice President & COO, LEGO Group

Shell planerar att borra efter olja i det sårbara Arktis. Shell och LEGO har ett samarbete som ger Shell rätt att använda LEGOs populära och respekterade varumärke. LEGO anses vara ett grönt, ansvarstagande och innovativt företag.

Att borra efter olja i Arktis är inte förenligt med LEGOs uttalade policy för hållbarhet. Som Shells partner kan LEGO hjälpa oss att stoppa Shells planer i Arktis. Därför uppmanar vi LEGO att avsluta samarbetet med Shell.

VAD EXAKT KRÄVER VI AV LEGO?

Att LEGO avslutar samarbetet med Shell och meddelar detta offentligt.

DET ÄR SHELL SOM PLANERAR ATT BORRA I ARKTIS, VARFÖR RIKTAR NI ER DÅ MOT LEGO?

I mer än 50 år har LEGO skapat pedagogiska leksaker för barn. Leksakerna älskas och beundras för sin kreativitet och höga kvalitet. LEGO är ett av världens mest beundrade varumärken och den näst största tillverkaren av leksaker i världen. LEGO har en tydlig profil för sina sociala och miljömässiga åtaganden och uppfattas av många som ett progressivt företag.

Samarbetet med Shell är ett allvarligt avsteg från LEGOs ansvarstagande för miljön och barnens framtid. Shell arbetar för en framtid baserad på fossila bränslen, medan LEGO talar om att "lämna en bättre värld till våra barn"¹. LEGO har valt att ge Shell tillgång till barnens tankevärld genom att låna ut sitt varumärke mot betalning. Barnen manipuleras på detta sätt till att bli okritiska konsumenter av Shells fossila bränslen. Shells nuvarande målsättning är att förstärka den sociala acceptansen för att borra efter olja i Arktis.

Greenpeace kampanj "Save the Arctic" har tidigare riktat sig till flera av Shells högt profilerade samarbetspartners. Vårt syfte har varit det samma: att bryta ner den sociala acceptansen för oljeborring i Arktis. För två år sedan fick vi den brittiska detaljhandelskedjan Waitrose att stoppa utbyggnaden av nya butiker på Shells bensinstationer. LEGO och Shell

¹ Bali Padda, Executive Vice President & COO, LEGO Group
"Vi håller fast vid vårt löfte om att lämna en bättre värld till våra barn" (Greenpeace översättning)

planerar för närvarande att fortsätta sitt destruktiva samarbete under 2014, och vår avsikt är att övertyga LEGO om att avbryta detta.

Vi är övertygade om att vi tillsammans kan skapa ett tillräckligt stort tryck från allmänheten och LEGOs kunder, för att LEGO ska avbryta samarbetet med

Shell. Detta kan vi uppnå genom att exponera Shells utnyttjande av LEGOs varumärke. Ju fler företag som överger sina partnerskap med Shell, desto mer ökar trycket på Shell att stoppa sina planer i Arktis.

HUR SER SHELLS RELATION MED LEGO UT, HISTORISKT SETT?

LEGO producerade leksaker med Shells logga på redan under åren 1970-1992. 1997 och 1999 producerade LEGO särskilda PR-leksaker för Shell. 2012 inledde LEGO ett nytt samarbete med Shell i en global PR-kampanj där Shells kunder kunde samla Ferraribilar av LEGO. Man har även skapat ett online-spel, en tävling och diverse lokala evenemang med en LEGO-Ferrari i naturlig storlek. PR-kampanjen har varit mycket framgångsrik med 16 miljoner LEGO-Ferraris sålda på Shells bensinstationer runt om i världen. För Shells del har den inneburit ökad bränsleförsäljning på samtliga marknader, och en rekordstor tillväxt i marknadsandelar på vissa marknader. Shell och LEGO planerar att dra igång denna kampanj på nytt senare i år.

VAD ÄR NÄSTA STEG FÖR SHELL I ARKTIS?

Shell planerar att återuppta sitt sökande efter olja i Alaska under 2015 genom seismiska undersökningar utanför nordvästra Grönland. Shell har också slutit ett samarbetsavtal med Gazprom om oljeprospektering i andra arktiska områden. Sökandet efter ny olja i Arktis är en bärande del av Shells nuvarande affärsstrategi.

HAR GREENPEACE KONTAKTAT LEGO?

