



EUROPEISKA KOMMISSIONEN

Bryssel den 25.10.2011
KOM(2011) 681 slutlig

**MEDDELANDE FRÅN KOMMISSIONEN TILL EUROPAPARLAMENTET,
RÅDET, EUROPEISKA EKONOMISKA OCH SOCIALA KOMMITTÉN OCH
REGIONKOMMITTÉN**

En förnyad EU-strategi 2011–2014 för företagens sociala ansvar

INNEHÅLLSFÖRTECKNING

1.	Inledning	4
1.1.	Ansvarsfullt företagande ligger i företagens intresse.....	4
1.2.	...och i hela samhällets intresse	4
1.3.	Varför en sådan strategi nu?.....	5
2.	EU-politikens konsekvenser för företagens sociala ansvar.....	5
3.	En aktuell syn på företagens sociala ansvar.....	7
3.1.	En ny definition.....	7
3.2.	Internationellt erkända principer och riktlinjer	7
3.3.	Ett mångfacetterat perspektiv.....	8
3.4.	Myndigheters och andra aktörers roll	8
3.5.	Företagens sociala ansvar och initiativet för socialt entreprenörskap.....	8
3.6.	Företagens sociala ansvar och den sociala dialogen	9
4.	En handlingsplan för 2011–2014	9
4.1.	Synliggöra företagens sociala ansvar och sprida god praxis.....	9
4.2.	Stärka och mäta förtroendet för företagen	10
4.3.	Bättre självreglering och samreglering	10
4.4.	Belöna ansvarsfullt företagande	11
4.4.1.	Konsumentpolitik.....	11
4.4.2.	Offentlig upphandling	11
4.4.3.	Investeringar.....	12
4.5.	Bättre information från företagen om sociala och miljömässiga hänsyn.....	12
4.6.	Mer av företagens sociala ansvar i utbildning och forskning	13
4.7.	Vikten av nationella, regionala och lokala åtgärder.....	13
4.8.	Bättre överensstämmelse mellan europeiska och globala strategier för företagens sociala ansvar	14
4.8.1.	Fokus på internationellt erkända principer och riktlinjer för ansvarsfullt företagande	14
4.8.2.	FN:s vägledande principer om företag och mänskliga rättigheter	15
4.8.3.	Företagens sociala ansvar i relationerna med andra länder och regioner i världen ...	15

5.	Slutsatser	16
----	------------------	----

1. INLEDNING

Europeiska kommissionen har tidigare definierat företagens sociala ansvar som ”ett begrepp som innebär att företagen på frivillig grund integrerar sociala och miljömässiga hänsyn i sin verksamhet och i sin samverkan med intressenterna”¹.

Företagens sociala ansvar avser företagens insatser utöver deras rättsliga skyldigheter gentemot samhället och när det gäller miljön. Vissa regleringsåtgärder kan bidra till att skapa förutsättningar för att företagen frivilligt tar sitt sociala ansvar.

1.1. Ansvarsfullt företagande ligger i företagens intresse...

Ett strategiskt synsätt på socialt ansvarstagande blir allt viktigare för företagens konkurrenskraft. Det kan ge fördelar när det gäller riskhantering, kostnadsbesparingar, tillgång till kapital, kundrelationer, personalförvaltning och innovationsförmåga².

Ansvarsfullt företagande kräver medverkan av både interna och externa aktörer, och detta gör att företagen bättre kan förutse och dra nytta av snabba förändringar i samhällsförväntningar och affärsmiljön. Det kan därför fungera som motor för att utveckla nya marknader och tillväxtmöjligheter.

Genom socialt ansvarstagande kan företagen bygga långsiktigt förtroende bland arbetstagare, konsumenter och allmänheten som en utgångspunkt för hållbara affärsmodeller. Ökat förtroende bidrar i sin tur till att skapa en miljö där företagen kan innovera och växa.

1.2. ...och i hela samhällets intresse

Genom socialt ansvarstagande kan företagen i betydande utsträckning bidra till att uppnå de mål som fastställs i EU:s fördrag om en hållbar utveckling och en mycket konkurrenskraftig social marknadsekonomi. Företagens sociala ansvar stöder målen smart, hållbar tillväxt för alla i Europa 2020-strategin, även målet att 75 % ska vara sysselsatta³. Ansvarsfullt företagande är särskilt viktigt när företag i den privata sektorn tillhandahåller samhällstjänster. Att bidra till att mildra de sociala konsekvenserna av den aktuella ekonomiska krisen, även förlorade arbetstillfällen, är en del av företagens sociala ansvar. Ansvarsfullt företagande ger en uppsättning värderingar som kan ligga till grund för ett samhälle med minskade klyftor och vara en utgångspunkt för övergången till ett hållbart ekonomiskt system.

¹ KOM(2001) 366.

² Den europeiska konkurrenskraftsrapporten 2008 (KOM(2008) 774) och åtföljande arbetsdokument, SEC(2008) 2853.

