

## **I USA talar man om Standards' Wars**

Företag, myndigheter, fack, miljörelse och konsumentorganisationer världen över strider om standarders utformning. Men även nationella intressen står mot varandra. Standarder griper in och påverkar alla delar av samhället. Nu kan du få ett grepp på standardiseringen.

På konferensen "Gränslös standardisering" ges ledande personers syn på den senaste internationella utvecklingen och du är med när en svensk nationell standardiseringsstrategi formas. Sätt redan nu ett kryss i almanackan för den 7:e november 2006.

Standarder påverkar uppskattningsvis 80 procent av världshandeln och har stor betydelse för den ekonomiska utvecklingen. Standarder ger konsumenterna säkra produkter och lägre priser, bidrar till företagets konkurrenskraft, ökar den nationella produktiviteten och tillväxten. Men trots en jämbördig betydelse för ekonomin har standarder uppmärksammats mindre än både patent och licenser.

Standardiseringen är även ett område där Sverige bör bevaka sina intressen inom konsument-, arbetstagar- och miljöpolitiken. Även om standarder i grunden är frivilliga får de ofta i praktiken en tvingande karaktär. Ett brett svenskt deltagande i standardiseringen, som inkluderar även ideella organisationer och småföretag, är därför extra viktigt.

Standarders utformning påverkar utformningen av miljöpolitiken och vårt välfärdssystem. Därför är standardiseringsfrågorna en nyckel till många andra högprioriterade politikområden.

### **Målgrupp**

Ledande personer inom företag, myndigheter, departement, fackföreningsrörelse, miljö- och konsumentorganisationer samt riksdagspolitiker engagerade i närings-, miljö- och konsumentpolitiken.

### **Arrangörer**

Sveriges standardiseringsråd, SSR, i samarbete med ITPS, LO, TCO, SACO, Svenskt Näringsliv, Svenska Naturskyddsföreningen, Sveriges Konsumentråd och SSR Konsumentråd.

### **Tid och plats**

Heldagskonferens 7 november 2006 på Hilton Slussen, Stockholm

### **Kontakt**

Gustaf Edström  
070-565 36 30  
info@ssrkonsument.se