Ja, Greenpeace har en pågående dialog med LEGO om deras samarbete med Shell. Vi har tydligt uttryckt vår oro över att LEGO, ett företag med en stark social och miljömässig profil, samarbetar med Shell, ett företag som bland annat är involverat i arktisk oljeborring. Dialogen påbörjades redan innan Shell och LEGO ingick

det nuvarande samarbetsavtalet. Tyvärr valde LEGO ändå att inleda samarbetet med Shell.

LEGO har dock meddelat att de kommer utvärdera den övergripande processen kring samarbetskampanjer senare i år. Vi vet inte när detta kommer att ske eller vad det kommer att innebära.

HUR HAR LEGO HITTILLS REAGERAT PÅ GREENPEACE FÖRSLAG?

LEGO har bekräftat för oss att samarbetet med Shell nyligen har förnyats och inte kommer avbrytas.

VILKEN SKILLNAD KAN GREENPEACE KAMPANJ GÖRA?

Vi vill att Shell stoppas från att missbruka LEGO:s gröna och kreativa image för att legitimera sina destruktiva planer i Arktis. Genom att exponera deras aktuella samarbete med Shell har vi goda möjligheter att driva LEGO till att fatta ett beslut att avbryta samarbetet. Detta beslut skulle vara ett steg på vägen mot att slutligen skydda Arktis för framtiden.

VARFÖR BRYTER GREENPEACE IBLAND MOT LAGEN I SAMBAND MED ORGANISATIONENS AKTIONER?

Greenpeace använder ibland civil olydnad som ett verktyg i arbetet för en värld i fred och ekologisk balans. Detta sker som en sista utväg efter att alla försök till dialog har misslyckats. Då kan det vara nödvändigt att använda mer spektakulära metoder för att dra uppmärksamhet till ett allvarligt och akut miljöproblem. På detta sätt kan vi skapa det nödvändiga trycket på politiker, beslutsfattare och företag, för att de ska kunna fatta nödvändiga beslut. Greenpeace är en icke-våldsorganisation och använder aldrig våld under några omständigheter.

LEGO-BITAR ÄR JU GJORDA AV OLJA - VARFÖR TAR NI INTE UPP DET?

Varje LEGO-bit är tillverkad av ett råmaterial bestående av bland annat olja. Användningen av olja i både energi- och materialproduktion ökar efterfrågan på olja, vilket innebär nya investeringar i mer olja. Greenpeace arbetar för en utfasning av fossila bränslen och för att man ska använda alternativa material inom produktion. LEGO har lovat att byta ut råvaror som produceras med olja mot råvaror från hållbara källor senast 2030.

SHELL HAR ANDRA PARTNERS SOM HJÄLPER DEM ATT GRÖNMÅLA SIN IMAGE, T. EX. WWF. ÄR INTE DET VÄRRE?

Alla som är intresserade av WWFs arbete bör fråga dem direkt. Greenpeace kommenterar inte andra miljöorganisationer, deras strategier eller partners.

LEGO ÄR ETT VÄLDIGT POPULÄRT VARUMÄRKE – UTNYTTJAR NI BARA DET FÖR EGNA SYFTEN?

Nej, vi tror att LEGO faktiskt kommer avbryta sitt samarbete med Shell inom en snar framtid. Det är Shell som tjänar mest på samarbetet. LEGO har gjort, och gör fortfarande, bra saker för miljön, och vi tror att LEGO snart kommer inse att det inte är långsiktigt hållbart att samarbeta med Shell.

VAD ÄR DET NUVARANDE SAMARBETET VÄRT?

Greenpeace känner inte till värdet av det nuvarande avtalet, men den tidigare Pr-kampanjen mellan LEGO, Shell och Ferrari, hade ett värde på cirka 63 miljoner Euro.

HAR SHELL ANDRA SAMARBETSPARTNERS?

Ja, Shell får viktig publicitet genom sitt samarbete med Ferrari och Formula 1. Dessutom har Shell andra regionala och lokala samarbetspartners, till exempel Starbucks i Holland och Frankrike, samt den världsberömda New Orleans Jazz Festival i USA.

KORT BAKGRUND OM LEGO OCH MILJÖN

2013 spenderade LEGO 247,000 GWh inom den egna produktionen. Under de senaste fem åren har LEGO förbättrat sin energieffektivitet med 30%.