³ Företagens sociala ansvar tas upp i flera flaggskeppsinitiativ i Europa 2020-strategin: En integrerad industripolitik för en globaliserad tid, KOM(2010) 614, Den europeiska plattformen mot fattigdom och social utestängning, KOM(2010) 758, En agenda för ny kompetens och arbetstillfällen, KOM(2010) 682, Unga på väg, KOM(2010) 477 samt Inre marknadsakten, KOM(2011) 206. Innovationsunionen (KOM2010) 546) syftar dessutom till att förbättra företagens förmåga att hantera samhällsproblem genom innovation. Företagens medverkan är också avgörande för att man ska kunna uppnå målen för flaggskeppsinitiativet Ett resurseffektivt Europa, KOM(2011) 21 och KOM(2011) 571.

1.3. Varför en sådan strategi nu?

Rådet och Europaparlamentet har båda uppmanat kommissionen att vidareutveckla sin politik för företagens sociala ansvar⁴. I Europa 2020-strategin har kommissionen åtagit sig att förnya EU:s strategi för företagens sociala ansvar. Enligt meddelandet från 2010 om industripolitiken ska kommissionen lägga fram ett nytt politiskt förslag om ansvarsfullt företagande⁵. I inre marknadsakten sägs att kommissionen ska lägga fram ett nytt meddelande om företagens sociala ansvar före utgången av 2011⁶.

Den ekonomiska krisen och dess sociala konsekvenser har i viss mån skadat konsumenternas förtroende för företagen. Allmänhetens uppmärksamhet har riktats mot företagens sociala och etiska uppträdande. Genom förnyade insatser för att främja företagens sociala ansvar syftar kommissionen nu till att skapa förutsättningar för hållbar tillväxt, ansvarsfullt företagande och varaktiga nya arbetstillfällen på medellång och lång sikt.

2. EU-POLITIKENS KONSEKVENSER FÖR FÖRETAGENS SOCIALA ANSVAR

Kommissionen har spelat en pionjärroll i utvecklingen av den offentliga politiken för att främja ansvarsfullt företagande sedan grönboken från 2001⁷ och inrättandet av ett europeiskt flerpartersforum om företagens sociala ansvar. Kommissionen offentliggjorde 2006 en ny policy som innebar ett starkt stöd till den europeiska alliansen för företagens sociala ansvar⁸, som är ett näringslivslett initiativ. Där fastställdes åtta prioriterade insatsområden för EU – informationsinsatser och utbyte av bästa praxis, stöd till flerpartersinitiativ, samarbete med medlemsstaterna, konsumentinformation och öppenhet och insyn, forskning, utbildning, små och medelstora företag samt den internationella dimensionen av företagens sociala ansvar.

Denna politik har bidragit till att nå framsteg när det gäller företagens sociala ansvar. Indikationer på detta är:

- Antalet företag i EU som har anslutit sig till de tio principerna för ansvarsfullt företagande i FN:s globala överenskommelse (Global Compact) har ökat från 600 under 2006 till över 1 900 under 2011.
- Antalet organisationer med anläggningar registrerade enligt EU:s miljöstyrnings- och miljörevisionsordning EMAS (Environmental Management and Audit Scheme) har ökat från 3 300 under 2006 till över 4 600 under 2011⁹.
- Antalet företag i EU som ingår gränsöverskridande företagsavtal i frågor som arbetsnormer med arbetstagarorganisationer på europeisk eller global nivå har ökat från 79 under 2006 till över 140 under 2011.

⁴ Möten i rådet (miljö) den 5 december 2008 respektive den 20 december 2010, möte i rådet (utrikes frågor) den 14 juni 2010, Europaparlamentets resolution av den 13 mars 2007 (P6_TA(2007)0062), Europaparlamentets resolution av den 8 juni 2011 (P7_TA(2011)0260).

⁵ En integrerad industripolitik för en globaliserad tid, KOM(2010) 614.

⁶ KOM(2011) 206.

⁷ KOM(2001) 366.

⁸ KOM(2006) 136.

⁹ Ungefär 80 % av dessa organisationer uppskattas vara företag.

- Antalet medlemmar i Business Social Compliance Initiative – ett europeiskt företagsinitiativ som syftar till att förbättra arbetsförhållandena i leverantörskedjorna – har ökat från 69 under 2007 till över 700 under 2011.
- Antalet europeiska företag som publicerar hållbarhetsrapporter enligt riktlinjerna i Global Reporting Initiative har ökat från 270 under 2006 till över 850 under 2011.

Genom den europeiska alliansen för företagens sociala ansvar har ledande företag utarbetat en rad praktiska verktyg för viktiga frågor¹⁰. Omkring 180 företag har uttryckt sitt stöd för alliansen. Nationella arbetsgivarorganisationer stöder också alliansen och har vidtagit en rad åtgärder för att främja ansvarsfullt företagande.

Ändå kvarstår viktiga utmaningar. Det finns fortfarande många företag i EU som inte har låtit sin verksamhet och kärnstrategi genomsyras av socialt ansvarstagande och miljötänkande. Kritiska röster höjs fortfarande mot den lilla minoritet europeiska företag som agerar i strid med de mänskliga rättigheterna och inte följer grundläggande arbetsnormer. Endast 15 av de 27 EU-länderna har en nationell ram för att främja ansvarsfullt företagande¹¹.

