

**Advies van het Europees Economisch en Sociaal Comité over de economie van het algemeen goed:
een duurzaam economisch model gericht op sociale samenhang**

(initiatiefadvies)

(2016/C 013/06)

Rapporteur: Carlos TRIAS PINTÓ

Corapporteur: Stefano PALMIERI

Het Europees Economisch en Sociaal Comité (EESC) heeft op 19 februari 2015 besloten om overeenkomstig artikel 29, lid 2, van zijn reglement van orde een initiatiefadvies op te stellen over

„De economie van het algemeen goed: een duurzaam economisch model gericht op sociale samenhang”

(initiatiefadvies).

De afdeling Economische en Monetaire Unie, Economische en Sociale Samenhang, die met de voorbereiding van de desbetreffende werkzaamheden was belast, heeft haar advies op 10 juli 2015 goedgekeurd.

Het Europees Economisch en Sociaal Comité heeft tijdens zijn op 16 en 17 september 2015 gehouden 510e zitting (vergadering van 17 september 2015) onderstaand advies uitgebracht, dat met 144 stemmen vóór en 13 stemmen tegen, bij 11 onthoudingen, werd goedgekeurd.

1. Conclusies en aanbevelingen

1.1. Het EESC is van mening dat het model van de economie van het algemeen goed (hierna: EAG) ⁽¹⁾ moet worden geïntegreerd in Europese en nationale wetgeving om de voltooiing van de interne markt te bevorderen middels een meer ethische economie, die gebaseerd is op Europese waarden en de verworvenheden van het beleid voor maatschappelijk verantwoord handelen en deze door synergiewerking versterkt.

1.2. De EAG is een holistisch model dat nauw aansluit bij de kernwaarden van de sociale economie, de kringlooeconomie, de deeleconomie, de toepassingsgerichte economie, de op hulpbronnen gebaseerde economie en de blauwe economie.

1.3. Het model geniet de steun van het maatschappelijk middenveld, het bedrijfsleven en academici en wordt gezien als een haalbare manier om de Europese waarden en de sociale samenhang te versterken en een verantwoord economisch systeem te bevorderen. Meer dan honderd lokale groepen en bijna 2 000 ondernemingen ⁽²⁾ en maatschappelijke organisaties steunen het model.

1.4. In overeenstemming met de door de Europa 2020-strategie uitgezette beleidslijnen wordt gestreefd naar een „Europese ethische markt” die sociale innovatie, werkgelegenheid en zorg voor het milieu hoog in het vaandel draagt. Deze „Europese ethische markt” kan door een combinatie van strategieën gestalte krijgen:

1.4.1. Gebruik van andere indicatoren dan het bbp ⁽³⁾ om welzijn en sociale ontwikkeling te meten, zoals het product van het algemeen goed en de balans van het algemeen goed.

1.4.2. Ontwikkeling van beleid ter erkenning van ondernemingen die een grote bijdrage leveren aan het algemeen goed, zoals ethische openbare aanbestedingen en bevordering van ethische interne handel.

1.4.3. Bevordering van ethische externe handel als het handelsmerk van Europa: zo zal Europa de weg banen om erkend te worden als ethische markt en zullen Europese ondernemingen op de mondiale ethische markt de toon aangeven bijdragen tot de bevordering van mensenrechten, arbeidsnormen en milieubescherming.

⁽¹⁾ Zie de website van de economie van het algemeen goed.

⁽²⁾ Waarvan sommige in zeer concurrerende markten.

⁽³⁾ Om rekening te houden met het bbp en andere indicatoren.

1.4.4. Bevordering van allerlei soorten ondernemers die een onderneming willen starten waarmee ze bijdragen tot het algemeen goed.

1.4.5. Bevordering van ethische consumptie en bewustwording van de Europese consument.

1.4.6. Versterking van de diversiteit van het financiële ecosysteem door netwerken van ethische banken en aandelenmarkten in de EU te promoten.