LEGOs moderbolag, Kirkbi, har investerat stort i den havsbaserade vindkraftparken Borkum Riffgrund 1. Bolaget äger 31,5% av energin som produceras här, vilket motsvarar produktionen av cirka 25 vindkraftverk. LEGO har som mål att 2020 producera mer energi än man konsumerar.

VAD ÄR LEGO-BITAR GJORDA AV?

LEGO-bitarna är gjorda av plast. Plast produceras av ett råmaterial som utvinns ur råolja. LEGO använde 68 000 ton av detta råmaterial under 2013, enligt LEGO:s egna uppgifter.

Praktiska tips för att samla in namnunderskrifter till LEGO-uppropet

1. **Förbered dig genom att läsa igenom materialet i denna PDF.** Det är viktigt att du känner dig säker på kampanjen och dess bakgrund. Fokusera särskilt på att lära dig beskriva problemet och lösningen. Ta också gärna en titt på vår hemsida, greenpeace.se, för eventuella uppdateringar, samt kampanjsidan greenpeace.se/lego
2. Se till att ha med dig många namnlistor (det värsta som kan hända är listorna tar slut samtidigt som ännu fler vill skriva under).
3. **Välj en plats med stor genomströmning** och välj en strategisk position. Det är alltid bättre att folk kommer till dig än att du ska behöva springa efter folk. Det är också alltid lättare att skapa uppmärksamhet om ni är flera personer på samma plats.
4. **Använd en inbjudande fras som inledning**, t.ex. "Hej, vill du vara med och uppmana LEGO att avbryta sitt samarbete med Shell?", eller "Hjälp oss att skydda våra barn från Shells propaganda", eller "Skriv på för att skydda Arktis mot oljeborring".
5. **Börja med att beskriva problemet**, i det här fallet att LEGO låter Shell indoktrinera våra barn medan de leker, och att Shell gör det i syfte att skapa social acceptans för oljeborring i Arktis. Utveckla sedan problemet genom att förklara att risken för oljeutsläpp i Arktis är överhängande och att det inte finns någon bra metod för att sanera ett oljeutsläpp i Arktis. Om du tycker att det känns viktigt kan du också göra kopplingen mellan oljeindustrin och klimatförändringarna, något som kommer drabba våra barn hårt.
6. **Efter problemet ska du fokusera på lösningen.** Vad Greenpeace försöker åstadkomma med denna kampanj är att minska den sociala acceptansen för Shells oljeborring i Arktis genom att exponera Shells PR-strategier, som i detta fall faktiskt riktar sig mot våra barn och deras framtid. Vi vill att Shell ska tvingas stå där ensamma med skammen, vilket skulle kunna få dem att ändra sina planer.
7. **Be personen ifråga att skriva under.** Förklara att varje namn har ett värde och att det faktiskt fungerar. Greenpeace har många goda erfarenheter av denna typ av kampanjer. Se till att få läsbara och kompletta uppgifter. Förklara också att vi kommer höra av oss och att det går att avsäga sig all kommunikation ifall man vill.

Lycka till!



LEGO – sluta leka med Shell!

LEGO har hamnat i dåligt sällskap. Arktis är ett av världens sista orörda naturområden, men oljejätten Shell invaderar Arktis för att borra efter olja. Många unika djurarter, som isbjörnen och valrossen, lever här. Risken för ett oljeutsläpp i Arktis är stor och konsekvenserna skulle vara katastrofala för djuren och människorna. LEGOs samarbete med Shell är i själva verket ett sätt för Shell att manipulera våra barn till att bli okritiska konsumenter av Shells fossila bränslen. Genom att använda LEGOs positiva image vill Shell förstärka den sociala acceptansen för oljeborring i Arktis. Genom att skriva under uppropet uppmanar du LEGO att avsluta sitt samarbete med Shell. För våra barns skull.

Förnamn Använd stora bokstäver

Efternamn

E-mail

@

Telefon

Jag är under 18 år

Underskrift

Förnamn Använd stora bokstäver

Efternamn

E-mail

@

Telefon

Jag är under 18 år

Underskrift

Förnamn Använd stora bokstäver

Efternamn

E-mail

@

Telefon

Jag är under 18 år

Underskrift

Förnamn Använd stora bokstäver

Efternamn

E-mail

@

Telefon

Jag är under 18 år

Underskrift

Datum

L G - S E

Stad

Genom att skriva under går du med i den globala kampanjen för att rädda Arktis. Du kommer också att få fortlöpande information som du givetvis kan avsäga dig när som helst.