Kommissionen har identifierat en rad faktorer som kommer att bidra till att öka politikens genomslagskraft ytterligare. Det gäller bland annat följande:

- Behovet av ett balanserat angreppssätt som innebär att flera aktörer medverkar och att företagens, medlemsstaternas och andra berörda parter synpunkter beaktas.
- Behovet av att förtydliga vad som förväntas av företagen och se till att EU:s definition av företagens sociala ansvar följer aktuella internationella principer och riktlinjer.
- Behovet av att ekonomiskt belöna ansvarsfullt företagande, även genom investeringspolitik och offentlig upphandling.
- Behovet av att beakta självreglering och samreglering, som är viktiga arbetsmetoder för företagen när det gäller att ta sitt sociala ansvar.
- Behovet av att behandla frågan om företagens öppenhet kring sociala frågor och miljöfrågor ur alla berörda aktörers perspektiv, även företagens egna.
- Behovet av att ge mänskliga rättigheter större utrymme, eftersom detta har blivit en allt viktigare aspekt av företagens sociala ansvar.
- Behovet av att erkänna den roll som kompletterande lagstiftning har när det gäller att skapa bättre förutsättningar för företag som frivilligt tar sitt sociala ansvar.

Detta meddelande ger en aktuell syn på företagens sociala ansvar och innehåller en ny definition och en ny handlingsplan. Meddelandet bygger på policyn från 2006 men innehåller även nya byggstenar som kan bidra till ökad genomslagskraft för politiken. Syftet är att hävda EU:s globala inflytande i detta avseende och ge EU bättre möjligheter att främja sina intressen

¹⁰ Exempelvis jämställdhet, ansvarsfull förvaltning av leverantörskedjan samt en bättre dialog med investerare om företagens icke-finansiella resultat. Se www.csreurope.org/pages/en/toolbox.html

¹¹ *Corporate Social Responsibility: National Public Policies in the EU*, Europeiska kommissionen, 2011.

och värderingar i relationerna med andra regioner och länder. Det kommer också att bidra till att vägleda och samordna EU-ländernas politik och därigenom minska risken för avvikande strategier som skulle kunna innebära ökade kostnader för företag som är verksamma i flera EU-länder.

3. EN AKTUELL SYN PÅ FÖRETAGENS SOCIALA ANSVAR

3.1. En ny definition

Kommissionen ger en ny definition av företagens sociala ansvar som ”företagens ansvar för den egna verksamhetens konsekvenser för samhället”. En förutsättning för detta är att tillämplig lagstiftning och kollektivavtal mellan arbetsmarknadens parter följs. För att till fullo ta sitt sociala ansvar bör företagen införa en process som innebär att de tillsammans med sina intressenter ser till att socialt ansvarstagande, miljötänkande, etik, respekt för mänskliga rättigheter och ett konsumentperspektiv genomsyrar företagets verksamhet och kärnstrategi. Syftet med detta är att

- i största möjliga mån skapa gemensamma värden för ägarna/aktieägarna samt för andra berörda parter och samhället i stort, och
- fastställa, förebygga och mildra eventuella negativa konsekvenser.

Hur komplex denna process blir beror på faktorer som företagets storlek och verksamhetens natur. För de allra flesta små och medelstora företagen, särskilt mikroföretagen, kommer detta arbete även i fortsättningen att ske informellt och intuitivt.

För att i största möjliga utsträckning skapa gemensamma värden uppmuntras företagen att anlägga ett långsiktigt, strategiskt perspektiv på socialt ansvarstagande och att utforska möjligheterna att utveckla innovativa produkter, tjänster och affärsmodeller som bidrar till välbefinnande i samhället och leder till bättre och mer produktiva arbetstillfällen.

Storföretag och företag där risken är särskilt stor att verksamheten får negativa konsekvenser bör göra riskbaserade företagsbesiktningar, även i leverantörskedjan. Därigenom kan man lättare fastställa, förebygga och mildra eventuella negativa konsekvenser.

Vissa typer av företag, t.ex. kooperativ, ömsesidiga bolag och familjeföretag, har ägar- och styrningsstrukturer som kan vara särskilt mottagliga för principerna om ansvarsfullt företagande.

3.2. Internationellt erkända principer och riktlinjer

För företag som anlägger ett formellt perspektiv på socialt ansvarstagande – särskilt storföretag – finns auktoritativ vägledning genom internationellt erkända principer och riktlinjer, bland annat OECD:s nyligen uppdaterade riktlinjer för multinationella företag, de tio principerna i FN:s Global Compact, den vägledande ISO-standarderna om socialt ansvarstagande (ISO 26000), ILO:s trepartsförklaring om multinationella företag och socialpolitik samt FN:s vägledande principer om företag och mänskliga rättigheter. Dessa internationellt erkända principer och riktlinjer utgör en förstärkt global ram för ansvarsfullt företagande som hela tiden utvecklas. EU:s politik för att främja företagens sociala ansvar bör anpassas till denna ram.

3.3. Ett mångfacetterat perspektiv

Enligt dessa principer och riktlinjer omfattar företagens sociala ansvar åtminstone mänskliga rättigheter, arbets- och anställningsförhållanden (t.ex. utbildning, mångfald, jämställdhet och arbetsmiljö), miljöfrågor (t.ex. biologisk mångfald, klimatförändringar, resurseffektivitet, livscykelbedömningar och förebyggande av föroreningar) och åtgärder mot mutor och korruption. Delaktighet i samhället och samhällsutveckling, integration av människor med funktionsnedsättning och främjande av konsumenternas intressen (även integritetsskydd) ingår också i företagens sociala ansvar. Att främja socialt ansvarstagande och miljötänkande i leverantörskedjan och lämna icke-finansiell information anses vara viktiga övergripande frågor. Kommissionen har antagit ett meddelande om EU-politik och frivilligarbete, där anställdas frivilligarbete erkänns som ett uttryck för företagens sociala ansvar¹².