1.5. Het EESC dringt erop aan dat de Commissie in het kader van haar hernieuwde strategie voor maatschappelijk verantwoord ondernemen een kwalitatieve sprong voorwaarts maakt door ondernemingen die op ethisch vlak aanwijsbaar beter presteren daarvoor te belonen (via openbare aanbestedingen, toegang tot externe markten, belastingvoordelen enz.).

2. Inleiding

2.1. De economie en dus ook het economisch beleid spelen een centrale rol in de hedendaagse samenleving en zijn doorslaggevend voor het welslagen van ander basisbeleid voor het welzijn van de burger, zoals het beleid voor onderwijs, gezondheid, sociale diensten, cultuur, milieu, technologie en innovatie. De lokale en regionale economische situatie is van grote invloed op het beleid op deze terreinen.

2.2. De crisis, die nog steeds een negatieve impact heeft op economieën van de lidstaten en de levensstandaard van de Europese burger, heeft aangetoond dat het sociale en economische stelsel van de EU weinig veerkrachtig is.

2.3. Volgens een wereldwijde opiniepeiling van het Internationaal Verbond van Vakverenigingen (International Trade Union Confederation — ITUC) uit 2014 ⁽⁴⁾ is er geen enkel land waar het economisch stelsel door de meeste mensen als eerlijk wordt beschouwd. Vier op de vijf mensen (78 %) zijn van mening dat het economisch stelsel de welgestelden bevoordeelt. 88 % van de Duitsers en 90 % van de Oostenrijkers wil een „nieuwe economische orde” (opiniepeiling van de Bertelsmann-stichting ⁽⁵⁾) en hetzelfde geldt ongetwijfeld voor de landen die het zwaarst hebben geleden onder de economische crisis, zoals Griekenland, Portugal, Ierland, Spanje en Italië.

2.4. Gelet op de vooruitgang die de Commissie met betrekking tot sociale innovatie heeft geboekt en gezien het advies van het EESC „Tussenopname van de Europa 2020-strategie voor slimme, duurzame en inclusieve groei” (SC/39), zijn verslag over „De tussentijdse herziening van de Europa 2020-strategie” en het initiatief van de stuurgroep Europa 2020 „Laat het ons over geluk hebben — voorbij het bbp”, is het duidelijk dat, om het economisch concurrentievermogen en de sociale samenhang doeltreffend te versterken, een paradigmaverschuiving nodig is: economische, milieu- en sociale doelstellingen dienen in nauwe samenhang met elkaar te staan en er moet een beter evenwicht worden bereikt tussen kwantitatieve en kwalitatieve aspecten van ontwikkeling middels een holistische aanpak.

2.5. Het model van de economie van het algemeen goed biedt een goede aanvulling, waarvoor in heel Europa maatschappelijk draagvlak is. De doelen en waarden van dit model gaan verder dan wat normaliter onder maatschappelijk verantwoord ondernemen wordt verstaan en dankzij zijn holistische benadering kan het de meest uiteenlopende maatschappelijke actoren samenbrengen.

2.6. In amper vier jaar is de EAG uitgegroeid tot een sociale beweging die ondersteund wordt door meer dan honderd lokale groepen, bijna 2 000 ondernemingen en maatschappelijke organisaties en een groeiend aantal universiteiten, onder meer uit Oostenrijk, Duitsland, Zwitserland, Italië en Spanje. Daarnaast hebben de Italiaanse regio Zuid-Tirol en verscheidene lokale overheden in een aantal Europese landen gekozen voor het EAG-model op hun grondgebied.

3. De economie van het algemeen goed: doel, waarden, strategie en indicatoren

3.1. Een samenleving moet met inachtneming van de grondwet het welzijn van elk van haar leden nastreven.

⁽⁴⁾ ITUC Global Poll 2014.