Kommissionen främjar också de tre principerna för god skatteförvaltning – dvs. öppenhet och insyn, informationsutbyte och rättvis skattekonkurrens – i relationerna mellan olika stater. Företagen uppmanas även där så är lämpligt att arbeta för genomförandet av dessa principer.

3.4. Myndigheters och andra aktörers roll

Det är företagen själva som bör leda utvecklingen av ansvarsfullt företagande. Myndigheterna bör ha en stödjande roll genom en smart uppsättning av frivilliga policyåtgärder och eventuellt kompletterande lagstiftning t.ex. för att främja öppenhet och insyn, skapa marknadsincitament för ansvarsfullt företagande och införa mekanismer för företagens redovisningsskyldighet.

Företagen måste ges tillräcklig flexibilitet för att kunna innovera och utveckla en strategi för socialt ansvarstagande som passar deras förhållanden. Många företag vill dock gärna ha myndighetsstödda principer och riktlinjer, både som riktmärke för företagets policy och resultat och för att skapa likvärdiga villkor.

Arbetsstagarorganisationer och det civila samhällets organisationer identifierar problem, utövar påtryckningar för att få till stånd förbättringar och kan samarbeta med företagen för att få fram gemensamma lösningar. Konsumenter och investerare kan via marknaden belöna socialt ansvarstagande företag genom sina konsumtions- och investeringsbeslut. Medierna kan lyfta fram både positiva och negativa effekter av företagens uppträdande. Myndigheterna och dessa andra aktörer bör själva visa socialt ansvarstagande, även i kontakterna med företagen.

3.5. Företagens sociala ansvar och initiativet för socialt entreprenörskap

Socialt ansvarstagande är en fråga som angår alla företag. Detta meddelande antas tillsammans med ett kompletterande men åtskilt initiativ för socialt entreprenörskap (Social Business Initiative – SBI). Initiativet ska stödja företag vars främsta syften uttryckligen är sociala och miljörelaterade, som plöjer ner vinsten för detta ändamål och vars interna organisation avspeglar samhällsmålen¹³. Initiativet handlar om de förutsättningar som krävs för att socialt företagande och social innovation ska kunna utvecklas och bidra till EU:s sociala marknadsekonomi.

¹² Meddelande om EU-politik och frivilligarbete: Erkännande och främjande av gränsöverskridande frivilliginsatser i EU, KOM(2011) 568.

¹³ KOM(2011) 682.

3.6. Företagens sociala ansvar och den sociala dialogen

Under de senaste åren har flera sektorskommittéer inom den sociala dialogen främjat god praxis och utarbetat riktlinjer på området¹⁴. Kommissionen stöder initiativ av detta slag och har konstaterat att ansvarsfullt företagande bidrar till och kompletterar den sociala dialogen. Innovativa och effektiva riktlinjer har också utvecklats genom gränsöverskridande företagsavtal som ingåtts mellan företagen och arbetstagarorganisationer på europeisk och global nivå¹⁵. EU stöder aktivt sådana avtal och kommer att skapa en sökbar databas med information om sådana avtal.

4. EN HANDLINGSPLAN FÖR 2011–2014

I denna handlingsplan gör kommissionen egna åtaganden och föreslår åtaganden för företagen, EU-länderna och andra berörda parter. Kommissionen kommer vid genomförandet av denna handlingsplan hela tiden att ta hänsyn till de små och medelstora företagens särdrag, särskilt deras begränsade resurser, och undvika att skapa onödigt administrativ belastning.

4.1. Synliggöra företagens sociala ansvar och sprida god praxis

Genom offentligt erkännande av företagens insatser för socialt ansvarstagande kan EU bidra till att sprida god praxis, främja ömsesidigt lärande och uppmuntra fler företag att utveckla egna strategier för ansvarsfullt företagande. Kommissionen kommer med utgångspunkt i de initiativ som tas i olika EU-länder att stödja kapacitetsuppbyggnad inom intresseorganisationer för små och medelstora företag för att förbättra rådgivningen i frågor som rör socialt ansvarstagande och tillgången till sådan rådgivning för små och medelstora företag.

Kommissionen har infört en rad olika program för att tillsammans med företagen och andra berörda aktörer behandla kritiska sociala frågor och miljöfrågor¹⁶. Ytterligare samarbete med företagen kommer att vara viktigt för genomförandet av Europa 2020-strategin. Kommissionen kommer därför att främja dialog med företag och andra berörda aktörer i frågor som anställbarhet, förändringar i befolkningsstrukturen och ett aktivt åldrande¹⁷ och problem på arbetsplatsen (bland annat när det gäller hantering av mångfald, jämställdhet, utbildning och arbetsmiljö). Man kommer särskilt att inrikta sig på sektorsvisa strategier och på att sprida ansvarsfullt företagande genom hela leverantörskedjan.

CSR Europas initiativ Enterprise 2020 är ett exempel på ett näringslivslett initiativ för ansvarsfullt företagande som är särskilt relevant för EU:s politiska mål. Kommissionen

¹⁴ *Industrial relations in Europe 2010*, kapitel 6.3.4, Europeiska kommissionen, GD Sysselsättning, socialpolitik och inkludering, 2011

¹⁵ *The role of transnational company agreements in the context of increasing international integration*, KOM(2008) 419 slutlig.

¹⁶ Exempelvis detaljhandelsforumet för hållbarhet, EU:s plattform för kost, fysisk aktivitet och hälsa, kampanjen för företagen och den biologiska mångfalden, processen för företagens sociala ansvar i läkemedelsindustrin, de europeiska rundabordssamtalen om livsmedel och en hållbar produktion, processen för samarbete mellan universitet och näringsliv, rundabordssamtalen om reklam samt den europeiska paktens för psykisk hälsa och välbefinnande.

¹⁷ 2012 är Europaåret för ett aktivt åldrande.

kommer att bidra till att se över de första resultaten av detta initiativ senast i slutet av 2012 och fastställa vilka ytterligare åtgärder som ska vidtas.

Kommissionen avser att

1. under 2013 inrätta flerpartsforum för ansvarsfullt företagande i flera sektorer för att företagen, arbetstagarna och andra berörda parter ska kunna göra offentliga åtaganden i frågor som rör företagens sociala ansvar och som är relevanta för respektive sektor samt för att gemensamt övervaka framstegen, och
2. från och med 2012 införa europeisk märkning för partnerskap för ansvarsfullt företagande mellan företagen och andra berörda aktörer.

4.2. Stärka och mäta förtroendet för företagen

Som alla organisationer, även EU och de enskilda ländernas regeringar, behöver företagen människors förtroende. Det europeiska näringslivet bör sikta på att bli en av de grupper av organisationer i samhället som människor litar mest på. Det finns ofta en klyfta mellan människors förväntningar och vad de uppfattar som företagens faktiska uppträdande. Denna klyfta orsakas delvis av att företag uppträder oansvarigt eller överdriver sina insatser när det gäller miljötänkande eller socialt ansvarstagande. Ibland har företagen inte riktigt förstått vad de snabba förändringarna av samhällsförväntningarna innebär, och ibland vet allmänheten helt enkelt inte vad företagen faktiskt åstadkommit och vilka förutsättningar de har.

Kommissionen avser att

3. ta upp frågan om vilseledande marknadsföring när det gäller produkternas miljöpåverkan (s.k. ”grönmalning”) i rapporten om tillämpningen av direktivet om otillbörliga affärsmetoder¹⁸ som planeras för 2012 och undersöka om särskilda åtgärder behöver vidtas, och
4. inleda en öppen debatt med allmänheten, näringslivet och andra berörda parter om företagets roll och potential under 2000-talet i syfte att skapa samsyn och delade förväntningar samt regelbundet mäta undersöker människors förtroende för företagen och attityder till företagets sociala ansvar.

4.3. Bättre självreglering och samreglering

Företagen deltar ofta i olika processer för självreglering och samreglering, till exempel sektorsvisa etiska regler för samhällsfrågor som är relevanta för sektorn. Sådana processer kan med rätt utformning stödja företaget och vara ett effektivt sätt att sörja för ansvarsfullt företagande. Självreglering och samreglering ingår i EU:s program för bättre lagstiftning¹⁹.

Erfarenheten visar att självreglering och samreglering fungerar bäst om vissa villkor är uppfyllda. Utgångspunkten ska vara en inledande öppen analys av frågorna där alla berörda aktörer deltar i närvaro av offentliga organ som kommissionen, som vid behov kan vara

¹⁸ Direktiv 2005/29/EG.

¹⁹ Se det interinstitutionella avtalet om bättre lagstiftning (2003/C 321/01) och kommissionens meddelande Lagstifta bättre för tillväxt och arbetstillfällen i Europeiska unionen, KOM(2005) 97.

sammankallande. Arbetet ska utmynna i tydliga åtaganden av alla berörda aktörer, med resultatindikatorer. Objektiva övervakningsmekanismer och resultatöversyner används och åtagandena kan förbättras vid behov. Det ska finnas en effektiv mekanism för ansvarsutkrävande för att hantera klagomål om åtagandena inte följs.

Kommissionen avser att

5. under 2012 tillsammans med företag och andra berörda aktörer inleda en process för att utarbeta etiska regler för självreglering och samreglering, vilket bör leda till ett ökat genomslag för ansvarsfullt företagande.

4.4. Belöna ansvarsfullt företagande

Tanken att ansvarsfullt företagande gynnar konkurrenskraften vinner mark, men företagen står fortfarande inför ett dilemma i de fall då det mest ansvarstagande alternativet åtminstone på kort sikt inte är det ekonomiskt mest fördelaktiga. EU bör utnyttja sin möjlighet att stärka marknadsincitamenten för ansvarsfullt företagande genom sin konsument-, upphandlings- och investeringspolitik.

4.4.1. Konsumentpolitik

Konsumenternas fokus på frågor som rör företagens sociala ansvar har ökat under de senaste åren, men det finns fortfarande betydande hinder – bristande medvetenhet, att produkten ibland kan bli dyrare och att det kan vara svårt att få tillgång till den information som behövs för att fatta väl underbyggda beslut. Vissa företag är banbrytande när det gäller att hjälpa konsumenterna att välja mer hållbara alternativ. Översynen av handlingsplanen för hållbar konsumtion och produktion kan ge en möjlighet att fastställa nya åtgärder för att underlätta en mer ansvarsfull konsumtion.