⁽⁵⁾ Bertelsmann Stiftung: „Bürger wollen kein Wachstum um jeden Preis” („De burgers willen geen groei tot elke prijs”).

3.2. Overeenkomstig deze richtsnoeren, zoals vastgelegd in artikel 3, leden 1, 2 en 3, van het Verdrag betreffende de Europese Unie ⁽⁶⁾, is de belangrijkste gedachte achter het EAG-model: **de economie moet het volk, met andere woorden het algemeen goed, dienen**. Uitgangspunt dient derhalve te zijn dat geld en kapitaal belangrijke instrumenten zijn — voor handel en investeringen — maar nooit een doel op zich.

3.3. Universeel erkende waarden, zoals de menselijke waardigheid, solidariteit, ecologische duurzaamheid, sociale rechtvaardigheid, transparantie en democratische participatie, vormen de grondslag van een dergelijk economisch model gericht op het algemeen goed.

3.4. Door het algemeen goed als centrale doelstelling van de economie te erkennen is een speciale methode nodig om economisch succes niet alleen te meten aan de hand van de middelen maar ook aan de hand van de nagestreefde doelen: het product van het algemeen goed, de balans van het algemeen goed en de kredietwaardigheidsbeoordeling van het algemeen goed, die een aanvulling vormen op respectievelijk het bbp, de balans en de financiële kredietwaardigheid.

3.5. De EAG is een holistisch model waarin de economie geïntegreerd wordt in het sociale, culturele en ecologische raamwerk van de Europese samenleving. Zoals onderstaande tabel laat zien, verenigt het EAG-model de basiswaarden van verschillende voorstellen voor een andere economische orde:

EAG-WAARDEN/MODELLEN	Menselijke waardigheid	Solidariteit/samenwerking	Ecologische duurzaamheid	Sociale rechtvaardigheid	Democratie
Sociale economie	X	X	X	X	X
Kringlooeconomie			X		
Deeconomie		X			X
Toepassingsgerichte economie		X	X		
Op hulpbronnen gebaseerde economie			X	X	
Blauwe economie			X		

Bron: Eigen tabel.

3.6. De EAG is een economisch model dat positief kan bijdragen tot de Europa 2020-strategie, m.n. door:

- de werkgelegenheid te bevorderen en de kwaliteit van bestaande banen te verbeteren („menselijke waardigheid” en „sociale rechtvaardigheid”);
- sociale innovatie in het maatschappelijk middenveld, het bedrijfsleven en de politiek („participatie” en „democratie”) te bevorderen;
- de CO₂-uitstoot te verminderen, hernieuwbare energiebronnen te bevorderen, de energie-efficiëntie te verbeteren en het energieverbruik te reduceren („ecologische duurzaamheid”);
- het percentage mensen dat in armoede dreigt te vervallen of onder sociale uitsluiting lijdt te verminderen („solidariteit” en „sociale rechtvaardigheid”).

⁽⁶⁾ PB C 83 van 30.3.2010.

3.6.1. De EAG is een proces van „sociale innovatie” en positief ondernemerschap dat van nut kan zijn om nieuwe ideeën te propageren en te ondersteunen die sociale behoeften helpen vervullen, nieuwe sociale betrekkingen creëren en de economische waardeschepping stimuleren. „Innovatie” verwijst in dit verband naar het vermogen om ideeën te ontwikkelen en ten uitvoer te leggen die aantoonbaar waarde creëren, en „sociaal” heeft betrekking op aspecten als levenskwaliteit, solidariteit, geluk en welzijn.

3.7. De EAG is een instrument om een veerkrachtig sociaal en economisch systeem op te bouwen dat het Europees maatschappelijk middenveld „bescherming en de mogelijkheid tot ontwikkeling” biedt, aanzetten biedt tot oplossingen en, waar mogelijk, crises voorkomt en daarnaast bijdraagt tot economische en sociale hervormingen. De EAG is het model bij uitstek om veerkracht centraal te stellen in processen die de overgang van crisis naar herstel en ontwikkeling ondersteunen.