4.4.2. Offentlig upphandling

Kommissionen har haft som vägledande mål att 50 % av all offentlig upphandling senast 2010 ska uppfylla de beslutade miljökraven. Under 2011 publicerade kommissionen en handbok om socialt ansvarsfull upphandling, som visar hur sociala hänsyn kan beaktas vid offentlig upphandling samtidigt som gällande EU-lagstiftning följs²⁰. Myndigheterna kan bland annat vidta aktiva åtgärder för att hjälpa underrepresenterade företag (t.ex. små och medelstora företag) att få tillgång till marknaden för offentlig upphandling.

Medlemsstaterna och myndigheter på alla nivåer uppmanas att utnyttja alla möjligheter som står till buds med gällande regler för offentlig upphandling. Miljörelaterade och sociala kriterier bör införlivas i offentlig upphandling på ett sätt som inte innebär diskriminering av små och medelstora företag. Dessutom måste fördragets bestämmelser om icke diskriminering, lika behandling samt öppenhet och insyn följas.

Kommissionen avser att

²⁰ *Buying Social: a guide to taking account of social considerations in public procurement*, Europeiska kommissionen, 2011

- | | |
|----|--|
| 6. | göra det lättare att bättre integrera sociala aspekter och miljöhänsyn i offentlig upphandling genom översynen av direktiven om offentlig upphandling under 2011. Detta ska ske utan att den administrativa belastningen för upphandlande myndigheter och företag ökar och utan att principen om tilldelning av kontrakt till det ekonomiskt mest fördelaktiga anbudet undergrävs. |
|----|--|

4.4.3. Investeringar

Med tanke på finanskrisen utarbetar kommissionen en rad lagförslag för att skapa ökad ansvarsfullhet samt öppenhet och insyn i finanssystemet. Genom att beakta relevant icke-finansiell information kan investerarna bidra till en mer effektiv allokering av kapital och bättre uppnå de mer långsiktiga investeringsmålen. Kommissionen stöder kapacitetssuppleggning hos investerarna så att de bättre kan integrera icke-finansiell information i investeringsbesluten. Kommissionen uppmanar även företagen att lämna information om tillämpningen av standarder för god skatteförvaltning.

Europeiska kapitalförvaltare och kapitalägare, särskilt pensionsfonder, uppmanas att ansluta sig till FN:s principer för ansvarsfulla investeringar. Myndigheterna har ett särskilt ansvar när det gäller att främja ansvarsfullt företagande inom företag som de äger eller investerar i.

Kommissionen avser att

- | | |
|----|--|
| 7. | överväga att införa ett krav på att alla investeringsfonder och finansinstitut ska informera alla sina kunder (privatpersoner, företag och myndigheter), om eventuella etiska regler eller krav för ansvarsfulla investeringar som de tillämpar eller andra standarder och liknande som de följer. |
|----|--|

4.5. Bättre information från företagen om sociala och miljömässiga hänsyn

Information om sociala och miljömässiga hänsyn (även klimatrelaterad information) kan underlätta företagets kontakter med berörda aktörer och kartläggning av väsentliga risker med avseende på hållbarhet. Det är också ett viktigt inslag i redovisningsskyldighet och kan bidra till att skapa ökat förtroende för företagen bland allmänheten. För att tillgodose företagets och andra aktörers behov bör informationen vara väsentlig och kostnadseffektiv att samla in.

Vissa EU-länder har infört krav på att lämna icke-finansiell information som går utöver gällande EU-lagstiftning²¹. Det är möjligt att olika nationella krav kan medföra ytterligare kostnader för företag som är verksamma i flera EU-länder.

Ett växande antal företag lämnar information om sociala och miljömässiga hänsyn. Små och medelstora företag gör ofta detta informellt och på frivillig basis. En källa uppskattar att ca 2 500 europeiska företag publicerar rapporter om socialt ansvarstagande eller hållbarhet, vilket innebär EU att är världsledande på området²². Det är dock bara en försvinnande liten del av de 42 000 storföretag som är verksamma i EU.

²¹ Enligt det fjärde direktivet om årsbokslut 2003/51/EG ska företagen i sina årsredovisningar lämna information om miljöfrågor och personalfrågor i den mån som krävs för att man ska kunna dra slutsatser om företagets utveckling, resultat eller ställning. Alla medlemsstaterna har valt att undanta små och medelstora företag från detta krav.

²² CorporateRegister.com

Det finns en rad internationella ramar för information om sociala och miljömässiga hänsyn, bland annat Global Reporting Initiative. Integrerad finansiell och icke-finansiell rapportering är ett viktigt mål på medellång och lång sikt, och kommissionen följer med intresse det arbete som utförs av den internationella kommittén för integrerad rapportering.

För att skapa rättvisa konkurrensvillkor kommer kommissionen, som anges i inremarknadsakten, att lägga fram ett lagförslag om öppenhet och insyn när det gäller social och miljörelaterad information från företag inom alla sektorer. Just nu görs en konsekvensanalys av tänkbara alternativ för detta förslag, där även konkurrenskraft och små och medelstora företag beaktas. Kommissionen utarbetar nu även politiska riktlinjer för att uppmuntra företagen att mäta och införa riktmärken för miljöresultat med en gemensam livscykelbaserad metod som även kan användas för informationsändamål.

Alla organisationer, inbegripet det civila samhällets organisationer och myndigheter, uppmanas att vidta åtgärder för att förbättra den information de själva lämnar om sociala och miljömässiga resultat.

4.6. Mer av företagens sociala ansvar i utbildning och forskning

För att vidareutveckla företagens sociala ansvar krävs ny kompetens och förändringar i fråga om värderingar och uppträdande. Medlemsstaterna kan spela en viktig roll genom att främja att frågor som företagens sociala ansvar, hållbar utveckling och ansvarsfulla medborgare införlivas i kursplaner exempelvis för gymnasiet och högskolan. Handelsskolorna i EU uppmuntras att ansluta sig till FN:s principer för ansvarsfull ledarskapsutbildning.

Högkvalitativ forskning stöder utvecklingen av affärsmetoder och offentliga åtgärder för ansvarsfullt företagande. Ny forskning bör utgå från resultaten av de projekt som finansierats under EU:s sjätte och sjunde ramprogram för forskning. Kommissionen kommer att utforska möjligheten att finansiera ytterligare forskning och innovation på området samt stödja principerna och riktlinjerna för ansvarsfullt företagande i den forskning som fortfarande finansieras inom sjunde ramprogrammet och dess efterträdare, Horisont 2020, samt i byggandet av det europeiska området för forskningsverksamhet.

Kommissionen avser att

8. ge ekonomiskt stöd till utbildningsprojekt för ansvarsfullt företagande inom EU:s handlingsprogram för livslångt lärande och programmet Aktiv ungdom samt under 2012 inleda en informationsinsats riktad till utbildare och företag om betydelsen av samarbete om företagens sociala ansvar.

4.7. Vikten av nationella, regionala och lokala åtgärder

Det är ofta mest effektivt att vidta åtgärder för ansvarsfullt företagande på nationell, regional eller lokal nivå. Lokala och regionala myndigheter uppmuntras att utnyttja EU:s strukturfonder för att stödja utvecklingen av företagens sociala ansvar, särskilt bland små och medelstora företag, och att samarbeta med näringslivet för att bättre hantera problem som fattigdom och social inkludering.

Kommissionen avser att

9. tillsammans med medlemsstaterna under 2012 införa en mekanism för inbördes utvärdering för nationella åtgärder för ansvarsfullt företagande.

Kommissionen uppmanar

- A medlemsstaterna att senast vid halvårsskiftet 2012 i samarbete med företagen och andra berörda parter utarbeta eller uppdatera nationella planer eller listor på prioriterade insatser för att främja ansvarsfullt företagande som stöd för Europa 2020-strategin, med hänvisning till internationellt erkända principer och riktlinjer på området; de frågor som tas upp i detta meddelande ska härvid beaktas.

4.8. Bättre överensstämmelse mellan europeiska och globala strategier för företagens sociala ansvar

EU bör främja europeiska intressen i den internationella politiska utvecklingen på området, samtidigt som man ser till att internationellt erkända principer och riktlinjer införlivas i den europeiska politiken för företagens sociala ansvar.

4.8.1. Fokus på internationellt erkända principer och riktlinjer för ansvarsfullt företagande

För att skapa mer rättvisa konkurrensvillkor kommer kommissionen att stärka sitt samarbete med medlemsstaterna, partnerländerna och relevanta internationella forum för att främja att internationellt erkända principer och riktlinjer följs och stärka samstämmigheten mellan dessa. Detta innebär även att företagen i EU måste förnya sina insatser för att se till att dessa principer och riktlinjer följs.

OECD:s riktlinjer är regeringarnas rekommendationer till de multinationella företagen. Kommissionen ser positivt på att länder utanför OECD ansluter sig till dessa riktlinjer. Dessa regeringsstödda riktlinjer har en särskild mekanism för genomförandet och för klagomål, nämligen nätverket med nationella kontaktpunkter som inrättats av alla deltagande länder. Där kan företagen och deras intressenter få hjälp med praktiska frågor, även genom medling och förlikning.

Kommissionen avser att

10. övervaka de åtaganden som görs av europeiska företag med över 1 000 anställda för att beakta internationellt erkända principer och riktlinjer för ansvarsfullt företagande samt att i sin egen verksamhet beakta den vägledande ISO-standarderna om socialt ansvarstagande (ISO 26000).

Kommissionen uppmanar

- B alla europeiska storföretag att senast 2014 åta sig att beakta minst en av dessa uppsättningar principer och riktlinjer när de utvecklar sin strategi för ansvarsfullt företagande: FN:s Global Compact, OECD:s riktlinjer för multinationella företag eller den vägledande ISO-standarderna om socialt ansvarstagande (ISO 26000), och
- C alla multinationella företag baserade i EU att senast 2014 åta sig att följa ILO:s trepartsförklaring om principer för multinationella företag och socialpolitik.