3.7.1. De factor veerkracht is van belang voor het vermogen van het maatschappelijk middenveld om te reageren op grote omwentelingen en onverwachte spanningen en crises. Er zijn ook nu al manieren om maatschappelijke organisaties te leren hoe zij crises kunnen afwenden of ermee om moeten gaan, maar hierbij zijn een efficiëntere aansturing en nauwere samenwerking nodig op de diverse niveaus van institutionele, economische en sociale belangenbehartiging.

3.8. Bevordering van het vermogen van de economische en sociale partners om de effecten van de crises en structurele veranderingen op te vangen, te beheren en te voorkomen is van cruciaal belang voor het streven van het maatschappelijk middenveld om mensen een levensstandaard te helpen bereiken waarmee zij in hun behoeften kunnen voorzien. Die aanpak ondersteunt ook het economisch concurrentievermogen van de EU in die zin dat het sociale samenhang en duurzaamheid bevordert vanuit de gedachte dat toekomstige generaties niet minder kansen mogen hebben dan wij.

3.9. Met het oog hierop gaat het EAG-model uit van een rechtstreekse participatie van de mensen in zowel het bedrijfsleven als de politiek. Instrumenten als de balans van het algemeen goed en met name de gemeentelijke index van het algemeen goed zijn gebaseerd op actieve deelname van alle belanghebbenden.

4. Overgang naar een Europese ethische markt

4.1. Door de kwalijke gevolgen die ze hebben ondervonden van de recente economische en financiële crisis, leggen de mensen in Europa zich niet meer zo snel neer bij inkomensverlies, bezuinigingen op sociale steun en diensten, milieuschade, economische en arbeidsonzekerheid en het afnemende gewicht van sociale rechten en consumenten- en gebruikersrechten.

4.2. Anderzijds hebben de vrijwillige, onvoldoende ambitieuze maatregelen op het gebied van maatschappelijk verantwoord ondernemen en de gebrekkige informatie dienaangaande een nieuwe impuls nodig, want in veel grote ondernemingen groeit de loonkloof, in de besluitvormingsechelons zijn weinig vrouwen vertegenwoordigd en de bereidheid om jonge werknemers te begeleiden in hun loopbaanontwikkeling neemt af.

4.3. Veel ondernemers en kleine en middelgrote ondernemingen (kmo's) staan door oneerlijke mededinging en onethische praktijken op de rand van de afgrond. De mensen dringen aan op een economie die gebaseerd is op waarden, zoals die, in theorie, zijn vastgelegd in de nationale grondwet van elk land.

4.4. Het slinkende sociaal engagement komt ook tot uiting in een dalend vertrouwen van de burger in instellingen en in degenen die hem vertegenwoordigen. Wil de Europese Unie dit — hoogst nodige — vertrouwen terugwinnen en de sociale en territoriale samenhang versterken, dan zal zij haar beleid moeten herzien en een nieuwe strategie moeten bedenken om tegemoet te komen aan de behoeften en waarden van de mensen.

4.5. Het EESC heeft in zijn advies over de jaarlijkse groeianalyse 2014 opgeroepen om het scorebord van sociale indicatoren proactief op te nemen in het Europees semester, zodat dit eenzelfde status krijgt als de macro-economische en begrotingsindicatoren. Daarnaast heeft het ervoor gepleit om in de doelstellingen, methoden en instrumenten van het Europees semester plaats te blijven inruimen voor vergroening van de huidige industriële procedés in de verschillende bedrijfstakken en voor vergroening van de economie in haar geheel, om met een duurzamer ontwikkelingsmodel een uitweg uit de crisis te vinden.

4.6. Het EAG-model is daarom gericht op de overgang naar een „Europese ethische markt”, waarin economisch en handelsbeleid in overeenstemming zijn met culturele en universeel erkende waarden. Door middel van deze strategie kunnen de Europese economie en Europese ondernemingen zich internationaal profileren als voortrekkers op het gebied van de bescherming en bevordering van mensenrechten, kwaliteit en zin van arbeid en bescherming van het milieu.

4.7. Dit model wil organisaties erkennen die producten en diensten verhandelen die in overeenstemming zijn met ethische criteria en bijdragen tot het algemeen goed. Producten en diensten die niet voldoen aan ethische minimumcriteria over de gehele linie van de waardeketen zouden niet langer renderen.

4.8. Kortom, het EAG-model komt qua waarden overeen met het traditionele concept van maatschappelijk verantwoord ondernemen, maar gaat qua doelstellingen en methoden verder. In Europa kwam maatschappelijk verantwoord ondernemen aanvankelijk neer op de gedachte dat „een deel van de geproduceerde winst aan de samenleving moet worden teruggegeven”, maar later kwam „maximalisatie van de gemeenschappelijke waardeschepping voor de eigenaars/aandeelhouders van de ondernemingen in kwestie en voor de andere belanghebbenden en de maatschappij in haar geheel” centraal te staan ⁽⁷⁾. In veel ondernemingen is maatschappelijk verantwoord ondernemen gereduceerd tot liefdadigheidsacties en initiatieven voor pr-doeleinden.

5. Toekomstige strategieën voor de opbouw van een Europese ethische markt

5.1. Voor de opbouw van een Europese ethische markt worden verschillende strategieën voorgesteld. In een eerste stadium zullen de bijdragen van ondernemingen aan het algemeen goed worden gemeten en zal een geharmoniseerde Europese niet-financiële rapportage worden ontwikkeld. In een tweede stadium volgt de ontwikkeling van ethische etikettering om het maatschappelijke middenveld te informeren over de prestaties van ondernemingen. Via ethische openbare aanbestedingen en beleidsmaatregelen gericht op de opbouw van een ethische interne en internationale markt zullen ondernemingen die een hogere bijdrage leveren aan het algemeen goed worden erkend. Tot slot zullen ondernemerschap, consumptie en bankenbeleid in overeenstemming worden gebracht met de beginselen van het algemeen goed. Dit alles dient te gebeuren zonder extra administratieve rompslomp te creëren en met gebruikmaking van marktmechanismen.

5.2. **Meting van de bijdrage van ondernemingen aan het algemeen goed m.b.v. een balans van het algemeen goed.** De balans van het algemeen goed meet het niet-financiële deel van het succes van een onderneming: het ethische succes en de bijdrage aan het algemeen goed. In de huidige versie van de balans van het algemeen goed worden de belangrijkste constitutionele waarden gemeten, zoals solidariteit, duurzaamheid, rechtvaardigheid en democratische participatie, kortom de „ethische prestaties” ten aanzien van de groepen waarmee de onderneming in betrekking staat.

5.3. Om verder te gaan dan het traditionele maatschappelijk verantwoord ondernemen moet de balans volgens de EAG-beweging aan acht metacriteria voldoen. De balans moet 1) universeel, 2) objectief meetbaar, 3) vergelijkbaar tussen ondernemingen, 4) begrijpelijk voor belanghebbenden, 5) openbaar, 6) extern gecontroleerd, 7) verplicht, 8) juridisch bindend zijn: hoe beter de balansresultaten, hoe lager de belastingen, douanetarieven, rentevoeten enz., naar het EAG-motto „met ethiek naar succes”.