4.8.2. FN:s vägledande principer om företag och mänskliga rättigheter²³

Att skapa ökad samstämmighet i EU:s politik med relevans för näringslivet och mänskliga rättigheter har stor betydelse. Ett bättre genomförande av FN:s vägledande principer kommer att bidra till att EU-målen uppnås i specifika frågor som rör mänskliga rättigheter och grundläggande arbetsnormer, bland annat barnarbete, tvångsarbete för interner, människohandel, jämställdhet, icke-diskriminering, föreningsfrihet och rätten till kollektivförhandlingar. En process med medverkan av företag, EU-delegationer i partnerländerna och aktörer i det civila samhället på platsen, särskilt människorättsorganisationer och andra försvarare av de mänskliga rättigheterna, kommer att öka förståelsen för de problem företagen möter när de är verksamma i länder där staten inte fullgör sin skyldighet att skydda de mänskliga rättigheterna.

Kommissionen avser att

11. under 2012 samarbeta med företag och andra berörda parter för att utifrån FN:s principer utarbeta vägledning om mänskliga rättigheter för ett begränsat antal relevanta sektorer, även för små och medelstora företag, och
12. före utgången av 2012 lägga fram en rapport om EU:s prioriteringar i genomförandet av FN:s vägledande principer, som sedan följs upp genom regelbundna lägesrapporter²⁴.

Kommissionen

- D förväntar sig att alla europeiska företag tar sitt sociala ansvar och respekterar de mänskliga rättigheterna i enlighet med FN:s vägledande principer, och
- E uppmanar medlemsstaterna att före utgången av 2012 utarbeta nationella planer för genomförandet av FN:s vägledande principer.

4.8.3. Företagens sociala ansvar i relationerna med andra länder och regioner i världen

Internationellt erkända riktlinjer och principer för ansvarsfullt företagande står för värden som även de länder som vill bli medlemmar i EU bör sluta upp kring. Kommissionen kommer därför även i fortsättningen att behandla denna fråga i anslutningsprocessen.

Kommissionen främjar ansvarsfullt företagande genom sin yttre politik. Denna politik ska även i fortsättningen, genom en kombination av insatser för att påverka på det internationella planet och kompletterande lagstiftning, syfta till att sprida internationellt erkända riktlinjer och principer för ansvarsfullt företagande och se till att de europeiska företagens verksamhet kan få positiva effekter i utländska ekonomier och samhällen. Kommissionen kommer att lägga fram relevanta förslag inom handel och utveckling. Man kommer också att, där så är

²³ FN:s vägledande principer omfattar tre delar: statens skyldighet att respektera de mänskliga rättigheterna, företagens ansvar för att respektera de mänskliga rättigheterna och behovet av verkningfulla rättsmedel.

²⁴ Europeiska kommissionens rapporter om rättsliga ramar för de mänskliga rättigheterna och förutsättningarna för europeiska företag som verkar utanför EU (från 2010) och om ansvarsfull förvaltning av leveranskedjan (från 2011) kommer att beaktas i detta sammanhang.

lämpligt, ta upp frågan om företagens sociala ansvar inom de dialoger som upprättats med olika partnerländer och -regioner.

I EU:s utvecklingspolitik erkänns behovet av att stödja företagens sociala ansvar²⁵. Genom att stödja sociala och miljömässiga standarder kan företagen i EU verka för bättre förvaltning och tillväxt för alla i utvecklingsländerna. Affärsmodeller där fattiga ingår i målgruppen som konsumenter, producenter och distributörer bidrar till största möjliga utvecklingseffekter. Synergieffekter med den privata sektorn kommer att få allt större betydelse i EU:s utvecklingssamarbete och i EU:s insatser vid naturkatastrofer och katastrofer orsakade av människan. Företagen kan spela en viktig roll genom de anställdas frivilligarbete. Den framtida europeiska frivilligkåren för humanitärt bistånd kan ge bättre möjligheter att utnyttja synergieffekter med den privata sektorn.

Kommissionen avser att

13. fastställa olika sätt att främja ansvarsfullt företagande i framtida politiska initiativ för en mer inkluderande och hållbar återhämtning och tillväxt i tredjeländer.

5. SLUTSATSER

Kommissionen kommer i samarbete med medlemsstaterna, företagen och andra berörda aktörer att regelbundet övervaka framstegen och gemensamt förbereda ett översynsmöte som ska äga rum kring halvårsskiftet 2014. Som förberedelse inför mötet kommer kommissionen att lägga fram en rapport om genomförandet av den handlingsplan som ingår i det här meddelandet. Därför krävs ökad samordning mellan det europeiska flerpartsforumet om företagens sociala ansvar och högnivågruppen för medlemsstaternas företrädare i fråga om företagens sociala ansvar. Kommissionen kommer att lägga fram ett operativt förslag om detta senast i slutet av 2011.

Kommissionen ser gärna att meddelandet leder till en diskussion med och åtaganden från rådet, Europaparlamentet, Europeiska ekonomiska och sociala kommittén, Regionkommittén, företagen och andra berörda parter.

Kommissionen uppmanar europeiska näringslivsledare, även från den finansiella sektorn, att före halvårsskiftet 2012 göra ett öppet åtagande med redovisningsskyldighet om att i nära samarbete med myndigheter och andra berörda aktörer satsa på att få en mycket större andel av företagen i EU att bedriva ansvarsfullt företagande. Åtagandet ska innehålla tydliga mål för 2015 och 2020.

²⁵ Det europeiska samförståndet om utveckling, 2005.