5.4. Meer dan 200 kmo's hebben in het kader van de EAG-beweging een balans van het algemeen goed opgesteld en collegiaal dan wel extern laten controleren. Er zou geleidelijk kunnen worden overgestapt op een verplichte balans van het algemeen goed. De EU heeft onlangs de eerste stap in die richting gedaan met een richtlijn over niet-financiële rapportage. Een volgende stap zou kunnen zijn om in de richtlijn alleen normen op te nemen die voldoen aan de hierboven vermelde acht metacriteria en afhankelijk van de resultaten wettelijke voordelen bieden. De normen die op die manier overblijven, zouden kunnen worden samengevoegd tot één norm, die dan het niet-financiële deel van de verplichte bedrijfsbalans zou vormen. De algemene (financiële en niet-financiële) balans zou dan het toegangscriterium worden voor de toekomstige ethische interne markt.

5.5. **Ethische etikettering.** Het EAG-model wil dat op alle producten die op de Europese interne markt worden verhandeld informatie komt te staan over het ethisch handelen en de bijdrage van de onderneming aan het algemeen goed door middel van een gemeenschappelijk systeem van ethische etikettering. Via een systeem van bijv. vijf verschillende kleuren zou visueel zichtbaar kunnen worden gemaakt hoe een onderneming op de balans van het algemeen goed scoort. Via de QR-code zou de consument de gedetailleerde balans kunnen inzien.

⁽⁷⁾ COM(2011) 681 final.

5.6. **Ethische openbare aanbestedingen.** Bij openbare aanbestedingen zou prioriteit kunnen worden gegeven aan organisaties die op basis van hun balans van het algemeen goed aantoonbaar de grootste bijdrage leveren aan het algemeen goed. Door invoering van criteria gerelateerd aan de bijdrage aan het algemeen goed en de kwaliteit van de sociale en ecologische voetafdruk overeenkomstig Richtlijn 2014/24/EU van het Europees Parlement en de Raad⁽⁸⁾ en aan de tenuitvoerlegging van de desbetreffende sociale bepalingen zouden openbare aanbestedingen in Europa kunnen fungeren als katalysator voor de „Europese ethische markt”.

5.7. **Ethische interne handel.** De bedoeling is dat vrije interne handel in eerste instantie wordt aangemoedigd in organisaties die op basis van hun balans van het algemeen goed aantoonbaar de grootste bijdrage leveren aan het algemeen goed. In een eerste fase zouden de vrije handel en het vrije verkeer van producten en diensten kunnen worden gefaciliteerd voor Europese ondernemingen die kunnen aantonen dat zij voldoen aan de ethische minimumnormen van de „Europese ethische markt”. In een tweede fase zouden ook de invoer van producten, investeringen en dienstverlening kunnen worden gefaciliteerd voor ondernemingen uit derde landen die kunnen aantonen dat zij voldoen aan de ethische minimumnormen van de „Europese ethische markt”. De voor interne handel en invoer geldende invoerrechten- en belastingregelingen zouden op die manier worden gekoppeld aan het ethisch handelen van ondernemingen.

5.8. **Ethische internationale handel.** Het streven is dat ethisch handelen en de bijdrage aan het algemeen goed het visitekaartje van de Europese economie worden, ofwel dat wat het „merk Europa” uitmaakt. Als ambassadeur van de Europese samenleving, cultuur en waarden dient het Europese bedrijfsleven ethisch te handelen en daarover verantwoording af te leggen in zijn balansen. Het EU-beleid ter bevordering van de externe handel (hulpprogramma's voor externe handel, ethische normen voor handelsvoorschriften enz.) zou daarom in de eerste plaats ondernemingen met de aantoonbaar grootste bijdrage aan het algemeen goed moeten ondersteunen.

5.9. **Ondernemers voor het algemeen goed.** Voor een economisch duurzame ontwikkeling van de Europese Unie is het van cruciaal belang om het ondernemerschap te bevorderen. Om dezelfde reden dient ook sociale innovatie per definitie gericht te zijn op het ter beschikking stellen van producten en diensten die bijdragen tot het algemeen goed. Daarom moet beleid ter bevordering van het ondernemerschap op de „Europese ethische markt” startende ondernemingen en scholing voor ondernemers geënt op waarden als de menselijke waardigheid, solidariteit, ecologische duurzaamheid, sociale rechtvaardigheid en democratische participatie ondersteunen. In alle (algemeen goed)-steden zouden „algemeen goed”-knooppunten kunnen worden opgericht die de oprichting van ondernemingen bevorderen die van meet af met een balans van het algemeen goed werken of meteen als „algemeen goed”-onderneming worden opgezet.

5.10. **De consument en bevordering van ethische consumptie.** De slaagkansen van de „Europese ethische markt” hangen af van de vraag van de Europese consument naar producten en diensten die bijdragen aan het algemeen goed. Er moeten strategieën en programma's ter bevordering van ethische consumptie worden ontwikkeld en gepromoot. Via onderwijs en bewustwordings- en publiciteitscampagnes zouden deze programma's informatie kunnen geven over wat de „Europese ethische markt” inhoudt en over de balans van het algemeen goed die samen met ethische etikettering de aangewezen instrumenten zijn om deze markt vorm te geven.

5.11. **Ethische banken en de opname van ethische kwaliteitscriteria in de Bazel-akkoorden voor banktoezicht.** Sinds de financiële crisis in 2008 en de ongelukkige voorvallen in de financiële en bankwereld is het vertrouwen van het Europese publiek in het Europese bankstelsel en in de nationale en Europese regelgevende instanties steeds meer afgenomen. Dit vormt een groot risico voor de economische stabiliteit van de eurozone.

5.11.1. Er moeten daarom strengere ethische normen komen voor de financiële sector. Tegelijkertijd moet het financieel ecosysteem sterker worden gediversifieerd door consolidering van een EU-breed netwerk van ethische banken (coöperaties, spaarbanken, nieuwe ethische banken) die tot het algemeen goed bijdragen. Dit zou een Europees bankiersysteem helpen bevorderen waarbij banken a) alleen basisdiensten verstrekken (spaarrekeningen, betalingsverkeer, leningen), b) geen of beperkte dividenden uitkeren, en c) voor alle kredietaanvragen een „algemeen goed”-toetsing uitvoeren. Een dergelijke ethische kredietwaardigheidsbeoordeling, die de ethische meerwaarde van een investering meet, zou een uitbreiding van de Bazel-akkoorden impliceren door de aanvulling van ethische criteria.

⁽⁸⁾ PB L 94 van 28.3.2014, blz. 65.

5.11.2. In het kader van het Oostenrijkse project „bank voor het algemeen goed” wordt momenteel gewerkt aan een eerste prototype van een dergelijke „algemeen goed”-toetsing. De leenvoorwaarden zouden kunnen worden gekoppeld aan de resultaten van de toetsing. Op die manier zou de financiële markt een instrument kunnen worden voor duurzame sociale en ecologische ontwikkeling.

5.12. **„(Regionale) aandelenmarkt van het algemeen goed”**. Alle op het algemeen goed gerichte ethische banken zouden gezamenlijk een regionale aandelenmarkt van het algemeen goed kunnen vormen waar kredietaanvragen worden ontvangen die wel aan de ethische toetsing voldoen maar niet aan die voor de financiële solvabiliteit. In tegenstelling tot de conventionele aandelenmarkt zou de aandelenmarkt van het algemeen goed geen forum zijn waar onderhandeld wordt over bedrijfsaandelen of financiële winst — dat zou niet de reden zijn om te investeren in een bedrijf. Investeerders zouden zich veeleer richten op onder meer zinvolle, nuttige en ethische investeringen (de „triple skyline”). Dit zou de Europese burgers en ondernemingen de mogelijkheid bieden om ethische investeringen te doen die de waarden weerspiegelen die zijn vastgelegd in de grondwetten van de lidstaten en in de Europese verdragen.

Brussel, 17 september 2015.

De voorzitter
van het Europees Economisch en Sociaal Comité
Henri MALOSSE
